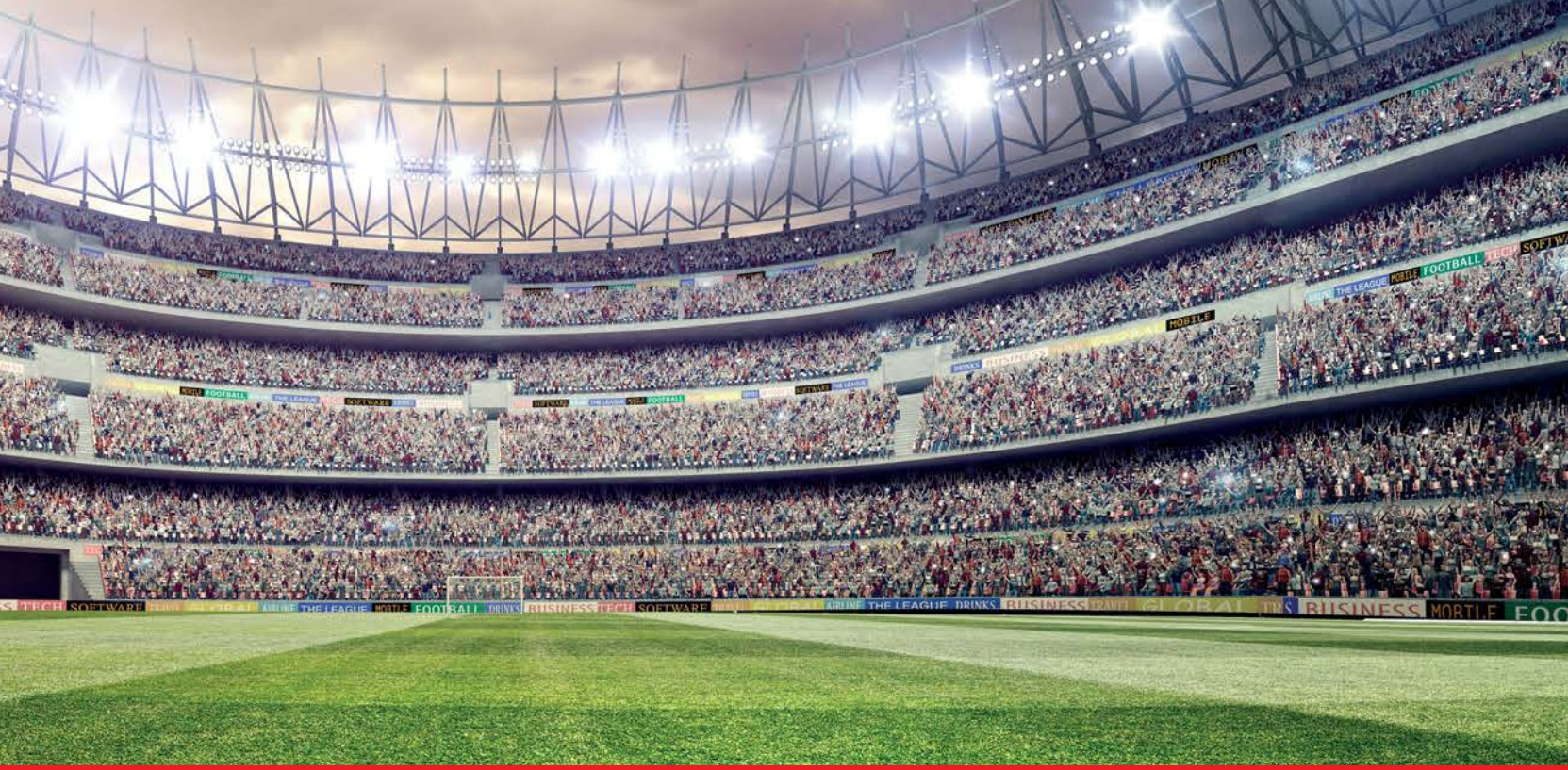


aktif bank

EKO LiG

2015-2016 / 2016-2017 SEZONU

FUTBOL EKONOMİSİ RAPORU-2



aktif bank

İndeks

- 02 PASSOLİG / GENEL MÜDÜR'ÜN MESAJI**
- 03 AKTİF BANK / GENEL MÜDÜR'ÜN MESAJI**
- 04 FUTBOLUN FİNANSAL YAPILANMASI**

- 08 2015-2016 / 2016-2017 FUTBOL SEZONLARINA GENEL BAKIŞ**
- 11** Dünyanın En Zengin Ligi; Premier Lig
- 14** Seyirci Ortalamasında Bundesliga Farkı
- 16** UEFA Karlılığını Artırıyor
- 18** Dünyanın En Değerli Futbol Takımları
- 21** Dünya Futbol Ekonomisinde Yeni Bir Güç; Çin Futbolu
- 25** Milyon Dolarlık Formalar
- 29** Manchester United

- 34 SÜPER LİG'İN FİNANSAL VERİLERİ**
- 36** Maç Günü Gelirleri
- 44** Naklen Yayın Gelirleri
- 52** Ticari Gelirler
- 62** Rakamlarla 2015-2016 ve 2016-2017 Futbol Sezonu

- 64 2016-2017 SEZONUNUN BAŞARI ÖYKÜSÜ**
- 66** Medipol Başakşehir FK

- 72 DÖRT BÜYÜKLER**
- 74** Beşiktaş A.Ş.
- 80** Fenerbahçe A.Ş.
- 86** Galatasaray A.Ş.
- 92** Trabzonspor A.Ş.
- 98** Genel Değerlendirme

**PASSOLİG**

Ceyhun KAZANCI
Genel Müdür

Günümüzde futbol, yılda 50 milyar Dolar'ı aşan pazar büyüklüğü ile küresel spor endüstrisinin en büyük aktörüdür. Premier Lig başta olmak üzere, "Big Five" olarak anılan ve Avrupa futbol ekonomisinin amiral gemileri diyebileceğimiz La Liga, Bundesliga, Serie A ve Ligue 1'in öncülük ettiği global futbol pazarının gelişen ve finansal gücünü arttıran liglerinden birisi de Süper Lig'dir. Türk futbolunun en üst ligi olan Süper Lig'de geride bıraktığımız son iki futbol sezonunda, sporseverlere kapılarını açan yeni ve modern stadyumlar başta olmak üzere takımlarımızın saha içinde sergiledikleri oyun kalitesinin artması, kadrolarına dahil olan yıldız futbolcular, rekabete katılan yeni takımlarla birlikte seyir zevkinin arttığını, stadyumlardaki seyirci sayılarının da buna bağlı olarak yükseldiğini görmekteyiz. Son iki sezonda 6,5 milyon kişinin stadyumlarda maç seyrettiği Süper Lig'in bilet ve kombine satışlarından elde ettiği maç günü gelirlerindeki artışın, başta sponsorluk ve reklam gelirleri olmak üzere ticari gelirlerdeki yükseliş grafiğinin 2017-2018 futbol sezonundan itibaren geçerli olacak yeni naklen yayın sözleşmesiyle devam edeceğini öngörmekteyiz.

Küresel futbol pazarında "global marka" olan güçlü kulüplerle rekabet edebilmenin formülünün hem sportif hem de finansal açıdan başarılı yönetim modellerine bağlı olduğu futbol endüstrisinde, kulüplerin planlı bir yol haritası üzerinden ilerlemeleri gerekmektedir. Bu süreçte kulüplerin en büyük gelir kalemleri olan maç günü gelirleri, naklen yayın gelirleri ve ticari gelirler adına alınacak her kararda ve atılacak her adımda yaratılacak katma değer hesaplanması, fırsat ve tehditlerin iyi analiz edilmesi, hem ulusal hem de uluslararası pazarın dinamiklerinin gözönünde bulundurulması oldukça önemlidir. Futbolu seven genç ve dinamik nüfusumuzun gücüyle, spora destek veren bütün aktörlerin görev ve sorumluluklarını yerine getirdiği bir takım oyunu, eninde sonunda hem sahada hem de finansal anlamda başarıya ulaşacaktır.

Saygılarımızla,

**aktifbank**

Dr. Serdar SÜMER
Genel Müdür

Çağımızın en küresel olgularından biri olan futbol, 1990'lı yıllardan bu yana hız kesmediği endüstrileşme süreciyle birlikte milyonlarca insanın istihdam edildiği dev bir sektöre dönüştü. Futbolun amaç ve işlev olarak uğradığı bütün bu niteliksel değişimler, oyunun finansal ve yönetsel anlamda da yeniden yapılanmasını sağladı. Holdingleşen ve global futbol pazarının en büyük oyuncularına haline dönüşen kulüpler, artık sadece sahadaki performansları ile değil, finansal dinamikleri ile de birbirleriyle rekabet içindeler. Bugün futbol pastasının finansal büyüklüğü istikrarlı bir şekilde artarken, futbolu yöneten kurumlara da daha büyük sorumluluklar yükleniyor.

Avrupa'nın en önemli liglerinden biri olan Süper Lig'in ve Süper Lig'de mücadele eden kulüplerin, bu büyük finansal döngü ve rekabet ortamı içerisinde bir yandan oyunun kalitesini artırarak uluslararası platformlarda başarılı işlere imza atması, diğer yandan da endüstriyel futbolun dinamiklerine ayak uydurması, futbolumuzun bütün paydaşlarını yakından ilgilendiriyor.

Aktif Bank olarak, Türk futbolunun gelişmesine katkıda bulunmak amacıyla çıktığımız bu yolda, bir yandan kulüplere uzun vadeli yatırımları için finansal destek sağlarken diğer yandan da futbolumuzun ekonomik ölçeğine dikkat çekmek, futbol ekonomisi araştırmalarına verimli bir kaynak oluşturmak için çalışmalarımıza devam etmekteyiz. Hızla büyüyen finansal hacmi ile Avrupa'nın en önemli liglerinden biri olan Süper Lig'in son iki sezonuna ait gelirlerini ele aldığımız Türkiye'nin ilk futbol ekonomisi raporu EkoLig'in 2. sayısında, ilk çalışmamızda olduğu gibi ligimizin sportif başarı ve finansal performansını analiz etmeye çalıştık. Süper Lig'de yer alan kulüplerin resmi bildirimleri, Türkiye Futbol Federasyonu'nun paylaşımları başta olmak üzere FIFA, UEFA tarafından kamuoyuna sunulan yıllık araştırmaları, global futbol endüstrisinin öncü kulüplerinin sezonluk faaliyet raporlarından yola çıkarak hazırladığımız bu raporda, futbol ekonomisinin 3 büyük gelir kalemini (maç günü gelirleri, naklen yayın gelirleri ve ticari gelirler) mercek altına aldık. Aktif Bank EkoLig 2 Raporu'nu sporseverlerin beğenisine sunarken, yeni ve daha kapsamlı araştırmalar için de verimli bir kaynak, yol gösterici bir çalışma olmasını temenni ediyoruz.

Saygılarımızla,



Futbolun Finansal Yapılanması

Günümüzde futbol, yılda 150 milyar Dolar'dan fazla gelir getiren ve küresel bir pazara dönüşen spor endüstrisinin en büyük aktörlerinden biridir. Futbol, neredeyse her kıtada en fazla istihdam sağlayan ve en çok gelir elde edilen spor branşıdır. Dünyanın farklı bölgelerindeki futbol organizasyonlarının yıllık getirisi toplam 50 milyar Dolar'ı geçmektedir. Diğer bir deyişle, bugün küresel spor endüstrisinin 1/3'ü futbola aittir. Dünyanın her yerinde en fazla takip edilen ve en çok kazanan spor branşı olan futbol, istisnai bir şekilde Kuzey Amerika Kıtası'nda NFL (Amerikan Ulusal Futbol Ligi), NBA (Amerikan Ulusal Basketbol Ligi), NHL (Amerikan Ulusal Hokey Ligi), motor sporları ve tenisin ardından gelmektedir.

Endüstriyel futbolun merkezi olan Avrupa Kıtası'nın son 10 yılına baktığımızda, futbolun hem sosyo-kültürel, hem sportif hem de finansal bileşenlerinin dengeli ve istikrarlı bir şekilde geliştiğini de görebilmekteyiz.

Global futbol endüstrisinin Wall Street'i diyebileceğimiz, Avrupa futbol pastasının gelirlerinin yarısından fazlasını bölüşen 5 büyük ligin (Premier Lig, La Liga, Bundesliga, Serie A, Ligue 1) eşgüdümlü parasal ve sportif üstünlüğü, özellikle son 10 yılda daha da farkedilebilir bir hal almıştır. Bu ligleri, Süper Lig ve Rusya Premier Ligi başta olmak üzere, Hollanda, Belçika, Yunanistan ve Ukrayna'nın en üst futbol ligleri takip etmektedir.

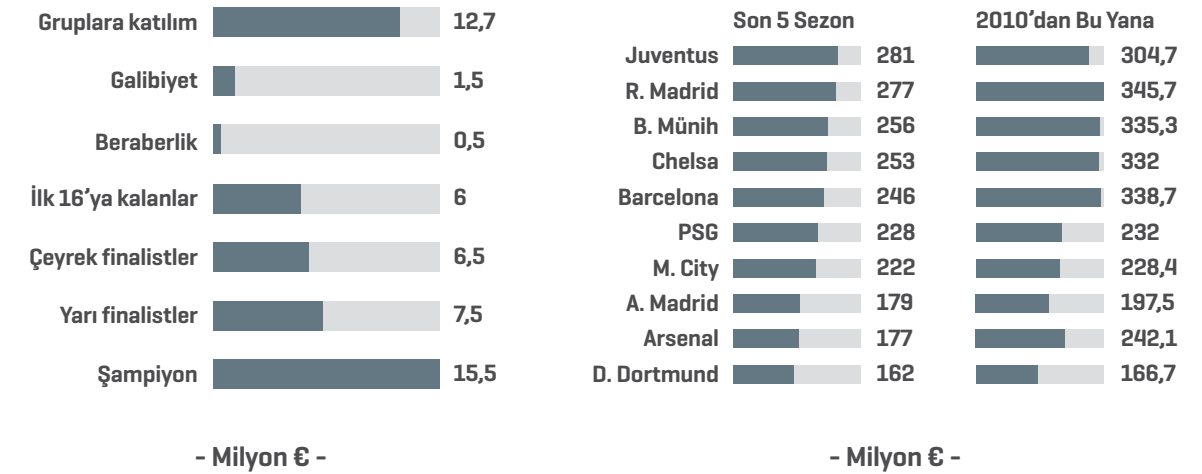
Avrupa futbolunun en fazla kazandıran organizasyonu olan Şampiyonlar Ligi'ne katılım, bu organizasyondaki her galibiyet ve ilerlenen her etap spor kulüplerine ciddi gelirler yaratmaktadır.

2015-2016 sezonu sonuna kadar ligin isim hakkı sponsorluğu karşılığında Barclays'dan sezon başına 49 milyon Pound kazanan Premier Lig, 2016-2017 sezonunu isim sponsoru olmadan bitirmişse de, Barclays'ın da içinde yer aldığı 5'i "official partner" olmak üzere, toplam 12 farklı global marka ile iş ortaklığına sahiptir.

* Deloitte, Football Money League Report, January 2017

Porto'nun 2003-2004 futbol sezonundaki şampiyonluğundan bu yana, 5 büyük ligde mücadele eden takımlar haricinde UEFA Şampiyonlar Ligi'nde kupa kaldıran bir takım olmamıştır. Dünya genelinde 2 milyar kişinin televizyondan takip ettiği, 5 milyona yakın sporseverin stadyumlarda canlı olarak izlediği bu organizasyonda mücadele etmek bile kulüplerin marka değerlerine ve global anlamda bilinirliklerine büyük katkı sağlamaktadır.

UEFA Şampiyonlar Ligi'nin başarı primleri, UEFA Avrupa Ligleri'nden son 5 yılda ve 2010'dan bu yana en fazla gelir elde eden kulüpler



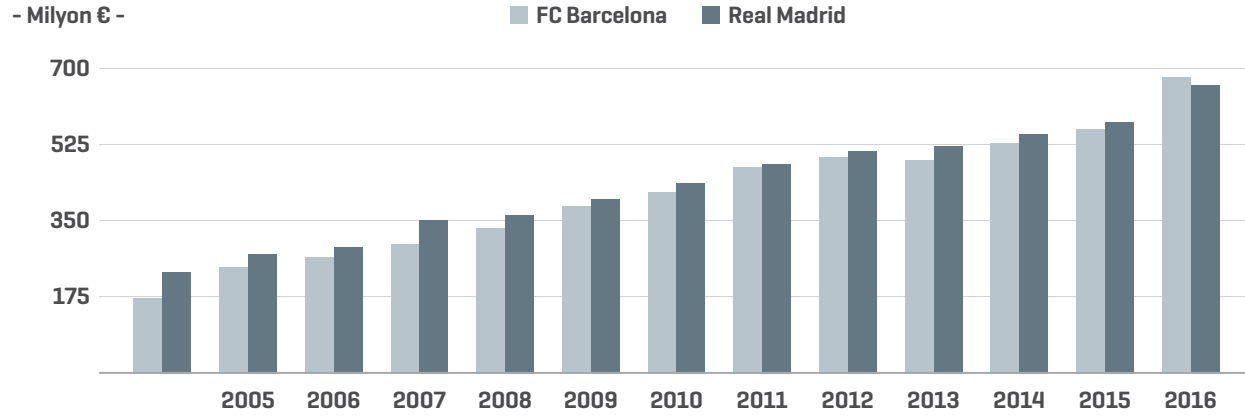
UEFA'nın ligler arasındaki sportif ve mali dengesizliği en aza indirmek amacıyla uygulamaya aldığı kural ve yaptırımlarıyla birlikte federasyonların ulusal sınırlar içindeki mali ve siyasi özerklikleri, kulüplerin yönetsel yapıları, ekonomik parametreler, sportif başarı, marka değerleri, iç ve dış kaynaklı yatırımlar vb. birçok farklı unsur Avrupa futbolunun endüstriyel çehresini biçimlendirirken; her ligin de kendine has finansal parametreleri bulunmaktadır. Örneğin, Avrupa'nın en fazla kazanan ligi olan Premier Lig'in finansal başarısında kendi içinde yarattığı kaynaklarla birlikte yabancı yatırımların rolü dikkat çekicidir.

Manchester United, Aston Villa, Sunderland, Liverpool'un Amerikan; Chelsea'nin Rus, Leicester City'nin Taylandlı; Newcastle United, West Bromwich Albion, Tottenham, Stoke City'nin İngiliz, Manchester City'nin BAE'li hissedarları kulüplerin mali yapılarına yön vermektedir. Bir başka İngiliz kulübü Arsenal'in hisselerinin en büyük pay sahipleri ise %66 pay ile Amerikalı iş adamı Stanley Kroenke ve %30 pay ile Özbek asıllı Rus milyarder Alişer Usmanov'dur.



Avrupa'nın en fazla seyirci ortalamasına sahip ligi Bundesliga'ya baktığımızda, kulüplerin birçoğunun sportif faaliyetlerine dernek statüsünde devam ederken endüstriyel futbolun gelişmelerine uyum sağlamak adına kulübe bağlı ayrı ticari tüzel kişiliklerle de finansal yapılarını güçlendirdiklerini görmekteyiz. La Liga, alt yapıdan yetişen oyunculara şans tanıma konusunda Avrupa'da ilk sıradayken, Ligue 1 yerli oyunculara en çok kıymet veren lig olarak bilinmektedir.

İspanya futbolunu domine eden Barcelona ve Real Madrid rekabetinin 2005-2016 yılları arasındaki finansal izdüşümü



Serie A için, kulüplerin şirketleşme süreçlerinin hızlı olmasına rağmen, istenilen mali ve operasyonel performansın henüz yakalanamadığını söyleyebiliriz. Inter'in 2009-2010 futbol sezonundaki şampiyonluğundan bu yana UEFA Şampiyonlar Ligi Kupası'nı müzesine götüremeyen İtalyan ekipler, uluslararası alanda sportif başarıya özlem duymakla birlikte, art arda gelen skandallar, tribünlerdeki aşırı politikleşmenin neden olduğu şiddet ve ayrışma ile mücadele etmektedir. Uzun yıllardır modernize edilmeyen stadyumlar da kulüplerin en büyük gelir kalemlerinden biri olan maç günü gelirlerinin artışına ve yeni reklam alanlarının yaratılmasına engel olmaktadır.

Neden Finansal Fairplay?

UEFA'nın 2011'den bu yana uyguladığı ve kulüplerin genel mali durumunun iyileştirilmesi mantığına dayanan Finansal Fairplay uygulaması, futboldaki sportif/finansal rekabet dengesinin korunması, plansız büyüme ve gerçekçi olmayan borçlanmaların kontrol altına alınmasını amaçlamaktadır.

Finansal Fairplay kapsamında, futbol kulüplerinin gelirlerinin yapacakları transfer harcamalarından daha fazla olması gerekmektedir. Kulübe yapılan hibelerin "kulüp geliri" olarak sayılmaması da önemli kriterlerden biridir.

Bugün %8'lik büyüme hızıyla toplam gelirleri 25 milyar Euro'yu geçen Avrupa futbolu, son 4 sezonda gelirlerini yaklaşık 10 milyar Euro arttırmış; UEFA'nın Ocak 2017'de paylaştığı Finans Raporu'ndaki* verilere göre; UEFA'ya bağlı 54 futbol federasyonu ve bu federasyonların yönettiği liglerin gelirleri, 20 yılda tam 5 kat artış göstermiştir. Son 8 yıllık süreçte ise kulüpler bazında gelirlerini en fazla oranda arttıran ülkeler, sırasıyla İngiltere, Almanya, İspanya, İtalya, Fransa, Rusya ve Türkiye olmuştur.

Avrupa'nın 5 büyük ligi, Rusya Premier Ligi ve Süper Lig'in sezonluk gelirleri



Avrupa'nın en büyük liglerinden biri olan Süper Lig'in sportif başarılarla birlikte sürdürülebilir katma değer yaratması, futbolumuzu küresel rekabet ortamında daha güçlü kılacaktır. Bu açıdan, kulüpler ve Türkiye Futbol Federasyonu başta olmak üzere futbolun bütün paydaşlarına büyük görevler düşmektedir. Kurumsal yönetim kalitesi yüksek, rekabetçi, şeffaf ve hesap verilebilir bir futbol finansmanı ülkemiz futbolunu daha da üst seviyelere ulaştıracaktır.

* UEFA, The European Club Footballing Landscape, Club Licensing Benchmarking Report, Financial Year 2015

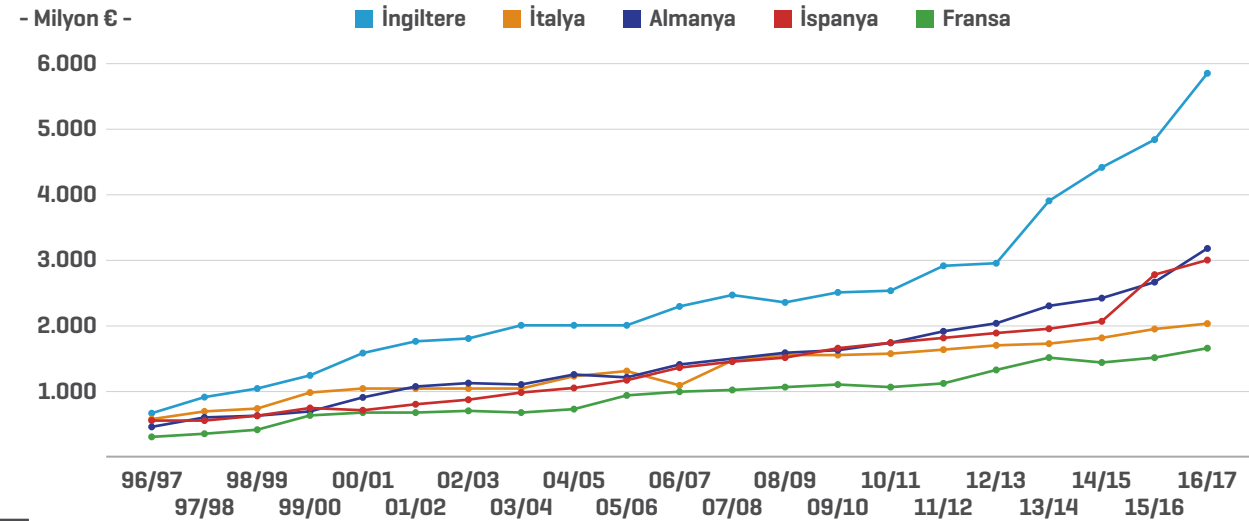
2015-2016 / 2016-2017 FUTBOL SEZONLARINA GENEL BAKIŞ



2015-2016/2016-2017 Futbol Sezonlarına Genel Bakış

Geride bıraktığımız son iki futbol sezonunda, sportif performans açısından sürpriz başarılarla tanıklık etsek de finansal parametreler perspektifinden baktığımızda kazananların değişmediğini görmekteyiz. Küresel futbol endüstrisinde “Big Five” olarak anılan Premier Lig, Bundesliga, La Liga, Serie A ve Ligue 1’in gelirleri toplamı 14 milyar Euro’yu geçerken, Avrupa’nın en büyük 2 futbol organizasyonunu düzenleyen UEFA, Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi’nde mücadele eden takımlara sadece 2016-2017 sezonunda toplam 1,7 milyar Euro kaynak sağlamıştır.

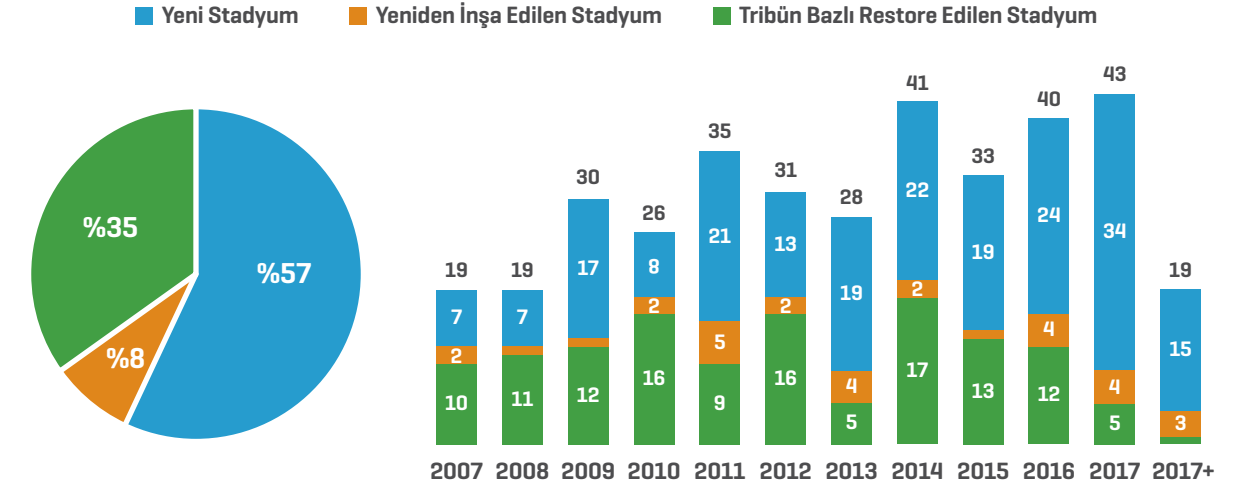
Avrupa’nın 5 büyük liginin 1996-1997 futbol sezonundan bugüne kadar olan gelir artış grafiği *



Ekonomik ölçeği 2,3 milyar TL'ye ulaşan Türk futbolunda, son 2 sezonun en dikkat çeken gelişmelerinden biri, Süper Lig ve TFF 1. Lig müsabakalarının yayın hakları için yapılan yeni ihaledir. Kasım 2016’da imzalanan naklen yayın haklarına ilişkin yeni sözleşme, 2017-2018 sezonundan başlayarak, toplam 5 sezon boyunca Türk futboluna yaklaşık 3 milyar Dolar’lık bir destek sağlayacaktır. Futbolumuzun sportif rekabetteki kalitesini artıracak ve gelirlerini de olumlu yönde etkileyecek bir diğer gelişme de yeni yapılan stadyumlardır. Türkiye, son 10 yılda sporseverlerin hizmetine sunulan 18 yeni stadyum ile Avrupa’nın en büyük stadyum dönüşüm projesine sahip ülkedir. Türkiye’yi 14 yeni stadyum ile Polonya ve Rusya takip etmektedir.

* Statista.com

İnşaat / yenileme durumlarına göre stadyum projeleri ve yıllara göre gerçekleşme sayıları *



Dünyanın En Zengin Futbol Ligi; Premier Lig

Futbol ekonomisinin 3 büyük gelir kalemi; maç günü gelirleri, naklen yayın gelirleri ve ticari gelirlere göre son 2 sezonda Avrupa’nın en çok gelir elde eden ligi Premier Lig olmuştur. 2015-2016 sezonunda 3,6 milyar Pound olan gelirler, 2016-2017 futbol sezonu sonunda 5 milyar Pound’u geçmiştir.

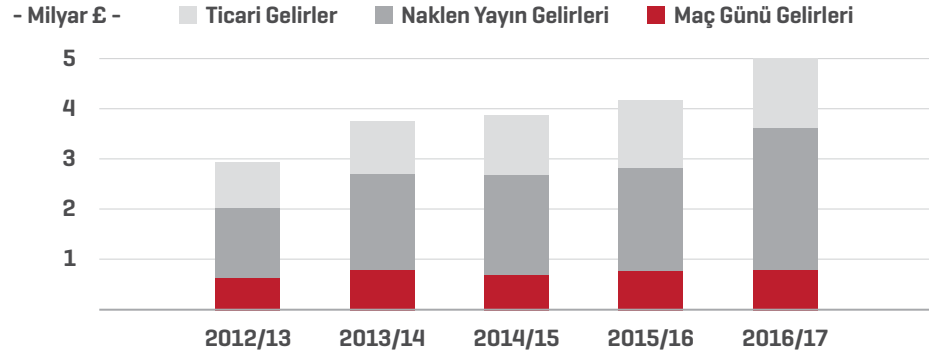
Dünyanın en değerli ligi olarak da bilinen Premier Lig, 2016-2019 yılları arasında geçerli olan naklen yayın sözleşmesine göre, SKYSports ve BT Sports’tan toplam 5,1 milyar Pound değerinde gelir sağlayacaktır. İngiltere dışındaki coğrafyalardan elde edilen yayın hakkı gelirlerini de eklediğimizde, Premier Lig’in sadece naklen yayın gelirlerinden kasasına gelecek olan para 8,5 milyar Pound’dur.



Chelsea, kazandığı 150,8 milyon Pound ile Premier Lig’in en fazla yayın geliri elde eden kulübü olmuştur.

* UEFA Club Licensing Benchmarking Report: Financial Year 2015, s.47

Premier Lig'in 2012-2013 ile 2016-2017 futbol sezonları arasındaki naklen yayın, maç günü ve ticari gelirleri *



2016-2017 sezonunda 1,1 milyar Pound'u aşan ticari gelirler içinde en büyük pay, üretici spor markaları ve forma reklamlarından elde edilen sponsorluk gelirleridir. Ligde mücadele eden 20 takımın forma reklamlarına baktığımızda, adet bazında bahis sektörünün ön planda olduğunu, bunun dışında otomobil, lastik, havayolu firmaları ve bankaların büyük finansal yatırımlarda bulunduğunu söyleyebiliriz.

2016-2017 sezonunda Premier Lig takımlarının formalarını üreten spor markaları ve forma göğüs reklamında yer alan markalar

Kulüp	Forma Üreticisi	Göğüs Sponsoru
AFC Bournemouth	JD	Mansion.com
Arsenal	Puma	Emirates
Burnley	Puma	Dafabet
Chelsea	Adidas	Yokohama Tyres
Crystal Palace	Macron	Mansion.com
Everton	Umbro	Chang
Hull City	Umbro	SportPesa
Leicester City	Puma	King Power
Liverpool	New Balance	Standard Chartered
Manchester City	Nike	Etihad Airways
Manchester United	Adidas	Chevrolet
Middlesbrough	Adidas	Ramsdens
Southampton	Under Armour	Virgin Media
Stoke City	Macron	Bet365
Sunderland	Adidas	Dafabet
Swansea City	Joma	BetEast
Tottenham Hotspur	Under Armour	AIA
Watford	Dryworld	138.com
West Bromwich Albion	Adidas	K8
West Ham United	Umbro	Betway

* Statista.com

Avrupa'nın maç günü gelirleri en fazla ligi olan Premier Lig'in sezonluk maç günü gelirleri ortalama 650 milyon Pound civarındadır. 2015-2016 ve 2016-2017 futbol sezonlarında toplam 27 milyon kişinin stadyumlarda maç izlediği ligde en pahalı kombine ve bilet fiyatlandırması yapan kulüp Arsenal'dir.

2016-2017 futbol sezonu Premier Lig, bilet ve kombine fiyatlandırması *

	En Ucuz Kombine	En Pahalı Kombine	En Ucuz Bilet	En Pahalı Bilet	En Ucuz Deplasman Bileti	En Pahalı Deplasman Bileti
Arsenal	1,014 £	2,013 £	27 £	97 £	30 £	30 £
Bournemouth	550 £	760 £	32 £	32 £	30 £	30 £
Burnley	329 £	580 £	30 £	40 £	30 £	30 £
Chelsea	750 £	1,250 £	52 £	87 £	30 £	30 £
Crystal Palace	420 £	680 £	23 £	45 £	30 £	30 £
Everton	420 £	680 £	35 £	49 £	30 £	30 £
Hull City	252 £	612 £	9 £	33 £	30 £	30 £
Leicester City	365 £	730 £	26 £	50 £	30 £	30 £
Liverpool	685 £	869 £	9 £	59 £	30 £	30 £
Manchester City	299 £	900 £	35 £	58 £	30 £	30 £
Manchester United	532 £	950 £	36 £	58 £	30 £	30 £
Middlesbrough	397 £	646 £	30 £	39 £	30 £	30 £
Southampton	541 £	853 £	34 £	54 £	20 £	20 £
Stoke City	294 £	609 £	25 £	50 £	25 £	30 £
Sunderland	350 £	505 £	25 £	35 £	29 £	30 £
Swansea	419 £	489 £	35 £	45 £	30 £	30 £
Tottenham Hotspur	765 £	1,895 £	32 £	81 £	30 £	30 £
Watford	385 £	650 £	36 £	42 £	20 £	30 £
West Bromwich	399 £	509 £	25 £	39 £	25 £	30 £
West Ham United	289 £	1,100 £	25 £	80 £	30 £	30 £



Geçtiğimiz sezonlarda deplasman biletlerinin pahalılığından şikayet eden İngiliz taraftarların başlattığı protestoların ardından İngiltere Futbol Federasyonu, kulüplerin de onayı ile birlikte bir karar alarak 3 sezon boyunca deplasman tribünündeki maç biletlerinin fiyatını 30 Pound'a sabitlemiştir.

Premier Lig, sezonda 5 milyar Pound'u geçen geliriyle, dün olduğu gibi bugün de, global futbol ekonomisinin en büyük aktörüdür. 1980'lerin ortalarında Taylor Raporu ile başlayan stadyum yenileme hareketiyle önce stadyumlarda maç izlemenin kalitesini ve bedelini arttıran İngilizler, ardından Premier Lig'i kurarak futbolun markalaşması ve endüstriyelşmesi sürecinde başarılı bir yol izlemiş; hem lig hem de kulüp bazında en çok kazanan olmayı başarmışlardır. Bugün dünyanın her yerinde İngiliz kulüplerinden birinin formasını satan bir dükkan ya da bu kulüplerden birinin ismini taşıyan bir futbol okulu görebilir, Premier Lig maçlarını yayınlayan bir kafe bulabilirsiniz. Premier Lig, hem futbol sektöründeki profesyoneller, hem yatırımcılar hem de sporseverler açısından dünyanın en üst düzey ligi ve en değerli futbol markasıdır.

* BBC , Price of Football Report, 2016

Seyirci Ortalamasında Bundesliga Farkı

Avrupa futboluna yön veren liglerin son 10 yıldaki seyirci ortalamalarında Bundesliga'nın açık ara üstünlüğü söz konusudur. 2008-2009 sezonundan bu yana seyirci ortalaması 42 binin altına düşmeyen ligde, geçtiğimiz sezon 15 milyona yakın sporsever stadyumlarda maç izlemiştir. Bundesliga 2'nin seyirci sayısı da eklendiğinde bu rakam 20 milyona yaklaşmıştır. Bundesliga 2, geçtiğimiz sezon 18 bine ulaşan seyirci ortalaması ile başta Süper Lig olmak üzere Avrupa'nın en üst liglerini geride bırakmıştır.



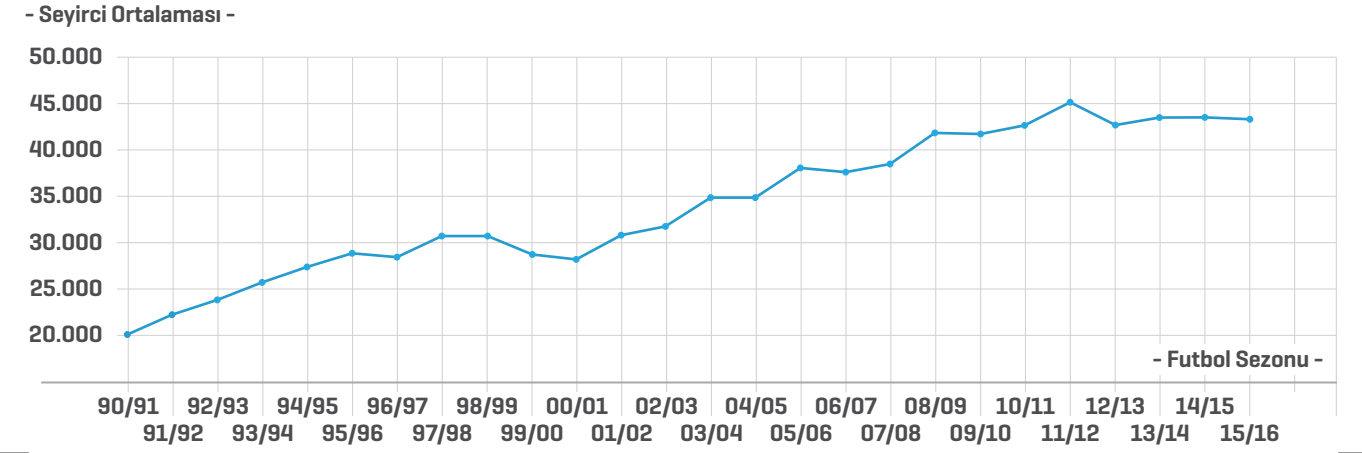
2015-2016 futbol sezonunda gelirleri 3,24 milyar Euro'ya ulaşan Bundesliga'da, toplam gelirlerin %16'sını oluşturan maç günü gelirleri 527,6 milyon Euro'dur. Son 5 sezondur Bundesliga şampiyonu olan Bayern Münih, seyirci ortalamasında ikinci sırada olmasına rağmen maç günü gelirlerinde de ligin en fazla kazananıdır. 2015-2016 futbol sezonunda 75 bin seyirci ortalaması ile Allianz Arena'da toplam 1,3 milyon sporseveri ağırlayan kırmızı beyazlılar, sadece maç günü gelirlerinden 101,8 milyon Euro kazanmıştır. *

2011-2012 sezonundan bu yana seyirci ortalaması 80 binin altına düşmeyen ve "dünyanın en fazla seyirci ortalamasına sahip kulübü" olan Borussia Dortmund'un maç günü gelirleri ise 61,1 milyon Euro'da kalmıştır.

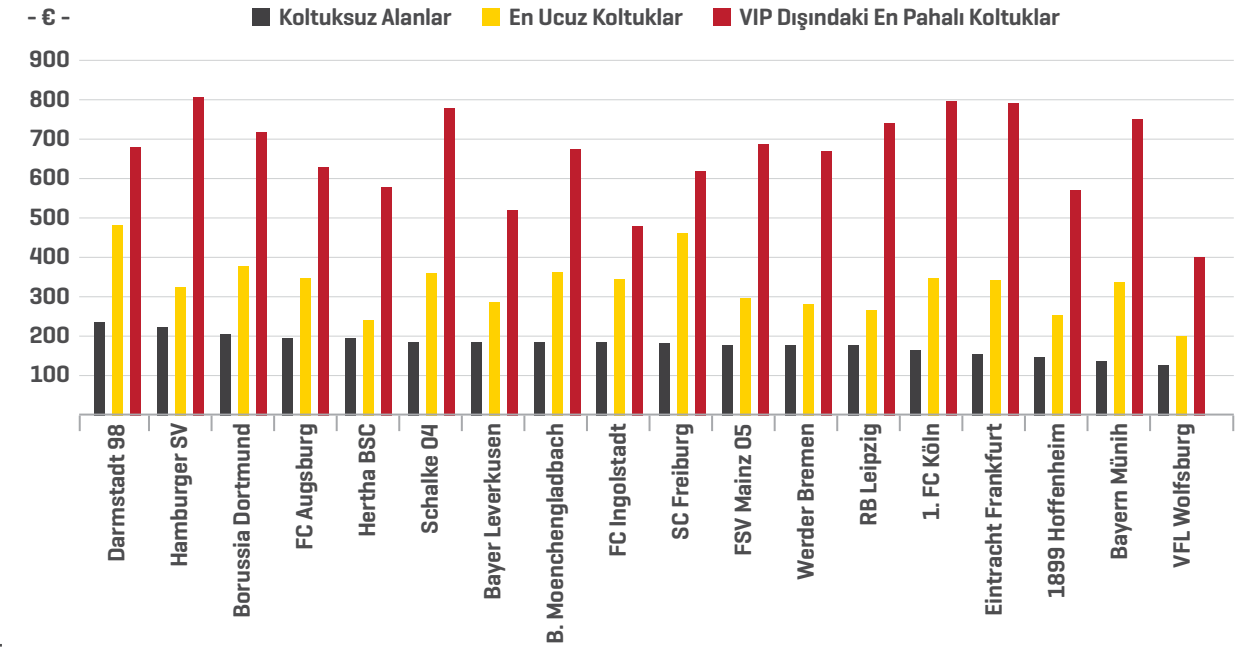
Borussia Dortmund'un rekor seyirci ortalamasıyla, maç günü gelirlerinde Bundesliga'da 2, Avrupa sıralamasında 10. olmasındaki en büyük etken, bilet ve kombine fiyatlarının uygun olmasıdır. Geçtiğimiz sezon 54.916 taraftarın kombinesini yenilediği Dortmund'da, en ucuz kombine 202 Euro'dan satılırken, en pahalı kombine 717 Euro'dan satışa sunulmuştur.

* The Economic State of German Professional Football, Bundesliga Report 2017

1990-2016 yılları arasında Bundesliga'nın seyirci ortalaması *



Bundesliga ekiplerinin 2016-2017 sezonundaki kombine fiyatlandırması **



* Deutscher Fußball-Bund

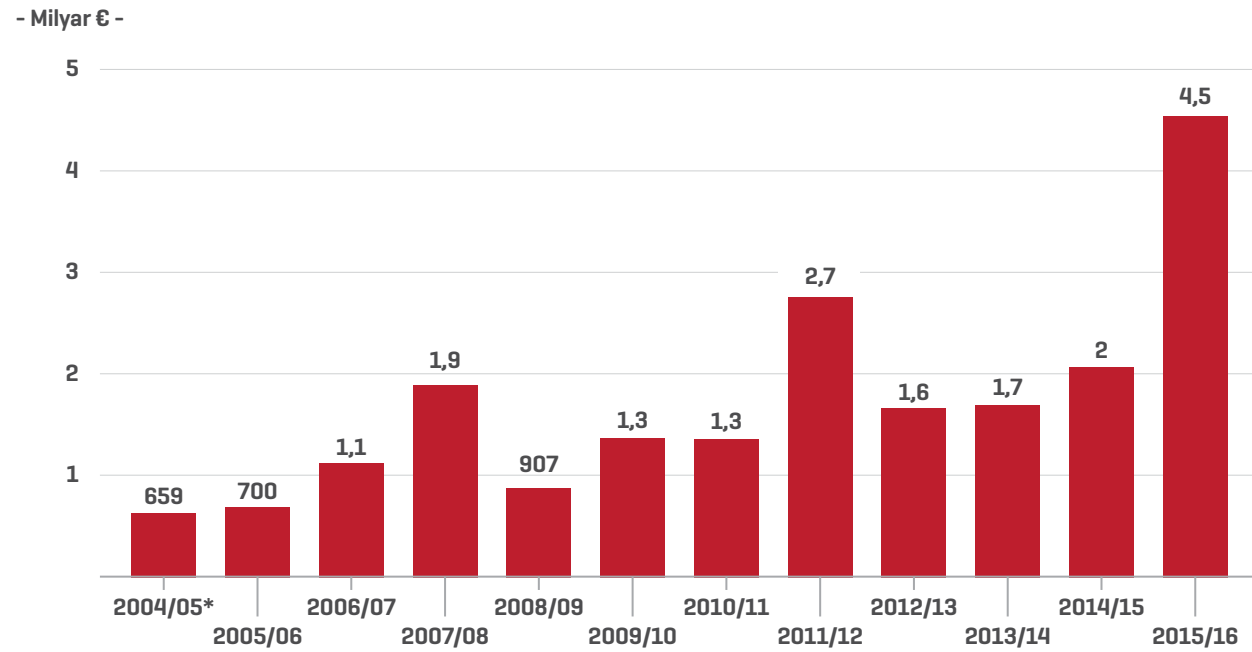
** Statista.com

UEFA Karlılığını Artırıyor

Küresel futbol endüstrisinin en büyük aktörlerinden biri olan UEFA, düzenlediği uluslararası turnuvalarla her geçen gün daha fazla kişiye ulaşırken, gelirlerini de büyük ölçüde artırmaya devam etmektedir. Bünyesinde yer alan 1.000'e yakın profesyonel ile Avrupa futbolunu yöneten kurumun en büyük bütçeli organizasyonları, UEFA Şampiyonlar Ligi, Avrupa Şampiyonası, UEFA Avrupa Ligi ve Süper Kupa'dır. Bugün futbol denildiğinde Dünya Kupası'ndan sonra en fazla takip edilen organizasyon olan UEFA Şampiyonlar Ligi'ni dünya genelinde 2 milyar kişi televizyondan seyredirken, 5 milyona yakın sporsever de turnuva boyunca stadyumlarda yerini almaktadır.

1960 yılından bu yana, her 4 yılda bir düzenlenen Avrupa Futbol Şampiyonası da futbolun küresel bir gösteri olarak nereden nereye geldiğinin en güzel örneklerinden biridir. En son Fransa'nın ev sahipliğinde düzenlenen 15. Avrupa Şampiyonası'nı 2,4 milyon sporsever stadyumlarda seyredirken, dünya genelinde 230 farklı ülkede yapılan canlı yayınlarla her maç 150 milyondan fazla kişiye televizyon aracılığı ile ulaşmıştır.

UEFA'nın 2004-2005 ile 2015-2016 futbol sezonları arasındaki toplam gelirleri *



* UEFA Financial Report 2015-2016, s.9

Şampiyonlar Ligi'nde 1,32 milyar Euro dağıtıldı

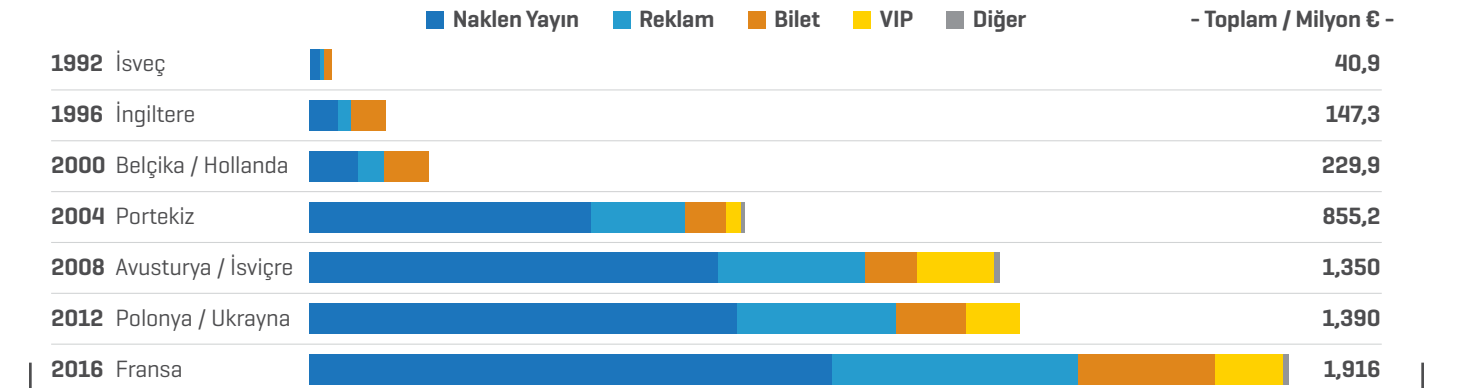
2016-2017 futbol sezonu UEFA Şampiyonlar Ligi organizasyonu sonunda naklen yayın gelirleri, bilet ve ağırlama gelirleri, ticari gelirler ve diğer gelir kalemlerinden toplam 2 milyar Euro kazanan UEFA, turnuvaya katılan kulüplere 1,31 milyar Euro dağıtmıştır. İngiltere'deki final maçında İtalyan temsilcisi Juventus'u 4 -1 yenerek şampiyon olan Real Madrid ise 89,5 milyon Euro kazanmıştır. 150'den fazla ülkede seyredilen, her maçta ortalama 43.000 kişinin stadyumlarda yer aldığı Şampiyonlar Ligi, Dünya Kupası'ndan sonraki en büyük futbol şöleni olarak adlandırılabilir.

Pazarlama havuzu, sportif performans ve naklen yayın gelirlerine göre son 5 sezonda Şampiyonlar Ligi'nden en fazla gelir elde eden kulüp ise 300 milyon Euro'ya yakın kazançla Juventus'tur. İtalyan ekibini, sırasıyla Real Madrid, Paris Saint Germain ve Monaco kulüpleri takip etmektedir.

EURO 2016'dan 1,9 milyar Euro gelir elde edildi

Şampiyonlar Ligi'nden sonra UEFA'nın en fazla gelir elde ettiği organizasyon, her 4 yılda bir gerçekleşen Avrupa Şampiyonası'dır. Turnuvanın son 7 yıllık gelir grafiğinden de anlaşılabacağı üzere, UEFA'nın Avrupa Şampiyonası'ndan da elde ettiği gelirler her yeni organizasyonda artış göstermektedir. 1992 yılında İsveç'te düzenlenen turnuvanın geliri 40,9 milyon Euro iken en son gerçekleştirilen organizasyonda toplam gelirler 1,9 milyar Euro'ya ulaşmıştır. Aşağıdaki tabloda yer alan gelir artışlarından da yola çıkarak, 2020 yılında gerçekleşecek Avrupa Şampiyonası'nın gelirlerinin 2,5 milyar Euro'yu geçeceği öngörülmektedir.

Yıllara göre UEFA'nın Avrupa Şampiyonası'dan elde ettiği gelirler *



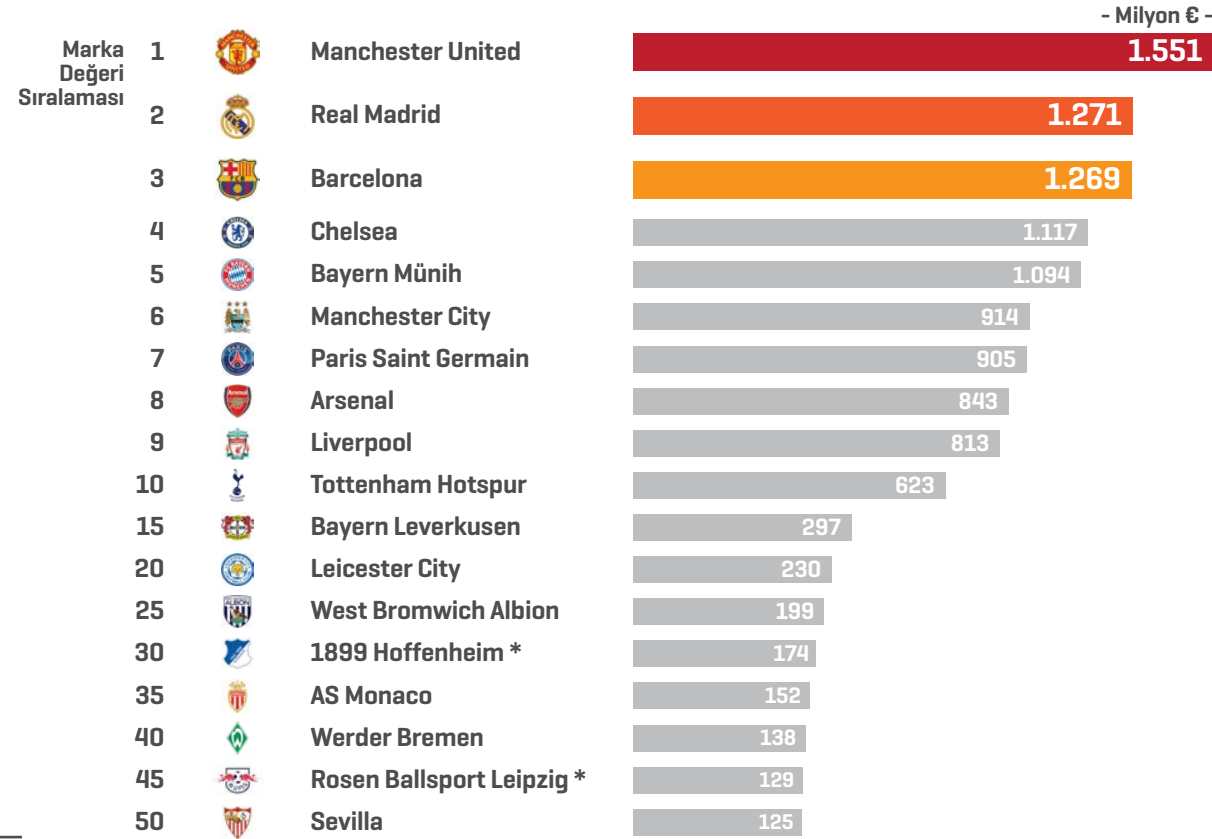
UEFA, 1,9 milyar Euro kazandığı turnuvada, 24 takıma toplam 301 milyon Euro para ödülü dağıtmış; diğer operasyonel harcamaları, futbol federasyonlarına verilen paylardan sonra eline kalan net karı ise 830 milyon Euro olmuştur. **UEFA'nın 2016 Avrupa Şampiyonası'ndan net karı, şampiyon olan Portekiz A Milli Futbol Takımı'nın kazancından tam 32 kat daha fazladır.**

* UEFA, Financial Report 2015- 2016, s.25

Dünyanın En Değerli Futbol Takımları

Kulüplerin sportif performanslarını parasal performansa dönüştürebildikleri oranda rekabet güçlerini arttırdığı küresel futbol pazarında, sürdürülebilir başarı döngüsünün bir başka göstergesi de “marka” olabilmektir.

2017 yılında “En Değerli 10 Futbol Markası” olan kulüpler ve listede yer alan kulüplerden bazıları



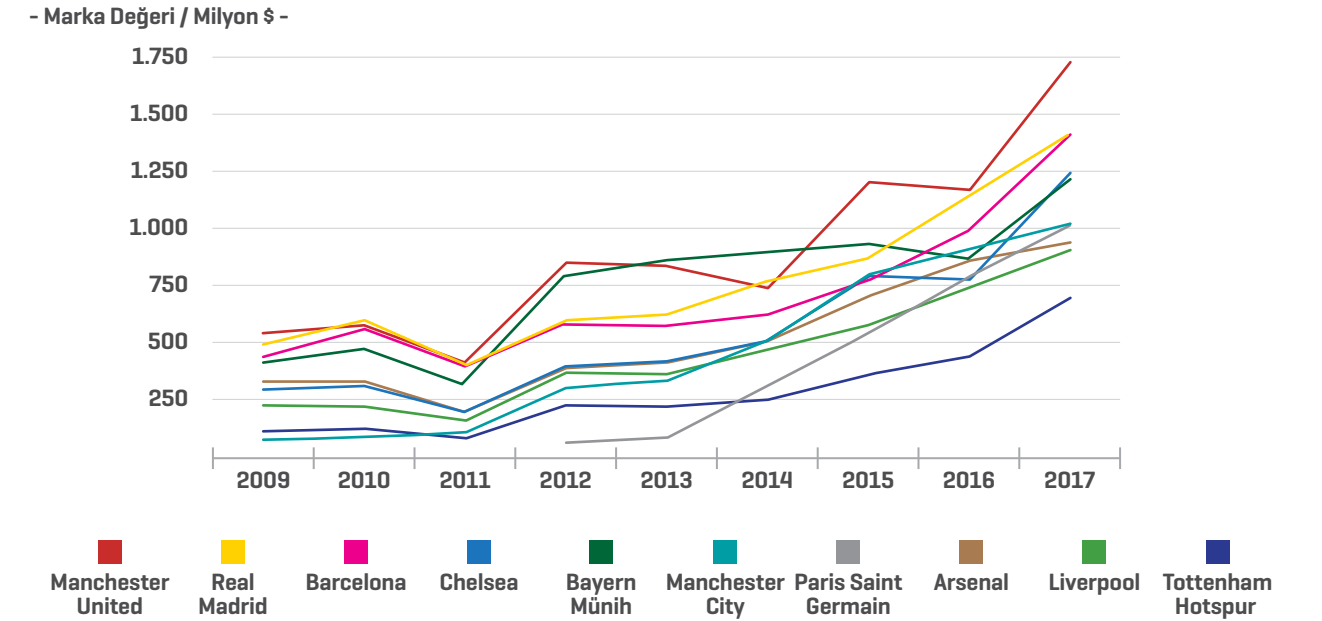
Geçmişten bugüne uzanan bütün başarılar, soyut değerler, tarihi referanslar, taraftarlarla kurulan aidiyet bağı, saygınlık ve güvenilirliğin yanı sıra bir spor kulübünün gelir ve karlılığı, popülerliği, kendi pazarında rakiplerine oranla sahip olduğu risk katsayısı uzun bir zaman dilimine yayılan markalaşma sürecindeki belirleyici unsurlardır. Kulüplerin yer aldıkları ligler de marka değerlerini doğrudan etkilemektedir.

* İlk kez listede

Leicester City'nin marka değerindeki yükseliş bu konudaki en çarpıcı örnektir. 2013-2014 sezonu sonunda Championship'ten Premier Lig'e yükselişi ile marka değerini 77 milyon Euro'ya çıkaran kulüp, “Dünyanın En Değerli 50 Futbol Markası” arasına 42. sıradan direkt girmiş; 2015-2016 futbol sezonu sonunda, tarihinde ilk kez kazandığı Premier Lig Şampiyonluğu ile de marka değerinde büyük bir sıçrama yapmıştır. Dünyanın en prestijli ligi Premier Lig'in şampiyonu olmak, mavi beyazlıların marka değerini de %182 oranında yükselterek 218 milyon Euro'ya ulaştırmıştır. 2014 yılında marka sıralamasına dahi giremeyen Leicester City, bu başarısıyla 2016 yılında dünyanın en değerli futbol markaları arasında 16. sırada yer almıştır. Kulüp, 2017 yılında ise 230 milyon Euro'luk marka değeri ile 20. sırada yer almıştır.

Dünyanın önde gelen marka değerlendirme ve strateji danışmanlık firmalarından Brand Finance'ın futbol markalarını incelediği ve en değerli 50 futbol markasını listelediği rapor, geçtiğimiz aylarda spor kamuoyu ile paylaşılmış; Manchester United 3. kez “Dünyanın En Değerli Futbol Markası” ünvanını elde etmiştir. 2015 yılından bu yana listenin ilk sırasında yer alan Manchester United, 700 milyon Euro'ya yaklaşan finansal geliriyle birlikte, marka değerini 1,1 milyar Euro'dan 1,5 milyar Euro'ya yükseltmiştir.

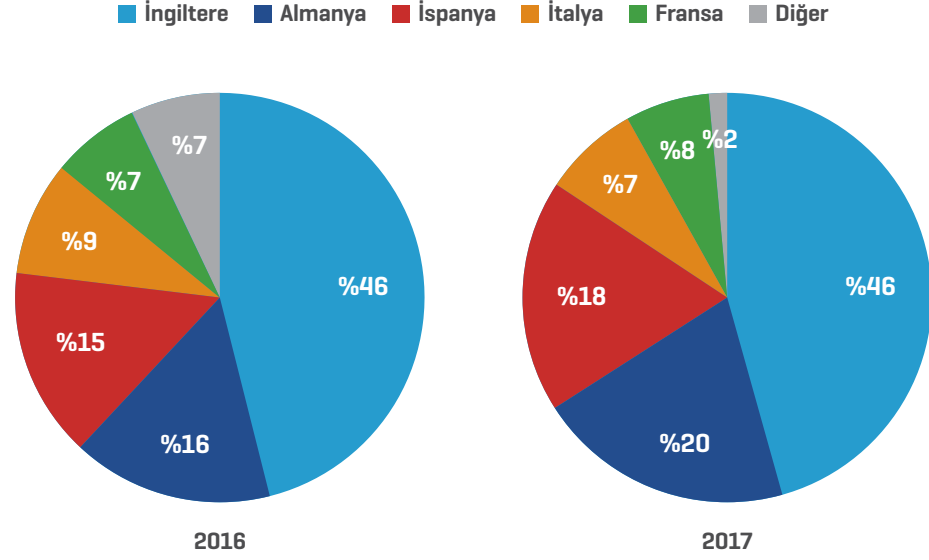
Dünyanın En Değerli 10 Futbol Markası ve son 9 yıldaki değişim hareketleri *



Bugün dünyanın en büyük futbol kulüplerinin ortak özelliği, kendilerine özgü sembolleri markalaştırmaları ve bu sayede rekabet üstünlüğü sağlamalarıdır. Diğer yandan her geçen gün büyüyen futbol pastasından sadece belli başlı kulüplerin pay alıyor olması, futboldaki hem sportif hem de finansal rekabeti ortadan kaldırma riskini de taşımaktadır.

* Euro / USD = 1,28 olarak baz alınmıştır.

“Dünyanın En Değerli 50 Futbol Markası” sıralamasında ülke bazında yüzdesel oranlar



“Dünyanın En Değerli 50 Futbol Markası” Araştırma Raporu’nun 2016 yılı ve 2017 yılındaki sıralamasına baktığımızda listede yer alan kulüplerin sayısına bağlı olarak ülkelerin yüzdesel ağırlıklarında bazı değişiklikler olduğunu görmekteyiz.

2016 yılındaki sıralamada, %1’lik orandaki “Diğer” kategorisinde yer alan Türkiye, listeye 39. sırada Galatasaray ve 45. sırada Fenerbahçe ile dahil olurken, 2017’deki listede maalesef yer alamamıştır. Bununla birlikte, Portekiz, Hollanda, İngiltere gibi ülkelerin de yüzdesel payında azalma olmuştur. Her geçen gün daha çok büyüyen futbol pazarıyla Rusya, ilk kez listeye bir kulüple dahil olurken, Alman kulüplerinin de sayısı 10’dan 14’e yükselmiştir.

Bournemouth, 1899 Hoffenheim, 1. FC Köln, Zenit, Burnley, RB Leipzig ve Eintracht Frankfurt kulüpleri ilk kez listede yer alırken, Real Madrid, Barcelona, Chelsea ve Bayern Münih kulüpleri Manchester United’ın ardından marka değeri 1 milyar Euro’yu aşan kulüpler olmuştur. %87’lik artışla marka değerini en fazla oranda arttıran kulüp Newcastle United’dır. Son iki yılda listede olmalarına rağmen marka değerinde kayıp yaşayan kulüpler ise Wolfsburg (%-11) ile Crystal Palace (%-3) olmuştur.

2017 yılına ait marka araştırmasının dikkat çeken bir diğer yanı ise Çin futboluna ayrılan özel bölümdür. Çin’deki futbolseverlerin potansiyeline ve tüketici davranışlarına dikkat çeken Brand Finance, Uzakdoğu’daki futbol endüstrisi içinde yeni gelir alanları yaratılabileceğinin altını çizmektedir.

Dünya Futbol Ekonomisinde Yeni Bir Güç; Çin Futbolu



Futbol kültürüne mental ve fiziksel olarak uzak bir coğrafya olarak bilinen Çin, son yıllarda astronomik rakamlarla transfer ettiği dünya yıldızları ile özellikle Avrupa futbol pazarında gündemdedir. Devlet Başkanı Xi Jinping’in 2012’den itibaren futbolu ulusal bir devlet politikası haline dönüştürmesiyle başlayan süreçte Çin’in en büyük hedefi, global futbol pazarının oyun kurucusu olmaktır.

Gençlerin Avrupa’daki futbol kültürü ile yetiştirilmesi esasına dayanan futbol kalkınma planı dahilinde Çin, yerel gücün kalitesinin artmasını hedeflerken sayısı 10 bin olan futbol okullarını 2025’e kadar 50 bine çıkarmayı planlamaktadır. Chengdu, Wuhan, Guangzhou, Dalian gibi pilot şehirlerde başlayan çalışmalar titizlikle takip edilirken, diğer yandan Çin futbolunun farkındalık yaratması ve Çin Süper Ligi’nin daha popüler olması için de global ölçekli yatırımlara devam edilmektedir. Wanda Projesi başta olmak üzere Avrupa’daki federasyonlarla yapılan işbirlikleri, Real Madrid, Bayern Münih, Manchester United gibi kulüplerle ortak yönetilen altyapı okulları, Evergrande Futbol Akademisi, Ronaldo Akademi Okulları ve yıldız futbolculara Çin futbolunun tanıtım elçiliği görevi verilmesi de bu yöndeki diğer çalışmalaradır.

Popüler futbol takımlarına özel sermayeler üzerinden sağlanan ciddi nakit akışı ise ülkedeki futbol ekonomisinin en belirgin özelliklerinden biridir. Örneğin, Çin’in en büyük gayrimenkul firmalarından Evergrande Group, Guangzhou Kulübü’nü satın almış, Shanghai Shenhua Kulübü’nün finansörü Singapurlu iş adamı Zhu Sun olmuştur. Spor kulüpleri bol sıfırlı rakamlarla dünya yıldızlarını renklerine bağlarken, Avrupa transfer piyasasının dengelerini de alt üst ettiği için eleştirilmekte, uzun vadede futbol ekonomisinin kalbi olan Avrupa Kıtası için bir tehdit unsuru olarak da görülmektedir.

Stadyumlardaki seyirci sayısı artıyor

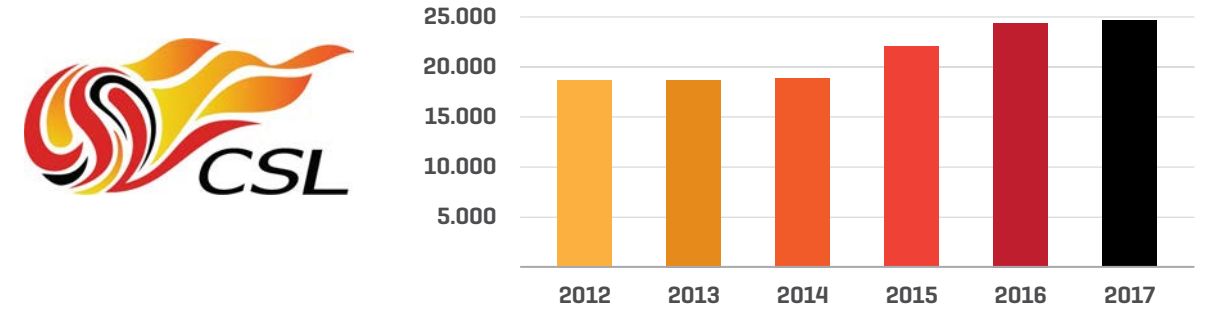
Hali hazırda 300 milyona yakın televizyon izleyicisi bulunan Çin Süper Ligi'nin, 3 yıllık internet yayın hakkı Le Sports'a aittir. Bugüne kadar ülke futboluna önemli yatırımlarda bulunan Le Sports, 3 yıl boyunca toplam 415 milyon Dolar ödeyeceği internet yayınlarında, Amerika, Kanada, Hindistan, Endonezya ve Doğu Asya ülkelerinde yaşayan 80 milyona yakın Çinli sporsevere ulaşmayı hedeflemektedir.



Lig şampiyonunun seyirci ortalaması 44.764

2011'den bu yana lig şampiyonu olan Guangzhou Evergrande, 44.764'lük seyirci ortalamasıyla İngiltere'de Liverpool'u, Chelsea'yi; Almanya'da Bayern Leverkusen'i, Hannover'ı; İspanya'da Atletico Madrid'i, Süper Lig'de bütün takımları geride bırakmıştır. Guangzhou Evergrande'nin maç biletleri 8 Euro ile 24 Euro, sezonluk kombine fiyatları ise 48 Euro ile 158 Euro arasında değişmektedir.

Çin Süper Ligi'nin 2012-2017 yılları arasındaki seyirci ortalamaları

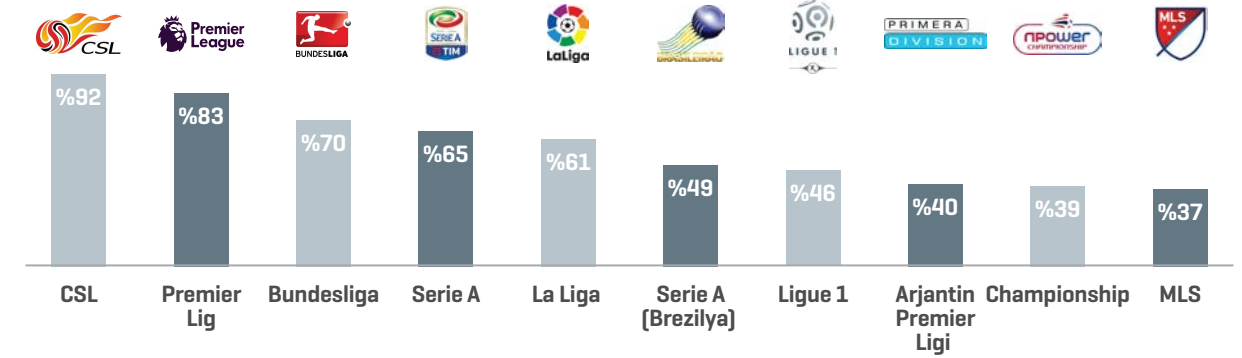


Alex Teixeira, Hulk, Oscar, Ramires gibi dünyaca ünlü yıldızları kadrolarına dahil ederek global futbol dünyasında bilinirliklerini ve saha içindeki oyun kalitelerini artıran Çin Süper Ligi takımları, tribünlerdeki seyirci sayılarını da bir o kadar yükseltmişlerdir. Son 5 yılda stadyumlardaki seyirci sayısı 4,4 milyondan yaklaşık 6 milyona ulaşmıştır.

Naklen yayın gelirleri 1,25 milyar Dolar

Dünyaca ünlü futbolcuların ülkeye gelmesiyle birlikte Çin Süper Ligi'nin yayın hakları pastası da büyüyerek dev bir pazara dönüşmüştür. 2015'de yerel kanallardan 9 milyon Dolar kazanan Çin Süper Lig'i, futbola olan ilginin artmasıyla birlikte 2016'da yeni bir yayın ihalesi düzenlemiş; naklen yayın hakları 5 yılına, Aot Dongli firmasına toplam 1,25 milyar Dolar'a satılmıştır.

Çin Süper Ligi ve diğer liglerin Çin'deki futbolseverler tarafından bilinirliği



Uluslararası arenada Çin sermayesi

Global futbol pazarındaki yabancı sermaye gücünü bölgelere göre ayırdığımızda %39'luk oranla en fazla Asya Kıtası'ndan yatırımcıların olduğunu görmekteyiz. Rus ve İtalyan kulüp patronlarının ardından son yıllarda Arap sermayesi de büyük liglerde kendini hissettirse de, yüzdesel anlamda çoğunluğu Asyalı yatırımcılar oluşturmaktadır. FIFA tarafından geçen yıl kasım ayında yapılan araştırmaya göre, 6 farklı ligde mücadele eden kulüpler içerisinde 9 tanesinin hisselerinin tamamı ya da çoğunluğu; 6 tanesinin ise hisselerinden bir bölümü Çin'li yatırımcılara aittir.

Premier Lig Maçları İçin Rekor Ücret

Çin'de ulusal ligin ardından en çok takip edilen liglerin başında Premier Lig gelmektedir. İngiliz liginin naklen yayın haklarını elinde bulunduran PPTV, 3 sezon boyunca ödeyeceği 700 milyon Dolar ile İngiltere dışında Premier Lig için en çok para ödeyen kanal olmuştur.

Çin menşei yatırımlardan bazıları ve yatırım maliyetleri *

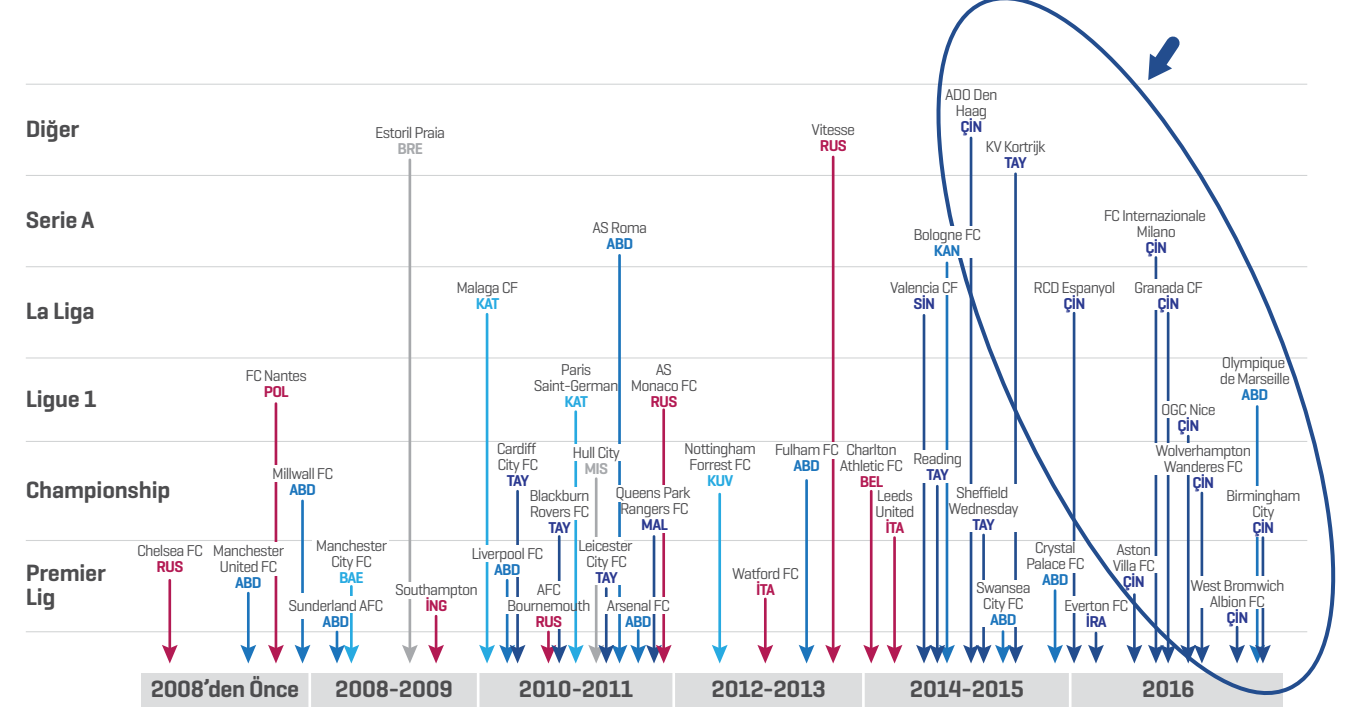
- Milyon \$ -



Avrupa futbolundaki Çin menşei yatırımların özünde finansal kazanım dışında stratejik bir amacın bulunduğu söylenebilir. “Dünyanın en büyük futbol pazarı olma” ideali yolunda, futbol yatırımlarını ulusal bir devlet politikasına dönüştüren ve her fırsatta İngiliz modelini örnek aldıklarını dile getiren Çinli yetkililer, küresel futbol dünyasındaki bütün gelişmelere de hakim olmanın öneminin bilincindedirler. Ülke dışındaki yatırımcıların Avrupa'daki farklı liglerde, farklı sistemlerle yönetilen başarılı kulüpler sayesinde global futbol pazarındaki işleyişi öğrenmesi, yönetsel aşamalarında varlık göstermesi de bu planın parçalarından biridir.

* Bloomberg, South China Morning Post, 14.10.2016

Avrupa'da liglere göre kulüp sahibi olan uluslararası yatırımcılar ve son yıllarda Çin yatırımlarındaki artış *



Milyon Dolarlık Formalar

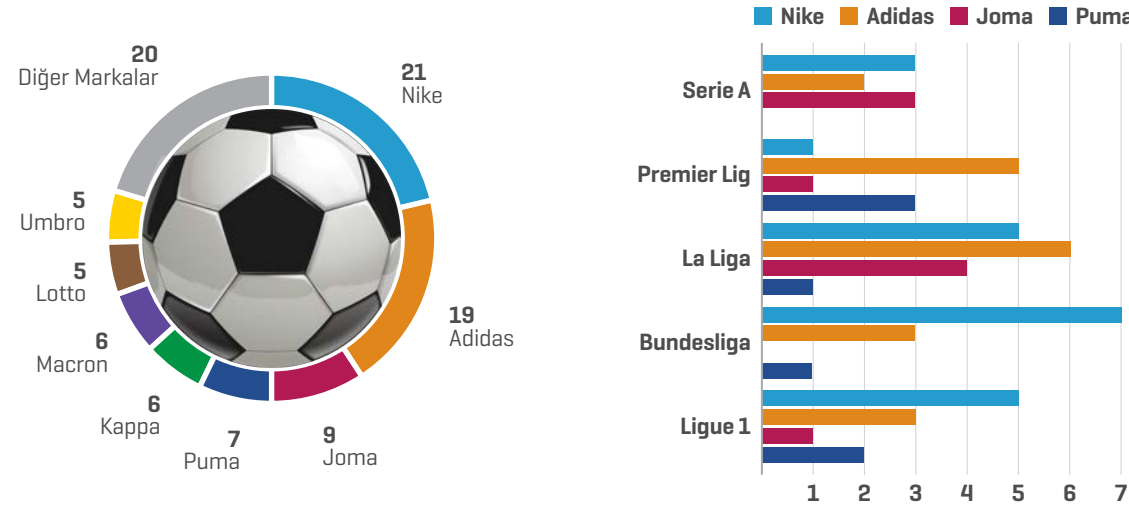
Geçmişten bugüne futbolun en romantik unsurlarından biridir formalar. Rengi, taşıdığı amblem, onunla efsaneleşmiş futbolcular, kazanılan kupalar; sevinç ve hüznlerle birlikte bir futbol takımının tarihine en yakından tanıklık etmişlerdir. Taraftarlar için kutsal sayılan; sporcular açısından ise profesyonelliğin getirdiği gerçeklerle daha çok sportif bir ekipman olarak görülen formalar, günümüz futbolunun geldiği son noktada milyon dolarlık reklam mecraları niteliğindedir.

Formalara reklam alınması ilk kez 1973 yılında Alman futbol takımlarından Eintracht Braunschweig'in Jagermeister markası ile olan işbirliğiyle başlamış; 1979'de Liverpool'un formasına Japon markası Hitachi'yi taşıması ise dünya futbolunda yeni bir akımın öncüsü olmuştur. Formalar, bu tarihten itibaren ticari bir reklam ve tanıtım aracı olarak görülmeye başlanmıştır. Liverpool-Hitachi işbirliğinin ardından Manchester United, sezon başına 500 bin Pound karşılığında formalarının göğsünde Sharp markasına yer vermiştir.

* UEFA Club Licensing Benchmarking Report: Financial Year 2015, 56

Özellikle son 15 yılda Avrupa futbolunda kulüplerin sportif başarıları ve yarattıkları marka değeri, formaların üretim ve reklam işbirlikleri konusunda pazarlık edebilme güçleri ile doğru orantılı bir hal almıştır. Dünya futbolunun en değerli markası olan 10 futbol kulübünün güncel forma göğüs reklamlarından elde ettiği gelirlerin toplamı 314 milyon Euro değerindedir. Bu takımların forma ve diğer spor ekipmanlarını üreten spor markalarından elde ettiği gelirlerin toplamı ise 420 milyon Euro'dur. Futbol endüstrisi, spor markalarının en çetin rekabet alanlarından biridir. Premier Lig, Bundesliga, Serie A, La Liga ve Ligue 1'de mücadele eden takımlar, 2016-2017 futbol sezonunda toplam 22 farklı spor markası ile işbirliğini tercih ederken; forma üretiminde rekabet, ağırlıkla Nike ve Adidas markaları arasında yoğunlaşmıştır. Her iki marka da 5 büyük ligde en az 1 takıma sponsor olmuştur.

2016-2017 sezonunda 5 büyük ligde mücadele eden takımların forma üreticisi olan spor markaları, adetleri ve yüzdesel dağılımları *



Serie A
11 marka



Premier Lig
10 marka



La Liga
8 marka



Bundesliga
8 marka



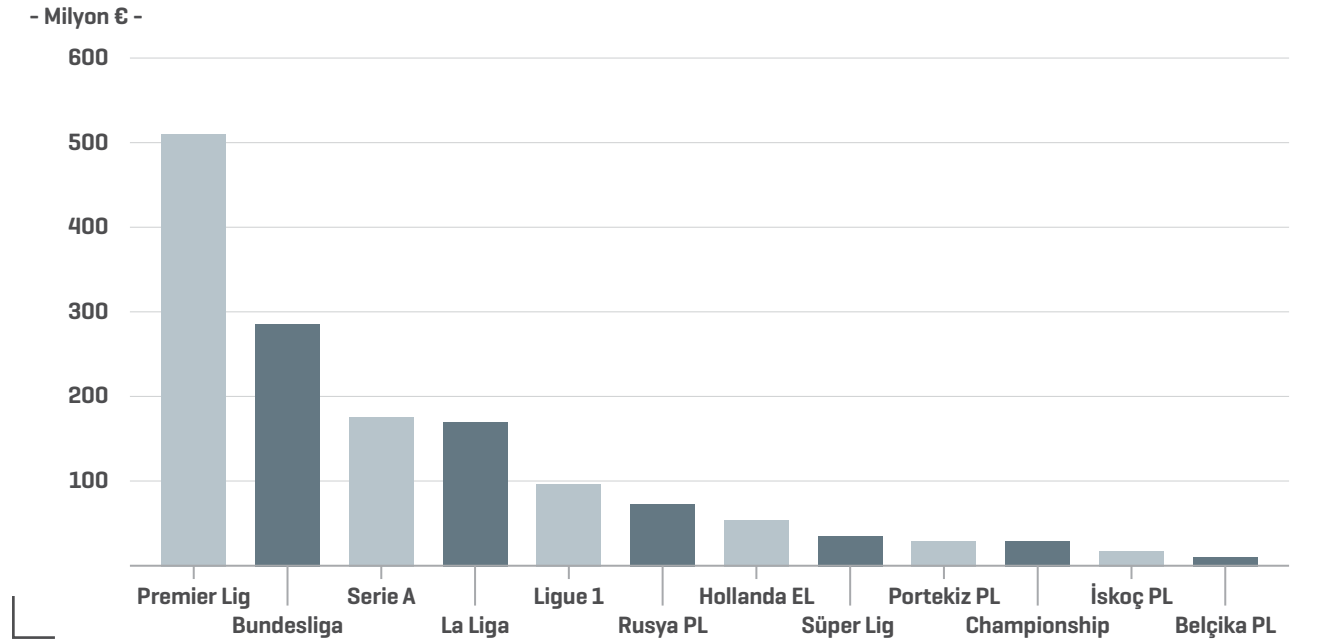
Ligue 1
11 marka

* sport.es

Bugün dünyanın en popüler spor markaları, sadece futbol takımları değil federasyonlar bazında da dev bütçeli anlaşmalara imza atmaktadır. İngiltere Futbol Federasyonu'nun bünyesindeki bütün milli takımların forma ve sportif ekipmanlarını üretecek olan Nike, 2030 yılına kadar sürecek anlaşma karşılığında İngiltere Futbol Federasyonu'na toplam 400 milyon Pound sponsorluk bedeli ödeyecektir.

Futbol formalarının ticari anlamda en değerli alanlarının başında ön kısımda yer alan ve "forma göğüs reklamı" olarak tanımlanan mecra gelirken; forma sırt ve kolları, şort, konç üstü, forma iç kısmı gibi bölümler de ticari alanlar olarak pazarlanmaktadır.

Liglere göre 2016-2017 sezonu forma ve şort sponsorlukları gelirleri *



Geçtiğimiz sezon, Avrupa'nın 12 farklı liginde toplam 2,85 milyar Euro değerindeki sponsorluk gelirlerinin %53'ünü forma reklamları ve forma üretiminden sağlanan gelirler oluştururken; lig bazındaki sıralamada sezonluk 512,3 milyon Euro'luk kazançla Premier Lig ilk sırada yer almıştır. Premier Lig'de forma üretim ve forma reklamlarından en fazla kazanan kulüp ise sezonluk 159,5 milyon Euro geliriyle Manchester United olurken; otomotiv, teknoloji, bankalar ve havayolları şirketleri gibi lige yatırım yapan markalara son yıllarda bahis firmaları da eklenmiştir. 2012-2013 futbol sezonunda Premier Lig ekiplerinden sadece 5 tanesi bahis şirketleriyle forma sponsorluğu yaparken, 2016-2017 sezonunda bu sayı 10'a yükselmiştir. Örneğin; 2016-2017 futbol sezonunda formasının göğsünde Maltalı bahis firması Betway'i taşıyan West Ham United, bu anlaşmadan sezon başına 10 milyon Pound kazanmaktadır.

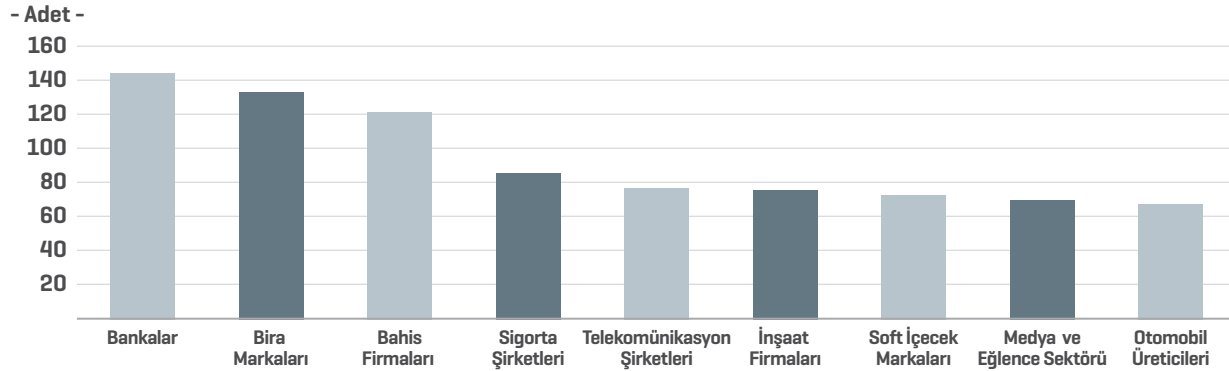
* <https://www.sportbusiness.com/sponsorship-insider/elite-european-football-generates-%E2%82%AC285bn-sponsorship-2016-17-exclusive-report-0>



Bahis firmaları ile yapılan forma sponsorluk anlaşmalarından ilk akla gelen örneklerden biri Real Madrid ile Bwin ortaklığıdır. İspanyol ekibin formalarının göğsünde yer almak için sezon başına **34 milyon Dolar** ödeyen Bwin, 2012-2013 futbol sezonunda da Manchester United'ın formalarının sırtında yer almış; bunun karşılığında kulübe sezonluk **2,4 milyon Pound** ödemiştir.



Bahis firmalarının Premier Lig ekipleri ile olan forma sponsorluk anlaşmalarının sayısı her geçen gün artmaktadır. 2012-2013 sezonunda 20 takımdan oluşan ligde sadece 5 takım formalarında bahis firmalarına yer verirken; 2016-2017 sezonunda bu rakam 10'a çıkmış, ligde mücadele eden ekiplerin **%50'si** formalarında bahis markalarından birini taşımıştır. Bunlardan birisi de West Ham United'dır. *



Sport Business'ın Avrupa'nın en büyük futbol liglerini kapsayan araştırmasına göre futbola en çok yatırım yapan sektörlerin başında bankacılık sektörü gelmektedir. 2016-2017 sezonunda, bankaların 144 farklı futbol takımı ile sponsorluk anlaşması bulunurken, ikinci sırada 132 kulüp ile iş ortaklığı bulunan bira markaları, üçüncü sırada ise 121 farklı futbol takımının formasında yer alan bahis firmaları gelmektedir.

Finansal kaynak aktarımına göre bir sıralama yaptığımızda ise liste başında uluslararası havayolu şirketi Emirates yer almaktadır. Arsenal'in hem forma göğüs sponsoru hem de stadyum isim sponsoru olan firma, Real Madrid, Milan, Benfica, Paris Saint Germain, Olympiakos, Hamburg gibi takımların formalarında yer almaktadır.

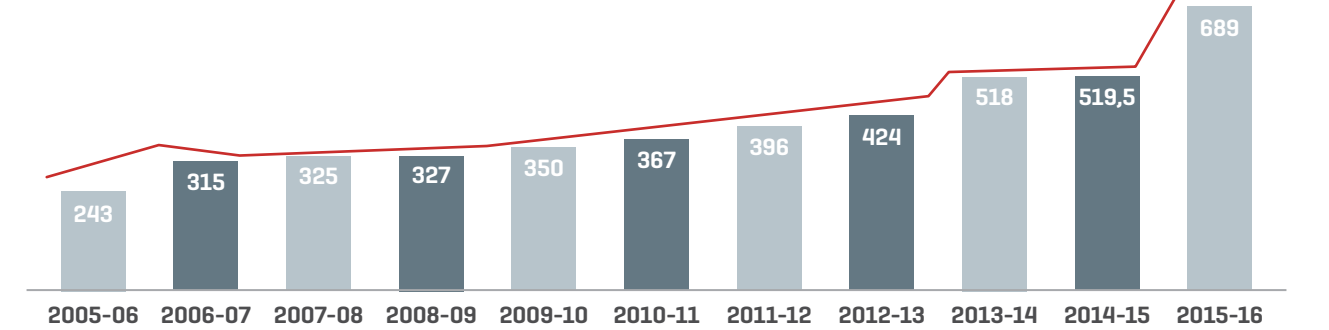
* Statista Research Report 2017

Manchester United

Geçmişten gelen başarı birikimini doğru finansal politikalarla birleştirerek, sportif başarı elde edemediği sezonlarda dahi kazanmaya devam eden bir kulüp olan Manchester United, 2015-2016 futbol sezonunda kazandığı 689 milyon Euro'luk gelirle, Deloitte Money League'de 11 yıldır birinci sırada olan Real Madrid'i de geçerek **"Dünyanın En Fazla Kazanan Kulübü"** olmuştur.

Manchester United'ın finansal başarısı, küresel futbol endüstrisinin geldiği noktayı özetlemek adına da isabetli bir örnektir. 2007-2008 sezonunda kazandığı UEFA Şampiyonlar Ligi Kupası, geçtiğimiz sezon ilk kez elde ettiği UEFA Avrupa Ligi şampiyonluğu dışında son 10 yılda uluslararası turnuvalarda Barcelona, Real Madrid gibi rakiplerinin gerisinde kalan kırmızı şeytanlar, buna rağmen her geçen gün gelirlerini arttırmaya devam etmektedir.

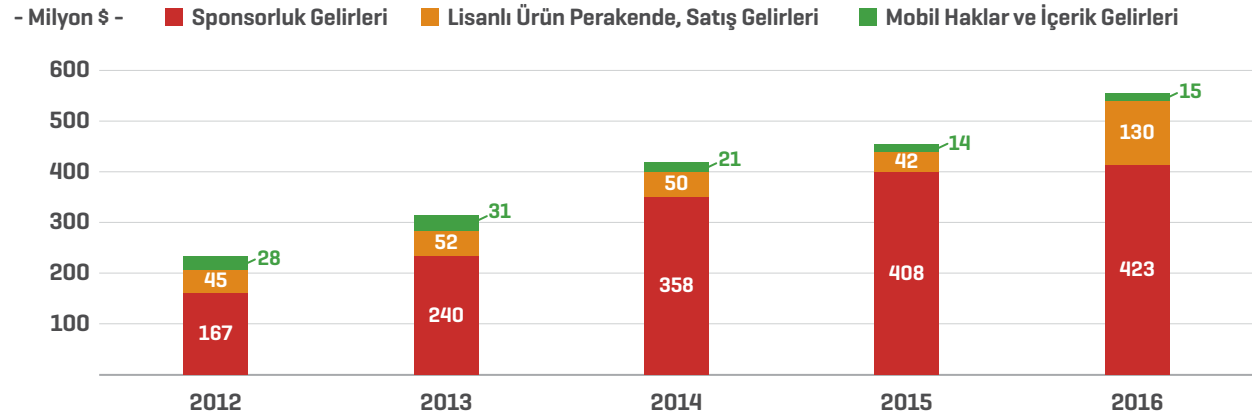
Manchester United'ın 2005-2006 ile 2015-2016 futbol sezonları arasındaki gelirleri - Milyon € -



Old Trafford'daki iç saha maçlarında ortalama 75.290 kişiyi ağırlayan Manchester United, Premier Lig'in en fazla seyirci ortalamasına sahip kulübüdür.

Manchester United'ın 1,5 milyar Euro'yu geçen marka değeri ile dünyanın en büyük futbol markası olduğunun bir diğer ispatı, kulübün ticari gelirleridir. 2014-2015 futbol sezonundaki ticari gelirlerini 100 milyon Euro artırarak 2015-2016 futbol sezonu sonunda 363,8 milyon Euro'ya taşıyan kulüp, ticari gelirler içinde de en fazla kazancı sponsorluklardan elde etmektedir. 185 milyon Euro'ya ulaşan sponsorluk gelirlerini, lisanslı ürün satışları takip etmektedir. Kulübün cep telefonu ve içerik paylaşımlarından elde ettiği gelirler de ticari gelirler içinde yer almaktadır.

2012-2016 yılları arasında Manchester United'ın ticari gelirleri



Geçtiğimiz yıl 3 milyona yakın forma satan Manchester United, bu satışlardan da ciddi bir gelir elde etmiştir. Dünya genelinde toplam 750 milyon taraftarı olduğu tahmin edilen, sadece televizyondaki maç yayınlarıyla dahi bir sezonda 2 milyar kişiye ulaşabilen kırmızı şeytanlar, sahip olduğu bu büyük potansiyeli de başarılı bir şekilde kazanca çevirebilmekte; teknolojinin sunduğu fırsatlar sayesinde dünyanın farklı bölgelerindeki sporseverlere aynı anda ve kolayca ulaşabilmektedir.

107 milyon takipçi

Sosyal medyada en çok takip edilen kulüplerden biri olan Manchester United'ın Ekim 2017 itibarıyla sadece Twitter, Instagram ve Facebook hesaplarındaki takipçi sayısı toplam 107 milyondur.

Taraftarların aidiyet duygusunu her zaman sıcak tutan kulüp, bu sayede de ciddi bir gelir elde etmektedir. Örneğin, 2015-2016 sezonunda sadece mobil haklar ve içerik gelirlerinden 14,6 milyon Dolar kazanılmış; kulübün internet televizyonu olan MUTV üyeliklerinden (aylık üyelik ücreti ülkelere göre 1-6,3 Pound arasında değişmektedir) ise yılda 80 milyon Pound gelir elde edilmiştir.



Manchester United yaz aylarında kamp yaptığı bölgelerde de kazanmaya devam etmektedir. “Trophy Tour” olarak adlandırdıkları organizasyonlarla dünyanın farklı bölgelerinde, yıldız futbolcularını sporseverlerle buluşturan İngiliz devi, en son New York Yankeess ile partnerlik anlaşması imzalamış; kulübün sezon öncesi Amerika'daki yaz kampını bizzat Yankees organize etmiştir. Bu arada Amerika'daki New York Yankees mağazalarının birçoğunda da Manchester United lisanslı ürünleri satılmaktadır.

Manchester United'ın globalleşme stratejisinin en önemli unsuru pazarlama politikalarıdır. Dünyanın farklı bölgelerinde bulunan milyonlarca taraftarını anlayabilmek, beklentileri karşılayabilmek adına her yıl milyon Dolar'lık araştırmalar yapan kulüp, tıpkı bir hızlı tüketim ürünleri markası gibi yaptığı araştırmaları masaya yatırmakta ve taraftarlarına uygun ürün ve hizmetleri piyasaya sunmaktadır. Bunu yaparken de yerelliği unutmadan, taraftarlarla iletişimini çoğu kez o bölgenin resmi dili üzerinden yürütmektedir. Spor endüstrisindeki ilkleri ile de dikkat çeken United, Uzak Doğu pazarına da ilk açılan kulüptür. İngiltere dışındaki taraftarlarına stadyum atmosferini yaşattığı restoran zincirleri ile fark yaratmıştır. Manchester United Cafe, Jakarta'dan Mumbai'ye; Delhi'den Seul'a kadar farklı coğrafyalarda hizmet vermektedir.

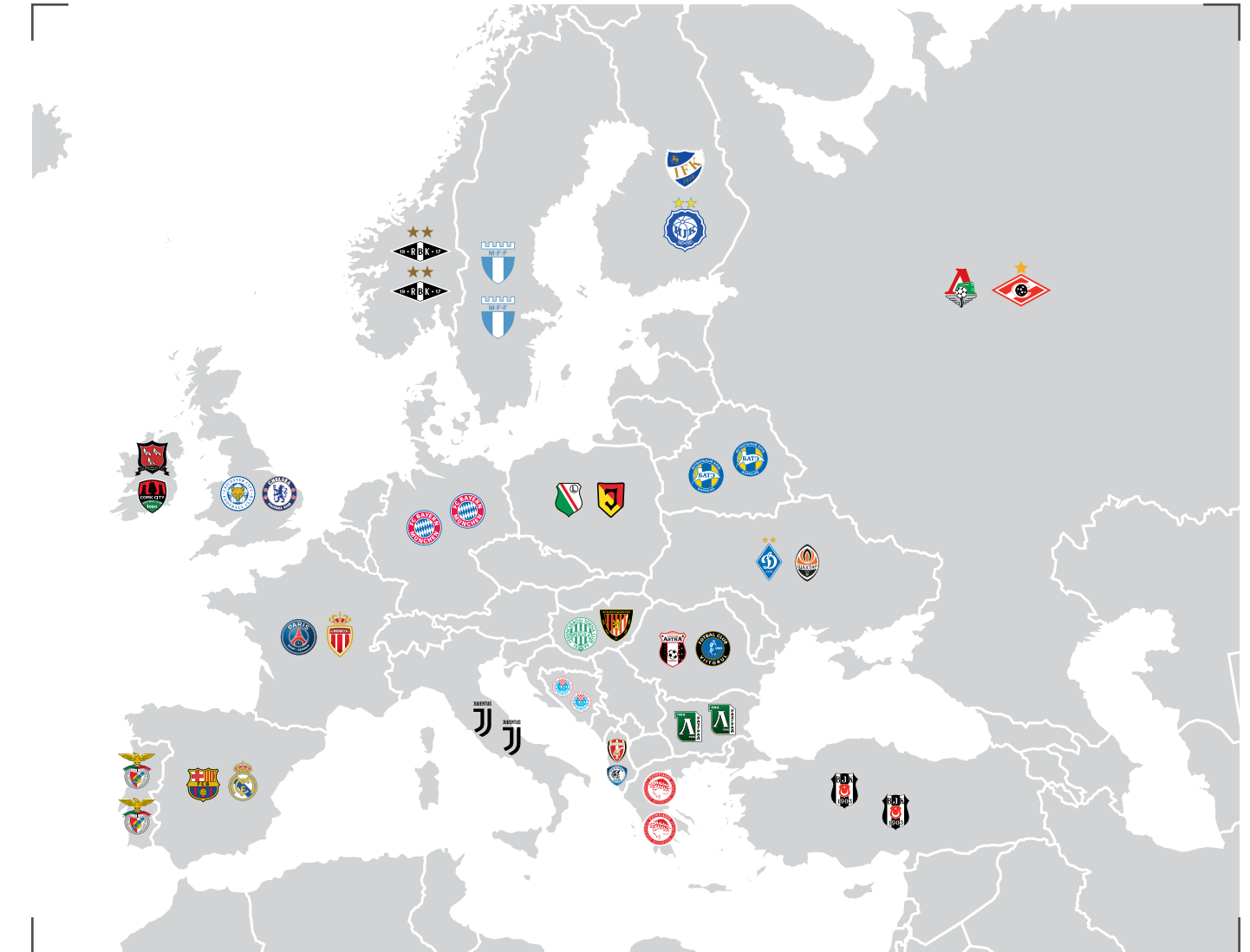
Kulübün sportif başarıdan bağımsız bir şekilde artan gelirlerine bir diğer örnek de naklen yayın gelirleridir. 190 ülkedeki naklen maç yayınları ile yaklaşık 1 milyar kişiye ulaşan Premier Lig'in en çok izlenen ve takip edilen takımı olan Manchester United'in taraftar potansiyeli, Premier Lig'in naklen yayın gelirlerindeki gücüyle birleşince kulübün her sezon kasasına giren naklen yayın gelirleri de artış göstermektedir.

2015-2016 futbol sezonunda Premier Lig maçlarının yayınlarından 96,4 milyon Pound kazanan kırmızı beyazlılar, yenilenen naklen yayın sözleşmesinin de etkisiyle %46,3'lük bir gelir artışı yaşamıştır. 2016-2017 futbol sezonunda ligi 6. sırada bitiren kırmızı şeytanlar, toplam 141,1 milyon Pound'u kasasına götürmüştür.

Premier Lig kulüplerinin 2016-2017 futbol sezonundaki naklen yayın gelirleri

	İngiltere Naklen	Eşit Pay	Tesis Ücretleri	Liyakat Geliri	Denizaşırı Yayınlar	Merkezi Reklam	Toplam Gelir
Chelsea	28	35,301,989	32,827,014	38,832,180	39,090,596	4,759,404	150,811,183
Tottenham Hotspur	25	35,301,989	29,418,765	36,890,571	39,090,596	4,759,404	145,461,325
Manchester City	28	35,301,989	32,827,014	34,948,962	39,090,596	4,759,404	146,927,965
Liverpool	29	35,301,989	33,963,097	33,007,353	39,090,596	4,759,404	146,122,439
Arsenal	25	35,301,989	29,418,765	31,065,744	39,090,596	4,759,404	139,636,498
Manchester United	28	35,301,989	32,827,014	29,124,135	39,090,596	4,759,404	141,103,138
Everton	18	35,301,989	21,466,184	27,182,526	39,090,596	4,759,404	127,800,699
Southampton	15	35,301,989	18,057,935	25,240,917	39,090,596	4,759,404	122,450,841
AFC Bournemouth	13	35,301,989	15,785,769	23,299,308	39,090,596	4,759,404	118,237,066
West Bromwich Albion	11	35,301,989	13,513,603	21,357,699	39,090,596	4,759,404	114,023,291
West Ham United	15	35,301,989	18,057,935	19,416,090	39,090,596	4,759,404	116,626,014
Leicester City	16	35,301,989	19,194,018	17,474,481	39,090,596	4,759,404	115,820,488
Stoke City	10	35,301,989	12,377,520	15,532,872	39,090,596	4,759,404	107,062,381
Crystal Palace	14	35,301,989	16,921,852	13,591,263	39,090,596	4,759,404	109,665,104
Swansea City	10	35,301,989	12,377,520	11,649,654	39,090,596	4,759,404	103,179,163
Burnley	10	35,301,989	12,377,520	9,708,045	39,090,596	4,759,404	101,237,554
Watford	13	35,301,989	15,785,769	7,766,436	39,090,596	4,759,404	102,704,194
Hull City	10	35,301,989	12,377,520	5,824,827	39,090,596	4,759,404	97,354,336
Middlesbrough	13	35,301,989	15,785,769	3,883,218	39,090,596	4,759,404	98,820,976
Sunderland	10	35,301,989	12,377,520	1,941,609	39,090,596	4,759,404	93,471,118
		706,039,780 £	407,738,103 £	407,737,890 £	781,811,920 £	95,188,080 £	2,398,515,773 £

Avrupa Futbolunun 2015-2016 / 2016-2017 Sezonu Şampiyonları



SÜPER LİG'İN FİNANSAL VERİLERİ

MAÇ GÜNÜ GELİRLERİ

Maç Günü Gelirleri

Maç günü gelirleri, kulüplerin uzun vadeli finansal başarısının en büyük etkenlerinden biridir. Hem seyirci ortalaması hem de bilet ve kombine satışları, kurumsal ağırlama vb. organizasyonlardan elde edilen gelirler açısından Avrupa futbolunda İngiltere, Almanya, İspanya gibi ülkeleri örnek gösterebiliriz. Premier Lig, Bundesliga ve La Liga'da son yıllarda stadyumdaki taraftarlar kadar stadyum dışındakilere yönelik de çeşitli pazarlama ve satış odaklı projeler sunulmaktadır. Saha içindeki oyunun kalite ve coşkusu, stadyum dışında da eğlence ve tüketim alışkanlıklarıyla birleştirebilen Manchester United, Barcelona, Real Madrid, Borussia Dortmund gibi kulüpler, seyirci kapasitelerini doldurmuş olmalarına rağmen stadyum alanlarındaki gelirlerini her geçen gün artırmaya devam etmektedirler.

Avrupa'da en fazla maç günü geliri elde eden kulüpler



Stadyumların sadece maç oynanan alanlar değil, aynı zamanda spor kulüplerine yılın her döneminde gelir getirebilecek yapılar olduğu ülkemizde yeni yeni kabul görürken son birkaç yılda yapılan yeni stadyumlar da bu anlayışla hizmet vermeye başlamıştır. 1959-1960 sezonundan bu yana devam eden ve geçtiğimiz sezon da dahil olmak üzere 59 futbol sezonunu geride bırakan Süper Lig'de, toprak sahalardan hibrit çimlere, beton duvarlardan 5 yıldızlı otelleri aratmayacak konforlu localara kadar değişimin belki de en fazla hissedildiği yer stadyumlardır.

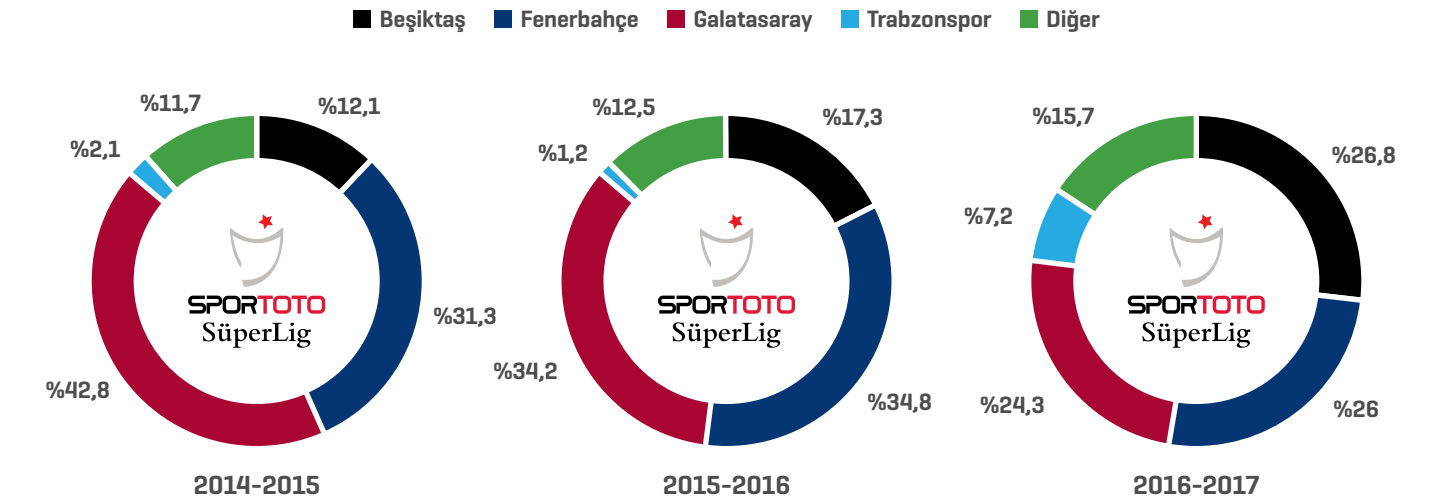
Günümüzde spor kulüplerinin hem marka değeri ve prestij unsuru olarak hem de sürdürülebilir finansal getiri açısından en büyük gelir kalemlerinden biri olan modern stadyumlar, Avrupa liglerinde olduğu gibi ülkemizde de sportif başarı ve finansal yarışın da değişmez aktörlerinden biridir.

Türk futbolunun son 3 sezonuna baktığımızda takımların kadrolarına dahil olan yıldız futbolcular, yenilenen veya sıfırdan yapılan yeni stadyumlarla birlikte kulüplerin maç günü gelirlerinin de giderek yükseldiğini söylemek mümkündür. Konya Büyükşehir Belediye Stadyumu, Yeni Antalya Stadyumu ve Vodafone Park yakın zamanlı örneklerdir. 2014-2015 futbol sezonunda 210,5 milyon TL maç günü geliri elde eden Süper Lig, 2015-2016 futbol sezonunda maç günü gelirlerini 270,7 milyon TL'ye yükseltmiştir. Son 3 sezonda Süper Lig'in maç günü gelirleri toplamı 742,7 milyon TL'ye ulaşmıştır.

Maç günü gelirlerinin yüzdesel dağılımına baktığımızda, son 3 sezonda ligin maç günü gelirlerinin %83,2'sinin 3 büyük takım tarafından paylaşıldığını söyleyebiliriz. 2016-2017 futbol sezonunda yeni stadyumuna kavuşan Trabzonspor, sezonun ikinci yarısında sportif performansında yarattığı yükselişle birlikte maç günü gelirlerini ciddi anlamda artırmıştır.

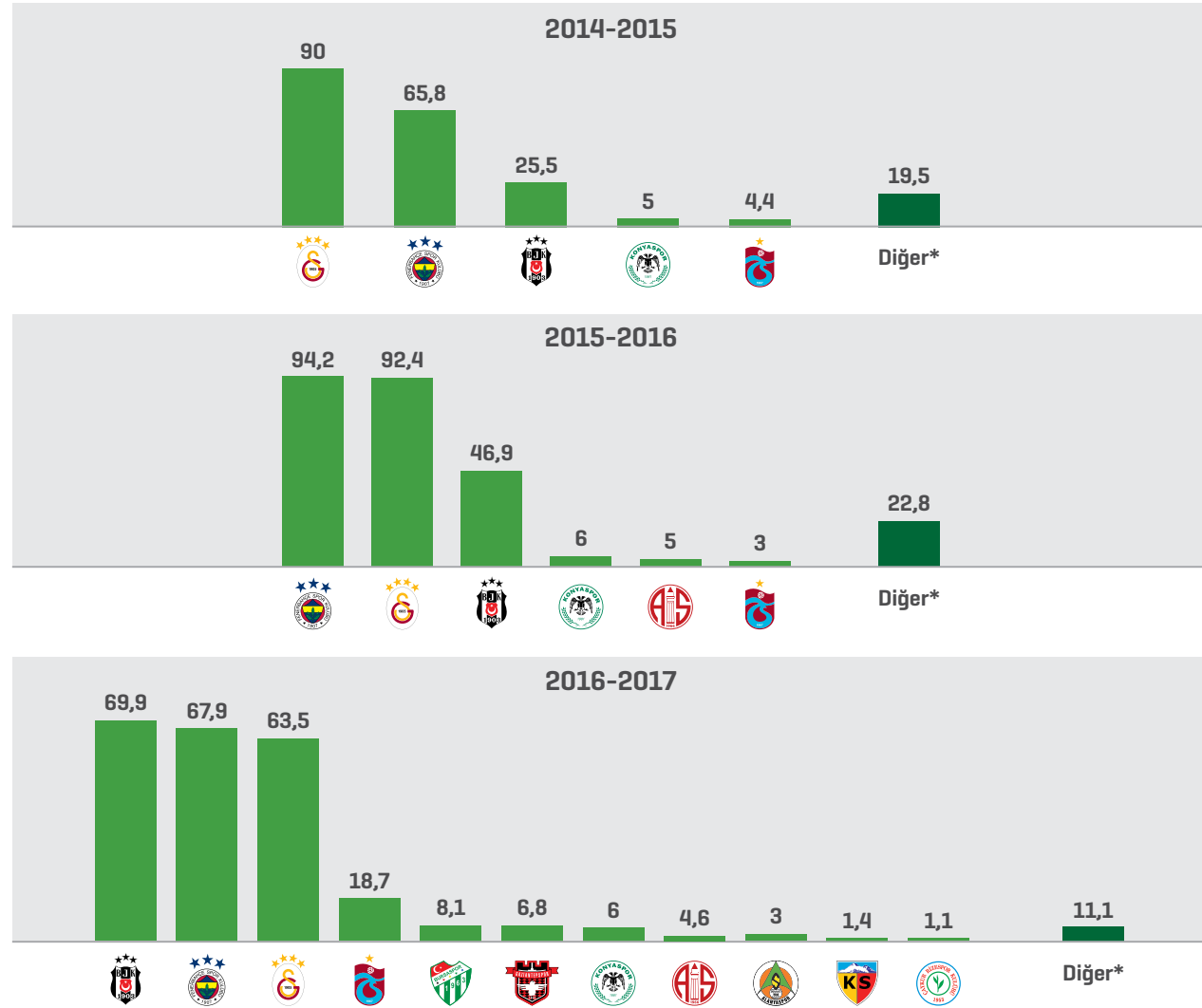
2016-2017 futbol sezonunda 3 büyüklerin maç günü gelirleri ortalaması 67,1 milyon TL iken, ligin diğer 15 takımının maç günü gelirlerinin ortalaması 4 milyon TL'dir.

Süper Lig'in son 3 sezondaki maç günü gelirlerinin yüzdesel oranları



Son 3 Sezonun Maç Günü Gelirleri

Son 3 sezonda maç günü gelirlerini beyan eden Süper Lig takımları ve diğer takımlar
- Milyon TL -



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

3 sezonda 3 farklı lider

Son 3 futbol sezonunda ligin en fazla maç günü geliri kazanan takımları 3 büyüklerdir. 2014-2015 futbol sezonunda 90 milyon TL maç günü geliriyle ligin zirvesinde Galatasaray yer alırken; 2015-2016 futbol sezonunda maç günü gelirlerini %28 oranında artırarak 270,7 milyon TL'ye ulaşan Süper Lig'de, en fazla kazanan 94,2 milyon TL ile Fenerbahçe olmuştur. Son iki sezonun şampiyonu Beşiktaş, 2016-2017 futbol sezonunda toplam maç günü gelirlerinin %26'sına denk gelen geliriyle ligin en fazla maç günü geliri kazanan takımıdır. Siyah beyazlı ekip, 2015-2016 futbol sezonunda 46,9 milyon TL olan maç günü gelirlerini, 2016-2017 sezonunda 69,9 milyon TL'ye çıkarmıştır.

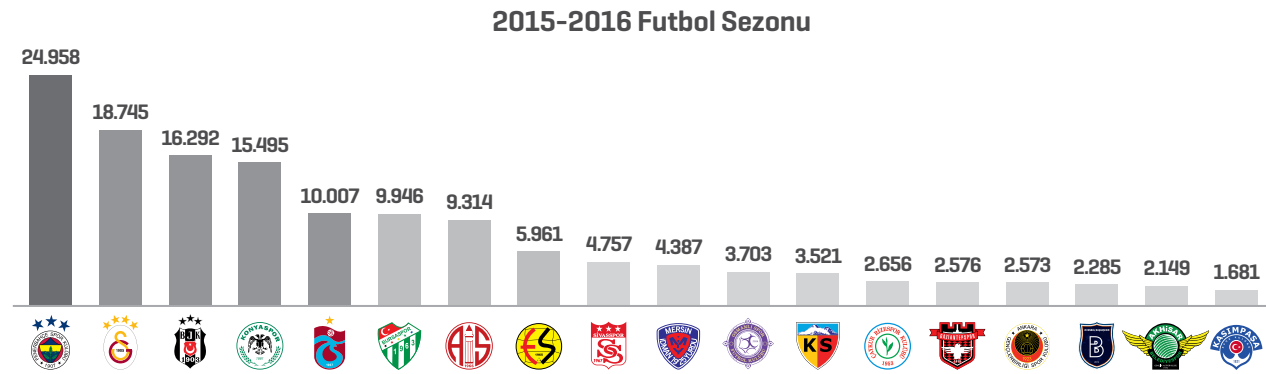
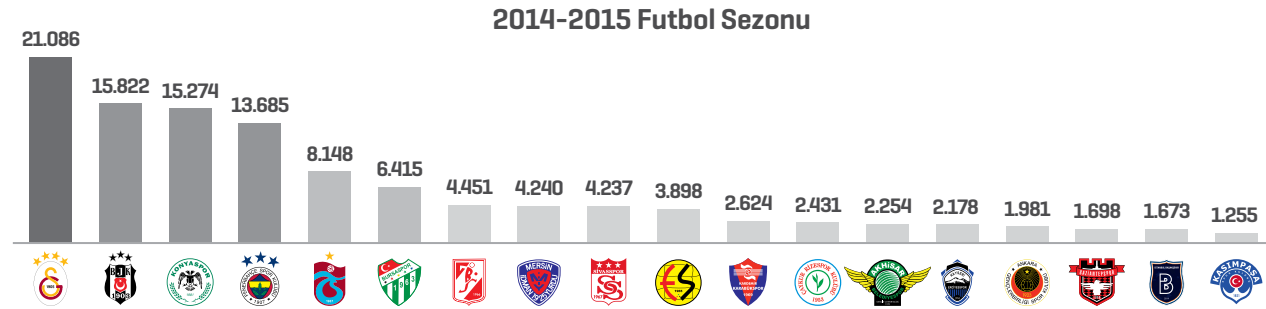


Son 3 futbol sezonu boyunca Süper Lig'deki bütün resmi maçlar için 3.9 milyon; sadece lig maçları için 2.9 milyon bilet satılmış; stadyumlarda 7.2 milyon kişi maç seyretmiştir.

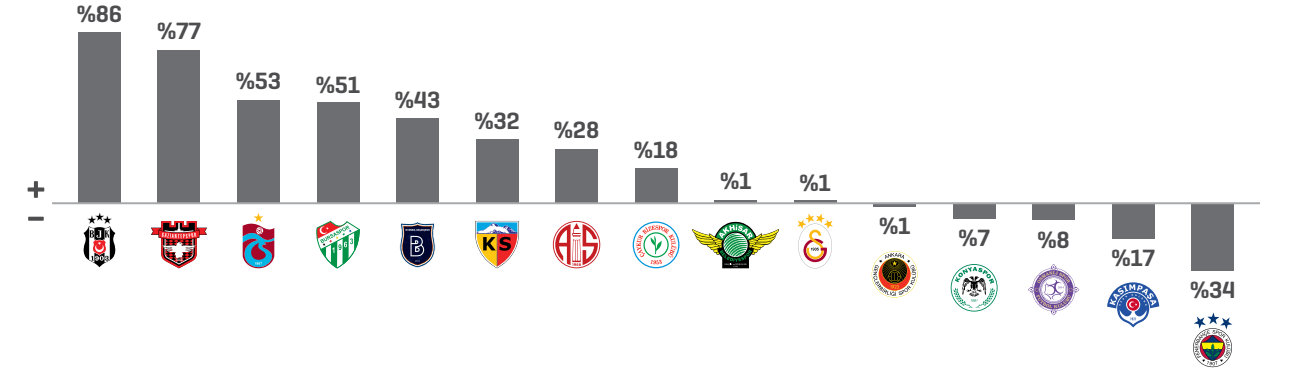
2014-2015 futbol sezonunda maç günlerinde stadyum gişelerinden bilet alma oranı %32,1 iken, 2016-2017 futbol sezonunda bu oran %11,2'ye gerilemiştir.

Seyirci Ortalamaları

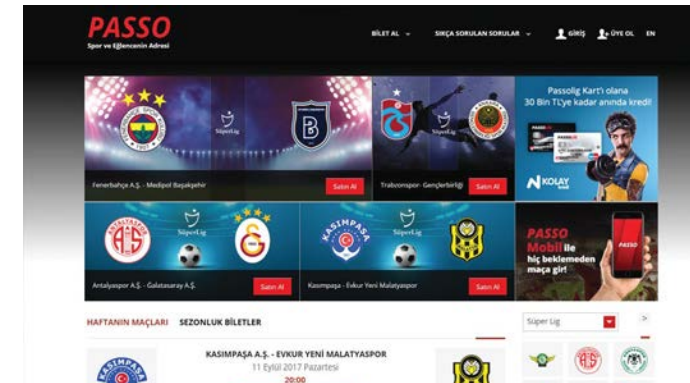
■ 5.000'den Az ■ 5-10.000 Arasında ■ 10-20.000 Arasında ■ 20-30.000 Arasında ■ 30.000'den Fazla



Son iki sezonda Süper Lig'de yer alan takımların seyirci ortalamalarındaki artış / azalış oranları



- ▶ 2016-2017 futbol sezonunda Süper Lig'in seyirci ortalamasında %6 oranında bir artış yaşanmıştır. Süper Lig'in 2015-2016 futbol sezonunda 8.395 olan seyirci ortalaması, 2016-2017 sezonunda 8.940'a yükselmiştir.
- ▶ Lig'de ortalama seyirci sayısını en fazla artıran kulüpler Beşiktaş, Gaziantepspor ve Trabzonspor'dur.
- ▶ Seyirci sayısında en fazla düşüş yaşayanlar sırasıyla Fenerbahçe, Kasımpaşa ve Osmanlıspor olmuştur.



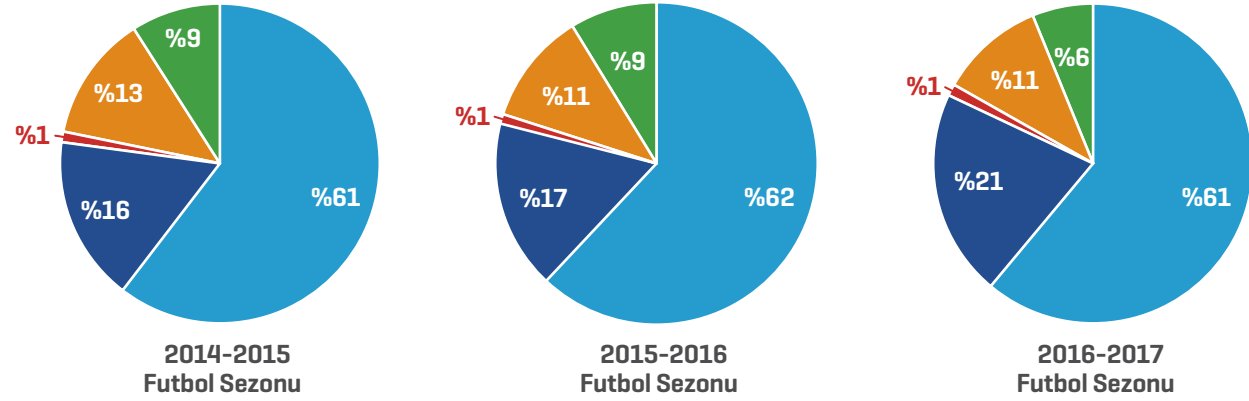
Son 3 sezon boyunca Süper Lig'de satılan 2.9 milyon adet maç biletinin %61'i www.passo.com.tr'den satın alındı.



Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligleri'ndeki maçlardan son 3 sezonda toplam **46,3 milyon TL** maç hasılatı elde edildi.

Süper Lig ve TFF 1. Lig, UEFA Şampiyonlar Ligi, UEFA Avrupa Ligi, Ziraat Türkiye Kupası, hazırlık maçları ve şampiyonluk kutlamalarındaki seyirci sayılarına göre son iki sezonun seyirci dağılımı

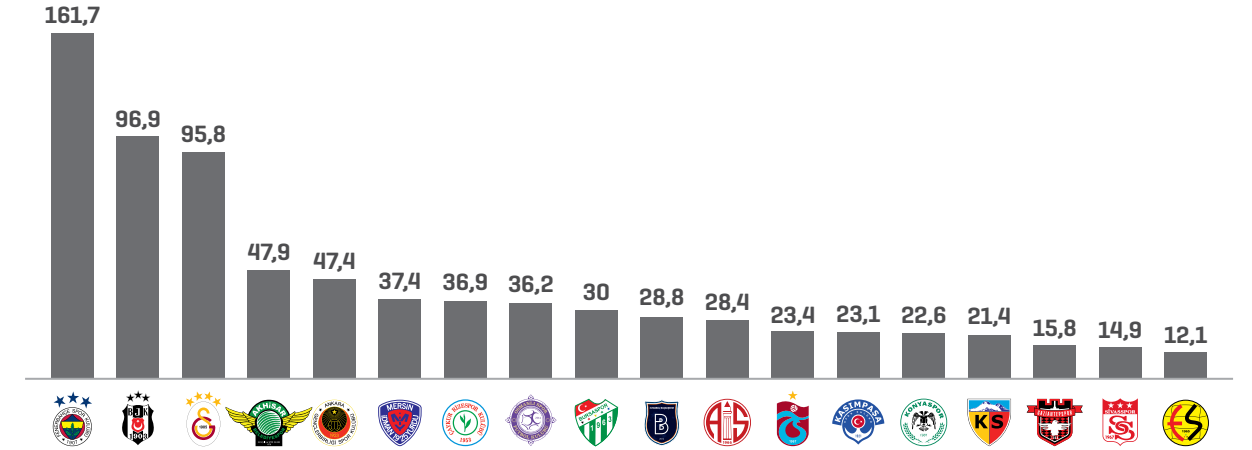
■ Süper Lig ■ TFF 1. Lig ■ Hazırlık-Şampiyonluk Kutlaması ■ UEFA Şampiyonlar Ligi-UEFA Avrupa Ligi ■ Ziraat Türkiye Kupası



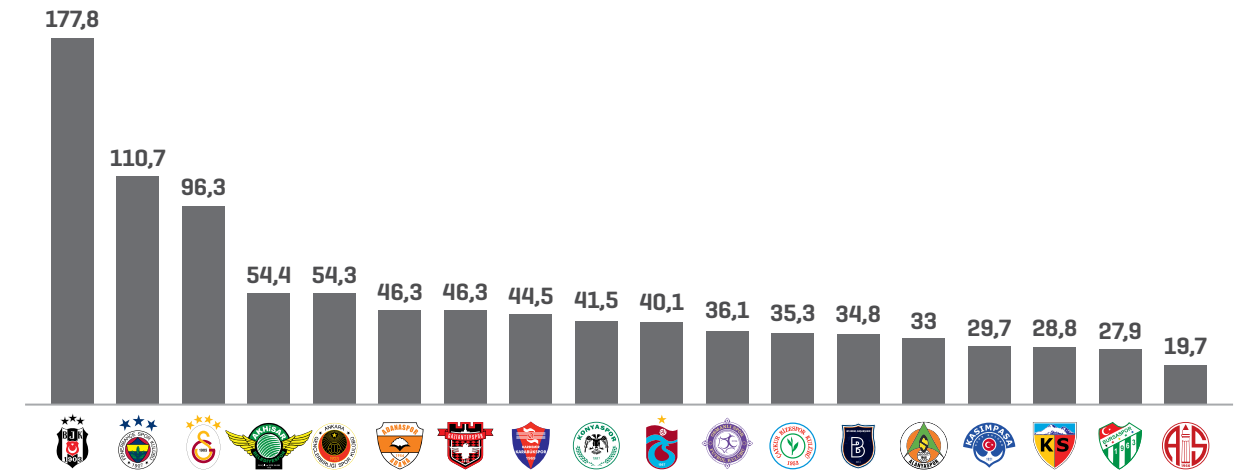
En fazla seyircili derbi;
FENERBAHÇE-GALATASARAY

2016-2017 futbol sezonunun 11.haftasındaki Fenerbahçe-Galatasaray derbisini, Ülker Stadyumu Fenerbahçe Şükrü Saraçoğlu Spor Kompleksi'nde **44.501** taraftar izlemiştir.

2015-2016 Futbol Sezonu Bilet Başına Ortalama Gelir *
- TL -



2016-2017 Futbol Sezonu Bilet Başına Ortalama Gelir *
- TL -



* 2015-2016 ve 2016-2017 futbol sezonlarında Süper Lig'de sezon boyunca satılan bilet fiyatlarından derlenerek oluşturulmuştur.

NAKLEN YAYIN GELİRLERİ

Yayın gelirleri 21 yılda 10 katına çıktı

Türkiye’de 1996-1997 futbol sezonunda yıllık 40 milyon Dolar’a ihale edilerek başlayan futbol maçlarının yayın hakkı değeri, 21 yılda 500 milyon Dolar’a yükselmiştir.

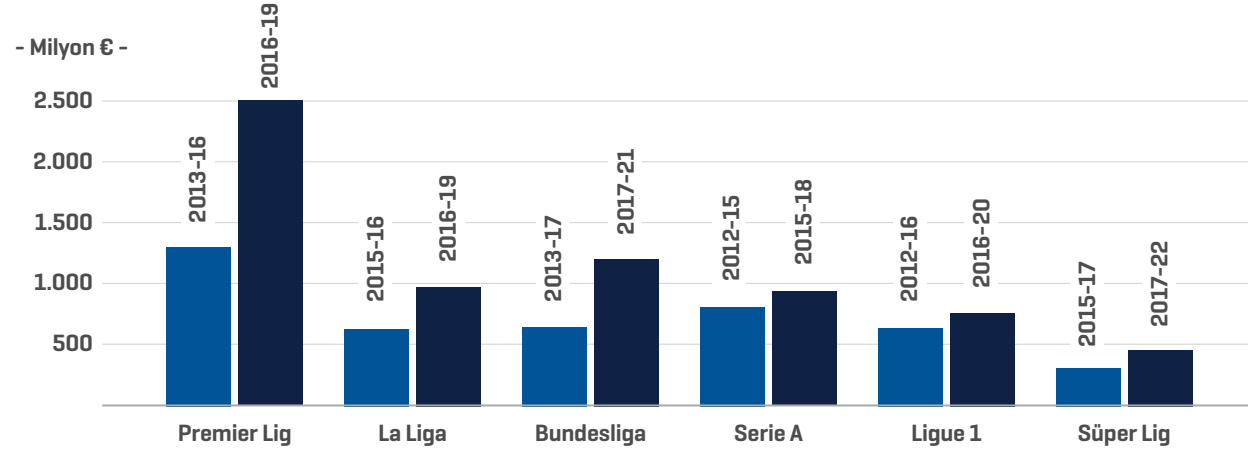


Naklen Yayın Gelirleri

Futbolun yaygınlaşması ve popüler olmasında en büyük araçlardan biri olan televizyon, özellikle son 15 yıldan bu yana yaşamımızın bir parçası haline gelen dijital platformların da etkisiyle birlikte futbolu görsel anlamda küresel bir şölene dönüştürmüştür. Dünyanın en ücra köşesine bile futbolu taşıyan bu mecralar, oyunu pazarlanabilir bir meta olarak sunarken, futbol kulüplerine milyar Dolar'lık cirolar sağlamaktadır. Bugün dünyanın her yerinde ilgiyle takip edilen Premier Lig, sezon başına 2,5 milyar Euro'luk naklen yayın geliriyle Avrupa Kıtası'nın en yüksek naklen yayın geliri yaratan ligi durumundadır.

Premier Lig'in bir diğer dikkat çeken özelliği de, yayın hakları sözleşmesinin ligdeki toplam 380 maçın sadece 168 tanesini kapsıyor olmasıdır. Ligin seyirci potansiyelini korumak adına alınan ve "Cumartesi 15:00 Yasağı" olarak bilinen uygulama ile, sezonun az ilgi gören maçlarında stadyumlardaki seyirci sayısının azalmasını engellemek için, bazı müsabakalar özelinde saat 14:45 ile 17:15 arasında yayın yasağı uygulanmaktadır.

Süper Lig ve Avrupa'nın 5 büyük liginin naklen yayın gelirleri *

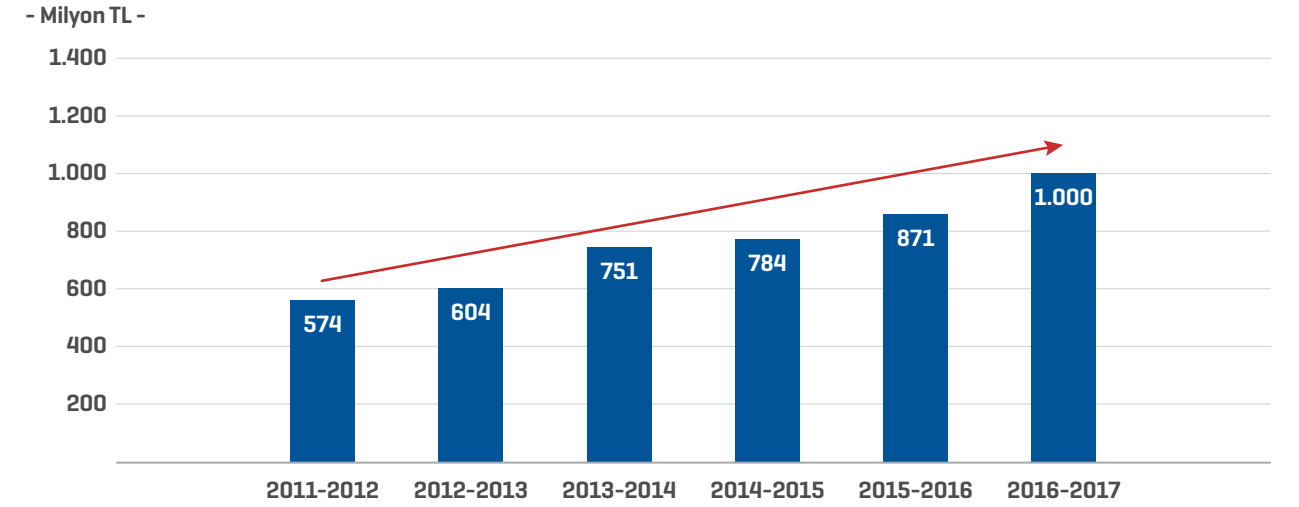


Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere, Avrupa futbolunun naklen yayın gelirleri sıralamasının başında Premier Lig yer almaktadır. Premier Lig'i La Liga, Bundesliga, Serie A, Ligue 1 ve Süper Lig takip etmektedir. Avrupa futbolunun en fazla naklen yayın geliri olan 6. futbol ligi Süper Lig, bu anlamda Portekiz, Belçika, Rusya, Yunanistan gibi ülkelerin futbol liglerini de geride bırakmıştır.

* The European Elite 2017, KPMG

Kasım 2016 yılında gerçekleşen yeni ihale ile Süper Lig ve TFF 1. Lig'in yayın hakkını satın alan Digiturk, 5 yıllık süre boyunca yayın hakkı için 2,5 milyar Dolar+KDV ödeyecektir. Bu sezon ilk kez uygulamaya alınacak "Paraşüt Yardımı" kapsamında da Süper Lig'den düşen 3 takıma 4 milyon TL, TFF 1. Lig'den düşen 3 takıma 500 bin TL, TFF 2. Lig'den düşen 6 takıma ise 100 bin TL finansal yardım yapılacaktır.

2011-2012 ile 2016-2017 futbol sezonları arasında Süper Lig naklen yayın gelirleri



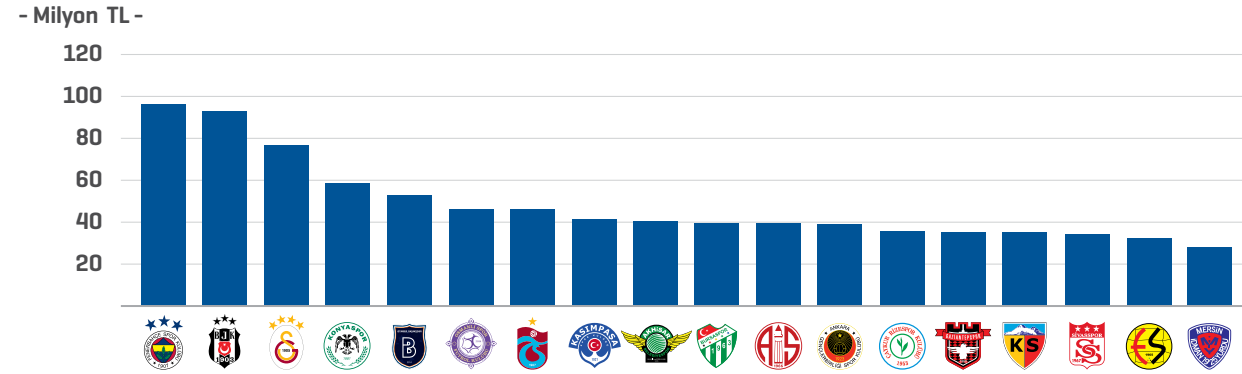
2016-2017 futbol sezonunda 1 milyar TL naklen yayın geliri dağıtan Süper Lig'de, toplam gelirlerin %35'i katılım payı olarak 18 kulübe eşit olarak verilmiş; %45'i sportif performansa (puan durumuna) göre, %11'i şampiyonluk sayılarına, %9'u ise sıralamadaki ilk 6 takıma paylaştırılmıştır.

Naklen yayın gelirleri dağıtım kriterlerine göre, Süper Lig'deki takımların her biri 18 milyon TL katılım payı alırken, her lig şampiyonluğu 1,5 milyon TL'lik prime denk gelmiştir.

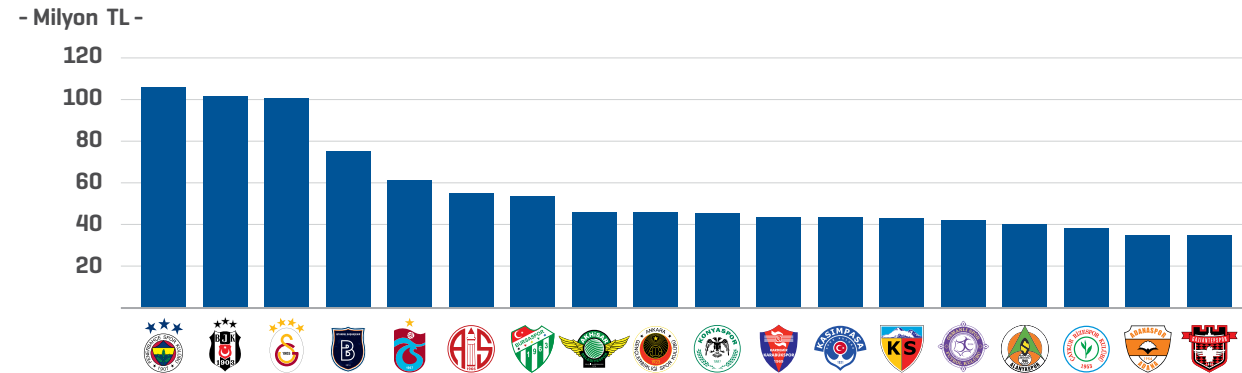
Her iki sezonda da kulüpler sezon içindeki müsabakalardan elde ettikleri her galibiyet için 1,3 milyon TL, beraberlik için 650 bin TL kazanmışlardır.

Geçmişten bugüne kadar gelen başarılarının etkisiyle naklen yayın gelirlerinde 3 büyük takımın hakimiyeti dikkat çekmektedir. Son iki sezonda 3 büyüklerin naklen yayın gelirleri, ligin toplam naklen yayın pastasının %31'ine denk gelmektedir.

Süper Lig takımlarının 2015-2016 futbol sezonundaki naklen yayın gelirleri *

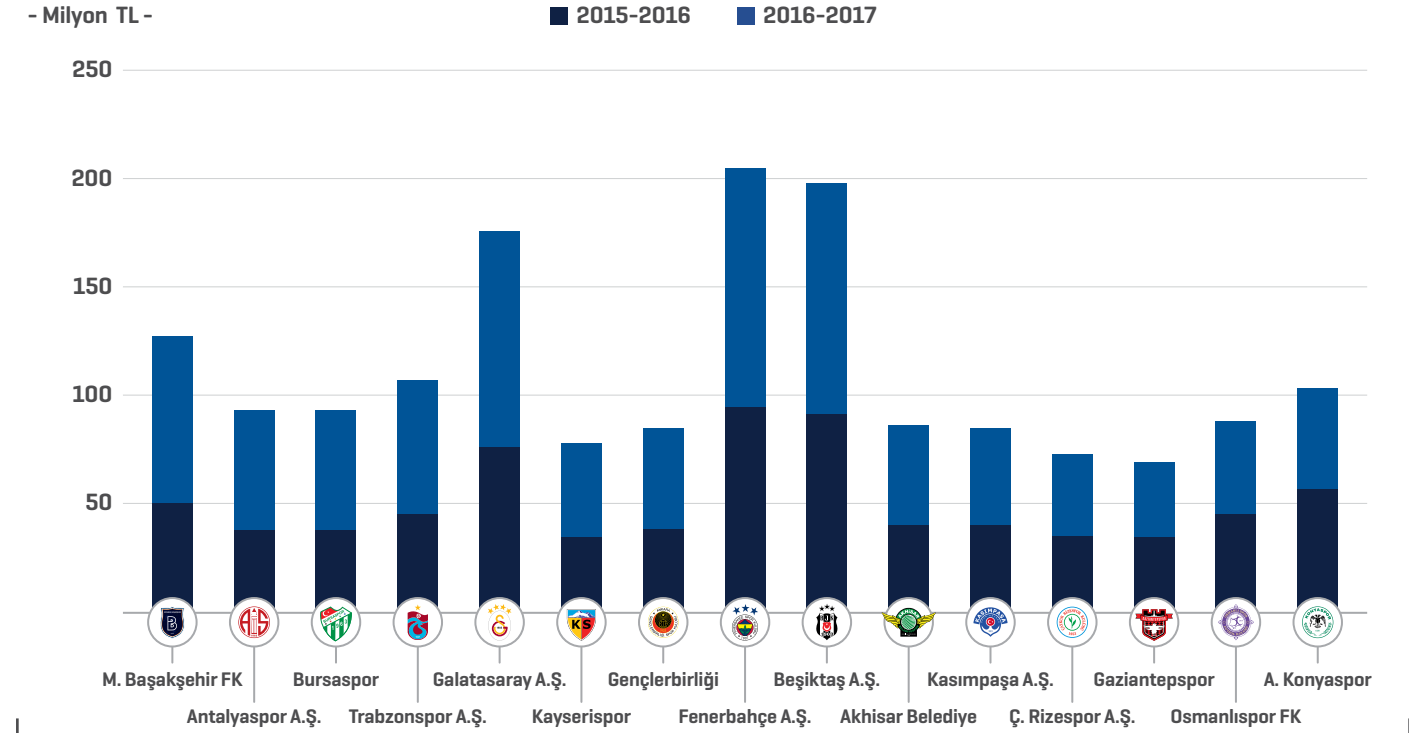


Süper Lig takımlarının 2016-2017 futbol sezonundaki naklen yayın gelirleri *



* Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray, Medipol Başakşehir, Trabzonspor, Antalyaspor, Bursaspor, A. Konyaspor, Kayserispor, Ç. Rizespor, Alanyaspor, Gaziantepspor kulüplerinin gelirleri kendi beyanlarından; diğer kulüplerin gelirleri ise Kulüpler Birliği Vakfı Naklen Yayın Gelirleri Raporu'ndan temin edilmiştir.

Son iki sezondur Süper Lig'de mücadele eden kulüplerin naklen yayın gelirleri toplamı



2015-2016 futbol sezonunda ligin naklen yayın geliri ortalaması 48,3 milyon TL iken, 2016-2017 futbol sezonunda bu ortalama %17,3 oranında bir artış göstererek 56,7 milyon TL'ye yükselmiştir.

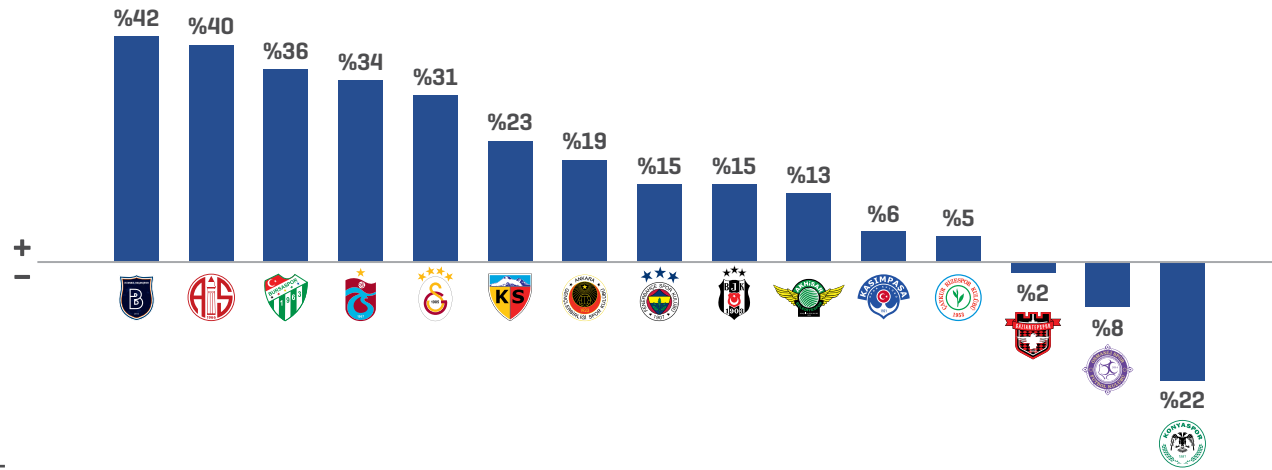
Son iki sezondur Süper Lig'de yer alan 15 takımın 6'sı toplam naklen yayın gelirlerinde 100 milyon TL'nin üzerinde gelir elde etmiştir. 2015-2016 futbol sezonunda 88,3 milyon TL olan 3 büyüklerin naklen yayın gelirleri ortalaması, 2016-2017 futbol sezonunda 105,5 milyon TL'ye ulaşmıştır.

Süper Lig kulüpleri, son iki sezonda toplam 1,8 milyar TL naklen yayın geliri elde etmiştir.



Son iki sezonda da ligin naklen yayın gelirlerinde en fazla kazanan takımları Beşiktaş ve Fenerbahçe olmuştur. 2015-2016 futbol sezonunda elde ettiği 116,6 milyon TL naklen yayın geliriyle (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri de dahil) ligin zirvesinde yer alan Fenerbahçe, 2016-2017 futbol sezonunda birinciliği elinden bırakmayarak 114,3 milyon TL kazanmıştır. İki sezon üst üste lig şampiyonu olan Beşiktaş ise, 2016-2017 sezonunda Ziraat Türkiye Kupası gelirleri de dahil toplam 108,1 milyon TL naklen yayın gelirleri elde etmiştir.

Son iki sezonda Süper Lig'de yer alan takımların naklen yayın gelirlerindeki artış/azalış oranları



Son iki sezonda naklen yayın gelirlerini yüzdesel anlamda en fazla artıran kulüpler Medipol Başakşehir FK (%42), Antalyaspor (%40) ve Bursaspor (%36) olmuştur.

%22'lik oranla ligin naklen yayın gelirlerinde en fazla gelir kaybı yaşayan kulübü Atiker Konyaspor olurken, yeşil beyazlıları, Osmanlıspor ve Gaziantepspor kulüpleri takip etmiştir.

2016-2017 futbol sezonunda bir önceki sezona göre naklen yayın gelirlerini 23,7 milyon TL artıran Galatasaray, parasal anlamda ligde en fazla yükseliş yaşayan kulüp olmuştur. Sarı kırmızılıları 22,1 milyon TL'lik gelir artışıyla Medipol Başakşehir FK takip etmiştir.

Yüzdesel oranda ligin naklen yayın gelirleri en az artan kulübü Çaykur Rizespor olmuştur. Karadeniz ekibi, 2015-2016 futbol sezonunda 36,2 milyon TL kazanırken, 2016-2017 futbol sezonunda gelirlerini 1,8 milyon TL yükselterek 38 milyon TL naklen yayın geliri elde etmiştir.

Naklen yayın gelirlerinde Avrupa'nın neresindeyiz?

2016-2017 futbol sezonunda, Premier Lig'in en az naklen yayın geliri kazanan takımı olan ve küme düşen Sunderland, Süper Lig'in şampiyon olan takımı Beşiktaş'tan 4 kat daha fazla naklen yayın geliri kazanmıştır.

2015-2016 futbol sezonunda Süper Lig'in naklen yayın gelirleri toplamı, Bundesliga şampiyonu Bayern Münih'in naklen yayın gelirinden sadece 15 milyon Euro fazladır.

2015-2016 futbol sezonunda Primeira Liga şampiyonu Benfica'nın 68,5 milyon Euro naklen yayın geliri, Süper Lig şampiyonu Beşiktaş'ın naklen yayın gelirlerinden* 40,4 milyon Euro daha fazladır.

La Liga'nın 2016-2017 futbol sezonunda kazandığı naklen yayın gelirleri, Süper Lig naklen yayın gelirlerinin 4 katıdır.

2015-2016 futbol sezonunda, Ligue 1 şampiyonu olan Paris Saint Germain, 3 büyüklerin naklen yayın gelirleri toplamından 10 milyon Euro daha fazla kazanmıştır.

2015-2016 sezonunda Rusya Premier Ligi'ni 3. sırada tamamlayan Zenit St.Petersburg, naklen yayın gelirlerinden 40,4 milyon Euro kazanırken, Süper Lig'i 3.sırada bitiren Atiker Konyaspor'un naklen yayın gelirlerinden** 17,8 milyon Euro daha fazla kazanmıştır.

* 30 Mayıs 2016 tarihli döviz kuruna göre hesaplanmıştır.

** 30 Mayıs 2016 tarihli döviz kuruna göre hesaplanmıştır.

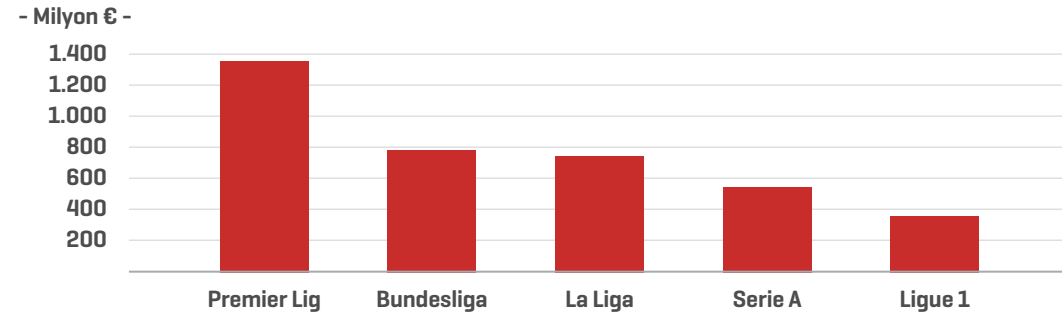
TİCARİ GELİRLER

2016-2017 futbol sezonunda 4 büyüklerin ticari gelirleri toplamı 647 milyon TL'ye ulaşmıştır.

Ticari Gelirler

Günümüzde tüketim kalıplarını belirleyen endüstriyel bir sektöre dönüşen futbolda, başta forma reklamları ve stadyum isim sponsorlukları olmak üzere her türlü reklam, marka, imaj ve PR projelerini kapsayan ticari gelirler, en büyük gelir kalemlerinden biridir. 2016-2017 futbol sezonunda Avrupa'nın 5 büyük ligindeki ticari gelirler 3 milyar Euro'yu geçmiştir.

2016-2017 futbol sezonunda Avrupa'nın 5 büyük liginin kazandığı ticari gelirler



Geçtiğimiz sezonlarda olduğu gibi, 2016-2017 futbol sezonunda da en fazla ticari geliri olan lig Premier Lig olmuştur. Ligin birbirinden farklı ticari gelir kalemleri içerisinde en uzun vadeli ve en yüksek bütçeli anlaşmalar ise forma göğüs sponsorluklarıdır. Forma göğüs sponsorluklarından elde edilen gelirlerde birinci sırada Manchester United & Chevrolet iş birliği yer almaktadır.

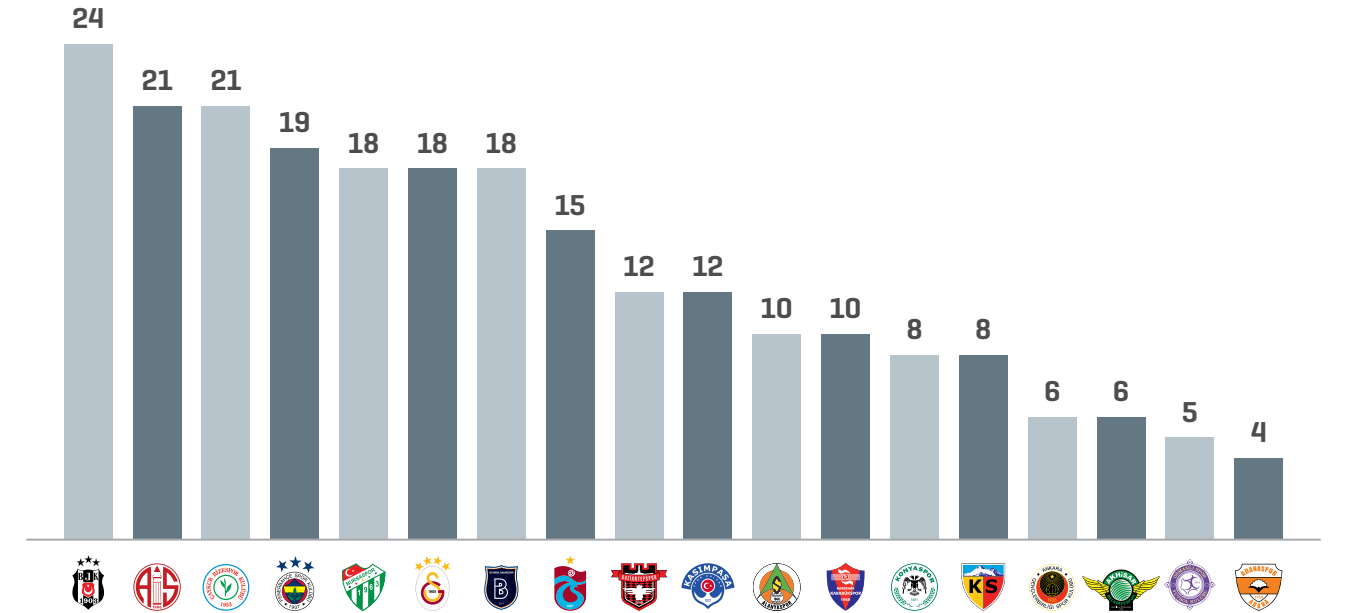
Premier Lig'de forma sponsorluklarından en fazla gelir elde eden takımlar



Avrupa'nın en elit futbol ligleri olarak tanımlanan büyük liglerinde olduğu gibi Süper Lig'de de forma sponsorlukları ticari gelirler içerisinde en büyük payı oluşturmaktadır. Sports Business International'ın 2016-2017 futbol sezonu için yaptığı araştırmaya göre, Süper Lig, 50 milyon Euro'ya yaklaşan forma ve şort sponsorluk gelirleri ile Avrupa'nın 5 büyük ligi, Rusya Premier Ligi ve Hollanda Eredivisie Ligi'nin ardından gelmektedir.

2016-2017 futbol sezonunda Süper Lig'de mücadele eden 18 takımın, 146 farklı kurum ile 224 adet sponsorluk anlaşması bulunurken, sponsorluk sayılarına ve gelirlerine baktığımızda lig şampiyonu Beşiktaş'ın ilk sırada yer aldığını görmekteyiz. Geçtiğimiz sezona 24 farklı sponsorluk anlaşması ile başlayan siyah beyazlıların en kapsamlı iş ortaklığı, Vodafone ile olan forma göğüs sponsorluğu ve stadyum isim sponsorluğu anlaşmasıdır.

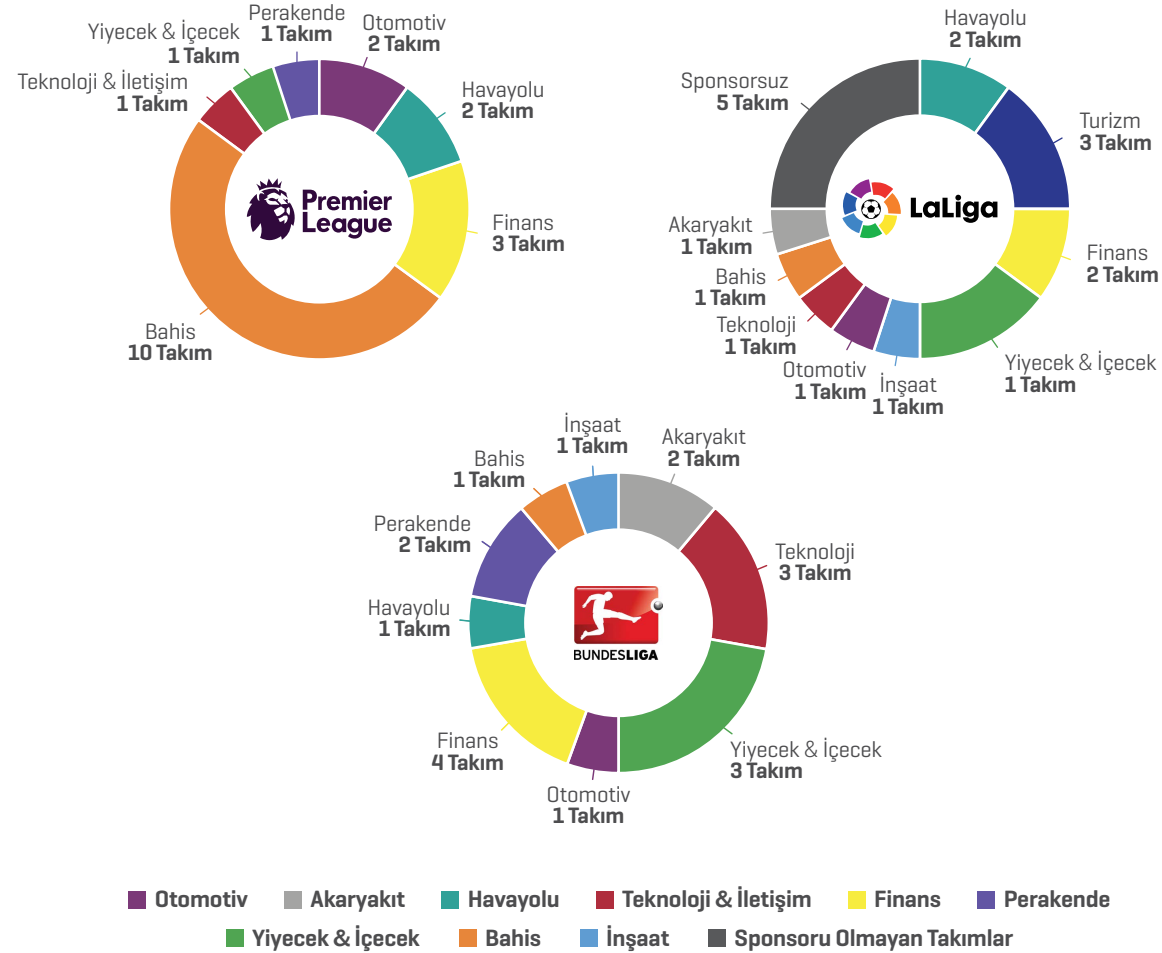
2016-2017 futbol sezonu, sponsorluk sayılarına göre Süper Lig takımları *



* Spor Toto Süper Lig Sponsorluk İnfografiği, Anasponsor Platformu, 19.08.2016

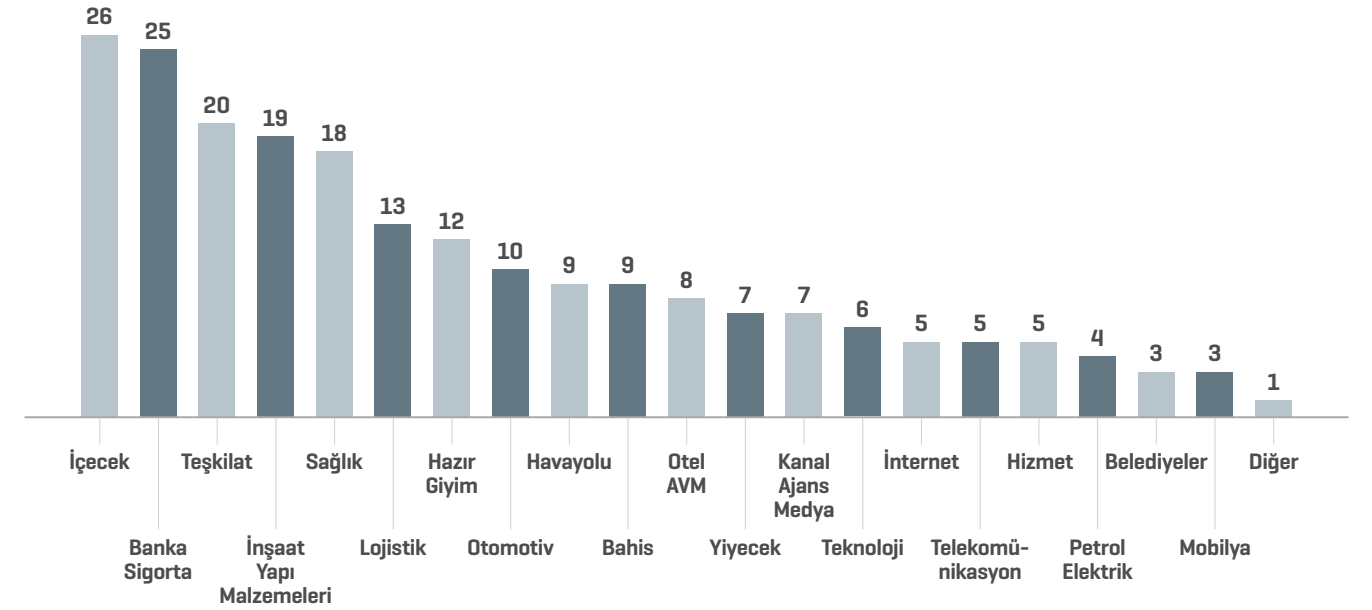
Futbol, farklı sektörlerle olan bağlantıları ile son 10 yılda hızla finansallaşan bir yapıya dönüşürken, başta uluslararası organizasyonlar olmak üzere ulusal ligler, popüler kulüpler ve yıldız futbolcular yeni yatırımların en önemli tanıtım unsuru, marka yüzleri olmuşlardır. Bankacılıktan reklamcılığa, inşaatın ulaşıma, turizmden enerjiye, bilişimden şans oyunlarına kadar birçok sektör futboldan beslenmektedir. Örneğin Premier Lig’de bahis oyunları; Bundesliga’da yiyecek ve içecek firmaları, La Liga’da turizm firmaları dikkat çekmektedir.

2016-2017 sezonu forma sponsorluk anlaşmalarının sektörel dağılımına göre Premier Lig, La Liga ve Bundesliga



Avrupa'nın 3 büyük liginde, toplam forma sponsorluk anlaşmalarının %27'sine denk gelen otomotiv sektörü ile olan iş ortaklıklarının finansal değeri toplam 519 milyon Euro'dur.

2016-2017 futbol sezonu, Süper Lig'de yer alan sponsorlarının sektörel dağılımı *

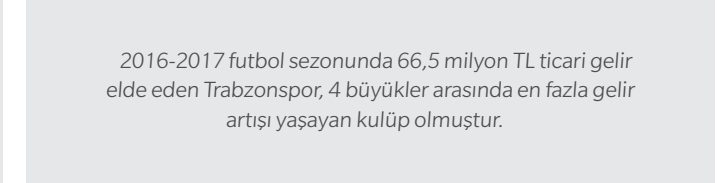
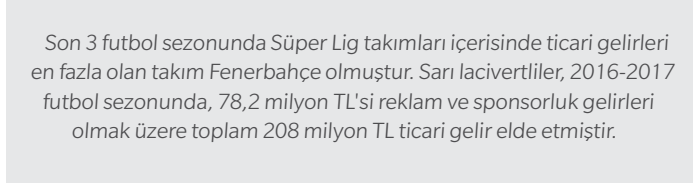


* Spor Toto Süper Lig Sponsorluk İnfografiği, Anasponsor Platformu, 19.08.2016

2015-2016 futbol sezonunda ticari gelirlerini beyan eden kulüpler

2016-2017 futbol sezonunda ticari gelirlerini beyan eden kulüpler

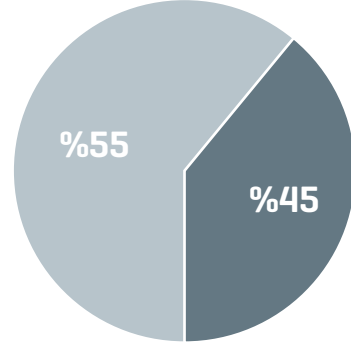
Son 3 futbol sezonunda 4 büyüklerin ticari gelirleri
(Sponsorluk gelirleri, haklar, "üçüncü gelirler", "Sponsor Tutarları" dahilidir)



Finansal yönetim yapılarına göre Süper Lig kulüpleri

Süper Lig’de mücadele eden 18 kulüpten 8’i Anonim Şirket, 10 kulüp ise dernek statüsünde faaliyetlerine devam etmektedir.

- Dernek statüsünde olanlar -



- Anonim Şirket olanlar -



Stadyum isim sponsorluğu anlaşması olan kulüpler



2016-2017 futbol sezonunda Futbol A Takımı isim sponsorluğu olan kulüpler



Süper Lig’in 2015-2016 sezonu sonuna kadar isim hakkını elinde bulunduran Spor Toto, 5 sezon süren Süper Lig isim hakkı sözleşmesi karşılığında Türk futboluna toplam 125 milyon Dolar’lık kaynak aktarmıştır.



Karabük Demir ve Çelik Fabrikaları A.Ş. (KARDEMİR), 2015’te başlayan ve 2018’e kadar devam edecek sözleşme karşılığında Karabükspor’a toplam 9 milyon TL+ KDV reklam ve isim hakkı bedeli ödeyecektir.



Beşiktaş Futbol A Takımı formasının sırtında yer alan Beko; Hentbol ve Tekerlekli Basketbol Takımı sponsorlukları da dahil Beşiktaş Kulübü’ne 21 milyon Dolar sponsorluk desteği vermekte; Barcelona Futbol A Takım formasının kolunda yer almak için de toplam 10 milyon Euro ödemektedir.



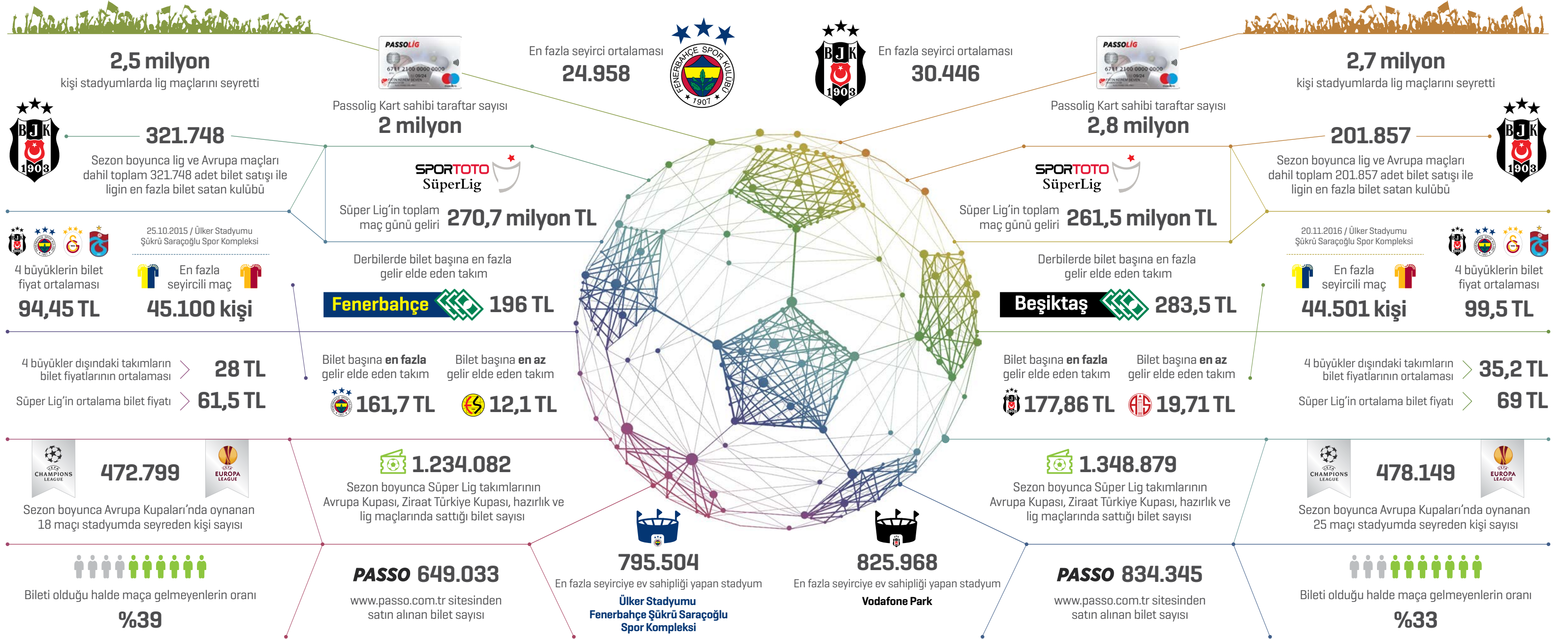
Bursaspor, Futbol A Takımı forması sırt sponsorluğu için Uludağ İçecek firmasından, 3 sezon boyunca toplam 3 milyon TL gelir elde edecektir.



Türk futboluna 2013 yılından bugüne kadar 150 milyon Dolar’lık altyapı ve sponsorluk desteği veren Aktif Bank, son 3 yıl içinde 16 spor kulübüne 2,3 milyar Türk Lirası’nın üzerinde kaynak aktarımı sağlamıştır.

Rakamlarla 2015-2016 Futbol Sezonu

Rakamlarla 2016-2017 Futbol Sezonu



2016-2017 Sezonunun Başarı Öyküsü
MEDİPOL BAŞAKŞEHİR FK



Medipol Başakşehir FK

2014-2015 ve 2015-2016 futbol sezonlarında Süper Lig'i 4. sırada bitiren Medipol Başakşehir Futbol Kulübü, sadece saha içindeki yükselen başarı grafiği ile değil; altyapı ve tesisleşme konusundaki çalışmaları, kurumsallaşma atılımları, Avrupa Kulüpleri ile olan ortak projeleri ve sosyal sorumluluk çalışmalarıyla ligin dikkat çeken kulüplerinin başında gelmektedir.

Sezonun ilk yarısını namağlup kapattı

2016-2017 futbol sezonunu 73 puanla ligin 2. sırasında tamamlayan Medipol Başakşehir FK, tarihinin de en başarılı sezonunu yaşamıştır. Sezonun son haftalarına kadar şampiyonluk yarışına devam eden turuncu lacivertli ekip, sezonun 3. haftasından 17. haftasına kadar liderliği elinden bırakmamış; ilk yarıyı namağlup tamamlamıştır.



2016-2017 futbol sezonunda 18 farklı sponsoru olan Medipol Başakşehir, Süper Lig'in en fazla sponsoru olan takımlarından biridir.



2013-2014 sezonundan bu yana Medipol Başakşehir'in teknik direktörlüğünü yapan Abdullah Avcı, Süper Lig'in "en istikrarlı teknik direktörü"dür.



Başarı + İstikrar

Medipol Başakşehir'de (o zamanki ismiyle İstanbul Büyükşehir Belediyespor) teknik direktör olarak görev aldığı ilk yılda takımı Süper Lig'e çıkaran Abdullah Avcı, "zafer küçük başarıların toplamından gelir" prensibiyle hareket ettiğini dile getirirken; adım adım ilerleyerek, üst üste koyarak kazanılan istikrarlı başarının daha sağlam ve ikna edici olacağını belirtmiştir.

Dört büyüklere karşı son 2 sezonda 7 galibiyet

2015-2016 futbol sezonunda 4 büyüklerle olan 8 maçın sadece 2'sinde galibiyet alan, sezonu 3 beraberlik, 3 mağlubiyet ile tamamlayan Medipol Başakşehir, 2016-2017 sezonunda 4 büyüklere karşı sadece 1 maç kaybetmiş, 5 galibiyet, 2 de beraberlik elde etmiştir.

İstanbul derbilerinde 8.100 seyirci ortalaması

Medipol Başakşehir FK, 2015-2016 ve 2016-2017 futbol sezonlarında 3 büyük İstanbul takımı ile olan maçlarını 3. Fatih Terim Stadyumu'nda ortalama 8.100 kişi karşısında oynamıştır.



Seyirci ortalaması %43 arttı

Ligi 4. sırada tamamladığı 2015-2016 futbol sezonunda seyirci ortalaması 2.285 olan Medipol Başakşehir'in 2016-2017 futbol sezonunda ortalama seyirci sayısında %43'lük bir artış olmuş ve seyirci ortalaması 3.271'e yükselmiştir.

Bilet fiyatları değişmedi

Medipol Başakşehir, Süper Lig'de bilet fiyatları en uygun takımlardan biridir. 2015-2016 futbol sezonunda bilet başına ortalama geliri 28,8 TL olan turuncu lacivertliler, ligin maç bileti fiyatlandırmasında 10. sırada yer almıştır. 2016-2017 futbol sezonunda sportif başarıyı yükselen birçok takım bilet fiyatlarını arttırmayı tercih ederken, Medipol Başakşehir'in bilet başına ortalama geliri 34,87 TL olmuştur. 2016-2017 futbol sezonunda sezonluk kombinelere 185-400 TL arasında satışa çıkaran kulüp, kadın ve çocuk taraftarları için özel indirimler de uygulamıştır.



Passolig Kart sayısında %47,8'lik artış

Medipol Başakşehir'in 2015-2016 futbol sezonu sonunda 19.690 olan Passolig Kart sayısı, 2016-2017 futbol sezonunda %47,8'lik bir artışla 29.103'e ulaşmıştır.

Naklen yayın ve maç günü gelirlerinde %41,6'lık artış

2015-2016 futbol sezonunda naklen yayın gelirleri ve maç günü gelirleri toplamı 54 milyon TL olan Medipol Başakşehir FK, 2016-2017 futbol sezonunda maç günü gelirlerini artırmamış olsa da sportif başarıları ile birlikte naklen yayın gelirlerini 22,2 milyon TL artırarak, toplam gelirlerini 76,5 milyon TL'ye yükseltmiştir.

Gelir Kalemi	2015-2016 Futbol Sezonu Gelirleri	2016-2017 Futbol Sezonu Gelirleri
Naklen Yayın Havuz Gelirleri	52.900.000 TL	75.103.700 TL
Maç Günü Gelirleri (Bilet ve kombine satış gelirleri)	1.153.568 TL	1.413.652 TL
Toplam Gelir	54.053.568 TL	76.517.352 TL

Son iki sezonda toplam 128 milyon TL naklen yayın geliri elde eden Medipol Başakşehir, 3 büyüklerden sonra ligde naklen yayın gelirleri en fazla olan kulüp olmuştur.

5 şampiyon kulüpten sonra Avrupa Kulüpler Birliği'ne üye olan ilk takım

Son 5 futbol sezonu içerisindeki performansı ile 3 kez Avrupa Kupaları'na katılma hakkı kazanan Medipol Başakşehir FK, 2016-2017 futbol sezonunun bitimiyle birlikte Avrupa Kulüpler Birliği'ne üyelik başvurusunda bulunmuştur. Avrupa futbolunda alınan kararlarda büyük etkisi olan, 53 farklı federasyona bağlı 230 futbol kulübünün üye olduğu birliğe, Süper Lig'de şampiyonluk yaşamış 5 kulüpten sonra dahil olan ilk kulüp olmuştur.



2015 yılında imzalanan altyapı ve akademi işbirliği kapsamında Medipol Başakşehir FK bünyesindeki sporcular İspanya'da, Atletico Madrid altyapısındaki sporcular da İstanbul'da eğitim alabileceklerdir.

10 milyon Euro'luk altyapı tesisi

2 yıldır devam eden çalışmaların tamamlanmasıyla birlikte Türkiye'nin en büyük altyapı futbol kompleksine sahip olacak olan Medipol Başakşehir, 2015 yılında İspanya'nın en büyük kulüplerinden biri olan Atletico Madrid ile altyapı işbirliğine imza atmıştır.

Türkiye'nin en önemli altyapı tesisi ve akademisi olacak bu tesislerde 10 adet idman sahası, yaklaşık 70 kişilik kapasitesiyle, yetenekli futbolculara yönelik otel hizmeti verebilecek bu proje, Medipol Başakşehir Kulübü'ne yaklaşık 10 milyon Euro'ya mal olacaktır.

Türk Kızılayı'na 500 bin TL bağış

Sosyal sorumluluk projeleri ile de dikkat çeken bir kulüp olan Medipol Başakşehir, 2016-2017 futbol sezonunda sanal bir stadyum oluşturarak yeri ayrıtılan her koltuk için 10 TL bağış toplayacağını duyurmuş; sporseverlerin desteği ile oluşturulan 400 bin TL'lik yardım havuzuna 100 bin TL ek bağışta bulunarak Türk Kızılayı'na toplam 500 bin TL yardım toplamıştır.





4 BÜYÜKLER



1905

1967

Beşiktaş A.Ş.

2016-2017 futbol sezonunun bitimine 1 hafta kala deplasmanda Gaziantepspor'u 4-0 yenerek üst üste ikinci, toplamda 15. şampiyonluğunu elde eden Beşiktaş, armasına 3. yıldızı takmıştır. 2016-2017 sezonu sonunda ligde aldığı 23 galibiyetle “en çok kazanan”, 3 mağlubiyetle “en az yenilen”, 73 golle “en fazla gol atan” takım ünvanını alan Beşiktaş, son iki sezondur devam eden sportif başarısı, Avrupa Ligleri’nde yükselen performansı, Vodafone Park’ta 30 bini geçen seyirci ortalaması ile birlikte saha içindeki performansını finansal başarıya dönüştürmüştür.

13 yıl aradan sonra ilk kez net kar açıklayan Beşiktaş, 2015-2016 futbol sezonundaki maç günü gelirleri, Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi gelirleri, ticari gelirleri toplamı ile kıyasladığımızda toplam gelirlerinde %61 oranında bir artış elde etmiştir.

	2015-2016	2016-2017
Gelir Kalemi	Futbol Sezonu Gelirleri	Futbol Sezonu Gelirleri
Naklen Yayın Havuz Gelirleri [Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil]	98.589.897 TL	107.136.152 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	39.589.897 TL	145.434.831 TL
Ticari Gelirler [Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri vb.]	138.383.827 TL	198.587.543 TL
Maç Günü Gelirleri [Bilet ve kombine satış gelirleri]	46.909.390 TL	69.999.646 TL
Toplam Gelir	323.473.011 TL	521.158.172 TL

Son iki sezonda gelirler 2’ye katlandı

2014-2015 futbol sezonunda toplam gelirleri 217,5 milyon TL olan Beşiktaş, 2015-2016 futbol sezonunda %48 oranında bir gelir artışıyla 323,4 milyon TL kazanırken; 2016-2017 futbol sezonunda devam eden sportif başarı, siyah beyazlıların finansal verilerine de olumlu yansımış; kulüp, sezon sonunda gelirlerini 521,1 milyon TL’ye taşımıştır.

Naklen yayın gelirlerinden 107,1 milyon TL

Lige katılım payı, şampiyonluk primi, galibiyet ve beraberlik ödülleri ile birlikte eski şampiyonlukları için aldığı bonuslarla naklen yayın gelirleri 100 milyon TL’yi aşan siyah beyazlılar, Ziraat Türkiye Kupası’ndan da elde ettiği 1,4 milyon TL’lik gelirle birlikte toplam 107,1 milyon TL kazanmıştır.

UEFA Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi gelirlerinde büyük artış

Son iki sezondur ligi zirvede bitirerek Avrupa’nın kulüpler bazındaki en önemli organizasyonu UEFA Şampiyonlar Ligi’nde boy gösterme şansını 2017-2018 sezonunda da devam ettiren Kara Kartal, 2016-2017 futbol sezonunda UEFA Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi’nde 150 milyon TL’ye yakın gelir elde etmiştir. 2015-2016 futbol sezonunda Avrupa arenasında 39,5 milyon TL kazanan Beşiktaş, 2016-2017 futbol sezonunda gelirlerini neredeyse 4 katına çıkarmıştır.

2016-2017 futbol sezonunda Vodafone Park’taki Avrupa Kupaları’nda ortalama 34.509 seyirci karşısında oynayan Beşiktaş’ın en fazla seyircili maçı 20 Nisan 2017’deki Olympic Lyon maçı olmuş; bu karşılaşmayı toplam 39.623 kişi stadyumda izlemiştir.

Beşiktaş, 2016-2017 futbol sezonunda sadece Avrupa Kupası maçlarından 10 milyon TL’ye yakın maç hasılatı elde etmiştir. Avrupa Kupası maçlarından siyah beyazlıların bilet başına elde ettiği ortalama gelir 229 TL’dir.

Maç günü gelirleri 23 milyon TL arttı

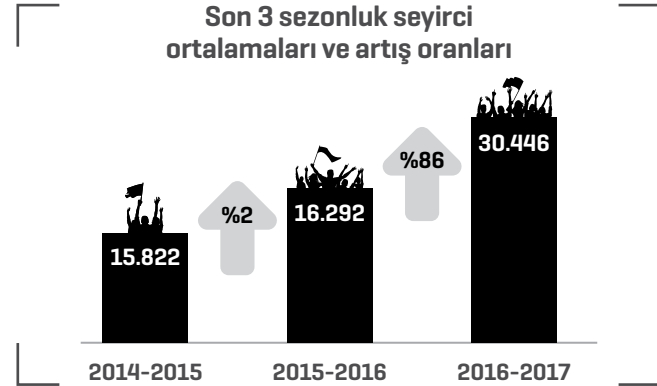
2016-2017 futbol sezonunda kombine sayısı 30 bini geçen Beşiktaş, maç günü gelirlerini de bir önceki sezona göre %49 oranında artırarak 69,9 milyon TL’ye ulaştırmıştır.



Seyirci şampiyonu Beşiktaş

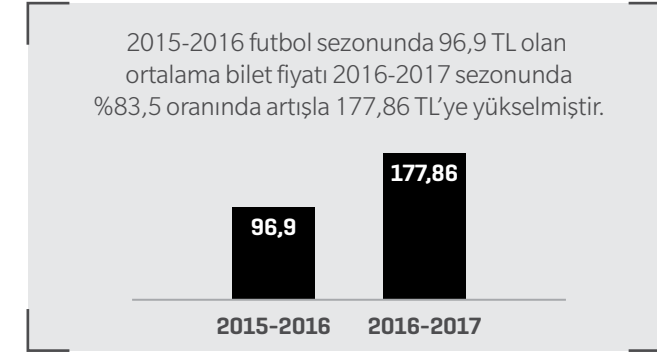
Önce 2015-2016 sezonunun sonlarına doğru Vodafone Park'ın açılması ve 6 sezon sonrasında kazanılan lig şampiyonluğu; ardından 2016-2017 sezonunda hem ligde hem Avrupa maçlarında alkış toplayan bir mücadele ve 2. kez gelen şampiyonluk kupası Beşiktaş'ın seyirci ortalamasında ciddi bir yükselişe neden olmuştur.

2015-2016 futbol sezonunda lig maçlarındaki seyirci ortalaması 16.292 olan Beşiktaş, 2016-2017 futbol sezonunda seyirci ortalamasını %86 oranında yükselterek, 30.446'ya ulaştırmış ve ligin "en fazla seyirci ortalamasına sahip kulübü" olmuştur.



Beşiktaş taraftarı deplasmanda da lider

2015-2016 sezonunda olduğu gibi 2016-2017'de de takımını deplasmanda en fazla destekleyen taraftarlar, Beşiktaşlılar olmuştur. Son iki sezonda toplam 100 bine yakın taraftar siyah beyazlıları deplasman maçlarında yalnız bırakmamıştır.



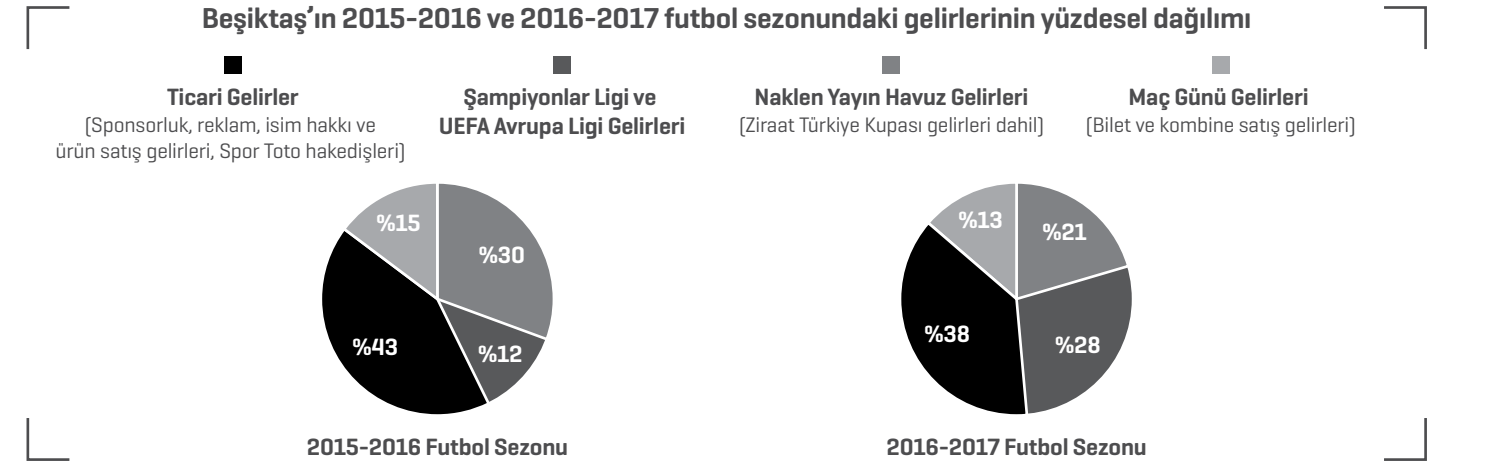
Passolig Kart sayısı %52 arttı



2015-2016 sezonu sonunda Beşiktaş logolu Passolig Kart sahibi taraftar sayısı 338.400 iken, 2016-2017 sezonunda Passolig Kart sayısı %52 oranında bir artışla 513.790'a yükselmiştir.

Ticari gelirler %43,5 oranında yükseldi

Beşiktaş'ın son iki sezona ait gelirlerinin yüzdesel dağılımından da anlaşılacağı üzere, 2015-2016 ve 2016-2017 futbol sezonunda kulübün en fazla gelir getiren kalemi, ticari gelirler olmuştur. 2014-2015 futbol sezonundaki gelirleri ile kıyasladığımızda ticari gelirlerini 2 katına çıkaran Beşiktaş, 2015-2016 futbol sezonu ile kıyasladığımızda ise gelirlerini %43,5 oranında artırmış ve 198,5 milyon TL kazanmıştır.



Türk futbol tarihinin en büyük anlaşmalarından biri

Beşiktaş Kulübü ile Vodafone arasında imzalanan sponsorluk sözleşmesi Türk futbol tarihinin en kapsamlı anlaşmalarından biridir. Vodafone 15 yıllık stadyum isim hakkı ve 5 yıllık forma göğüs reklamı karşılığında siyah beyazlılara toplam 145 milyon Dolar ödeyecektir.

670.000 Vodafone Kara Kartal abonesi

Vodafone'un siyah beyazlı renklere gönül veren taraftarlar için hazırladığı ürün ve hizmetlerden birisi olan Vodafone Kara Kartal tarifesine bugüne kadar 670 bin Beşiktaşlı taraftar abone olmuştur.

2016-2017 sezonunda 306.000 forma satışı gerçekleşti

Beşiktaş, 2016-2017 futbol sezonunda 249.000'i Kartal Yuvası Mağazaları'ndan olmak üzere toplam 306.000 forma satışı gerçekleştirmiştir. Kartal Yuvası Mağazaları'nda en fazla talep gören lisanslı ürünlerden birisi olan "Come to Beşiktaş" yazan t-shirt'leri sadece 2 hafta içerisinde 50.000'den fazla taraftar tarafından satın alınmıştır.



Fenerbahçe A.Ş.

2016-2017 futbol sezonunu 3. sırada tamamlayan Fenerbahçe, 2015-2016 futbol sezonundaki finansal verileri ile kıyasladığımızda Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi gelirleri dışındaki gelir kalemlerinde düşüş yaşamıştır. 2015-2016 futbol sezonunda toplam 476,4 milyon TL gelir elde eden sarı lacivertliler, 2016-2017 futbol sezonunda %8’lik bir azalma ile toplam 436,9 milyon TL kazanmıştır.

	2015-2016	2016-2017
Gelir Kalemi	Futbol Sezonu Gelirleri	Futbol Sezonu Gelirleri
Naklen Yayın Havuz Gelirleri [Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil]	116.632.817 TL	114.398.794 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	45.069.859 TL	46.489.843 TL
Ticari Gelirler [Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri vb.]	220.469.910 TL	208.060.479 TL
Maç Günü Gelirleri [Bilet ve kombine satış gelirleri]	94.265.124 TL	67.985.552 TL
Toplam Gelir	476.437.710 TL	436.934.668 TL

Naklen yayın gelirlerinde lider

2015-2016 futbol sezonunu 74 puanla 2. sırada tamamlayan Fenerbahçe, naklen yayın gelirleri dağıtım kriterlerine göre şampiyon Beşiktaş’ın önünde yer alarak, Ziraat Türkiye Kupası gelirleri de dahil 116,6 milyon TL kazanmış ve ligin en fazla naklen yayın geliri elde eden kulübü olmuştur. 2016-2017 futbol sezonunda 64 puan toplayarak ligi 3. sırada tamamlayan sarı lacivertliler, zirvedeki yerini bırakmayarak, Ziraat Türkiye Kupası gelirleri de dahil toplam 114,3 milyon TL’lik naklen yayın geliri elde etmiştir.

Maç günü gelirlerinde %28’lik gelir kaybı oldu

2015-2016 futbol sezonunda, 32. haftaya kadar şampiyonluk yarışından kopmayan Fenerbahçe, 24.958 seyirci ortalaması ile ligin hem en fazla seyirci ortalamasına sahip kulübü, hem de en fazla maç günü geliri elde eden takımı olurken, 2016-2017 futbol sezonunda şampiyonluk yarışından erken koparak, ortalama seyirci sayısında da %34 oranında bir azalma yaşamış; Ülker Stadyumu Şükrü Saraçoğlu Spor Kompleksi’ndeki lig maçlarını ortalama 16.405 kişi ile oynamıştır. Seyirci sayısındaki azalma ile birlikte maç günü gelirleri de düşen kulüp, 2015-2016 futbol sezonu gelirlerine oranla %28’lik bir kayıp yaşayarak 67,9 milyon TL kazanmıştır.



Son 3 sezonda Ülker Stadyumu Şükrü Saraçoğlu Spor Kompleksi’nde oynanan Fenerbahçe-Galatasaray derbilerini stadyumda izleyen kişi sayısı toplam 130 bin 933’tür.

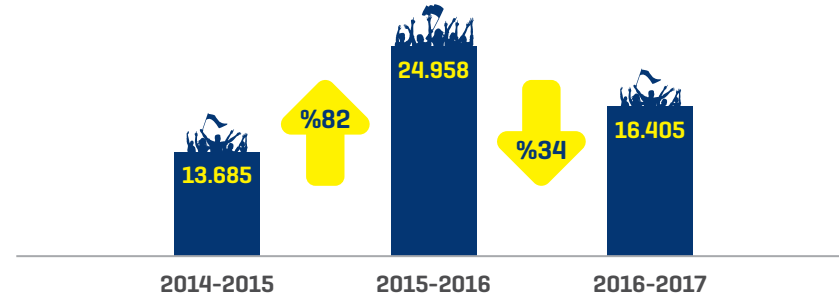
En fazla seyircili maçlar Galatasaray derbileri

Son 3 sezondur Ülker Stadyumu Şükrü Saraçoğlu Spor Kompleksi’nde oynanan Fenerbahçe-Galatasaray derbi maçları, Süper Lig’in en fazla seyircili maçları olmuştur. 2014-2015 futbol sezonunda 41.332, 2015-2016 futbol sezonunda 45.100, 2016-2017 futbol sezonunda ise toplam 44.501 kişi Fenerbahçe-Galatasaray derbisini stadyumda izlemiştir.

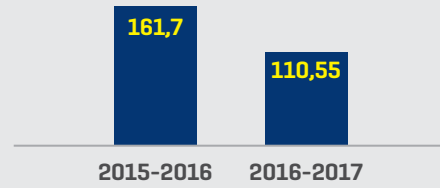
Derbi maçlarında bilet başına ortalama 149 TL kazanıldı

Fenerbahçe, ezeli rakipleri Galatasaray ve Beşiktaş ile oynadığı maçlarda, 2015-2016 futbol sezonunda bilet başına 196 TL kazanırken, 2016-2017 futbol sezonunda bilet başına ortalama 149 TL gelir elde etmiştir.

Son 3 sezonluk seyirci ortalamaları ve artış/azalış oranları



2015-2016 futbol sezonunda bilet başına elde ettiği gelir 161,7 TL olan Fenerbahçe, 2016-2017 sezonunda %31 oranında bir indirim uygulamış ve bilet başına elde ettiği geliri 110,55 TL'ye indirmiştir.

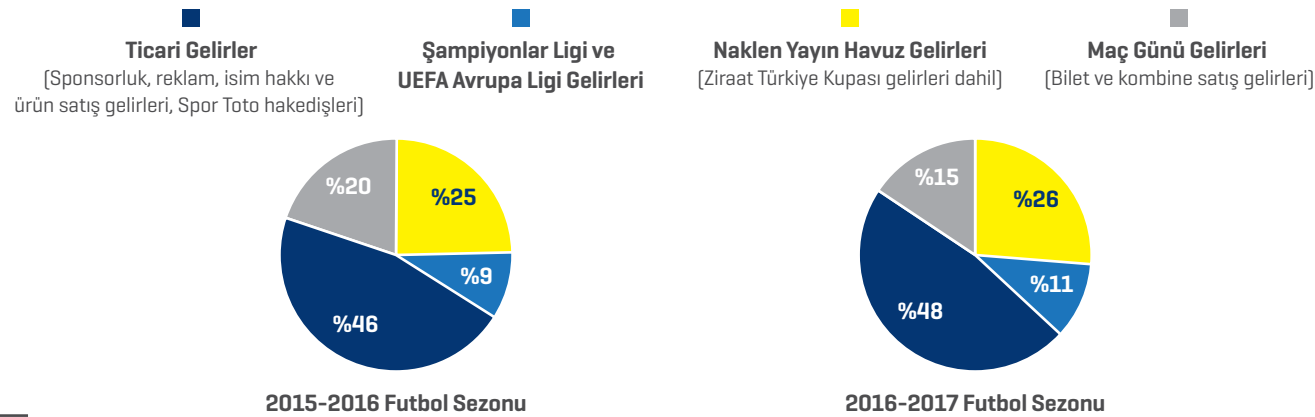


Son iki sezondur Passolig Kart Ligi'nde lider



2015-2016 futbol sezonu sonunda Fenerbahçe logolu 404.633 Passolig Kart sahibi taraftarıyla Passolig Kart Ligi'nde zirvede olan Fenerbahçe, 2016-2017 sezonunda kart sayısını %30 oranında artırarak 526.790'a yükseltmiş ve ilk sıradaki yerini korumuştur.

Fenerbahçe'nin 2015-2016 ve 2016-2017 futbol sezonundaki gelirlerinin yüzdesel dağılımı



Son 3 sezonda 575,4 milyon TL ticari gelir elde edildi

Fenerbahçe'nin 2016-2017 sezonunda 208 milyon TL olan ticari gelirleri içerisindeki en büyük pay, reklam ve sponsorluk gelirleri ile lisanslı ürün satışlarından elde edilen gelirlerdir. Başta stadyum isim hakkı sözleşmesi olmak üzere, forma reklamları ve diğer sponsorluklardan 78,9 milyon TL kazanan kulübün en uzun vadeli sponsorluk anlaşması stadyum isim hakkı sözleşmesidir.

Forma göğüs sponsorluğu 9 milyon TL



Fenerbahçe'nin 2016-2017 futbol sezonu boyunca Süper Lig maçları ve Ziraat Türkiye Kupası maçlarında forma göğsünde yer alan Nesine.com, kulübe 1 sezonluk anlaşma karşılığında toplam 9 milyon TL'lik sponsorluk bedeli ödemiştir.

Fenerbahçe Futbol A Takımı'nın 13 yıldır formalarını üreten Alman markası Adidas'ın 2019 yılına kadar devam edecek olan sportif ekipman üretim anlaşması ise sezon başına 8,5 milyon Dolar değerindedir.

Fenerium Mağazaları’ndan 100 milyon Dolar ciro

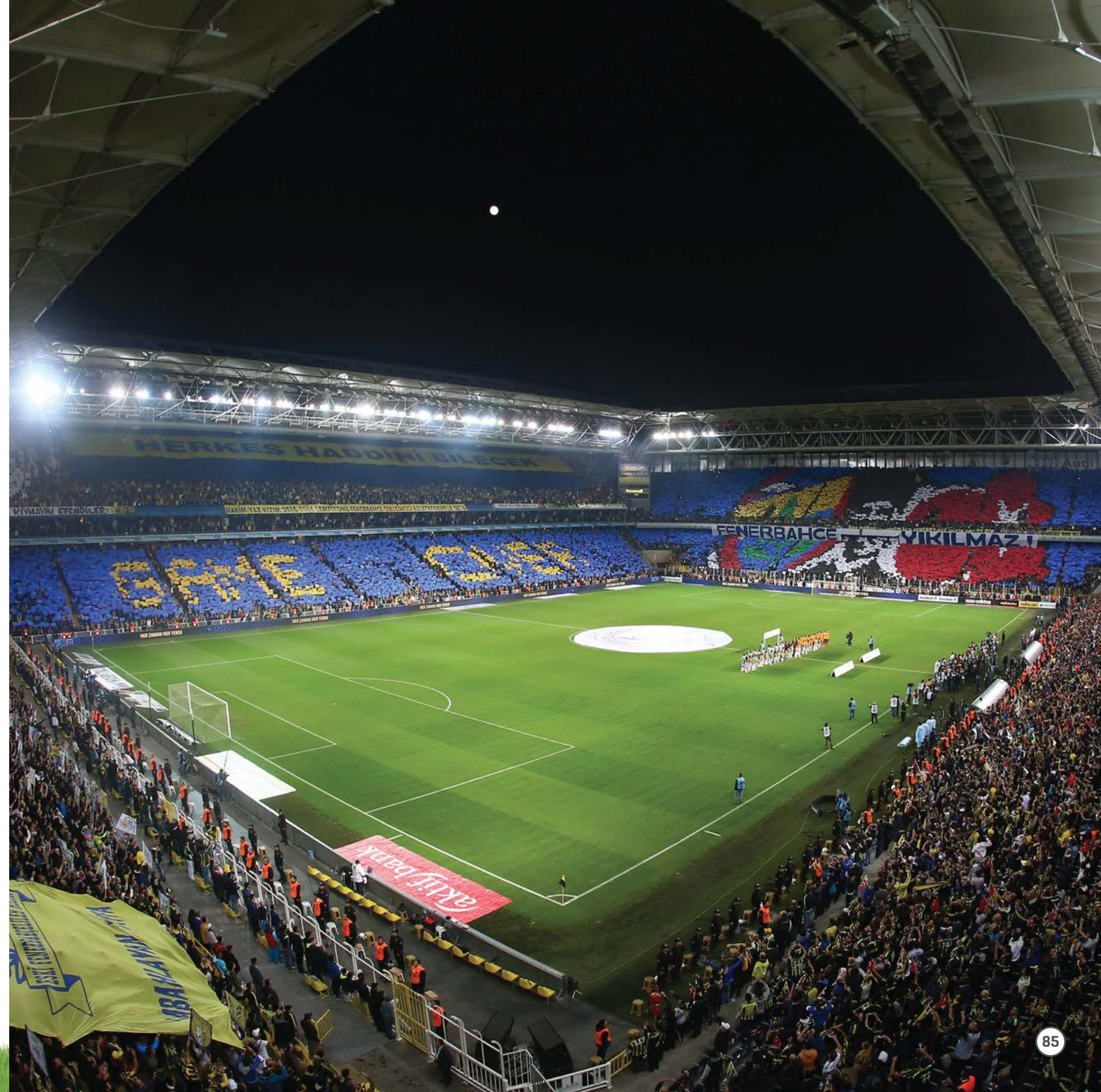
52 lisans anlaşması ile 37 farklı sektörde Fenerbahçe logolu ürünleri taraftarlarıyla buluşturan Fenerbahçe, iş ortaklarıyla birlikte yılda 100 milyon Dolar ciro yapmaktadır. 100’e yakın Fenerium mağazası, yurtiçi ve yurtdışı internet satış ağı, corner bayiiler, gezici tırları ile hizmet veren Fenerium’da 5.300 ürün gamı bulunmaktadır.



Dergi satışlarından 2,9 milyon TL kazanıldı

Aylık tirajı 55 bini geçen Fenerbahçe Dergisi, kulübe geçen sezon 2,9 milyon TL gelir kazandırmıştır.

Fenerbahçe, 2015 yılında Ülker Grubu ile imzaladığı ve 10 futbol sezonu boyunca devam edecek olan stadyum isim sponsorluğundan toplam 90 milyon Dolar gelir elde edecektir.



Galatasaray A.Ş.

Süper Lig'in 59 sezonunun 20'sini şampiyon olarak tamamlayan ve ligde armasına 4. yıldızı takan tek kulüp olan Galatasaray, son iki sezonda şampiyonluk yarışından erken kopuşu ve 1 sezon boyunca Avrupa müsabakalarından men cezası alışı ile birlikte başta maç günü gelirleri ve Şampiyonlar Ligi/UEFA Avrupa Ligi gelirleri olmak üzere 2 büyük gelir kaleminde ciddi oranda bir düşüş yaşamıştır.

2015-2016 futbol sezonunda toplam gelirleri 495,7 milyon TL olan Galatasaray, 2016-2017 futbol sezonunda %30'luk bir gelir kaybı yaşamış ve 347,2 milyon TL kazanmıştır.

	2015-2016	2016-2017
Gelir Kalemi	Futbol Sezonu Gelirleri	Futbol Sezonu Gelirleri
Naklen Yayın Havuz Gelirleri [Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil]	96.740.969 TL	101.600.873 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	107.812.374 TL	8.228.959 TL*
Ticari Gelirler [Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri vb.]	198.727.661 TL	173.890.844 TL
Maç Günü Gelirleri [Bilet ve kombine satış gelirleri]	92.493.457 TL	63.537.055 TL
Toplam Gelir	495.774.461 TL	347.257.731 TL

* 30 Eylül 2016 tarihinde UEFA tarafından bildirilen 2015-2016 sezonu UEFA Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi'ne katılıma ilişkin toplam 8.228.959 TL (2.338.512 Euro) tutarındaki ek gelirden oluşmaktadır.

Gelirler 2014-2015 futbol sezonunun gerisinde kaldı

2014-2015 futbol sezonunda hem saha içindeki rekabette hem de finansal tablolar üzerinde ligin en fazla kazananı olan Galatasaray, gelirlerini 405,3 milyon TL'ye ulaştırmış; sezon sonunda kazandığı 4. yıldızla birlikte özellikle forma ve lisanslı ürün satışlarından ciddi bir gelir elde etmiştir. 2015-2016 futbol sezonunda şampiyonluk yarışından erken kopsa da Ziraat Türkiye Kupası finalinde ezeli rakibi Fenerbahçe'yi yenerek kupayı müzesine götüren sarı kırmızılılar, sezon sonunda gelirlerini %22,3 oranında artırmış ve 495,7 milyon TL gelir elde etmişti. 2016-2017 sezonunda şampiyonluk yarışının uzağında kalan, Ziraat Türkiye Kupası'na son 16 turunda veda eden Galatasaray, Avrupa müsabakalarında da yer alamadığı için gelirlerinde büyük ölçüde bir düşüş yaşamış; gelirlerinin 2014-2015 futbol sezonu gelirlerinin de gerisine düşmesine engel olamamıştır.



2013-2014, 2014-2015 ve 2015-2016 futbol sezonlarında kazandığı kupalarla birlikte toplam 17 kez Türkiye Kupası'nı müzesine götüren Galatasaray, Turkcell Süper Kupa 2016 finalinde, Konya Büyükşehir Belediye Stadyumu'nda Beşiktaş'ı penaltılarla mağlup ederek Süper Kupa'nın da sahibi olmuştur. 2015-2016 futbol sezonunu hem Ziraat Türkiye Kupası hem de Turkcell Süper Kupa'nın şampiyonu olarak tamamlamıştır.

Naklen yayın gelirleri 4,9 milyon TL arttı

Galatasaray'ın son iki sezon içindeki gelirlerine baktığımızda, artış gösteren tek gelir kaleminin naklen yayın gelirleri olduğunu görmekteyiz. 2015-2016 futbol sezonunda 6. sırada bitirdiği Süper Lig'i 2016-2017'de 4. sırada tamamlayan sarı kırmızılı ekip, naklen yayın gelirlerini de (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil) 96,7 milyon TL'den 101,6 milyon TL'ye yükseltmiştir.

Ziraat Türkiye Kupası'ndan 8,4 milyon TL kazandı

2015-2016 futbol sezonunda Türkiye Kupası şampiyonluğundan yaklaşık 7 milyon TL kazanan Galatarasay, son 16 turunda elendiği 2016-2017 futbol sezonundaki Türkiye Kupası maçlarının yayın hakları ve başarı primlerinden toplam 1,4 milyon TL gelir elde etmiştir.

Mağaza satış gelirleri 27,6 milyon TL azaldı

2016-2017 futbol sezonunda Galatasaray'ın azalan gelirlerinden birisi de forma ve lisanslı ürün satışlarından elde edilen gelirler olmuştur. 2015-2016 futbol sezonunda GS Store Mağazaları, Corner'lar, gezici tır ve internet sitesi satışlarından 88,8 milyon TL kazanan kulüp, 2016-2017 sezonunda 27,6 milyon TL'lik gelir kaybı ile 61,2 milyon TL kazanmıştır.



Galatasaray Futbol A Takımı formalarının sırtında yer alan Garenta markası, 2017-2018 futbol sezonu sonuna kadar devam edecek 3 yıllık anlaşma karşılığında sarı kırmızılı kulübe toplam 15,2 milyon TL ödeyecektir.

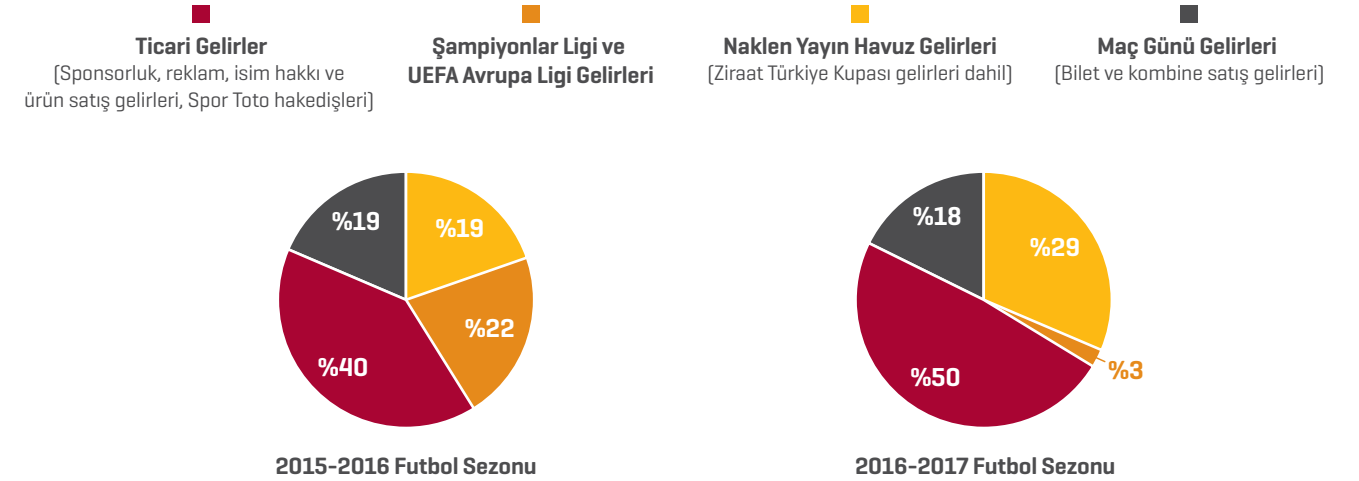
Galatasaray Kulübü, 2009-2010 futbol sezonunda başlayan ve 10 yıl devam edecek olan Türk Telekom Stadyumu isim sponsorluğu anlaşması karşılığında her yıl 6,5 milyon Dolar gelir elde etmektedir.



NEF'ten 52,5 milyon TL

Galatasaray ile tasarım ve inovasyon markası NEF arasında Ağustos 2016 tarihinde imzalanan 1+1+1 sezon opsiyonlu forma göğüs sponsorluğu anlaşmasına göre NEF, Galatasaray Kulübü'ne 2016-2017 futbol sezonu için 9,5 milyon TL, 2017-2018 sezonu için 10,5 milyon TL, anlaşmanın devam etmesi halinde 2018-2019 futbol sezonu için 11 milyon TL olmak üzere toplam 31 milyon TL sponsorluk bedeli ödeyecek; performans primleriyle birlikte bu rakam toplam 52,5 milyon TL'yi bulacaktır.

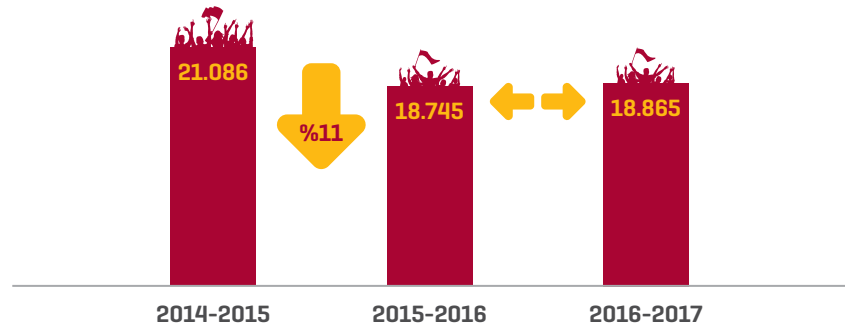
Galatasaray'ın 2015-2016 ve 2016-2017 futbol sezonundaki gelirlerinin yüzdesel dağılımı



Seyirci ortalaması şampiyonluk sezonuna oranla %10 azaldı

Türk Telekom Stadyumu'ndaki 21.086 seyirci ortalamasıyla "2014-2015 futbol sezonunun en fazla seyirci ortalamasına sahip kulübü" olan Galatasaray'ın seyirci ortalaması 2015-2016 sezonunda 18.745'e düşmüş, liderliği ezeli rakibi Fenerbahçe'ye kaptırmıştır. Sarı kırmızılı ekip, 2016-2017 futbol sezonunda ise 18.865 seyirci ortalaması ile Beşiktaş'ın gerisinde kalırken, Fenerbahçe'yi geçmiştir.

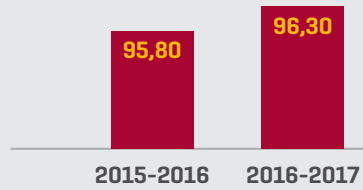
Son 3 sezonluk seyirci ortalamaları ve artış/azalış oranları



Derbilerden 15 milyon TL'ye yakın hasılat elde edildi

Galatasaray'ın son 3 sezonda Türk Telekom Stadyumu'nda Beşiktaş ve Fenerbahçe maçlarını ortalama 34.886 kişi seyredirken, 3 sezon boyunca bilet satışlarından 15 milyon TL'ye yakın gelir elde edilmiştir.

2015-2016 futbol sezonunda 95,80 TL olan ortalama bilet fiyatı 2016-2017 sezonunda 96,30 TL olmuştur.



Passolig Kart sayısı %32 arttı



2015-2016 futbol sezonu sonunda 382.295 olan Passolig Kart sahibi Galatasaraylı taraftar sayısı 2016-2017 futbol sezonu sonunda, %32 oranında artarak 505.206'ya ulaşmıştır.



Trabzonspor A.Ş.

2015-2016 futbol sezonu ile kıyasladığımızda hem sportif performans hem de finansal gelirler açısından 2016-2017 futbol sezonunu daha verimli geçiren Trabzonspor, Süper Lig’i 51 puanla 6. sırada tamamlamıştır. Başta maç günü gelirleri olmak üzere ticari gelirler ve naklen yayın gelirlerinde artış yaşamıştır.

	2015-2016	2016-2017
Gelir Kalemi	Futbol Sezonu Gelirleri	Futbol Sezonu Gelirleri
Naklen Yayın Havuz Gelirleri [Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil]	48.572.320 TL	62.382.133 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	5.688.184 TL	—
Ticari Gelirler [Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri vb.]	24.126.306 TL	66.550.275 TL
Maç Günü Gelirleri [Bilet ve kombine satış gelirleri]	3.098.397 TL	18.788.269 TL
Toplam Gelir	81.485.207 TL	147.720.677 TL

Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi gelirlerinden 2014-2015 futbol sezonunda 18,7 milyon TL, 2015-2016 futbol sezonunda 5,6 milyon TL kazanan Trabzonspor, geçtiğimiz sezon bu gelir kaleminden herhangi bir kazanç elde edemese de, toplam gelirlerini %81 oranında artırmayı başarmış ve sezon sonunda 147,7 milyon TL kazanmıştır.

Yayın gelirleri %28,4 oranında arttı

2015-2016 futbol sezonunda ligi 12. sırada bitiren, Ziraat Türkiye Kupası’nın son 16 turunda elenen Trabzonspor, 2016-2017 futbol sezonunda Ziraat Türkiye Kupası’na erken veda etse de ligi 51 puanla 6. sırada tamamlayarak naklen yayın gelirlerini (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri de dahil) %28,4 oranında artırmış ve 62,3 milyon TL kazanmıştır.



2015-2016 sezonu boyunca 54 bin forma satışı yapan Trabzonspor, 2016-2017 futbol sezonunda forma satış adetlerini 63 bine yükselmiştir.

Sportif başarı ticari gelirlerde artışı beraberinde getirdi

2015-2016 futbol sezonunda ticari gelirleri 24,1 milyon TL olan Trabzonspor, 2016-2017 futbol sezonunda bu gelir kalemini %75,8 oranında artırarak 66,5 milyon TL’ye ulaştırmıştır.

2015-2016 futbol sezonu lig maçlarını forma göğüs sponsoru olmadan tamamlayan bordo mavililer, Temmuz 2016 yılında Katar Ulusal Bankası QNB ile forma göğüs sponsorluğu için imzaladıkları sponsorluk anlaşması ile ticari gelirlerine önemli bir katkı sağlamıştır. QNB, Trabzonspor’a forma göğüs sponsorluğu karşılığında sezon başına 2,5 milyon USD olmak üzere toplam 7,5 milyon USD ödeyecektir.

2015-2016 ile 2016-2017 sezonlarında “Resmi İçecek Sponsoru” olan ve Futbol A Takımı şortunda logosu yer alan Coca-Cola, bordo mavililere yıllık 1 milyon TL sponsorluk bedeli ve 200 bin TL’lik içecek tedariki sağlamıştır.

Medical Park'tan 29,5 milyon Euro

Medical Park'ın Trabzonspor'un 18 Aralık 2016 tarihinde açılan yeni stadyumu Şenol Güneş Spor Kompleksi'nin stadyum isim hakkı sponsorluğu ve forma sırt sponsorluğu için ödeyeceği 5 sezonluk toplam sponsorluk bedeli 29,5 milyon Euro'dur.

Maç günü gelirleri 6 katına çıktı

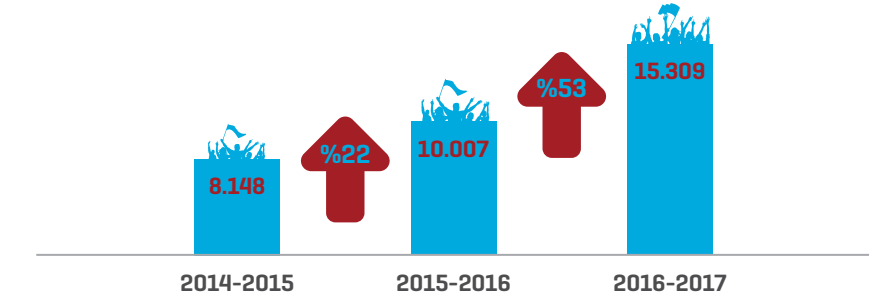
Trabzonspor, Şenol Güneş Spor Kompleksi Medical Park Stadyumu'nun açılışı ile birlikte maç günü gelirlerinde ciddi bir yükseliş yakalamıştır. 2015-2016 futbol sezonunda maç günü gelirleri 3,1 milyon TL olan kulüp, 2016-2017 futbol sezonunda rekor bir artışla maç günü gelirlerini 18,7 milyon TL'ye yükseltmiştir.



Sezon içinde seyirci ortalamasında %100 artış oldu

2016-2017 sezonunun ilk 18 hafta sonuna kadar Hüseyin Avni Aker Stadyumu'nda 11.256 seyirci ortalamasıyla oynayan Trabzonspor, 19. haftadan itibaren maçlarını Şenol Güneş Spor Kompleksi Medical Park Stadyumu'nda oynamıştır. Trabzonspor'un yeni stadyumla birlikte sezon içindeki seyirci ortalaması da 2 katına çıkarak 22.358'e ulaşmıştır.

Son 3 sezonluk seyirci ortalamaları ve artış/azalış oranları

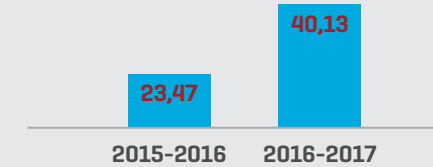


En fazla seyircili maç

Trabzonspor-Beşiktaş
Şenol Güneş Spor Kompleksi
Medical Park Stadyumu
08.04.2017 - 35.216 seyirci



2015-2016 futbol sezonunda bilet başına ortalama geliri 23,47 TL olan Trabzonspor'un 2016-2017 futbol sezonunda bilet başına ortalama geliri %71 oranında artarak 40,13 TL'ye ulaşmıştır.



Passolig Kart sayısı %65 arttı



2015-2016 futbol sezonu sonunda 94.453 olan Passolig Kart sahibi Trabzonsporlu taraftar sayısı 2016-2017 futbol sezonu sonunda %65 oranında artarak 156.133'e ulaşmıştır.

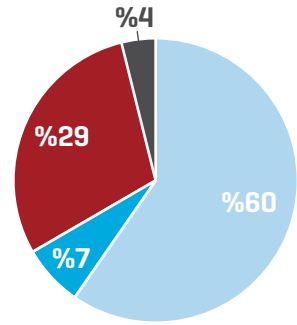
Gelirler arttıkça, yüzdeler oranları da değişti

2015-2016 futbol sezonunda toplam gelirleri 81,4 milyon TL olan Trabzonspor'un en büyük gelir kalemi, %60'lık pay ile naklen yayın gelirleri olmuş, bordo mavili ekip Ziraat Türkiye Kupası gelirleri de dahil olmak üzere toplam 48,5 milyon TL naklen yayın geliri elde etmiştir. Naklen yayın gelirlerini %29'luk pay ile ticari gelirler takip ederken, %7'lik pay ile Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi gelirleri ardından da %4'lük pay ile maç günü gelirleri gelmiştir.

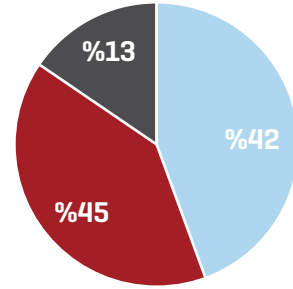
2016-2017 futbol sezonunun 2. yarısından itibaren üst üste aldığı galibiyetler, Şenol Güneş Spor Kompleksi Medical Park Stadyumu'nun kapılarını açmasıyla birlikte maç günü gelirlerinde ciddi bir yükseliş yakalayan Trabzonspor, 2015-2016 sezonunda toplam gelirler içerisinde %4'lük payı olan maç günü gelirlerini, 2016-2017 futbol sezonunda %13'e yükseltmiştir.

Trabzonspor'un 2015-2016 ve 2016-2017 futbol sezonundaki gelirlerinin yüzdesel dağılımı

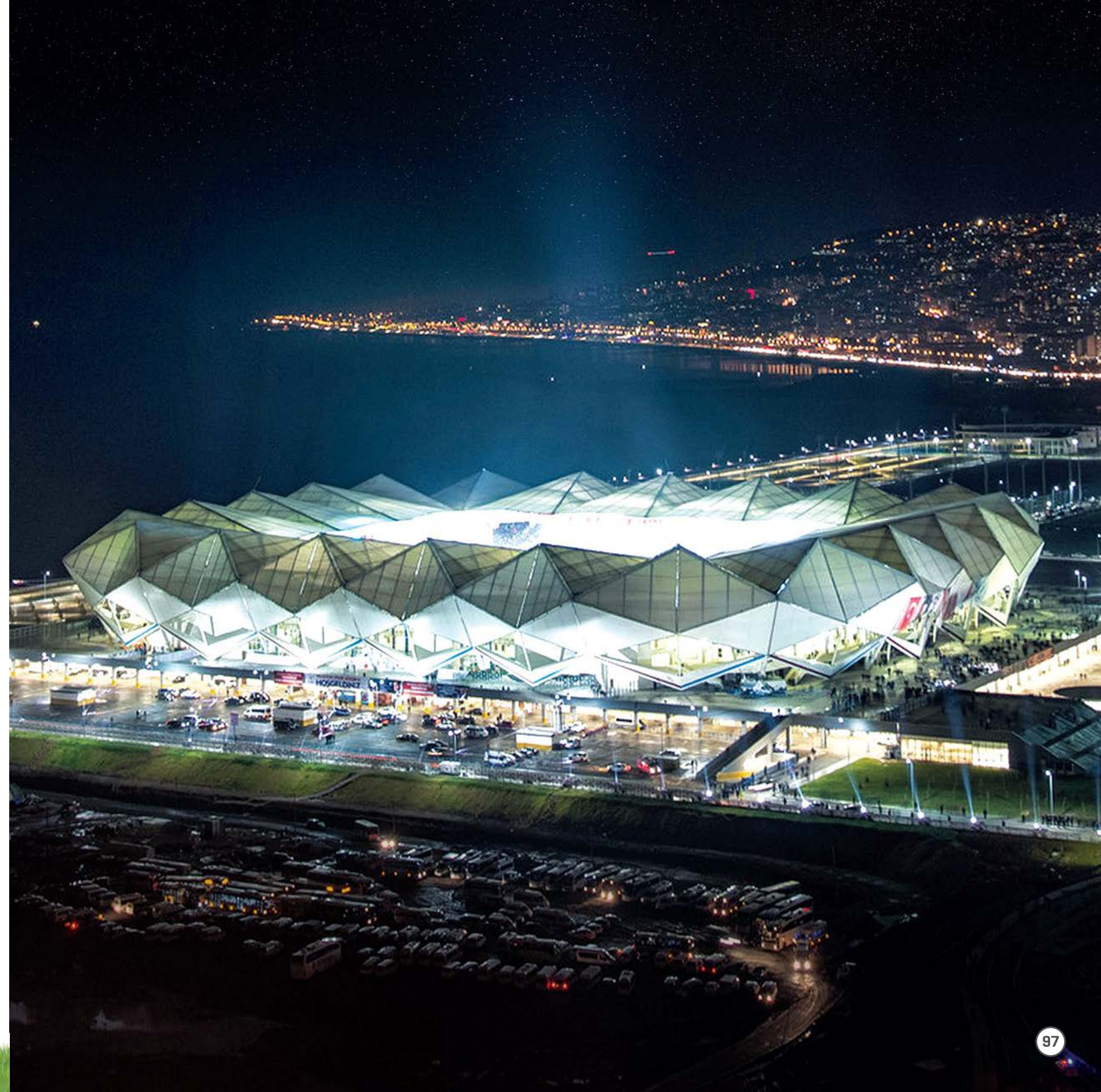
- **Ticari Gelirler** (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri)
- **Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri**
- **Naklen Yayın Havuz Gelirleri** (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil)
- **Maç Günü Gelirleri** (Bilet ve kombine satış gelirleri)



2015-2016 Futbol Sezonu



2016-2017 Futbol Sezonu



Genel Değerlendirme

2016-2017 Futbol Sezonu

4 büyükler maç günü, naklen yayın ve ticari gelirlerinden toplam 1 milyar 453 milyon TL kazanmıştır.

Beşiktaş hem sahada hem gelirlerde şampiyon

Beşiktaş, üst üste elde ettiği 2 şampiyonlukla birlikte bütün gelir kalemlerinde ciddi bir yükseliş elde etmiş; 2016-2017 futbol sezonunu hem sahada hem de finansal tablolarda lider tamamlamıştır. 2015-2016 futbol sezonuna göre toplam gelirlerini %61 oranında artıran siyah beyazlılar, en yakın rakibi Fenerbahçe'den 84,2 milyon TL, Galatasaray'dan 173,9 milyon TL, Trabzonspor'dan ise 373,4 milyon TL daha fazla gelir elde etmiştir.

Fenerbahçe %8, Galatasaray %29 oranında gelir kaybı yaşadı

2015-2016 futbol sezonu gelirleri ile kıyasladığımızda Fenerbahçe %8 oranında bir gelir kaybı yaşarken, Galatasaray'ın gelirlerinde %29'luk bir azalma olmuştur. Sarı kırmızılılar, 2015-2016 futbol sezonuna göre 148,5 milyon TL daha az gelir elde etmiştir.



Trabzonspor'dan rekor yükseliş

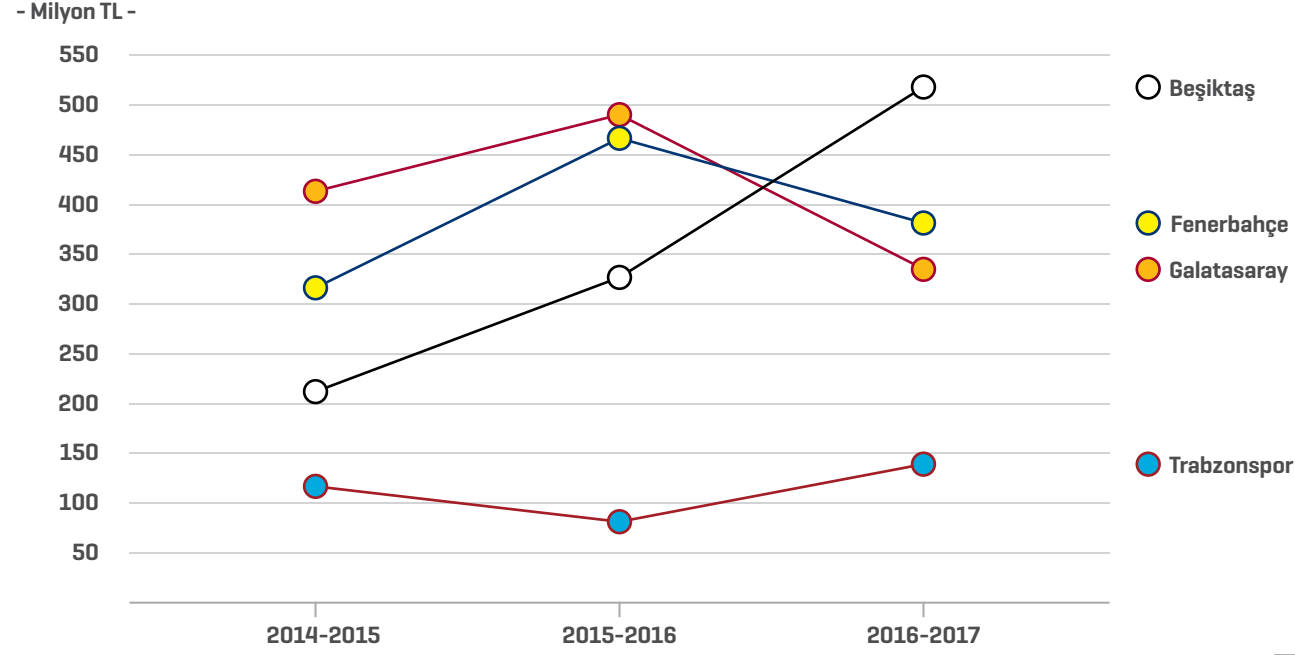
2015-2016 futbol sezonuna göre gelirlerini %81'lik oranda yükselten ve 147,7 milyon TL'ye ulaştıran Trabzonspor, sadece 4 büyükler arasında değil ligin tamamında gelirlerini en fazla artıran kulüp olmuştur.

4 büyükler, 2014-2015, 2015-2016 ve 2016-2017 futbol sezonlarında toplam 3,8 milyar TL gelir elde etmiştir.



2014-2015 Futbol Sezonu	Gelir Kalemi	Galatasaray A.Ş.	Fenerbahçe A.Ş.	Beşiktaş A.Ş.	Trabzonspor A.Ş.
	Naklen Yayın Havuz Gelirleri [Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil]	100.886.827 TL	94.374.637 TL	76.457.577 TL	54.474.052 TL
	Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	52.336.351 TL	—	20.189.248 TL	18.769.997 TL
	Ticari Gelirler [Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri vb.]	162.072.174 TL	146.913.490 TL	95.387.195 TL	28.689.505 TL
	Maç Günü Gelirleri [Bilet ve kombine satış gelirleri]	90.082.381 TL	65.872.187 TL	25.563.916 TL	4.435.790 TL
	Toplam Gelir	405.377.733 TL	307.160.314 TL	217.597.936 TL	106.369.344 TL
2015-2016 Futbol Sezonu	Gelir Kalemi	Galatasaray A.Ş.	Fenerbahçe A.Ş.	Beşiktaş A.Ş.	Trabzonspor A.Ş.
	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
2016-2017 Futbol Sezonu	Gelir Kalemi	Beşiktaş A.Ş.	Fenerbahçe A.Ş.	Galatasaray A.Ş.	Trabzonspor A.Ş.
	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

4 büyüklerin son 3 sezondaki gelir tablosu



2014-2015, 2015-2016 ve 2016-2017 futbol sezonlarını kapsayan 102 haftalık Süper Lig periyodunda, hem sahada hem de finansal tablolarda kazananlar Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray olmuştur.

Süper Lig'in 3 sezon boyunca elde ettiği maç günü gelirleri, naklen yayın gelirleri ve ticari gelirlerde en büyük paya sahip olan 3 büyük İstanbul takımını, Trabzonspor, Bursaspor Medipol Başakşehir FK, Atiker Konyaspor ve Antalyaspor kulüpleri takip etmiştir.



Son 3 futbol sezonunda 3,8 milyar TL gelir elde eden 4 büyükler arasında en fazla kazanan 1 milyar 248 milyon TL ile Galatasaray olmuştur. Sarı kırmızılıları 1 milyar 220 milyon TL ile Fenerbahçe ve 1 milyar 62 milyon TL ile Beşiktaş takip ederken, Trabzonspor 335,5 milyon TL kazanmıştır.

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 3 yıl içinde 16 spor kulübüne 2,3 milyar TL'nin üzerinde kaynak aktarmıştır. Aktif Bank, ayrıca Vodafone Park stat 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:

Ahmet Erdal GÜNCAN

Aktif Bank Kurumsal Bankacılık
Genel Müdür Yardımcısı

Ceyhan KAZANCI

Passolig
Genel Müdür

T: [0212] 340 82 10

E: sporfinansmani@aktifbank.com.tr

T: [0212] 340 81 20

E: sporfinansmani@aktifbank.com.tr

Aktif Bank EkoLig 2 Raporu'na Pdf olarak aşağıdaki adresten ulaşabilirsiniz:

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



aktifbank

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