

aktif bank

# EKO LiG

2016-2017 / 2017-2018 SEZONU

FUTBOL EKONOMİSİ RAPORU-3

aktif bank

# İndeks

**02 PASSOLİG / GENEL MÜDÜR'ÜN MESAJI**

**03 AKTİF BANK / GENEL MÜDÜR'ÜN MESAJI**

**04 FUTBOLUN FİNANSAL YAPILANMASI**

**08** En Fazla Para Şampiyonlar Ligi'nde Dağıtılıyor

**12 2016-2017 / 2017-2018 FUTBOL SEZONLARINA GENEL BAKIŞ**

**17** Naklen Yayın Gelirlerinde Premier Lig Farkı

**21** Stadyumların Ekonomik Yüzü

**28** Markalaşma ve Firma Değerleri

**30** Real Madrid'in Başarı Öyküsü

**36** 2018 FIFA Dünya Kupası

**46 SÜPER LİG'İN FİNANSAL VERİLERİ**

**48** Maç Günü Gelirleri

**58** Naklen Yayın Gelirleri

**66** Ticari Gelirler

**78** Rakamlarla 2016-2017 ve 2017-2018 Futbol Sezonu

**80 2017-2018 SEZONUNUN BAŞARI ÖYKÜSÜ**

**82** Göztepe A.Ş.

**86 DÖRT BÜYÜKLER**

**88** Beşiktaş A.Ş.

**94** Fenerbahçe A.Ş.

**100** Galatasaray A.Ş.

**106** Trabzonspor A.Ş.

**112** Genel Değerlendirme



**PASSOLIG**

**CEYHUN KAZANCI**  
Genel Müdür



**aktifbank**

**DR. SERDAR SÜMER**  
Genel Müdür

Son iki futbol sezonunda 5 milyar TL'yi aşan gelirleriyle iktisadi ve mali olarak hatırı sayılır bir büyüklüğe ulaşan Spor Toto Süper Lig, bugün saha içindeki rekabetler ve taraftar desteğiyle dünya yıldızları için birer çekim merkezi haline gelmiş, Avrupa futbol ekonomisinde de en hızlı büyüyen liglerden biri olmuştur. 2017-2018 futbol sezonunda 1,5 milyar TL'yi aşan naklen yayın gelirleri, 400 milyon TL'ye ulaşan maç günü gelirleri, artan reklam ve sponsorluk gelirleriyle istikrarlı bir parasal büyüme elde eden Süper Lig, 2016-2017 futbol sezonuna göre 3 büyük gelir kaleminde %30 büyüme elde etmiştir. Türk futbol pastasındaki bu büyüme, takımlarımızın uluslararası organizasyonlarda elde ettiği başarılı sonuçlar, kurumsallaşan ve şeffaflaşan kulüp yönetimleri, tribünlerdeki artan seyirci desteği, sadece ligimizin finansal yapısı veya marka değeri açısından değil; futbolumuza yatırım yapan bütün iş ortakları, futbol sektöründe faaliyet gösteren bütün aktörler adına da ciddi bir önem arz etmektedir.

Futbolumuzun Avrupa'nın markalaşmış dev ligleri ile rekabet edebilmesi için sportif başarıdan bağımsız bir finansal büyüme modeline geçiş yapabilmesi ve bu rekabet gücünü başarılı finansal modellemelerle sürdürebilmesi hepimizin en temel arzusudur. Günümüz futbol endüstrisinin en büyük gerçeği olan, zor gibi görünen ama imkansız olmayan bu uzun süreçte, bizler de futbolun içindeki aktörlerden biri olarak, Süper Lig'in üç büyük gelir kalemi açısından finansal verilerini analiz ederek, ekonomik açıdan nereden nereye geldiğimizi göstermek adına yola çıktık. Futbol ekonomisine yön veren maç günü gelirleri, naklen yayın gelirleri ve ticari gelirlerin rasyonel bir şekilde yönetilmesi ile kulüplere yaratılacak her yeni kaynağın futbolumuzun parametrelerini olumlu yönde değiştireceğine inancımız sonsuzdur.

Saygılarımızla,

Futbol, sahip olduğu dinamik ve gelişmeye müsait yapısı, teknoloji ve iletişim dünyasına uyum sağlayabilme yeteneği ile bugün sadece küresel bir spor eğlencesi değil aynı zamanda da birçok farklı sektörle etkileşim içerisinde olan büyük bir endüstridir. Naklen yayın gelirlerinden forma ve lisanslı ürün satışlarına, marka ve isim hakkı gelirlerinden sponsorluklara kadar gelir kalemleri her geçen gün çeşitlenen bir yapıya dönüşen futbol kulüpleri, zaman zaman taraftar-seyirci-müşteri denklemi arasında kalsa da artan parasal güçleriyle küresel sermaye açısından da karlı birer yatırım aracına dönüşmüştür. Yılda 15 milyar doları aşan parasal büyüklüğü ile dünya futboluna yön veren 5 büyük ligin (Premier Lig, Bundesliga, La Liga, Serie A ve Ligue 1) merkezde yer aldığı küresel futbol endüstrisinde, rekabet edebilmenin denklemi, sportif başarıyı finansal performansa dönüştürebilmek üzerine kurulmuştur. Bugün sağlıklı bir mali yapı olmadan, kalıcı bir başarının mümkün olmadığı futbol ekonomisinde, yeni pazarlara açılmak, tüm dünyadaki sporseverlerle etkileşim içinde olmak, markalaşmak, şeffaf ve çözüm odaklı yönetsel yapılarda olabilmek, en az saha içindeki sportif başarı kadar önem kazanmıştır.

Bütün bu gerçeklerden yola çıkarak, son üç yıldır EkoLig Futbol Ekonomisi Raporu adıyla, Avrupa'nın en hızlı büyüyen futbol liglerinden biri olan Spor Toto Süper Lig'i üç büyük gelir kalemi perspektifinden ele aldık. Aktif Bank olarak Türk futboluna verdiğimiz destekle birlikte Türkiye'nin ilk ve tek futbol ekonomisi raporunun 3. serisini spor kamuoyu ile paylaşmaktan gurur duyarak, raporun futbol ekonomisine entelektüel katkı sağlamasını ve aksiyoner düşünce üretimini teşvik etmesini umut ediyoruz.

Saygılarımızla,

# Futbolun Finansal Yapılanması

Futbol, yılda 50 milyar doları aşan parasal büyüklüğüyle sadece saha içinde değil, saha dışında da endüstriyel rekabetin yaşandığı küresel bir pazardır. Kulüplerin ticari organizasyonlara dönüştüğü, liglerin milyar dolarlık gelirleri ile televizyon pazarında yarıştığı, taraftarların "müşteri" olarak adlandırıldığı, turnuvaların küresel bir eğlence anlayışında ele alındığı bu yeni ekonomik düzende başarı kriterleri sportif rekabetten finansal parametrelere doğru yönelmiştir.

Bugün Kıta Avrupası'nın sportif ve mali açıdan açık ara bir üstünlüğü söz konusudur. Yılda 15 milyar Euro'ya yakın gelirleri ile global futbol pazarının en büyük aktörleri olan Premier Lig, La Liga, Bundesliga, Serie A ve Ligue 1 son 10 yılda diğer ligler ile aralarındaki mesafeyi giderek açmış; Manchester United, Barcelona, Real Madrid, Bayern Münih, Paris Saint Germain gibi kulüpler Avrupa Kıtası dışındaki yeni pazarlara yönelmiş ve rekabetlerini bu pazarlar içerisine taşımışlardır. Amerika Birleşik Devletleri'nde yaz aylarında düzenlenen dostluk maçları, Asya Kıtası'nda yapılan turnuvalar, Avustralya'da açılan futbol akademileri, dünyanın farklı bölgelerindeki sporseverlere ulaşmak için yapılan dijital tabanlı iş ortaklıkları küresel rekabetin birer yansımalarıdır.

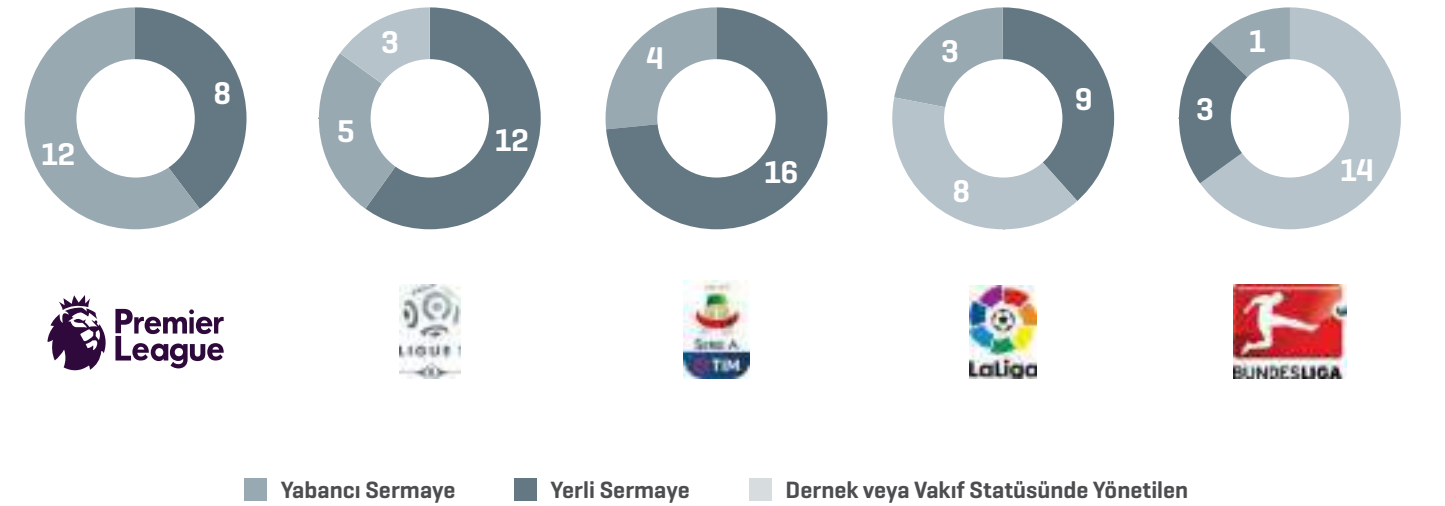


Geçtiğimiz yıl Amerika Birleşik Devletleri'nde düzenlenen ICC Turnuvası'nda (International Champions Cup) Barcelona, Juventus, Manchester United ve Real Madrid ile karşılaşmış, bu maçlarda 200-1.500 Dolar arasında değişen maç biletlerinin tamamı tükenmiş, müsabakalar 170 farklı ülkeden canlı yayınlanmıştır.

Uluslararası sportif başarılarından elde edilen prestijin finansal kaynağa dönüştürülmesi ve etkin bütçe yönetiminin uygulanmasında öncü olan bu kulüpler global futbol pazarına dahil olmak isteyen yabancı sermaye gücü için cazip birer yatırım aracına dönüşmüştür.

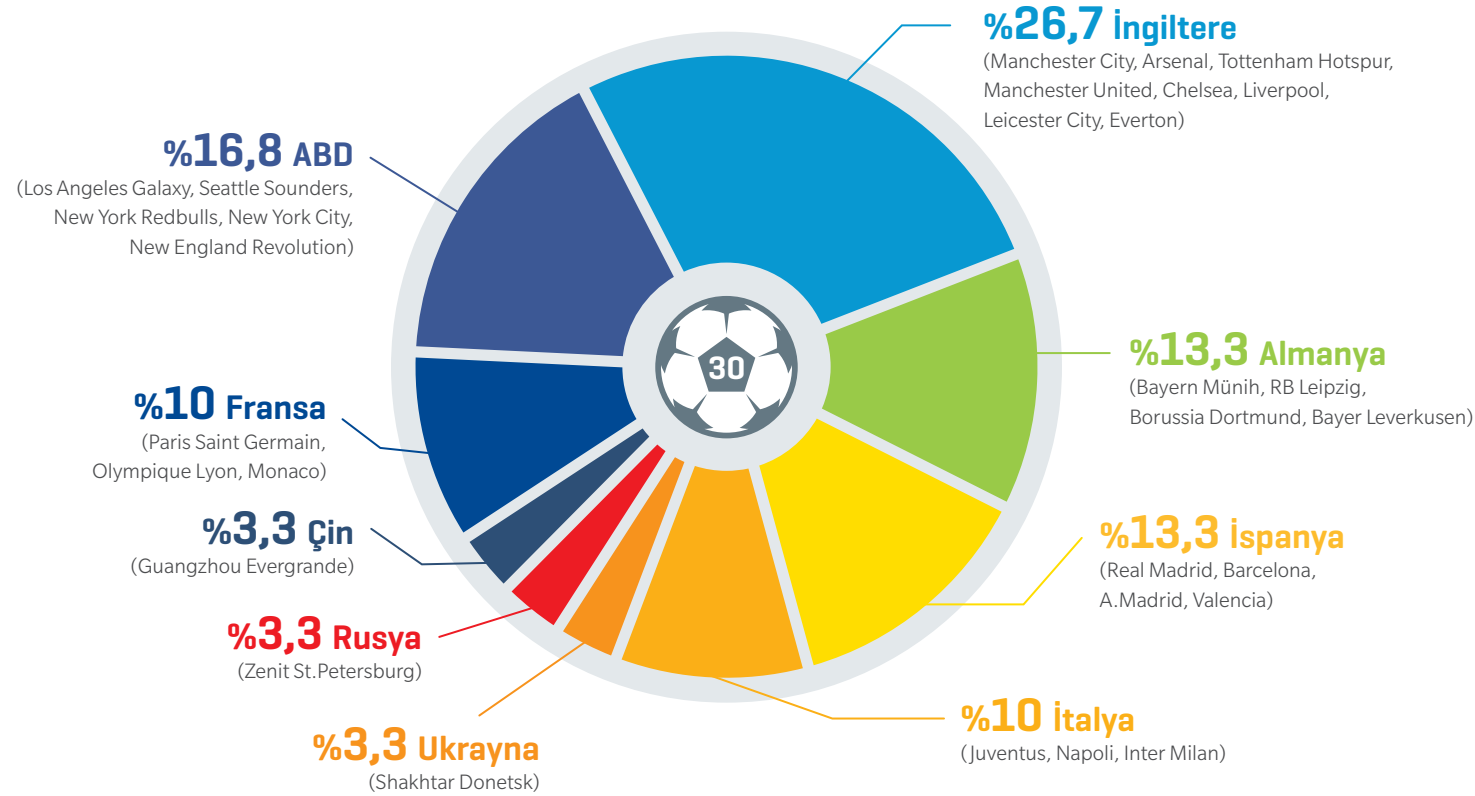
Yabancı sermaye yatırımlarının en fazla olduğu ülkelerin başında İngiltere gelmektedir. Ülkenin en üst 2 futbol ligi olan Premier Lig ve Championship'te yer alan 44 futbol kulübünün 26 tanesinde yabancı yatırımcıların hakimiyeti söz konusudur. Almanya bu konuda kendine has yapısı olan ülkelerden biridir. Bayer Leverkusen ve Wolfsburg gibi istisnalar dışında Bundesliga ve 2. Bundesliga'da yer alan bütün kulüplerde "50 artı 1" olarak bilinen bir kural bulunmaktadır. Bu kurala göre en üst iki ligdeki kulüplerin en az % 50 oranında hissesi taraftarlara ait olmalıdır. Bugün gelinen noktada kulüplerin birçoğu şirketleşerek tamamen endüstriyel bir karaktere bürünmüş olsa da Barcelona, Bayern Münih, Real Madrid gibi dernek statüsünde faaliyet göstererek hem sahada hem de finansal tablolarda ciddi başarılar elde eden kulüpler de mevcuttur.

## Avrupa'nın 5 büyük liginde mücadele eden kulüplerin yatırımcıları



Avrupa futbolunun son 10 yılına bakıldığında sermayenin 5 büyük ligde yoğunlaştığı söylenebilir. 2018 yılının finansal değerlerine göre, dünyanın en büyük 30 futbol kulübünün 24'ü Avrupa Kıtası'nda yer almakta, bu 24 kulübün 22'si de 5 büyük ligin temsilcilerinden oluşmaktadır. \*

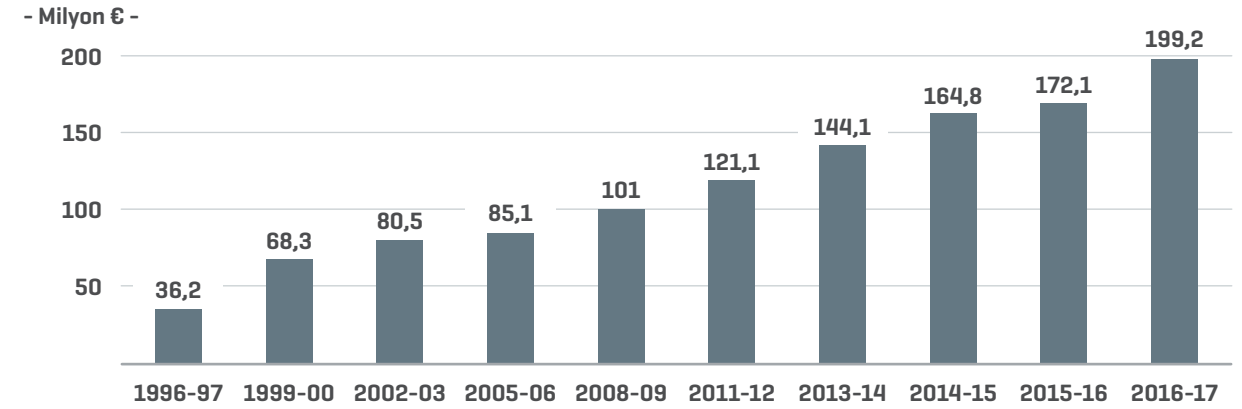
### Parasal güçlerine göre dünyanın en büyük 30 futbol kulübü ve bu kulüplerin ülkelere göre dağılımı



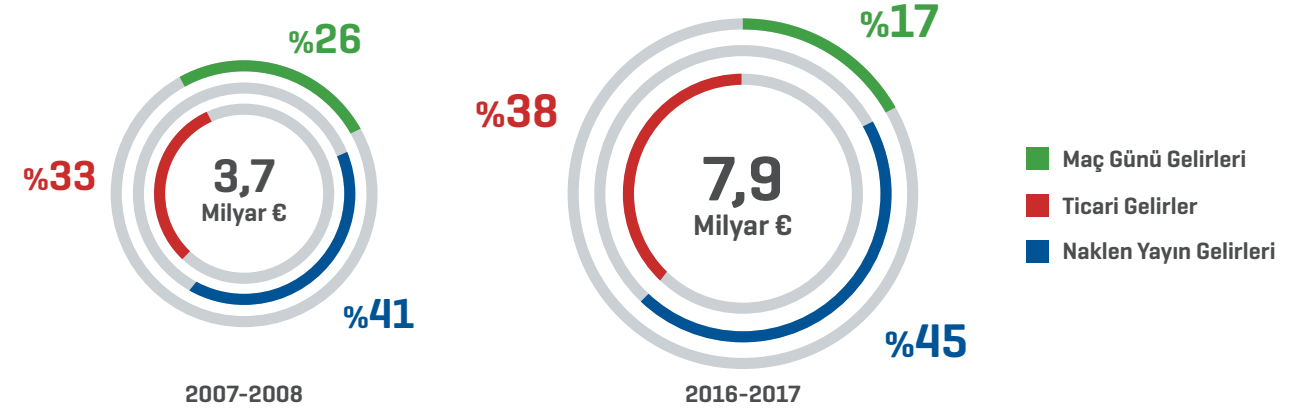
Premier Lig, La Liga, Bundesliga, Serie A ve Ligue 1'in global futbol pazarına öncülük eden kulüplerinin artan gelirlerine bağlı olarak elde ettikleri rekabet üstünlüğü, Avrupa futbolunun en dikkat çeken unsurlarından biridir. 20 kulübün 8 milyar Euro'yu geçen toplam gelirleri içerisinde en büyük pay %45'lik oranla naklen yayın gelirlerine aittir. Naklen yayın gelirlerini %38 oranıyla ticari gelirler takip etmekte; maç günü gelirleri ise toplam pastanın %17'lik dilimine denk gelmektedir. \*\*

\* Soccerex Football Finance Report 2018, s.9 \*\* Deloitte, Football Money League Report, January 2018

### 1996-1997 ile 2016-2017 sezonları arasında Avrupa'nın en çok kazanan 20 kulübü sıralamasına dahil olan kulüplerin minimum gelirleri



Yukarıdaki tablodan da görüldüğü üzere günümüzde Avrupa'nın en fazla kazanan 20 kulübünden biri olabilmek için sezon başına minimum 200 milyon Euro'ya yakın gelir elde etmek gerekmektedir. Futbol pastası listenin daimi üyeleri lehine büyüdükçe, liste başındaki kulüpler ile diğer kulüpler arasındaki gelir farkı da giderek artmakta, diğer bir ifadeyle gelişmekte olan liglerdeki başarılı kulüplerin Avrupa'nın en fazla kazanan 20 kulübünden biri olması her geçen gün daha da zorlaşmaktadır.



2007-2008 futbol sezonunda Avrupa'nın en zengin 20 kulübünün toplam geliri 3,7 milyar Euro iken 2016-2017 sezonunda toplam gelirler 7,9 milyar Euro'ya ulaşmıştır. 10 futbol sezonunda neredeyse 2 katına çıkan toplam gelirler içerisinde, naklen yayın gelirleri ve ticari gelirlerin yüzdesel oranı artış gösterirken maç günü gelirlerinin yüzdesel oranı azalmıştır. \*\*\*

\*\*\* Deloitte, Football Money League Report, February 2018

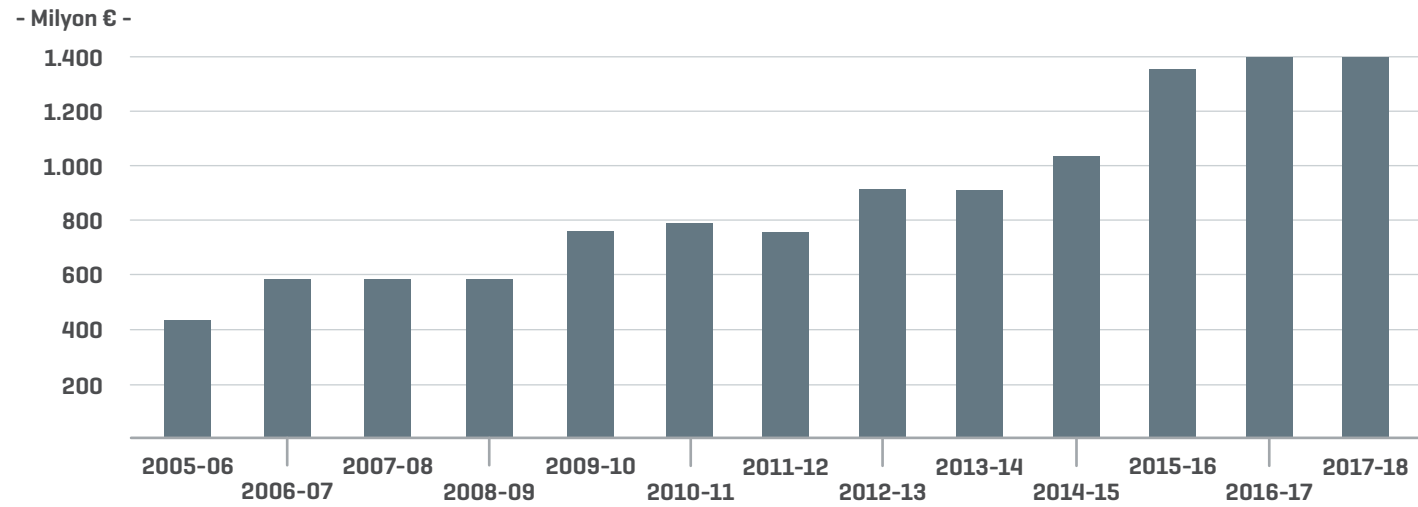
Avrupa futbolunun en çok kazanan 20 futbol kulübü sıralamasında son 21 sezonda birincilik koltuğu Real Madrid ile Manchester United arasında el değiştirmektedir. Listede bulunan 20 kulüp içerisinde gelirleri toplamı 650 milyon Euro'yu geçenler sadece İngiliz ve İspanyol ekipleri olurken, üst üste 3 kez UEFA Şampiyonlar Ligi Kupası'nı evine götüren Real Madrid'in Manchester United ile olan gelir farkını her geçen gün daha da azaltması mali tabloların en dikkat çeken detaylarından biridir.

## En Fazla Para, Şampiyonlar Ligi'nde Dağıtılıyor

Yüksek tempolu ve seyir zevki veren maçları, görsel şovları ve rekabet kalitesi ile futbol endüstrisinin en önemli sahnesi diyebileceğimiz UEFA Şampiyonlar Ligi'nin kulüplere kazandırdığı muazzam gelirlerin de Avrupa'nın elit takımları arasındaki rekabette etkisi büyüktür.

2017-2018 futbol sezonunda, UEFA, Şampiyonlar Ligi'ne katılan 32 kulübe toplam 1 milyar 396 milyon Euro gelir dağıtmış, bütün kulüplerin 12,7 milyon Euro katılım payı olarak yarışa dahil olduğu Devler Ligi'ni şampiyon olarak tamamlayan Real Madrid, turnuvadan 100 milyon Euro'ya yakın bir gelir elde etmiştir. Bundan 10 yıl önce katılımcılara toplam 585 milyon Euro dağıtan organizasyonun, bugün gelinen noktada 1,4 milyara Euro'ya yaklaşan ödül bütçesi futbol endüstrisinin de katettiği yolu özetler niteliktedir.

UEFA Şampiyonlar Ligi'nde 2005-2006 ile 2017-2018 sezonları arasında kulüplere dağıtılan toplam ödüller



UEFA'nın bir diğer organizasyonu UEFA Avrupa Ligi'nde dağıtılan ödül miktarı Şampiyonlar Ligi'nin çok daha gerisindedir. 2017-2018 futbol sezonunda Avrupa Ligi'nde mücadele eden takımlara toplam 239,8 milyon Euro performans ödülü, 160 milyon Euro ise pazarlama havuzu geliri dağıtılmıştır.



2017-2018 sezonu sonunda Fransız ekibi Marsilya'yı finalde 3-0 yenerek 3. kez UEFA Avrupa Ligi Kupası'nı müzesine götüren Atletico Madrid, 15 milyon Euro şampiyonluk primi kazanırken, aynı sezon UEFA Şampiyonlar Ligi Kupası'nın sahibi olan Real Madrid sadece sportif performansı ve şampiyonluk priminden (pazarlama havuzu gelirleri hariç) 55,7 milyon Euro kazanmıştır.



2017-2018 futbol sezonu UEFA Şampiyonlar Ligi şampiyonu Real Madrid ile UEFA Avrupa Ligi şampiyonu Atletico Madrid arasında gerçekleşen Süper Kupa finalinde toplam 5,4 milyon Euro ödül dağıtılmıştır. Kupayı kazanan Atletico Madrid 3,2 milyon Euro'nun sahibi olurken, Real Madrid 2,2 milyon Euro gelir elde etmiştir.

## 3 milyar Euro'ya yakın gelirler

2016-2017 futbol sezonunda UEFA, Şampiyonlar Ligi ve Süper Kupa organizasyonunda naklen yayın gelirlerinden 2,3 milyar Euro, ticari gelirlerden 458,1 milyon Euro, bilet satışları ve stadyumlardaki ağırlama hizmetlerinden toplam 37,8 milyon Euro kazanmış, 2017-2018 futbol sezonunda gelirlerini 3 milyar Euro'ya yaklaştırmıştır.

**5,7** Milyon Sporsever

2017-2018 futbol sezonu UEFA Şampiyonlar Ligi tarihindeki "en fazla seyircili sezon" olarak kayıtlara geçmiştir. Turnuva boyunca oynanan 125 maçı tribünlerde toplam 5.683.357 kişi izlemiştir. 2016-2017 sezonunda 42.845 olan seyirci ortalaması, 2017-2018 sezonunda %7 oranında artarak 45.834'e ulaşmış; bu ortalama aynı zamanda Şampiyonlar Ligi tarihinin "en fazla seyirci ortalaması" ünvanını da elde etmiştir.

**45** Milyon Euro'luk Ekonomik Etki

Real Madrid ile Juventus arasında oynanan 2017 UEFA Şampiyonlar Ligi finali, Galler'in Cardiff şehrinde 45 milyon Euro'luk ekonomik hareketlilik yaratmıştır. Final maçının bilet fiyatları 60 ile 390 Pound arasında değişirken, final maçı öncesinde 170.000 kişi şehre gelmiş, 4 gün boyunca devam eden etkinliklere 200.000'den fazla katılım olmuştur. Merkezdeki otellerin konaklama fiyatları %1000 oranında artmıştır. Maç günü 1.250'den fazla otobüs ulaşımında hizmet vermiş, şehir içindeki alışveriş yerlerinde POS cihazlarının kullanımı normal zamanların 3 katına kadar çıkmıştır.

**131** Ülkeden Naklen Yayın

Dünyanın en fazla takip edilen spor organizasyonlarından biri olan UEFA Şampiyonlar Ligi, Avrupa Kıtası'nda 50, diğer kıtalarda 81 farklı ülkede canlı olarak yayınlanmaktadır. 5 milyara yakın kişinin televizyondan takip ettiği turnuvanın geçtiğimiz sezonda en fazla seyredilen maçı Real Madrid ile Liverpool arasındaki final maçı olmuştur. Karşılaşmayı 1 milyara yakın kişi televizyondan canlı olarak takip etmiştir.

**10** Milyar Euro'luk Marka Değeri

UEFA Şampiyonlar Ligi, 10 milyar Euro'ya yakın marka değeri ile 5 kıtanın en büyük turnuvalarının marka değerlerini geride bırakmıştır. Güney Amerika Libertadores Kupası 1 milyar Euro, Asya Kıtası Şampiyonlar Ligi 489,5 milyon Euro, Afrika Şampiyonlar Ligi 136,6 milyon Euro, Kuzey Amerika Şampiyonlar Ligi 309 milyon Euro, Okyanusya Şampiyonlar Ligi ise 13,9 milyon Euro marka değerine sahiptir. Şampiyonlar Ligi'nin marka değeri tek başına 5 kıtanın bütün organizasyonlarının marka değeri toplamının (1,9 milyar Euro) 5 katı kadar değere sahiptir. \*

\* KPMG Football Benchmark Araştırma Raporu, Kasım 2017

2016-2017 / 2017-2018

# FUTBOL SEZONLARINA GENEL BAKIŞ

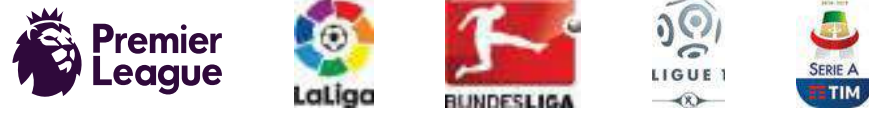




2016-2017 / 2017-2018

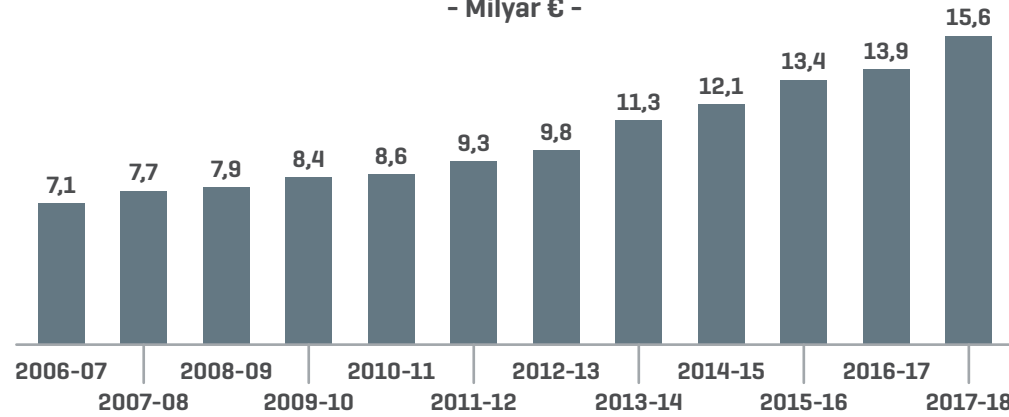
## Futbol Sezonlarına Genel Bakış

Bugün 25 milyar Euro'yu geçen pazar büyüklüğü ile endüstriyel futbolun merkezi olan Avrupa Kitası'nda gelirlerin yarısından fazlası 5 büyük lig arasında bölüşülmektedir. Parasal hacmi istikrarlı bir şekilde artan Avrupa futbolunun son 2 sezonuna baktığımızda, Bundesliga, Serie A ve Ligue 1'de şampiyon takımların değişmediğini, Premier Lig'in finansal tablolarında, Bundesliga'nın seyirci sayısında liderliğini devam ettirdiğini ve Manchester United'ın "dünyanın en değerli futbol markası" ünvanını koruduğunu görmekteyiz.



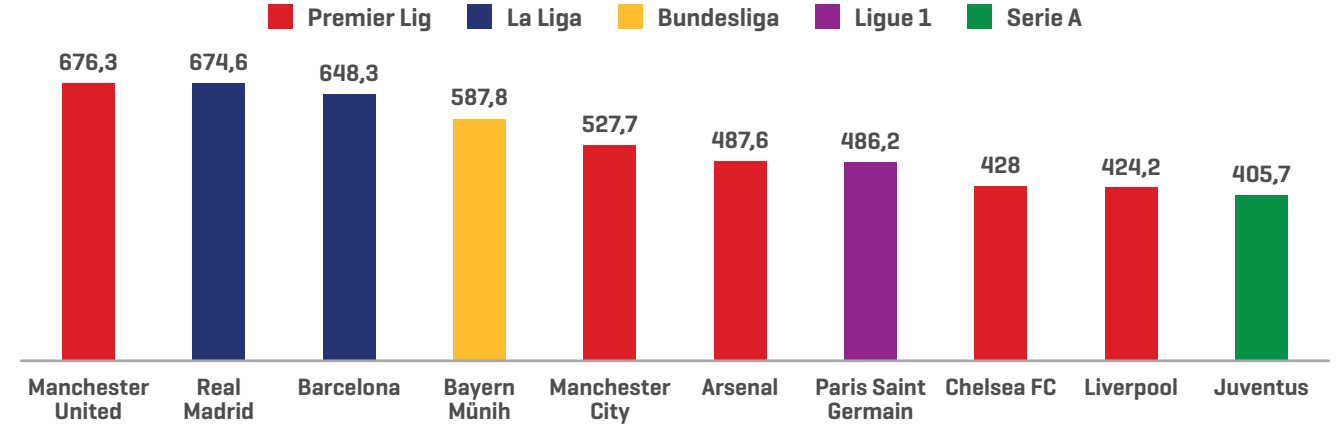
2017-2018 futbol sezonunda Premier Lig, La Liga, Bundesliga, Serie A ve Ligue 1'in gelirleri 15 milyar Euro'yu geçerken, Rusya Premier Ligi, Spor Toto Süper Lig, Hollanda Eredivisie gibi gelişmekte olan liglerde zirvenin el değiştirmesi kulüplerin parasal yarışlarını da doğrudan etkilemiş; yenilenen naklen yayın sözleşmeleri, sponsorluk ve reklam gelirlerindeki yeni projeler, değişen ve hizmet kalitesi artan stadyumlar kulüplerin rekabetine ivme kazandırmıştır.

**Avrupa'nın en zengin 5 futbol liginin son 12 futbol sezonundaki toplam gelirleri \***  
- Milyar € -



\* Statista.com

**2016-2017 futbol sezonunda Avrupa'nın en çok kazanan 10 futbol kulübü**  
- Milyon € -



Avrupa futbolunun finansal tablolar üzerindeki rekabetine baktığımızda en zengin kulüpler sıralamasında ağırlıklı olarak Premier Lig temsilcilerinin olduğunu görmekteyiz. 2016-2017 sezonunda Premier Lig'i 6. sırada bitiren ve UEFA Avrupa Ligi şampiyonu olan Manchester United, 676,3 milyon Euro geliriyle Avrupa futbolunun en çok kazanan kulübü olurken, 2017-2018 futbol sezonunda gelirlerini 914 milyon Euro'ya yükselten Barcelona, Avrupa futbolunun parasal yarışında en dikkat çeken ekiplerden biri olmuştur.

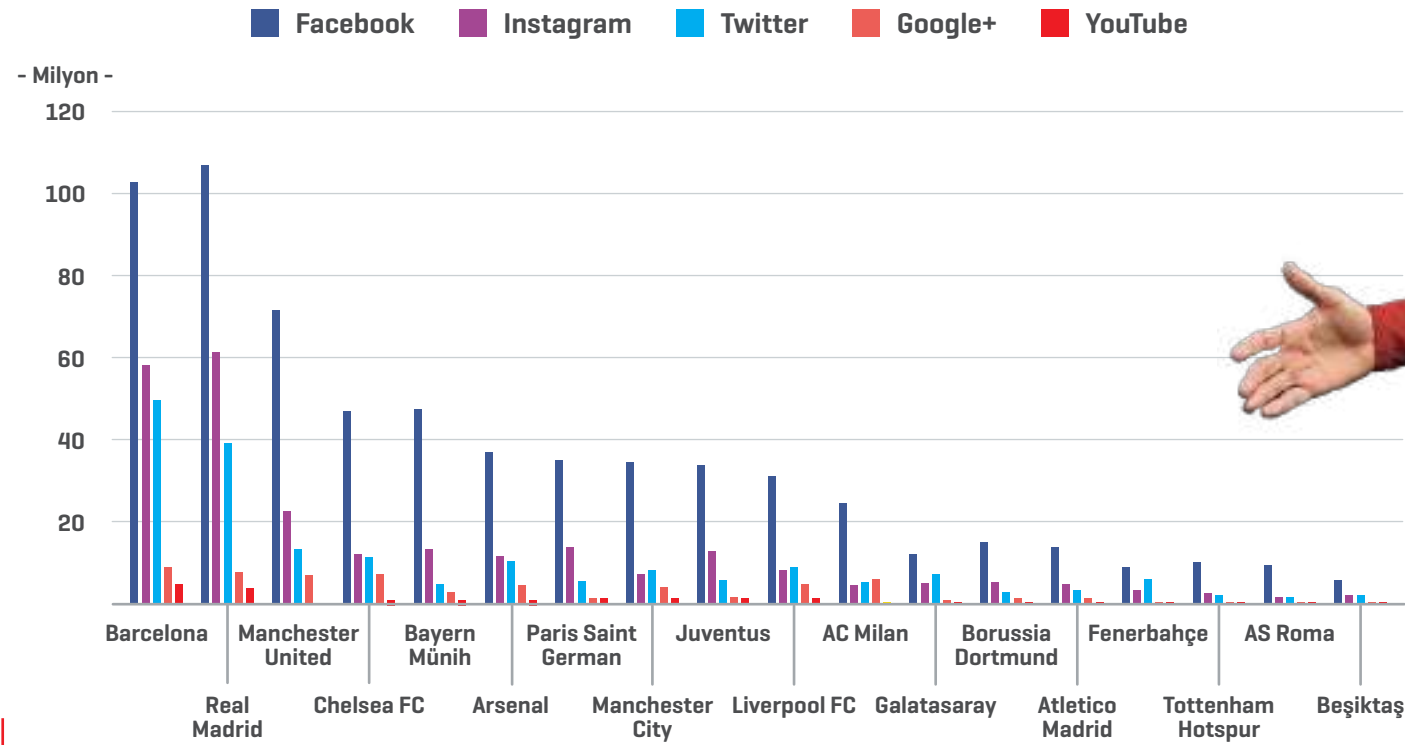
### Barcelona'dan rekor gelir

2017-2018 futbol sezonunu en yakın rakibi Atletico Madrid'den 14 puan önde tamamlayarak La Liga'daki 25. şampiyonluğunu elde eden Barcelona, gelirlerini de %41 oranında artırmıştır. 2016-2017 futbol sezonunda 648,3 milyon Euro kazanan Katalan ekibi, 2017-2018 sezonunda gelirlerini 914 milyon Euro'ya çıkararak kulüp tarihinde bir rekora da imza atmıştır.



Avrupa futbol endüstrisinin son yıllarda dikkat çeken gelişmelerinden birisi de kulüplerin ve spora yatırım yapan markaların geleneksel pazarlama yöntemlerinden dijital pazarlama trendlerine ve dijital platformlar üzerinden iletişim çalışmalarına doğru bir eğilim göstermeye başlamasıdır. Teknolojiyi yakından takip eden genç ve dinamik futbolsever kitlelere ulaşmak, dünyanın farklı bölgelerindeki milyonlarca kişiye aynı anda aynı mesajı iletebilmek bir yandan futbol kulüplerinin globalleşmesini sağlarken diğer yandan kulüpler ve taraftarlar arasındaki rekabetin de sosyal medya kanalları üzerinden devam etmesini sağlamıştır. Bugün Twitter, Facebook, Youtube, Instagram ve Google+ hesapları üzerinden 1,6 milyar kişiye erişim sağlayan Avrupa'nın sosyal medyada en fazla takipçisi bulunan 18 kulübü arasında 3 Türk takımının da olması dikkat çekmektedir.

Dijital platformlar ve sosyal medya kanallarında en fazla takipçisi olan Avrupa kulüpleri \*



Kulüplere özel cep telefonu uygulamaları, dijital kanallar üzerinden yapılan kampanyalar, sanal müze turları, video yardımcı hakem uygulaması, gol çizgisi teknolojisi, performans ölçer sportif ekipmanlar futbolun teknoloji dünyası ile entegrasyonunun ilk akla gelen örnekleridir. Teknoloji, futbol endüstrisinin vazgeçilmez paydaşlarından biri olurken, futbolun endüstriyel çehresindeki her değişim, naklen yayın gelirleri başta olmak üzere kulüplerin 3 büyük gelir kalemini doğrudan etkilemiştir.

\* Statista.com

Yenilenen ve modern bir yapıya bürünen stadyumlarda sunulan hizmetlerle "kurumsal ağırlama gelirleri" önem kazanmış; internet ve mobil platformlar üzerinden yapılan maç yayınları "dijital yayın hakları ve gelirlerini" futbol ekonomisinin gelir kalemlerine dahil etmiştir. Futbol kulüpleri, milyonlarca takipçisi bulunan sosyal medya kanallarını parasal değeri olan reklam ve iletişim platformlarına dönüştürmüş; bir yandan yaratıcı ve interaktif projelerle fark yaratırken diğer yandan ticari gelirlerini de artırmışlardır.

## Naklen Yayın Gelirlerinde Premier Lig Farkı

Tempolu oyunları ve keyif veren futbolu, kaliteli rekabetleri ve markalaşmış kulüpleri ile dünyanın en fazla takip edilen futbol ligi olan Premier Lig, sahip olduğu ekonomik güçle de futbol endüstrisinin en güçlü aktörüdür. 1992 yılında Premier Ligi kurarak ada futbolunu sportif, mali ve yönetsel açıdan yeniden yapılandıran İngilizler, futbolun show-business'a dönüşmesine de öncülük etmişlerdir. Takım kadrolarının kalitesi, kusursuz futbol, saha içindeki oyunu görsel bir şölene dönüştürürken, şehir takımlarına olan sadakat, taraftarlık anlayışı ve stadyumlara yüklenen ruhla İngilizler kendilerine özgü bir futbol kültürü yaratmışlardır. 1992 yılından bu yana doğru pazarlama ve satış stratejileriyle işlenen Premier Lig'in global bir markaya dönüşmesinin de sırrı budur; kalite, özgün olma ve istikrar.

Son iki futbol sezonunda 10 milyar Euro'dan fazla kazanan Premier Lig'in en büyük gelir kalemi naklen yayın gelirleridir. Premier Lig'in naklen yayın gelirlerinde en yakın rakibi La Liga'dan 2 milyar Euro, Bundesliga'dan ise 2,5 milyar Euro daha fazla yayın geliri kazanması, İngiliz temsilcilerine Avrupalı rakipleriyle olan yarışta ciddi bir avantaj sağlamaktadır.



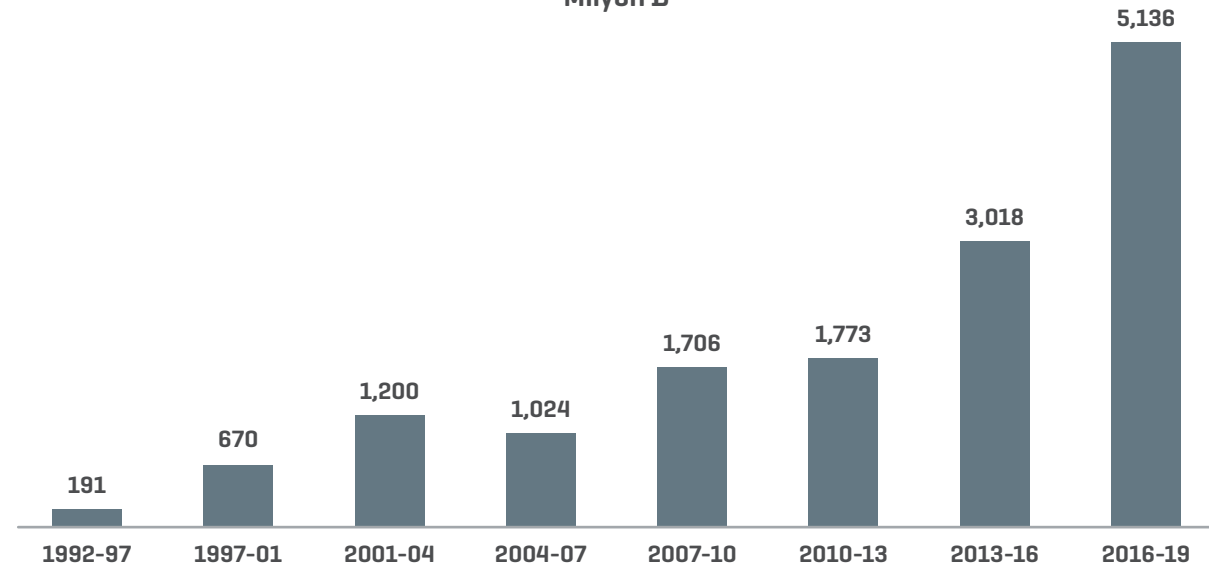
2016-2017 futbol sezonunda Premier Lig'i 12. sırada bitiren, Deloitte Money League Raporu'nun gelir sıralamasında 14. olan Leicester City'nin dünyanın en zengin 4. kulübü olan Bundesliga şampiyonu Bayern Münih'ten 75,3 milyon Euro daha fazla naklen yayın geliri kazanması, Premier Lig'in yayın gelirlerinin İngiliz temsilcilerine mali tablolarda nasıl bir avantaj sağladığının örneklerinden biridir.

## Naklen yayın gelirlerinde rekor yükseliş

Premier Lig'in kurulduğu 1992 yılında başlayan naklen yayın gelirlerinde sezon başına 38,2 milyon Pound kazanan İngiliz ekipleri, bugün sezon başına (denizaşırı yayın gelirleri ve merkezi ticari gelirler dahil) 2,5 milyar Pound'a yakın gelir kazanmaktadır.

### Dünden bugüne Premier Lig'in naklen yayın gelirleri \*

- Milyon £ -



Dünyanın en fazla izlenen futbol ligi olan Premier Lig'in 220 ülkede 250'ye yakın yayıncı kuruluş tarafından yayınlanan maçlarını bir futbol sezonunda 4,2 milyar kişi televizyondan takip etmektedir.

\* Statista.com



### 2017-2018 Futbol Sezonu Premier Lig yayın gelirleri \*

- £ -

	Yayın Sayısı	Lige Katılım Payı [Eşit Pay]	Tesis Ücretleri	Liyakat Geliri	Denizaşırı Yayınlar	Merkezi Reklam [Eşit Pay]	Toplam Gelir
Manchester City	26	34,812,558	30,390,736	38,625,360	40,771,108	4,838,892	149,438,654
Manchester United	28	34,812,558	32,650,495	34,812,558	40,771,108	4,838,892	134,812,558
Tottenham Hotspur	25	34,812,558	29,260,856	34,762,824	40,771,108	4,838,892	144,446,238
Liverpool	28	34,812,558	32,650,495	32,831,556	40,771,108	4,838,892	145,904,609
Chelsea	26	34,812,558	30,390,736	30,900,288	40,771,108	4,838,892	141,713,582
Arsenal	28	34,812,558	32,650,495	28,969,020	40,771,108	4,838,892	142,042,073
Burnley	10	34,812,558	12,312,666	28,037,752	40,771,108	4,838,892	119,772,976
Everton	19	34,812,558	22,481,580	25,106,484	40,771,108	4,838,892	128,010,622
Leicester City	12	34,812,558	14,572,424	23,175,216	40,771,108	4,838,892	118,170,198
Newcastle United	18	34,812,558	21,351,701	21,243,948	40,771,108	4,838,892	123,018,207
Crystal Palace	12	34,812,558	14,572,424	19,312,680	40,771,108	4,838,892	114,307,662
AFC Bournemouth	11	34,812,558	13,442,545	17,381,412	40,771,108	4,838,892	111,246,515
West Ham United	17	34,812,558	20,221,821	15,450,144	40,771,108	4,838,892	116,094,523
Watford	10	34,812,558	12,312,666	13,512,876	40,771,108	4,838,892	106,254,100
Brighton & Hove Albion	13	34,812,558	15,702,304	11,587,608	40,771,108	4,838,892	107,712,470
Huddersfield Town	10	34,812,558	13,312,666	9,656,340	40,771,108	4,838,892	102,391,564
Southampton	16	34,812,558	19,091,942	7,725,072	40,771,108	4,838,892	107,239,572
Swansea City	10	34,812,558	12,312,666	5,793,804	40,771,108	4,838,892	98,529,028
Stoke City	12	34,812,558	14,572,424	3,862,536	40,771,108	4,838,892	98,857,518
West Bromwich Albion	10	34,812,558	12,312,666	1,931,268	40,771,108	4,838,892	94,666,492
		<b>696,251,160</b>	<b>405,566,308</b>	<b>405,566,280</b>	<b>815,422,160</b>	<b>96,777,840</b>	<b>2,419,583,748</b>

## 2019-2022 sezonları için yeni anlaşma

2018 yılında yapılan yeni ihaleye göre, Premier Lig'in 2019-2022 sezonlarını kapsayan 3 sezonluk naklen yayın hakları Sky Sports , BT Sport ve Amazon tarafından satın alınmıştır. Toplam 7 farklı paketi kapsayan yayın haklarının 4 paketini 3,5 milyar Pound ödeyerek satın alan Sky Sports, toplam 128 lig maçının canlı yayın hakkını elde ederken, BT Sport 52 maçı kapsayan 2 paket için 975 milyon Pound ödemiştir.

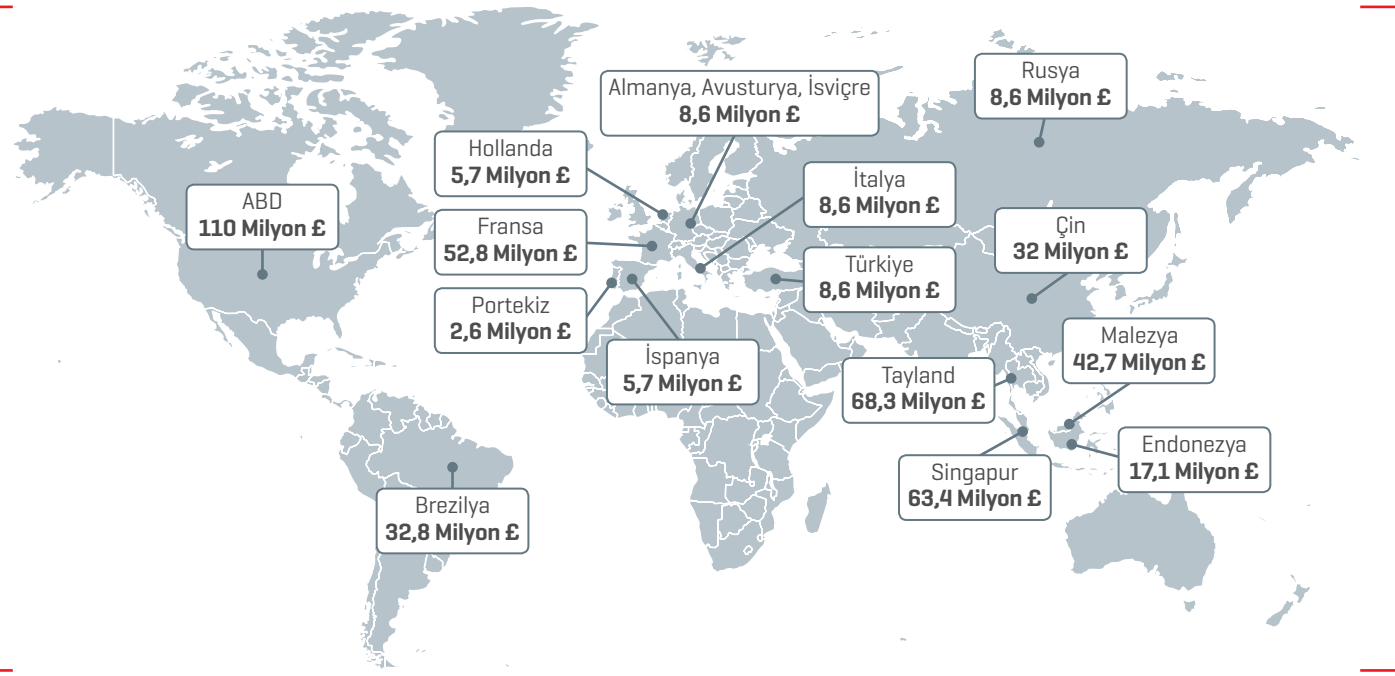
Yeni yayın ihalesinin dikkat çeken bir özelliği de ilk kez bir teknoloji şirketinin Premier Lig maçlarının yayın hakkını elde etmiş olmasıdır. Amerikan teknoloji şirketi Amazon (anlaşmanın finansal değeri henüz açıklanmamış olsa da) resmi tatil günleri ve hafta içi maçlarını kapsayan 20 maçlık paketin yayın hakkını elde etmiştir.

\* Denizaşırı yayın gelirleri ve merkezi ticari gelirler dahildir. <https://www.premierleague.com/news/691073>

## Uluslararası naklen yayın gelirleri 1,1 milyar Pound

Premier Lig'in naklen yayın gelirlerinde elde ettiği artışın bir başka göstergesi de İngiltere dışındaki coğrafyalardan elde edilen yayın gelirleridir. 1992-1993 futbol sezonunda denizaşırı ülkelerdeki naklen yayınlardan sadece 8 milyon Pound kazanan Premier Lig, bu coğrafyalardaki yayınlardan elde ettiği gelirlerini 1,1 milyar Pound'a çıkarmıştır.

Yayın gelirlerinin yüzdesel dağılımında en büyük pay, Avrupa Kıtası ve Asya Kıtası'ndaki ülkelere aittir. 2017-2018 futbol sezonunda Premier Lig'in 1,1 milyar Pound'luk uluslararası yayın gelirinin 682 milyon Pound'u bu iki kıtadaki yayıncı kuruluşlardan elde edilen gelirlere aittir.



## Her 3 futbolseverden 1'i Premier Lig maçlarını seyrediyor

Çin, Singapur, Hindistan, Endonezya, Malezya başta olmak üzere Asya Kıtası'ndaki birçok ülkede en fazla takip edilen futbol liglerinin başında Premier Lig gelmektedir. Geçtiğimiz yıllarda 32 farklı ülkeden 170.000'den fazla internet kullanıcısı futbolsever ile yapılan araştırmaya göre her 3 kişiden 1'i Premier Lig maçlarını takip etmekte; yüzdesel oranlarına göre Premier Lig'in en fazla takip edildiği ülkelerin başında ise Endonezya, Vietnam ve Tayland yer almaktadır. \*

Yaklaşık 400 milyon futbolseverin bulunduğu Çin futbol pazarında ise Çin Süper Ligi'nden sonra en fazla seyredilen lig Premier Lig'dir.

\* GWI Premier League Fan Survey

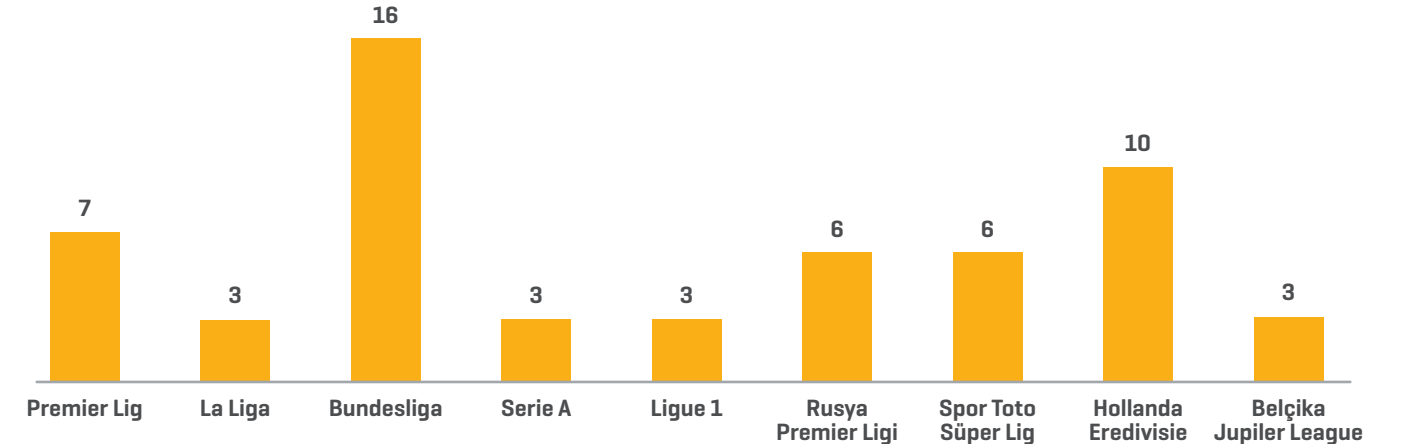
## Stadyumların Ekonomik Yüzü

Futboldaki endüstriyellemenin en önemli yansımalarından birisi de stadyumların işlevlerinin değişmesidir. Kulüpler, maç biletleri ve sezonluk kombine satışları dışında farklı katma değerler yaratmak için yeni stratejiler geliştirirken, yenilenen ya da sıfırdan inşa edilen stadyumlar da modern işletmecilik anlayışı ile projelendirilmiştir.

Stadyumlar, başta isim sponsorluğu olmak üzere kulüpler açısından farklı birçok ticari işbirliğine imkan veren parasal bir değere dönüşmüştür. Avrupa futbolunda stadyum isim sponsorluğu, en fazla Bundesliga'da tercih edilmektedir. 2017-2018 futbol sezonunda Bundesliga'da mücadele eden 18 takımdan 16'sının stadyum isim sponsoru yer alırken, sponsorluk anlaşmalarında en düşük fiyat sezon başına 530.000 Euro ile VfB Stuttgart'ın Mercedes ile olan anlaşmasıdır. En yüksek fiyatlı stadyum isim sponsorluğu ise Bayern Münih&Allianz ile Schalke&Veltins iş ortaklığıdır. Her iki sözleşme kapsamında, Alman ekipleri stadyum isim sponsorluğu için sezon başına 6 milyon Euro gelir elde etmektedir.

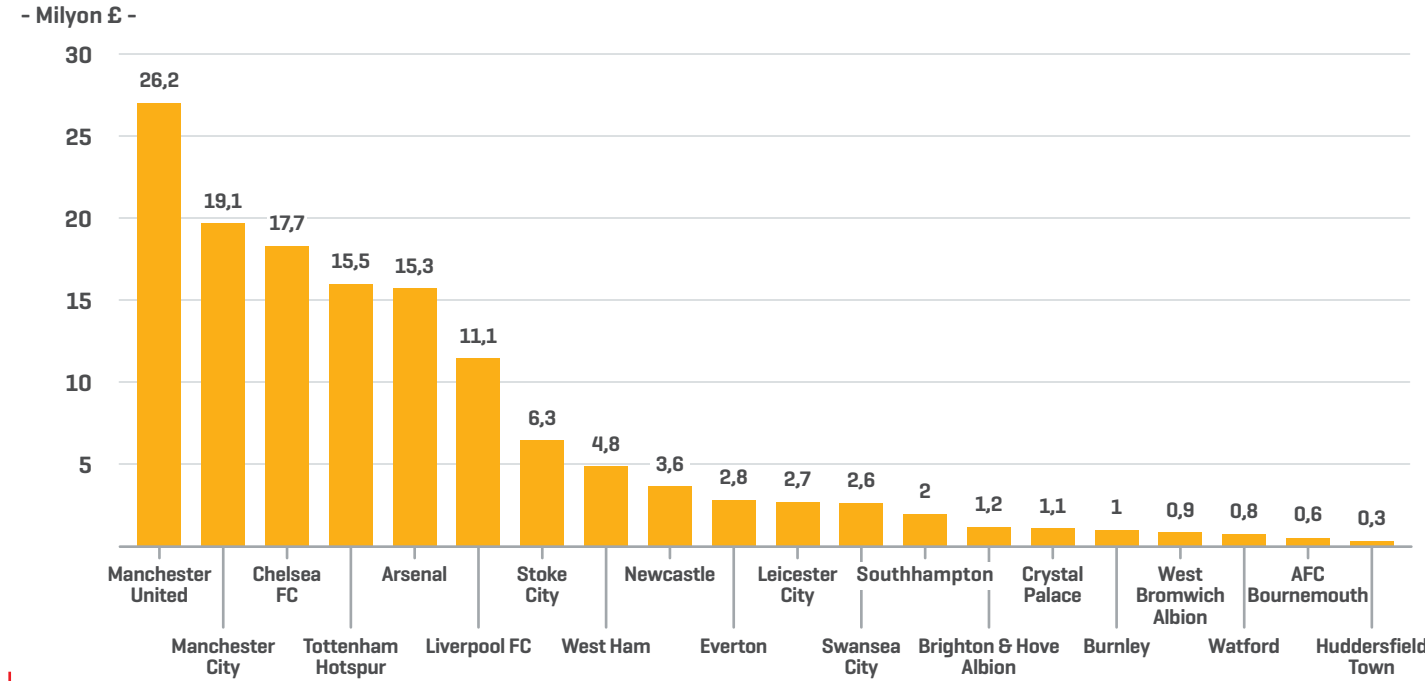
### Stadyum isim sponsorlukları sayılarına göre Avrupa futbol ligleri

- 2017-2018 Futbol Sezonu -



Futbol endüstrisinde birçok konuda öncü rol üstlenen Premier Lig, stadyum isim sponsorluğu konusunda Avrupa'nın diğer büyük futbol liglerinin biraz gerisinde kalmıştır. Bunun en büyük nedenlerinden biri, İngiliz ekiplerinin birçoğunun maçlarını eski stadyumlarda oynuyor olmasıdır. Dünyanın en değerli futbol ligi olan İngiliz liginde forma reklamları başta olmak üzere sponsorluk ve reklam işbirliklerinde Avrupa'nın önde gelen futbol liglerine oranla çok yüksek rakamların telaffuz edilmesi ise diğer bir detay olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna rağmen yapılan araştırmalara göre, Premier Lig ekiplerinin stadyum isim sponsorluklarının potansiyel piyasa değeri 2017 yılında 135 milyon Pound'u geçmiştir.

### Premier Lig ekiplerinin stadyum isim sponsorluğu potansiyel piyasa değerleri \*



Arsenal, 2028 yılına kadar devam eden forma göğüs sponsorluğu ve stadyum isim sponsorluğu için Birleşik Arap Emirlikleri merkezli havayolu şirketi Emirates'ten sezon başına 30 milyon Pound kazanmaktadır.

Stadyumların yenilenmesi, ulaşım ve seyir konforunun artırılması, teknolojik altyapılarının geliştirilmesi ile birlikte kulüpler, taraftarlarına maç keyfi sunmanın dışında kurumsal müşteri olarak adlandırdıkları şirketler için de ürün ve hizmet geliştirmeye başlamıştır. Loca satışları, maç günü veya maç günü dışında sunulan kurumsal ağırlama hizmetleri, ticari alanların kiralanması, konferans ve fuar alanlarının kullanımı, konser ve etkinlikler kulüplere sürdürülebilir bir gelir yaratmaktadır. Avrupa futbol liglerinde stadyum alanlarını yılın her döneminde en efektif kullananlar Premier Lig ekipleridir.



Chelsea'nin stadı Stamford Bridge'de her yıl 1.000'in üzerinde kurumsal etkinlik ve organizasyon gerçekleştirilmektedir.



Arsenal'in Emirates Stadı'nda tek maçlık VIP ağırlama paketleri kişi başına 360-750 Pound arasında değişmektedir.



King Power Stadyumu'nda 650 kişilik konferans salonu bulunan Leicester City, "Legends Lounge" ismiyle satışa sunduğu VIP ağırlama paketinde futbolseverleri kulübün efsane futbolcularıyla bir araya getirmektedir. Sınırlı sayıda kişinin faydalanabileceği bu alanın, kişi başına sezonluk ücreti vergiler dahil 3.342 Pound olarak satılmaktadır.

VIP ve kurumsal ağırlama hizmetlerinin farklı kategorilerle fiyatlandırılarak futbolseverlere sunulduğu UEFA Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi maçları da kulüpler için ciddi bir gelir yaratmaktadır. Örneğin, 2017-2018 futbol sezonunda Şampiyonlar Ligi son 16 turunda Barcelona'yı evinde ağırlayan Chelsea, tek maçlık VIP paketleri 395-995 Pound arasında satışa sunmuştur.



Liverpool ve Real Madrid'in karşı karşıya geldiği 2017-2018 UEFA Şampiyonlar Ligi Final maçının biletleri 70, 160, 320 ve 450 Euro'dan satılırken, NSC Olimpiyskiy Stadı'ndaki kişi başına ağırlama paketlerinin fiyatları (maç bileti dahil) 3.200 ile 4.500 Euro arasında değişmiştir.

Bilet fiyatları 45 ile 150 Euro arasında değişen Stade de Lyon'daki UEFA Avrupa Ligi Final maçında Silver, Gold, Platinum ve Super Platinum olmak üzere 4 farklı maç paketi hazırlanmıştır. Maç bileti, ücretsiz otopark kullanımı, maç öncesi alkollü içecek ve ikram servisi, yerel veya uluslararası menü seçimiyle akşam yemeğini içeren; 590, 690, 890 Euro'dan satılan bu paketler finalden aylar öncesinde tükenmiştir.



Stadyumların sahip olduğu özellikler ve lokasyonları, onların farklı etkinliklere ev sahipliği yapabilmesi açısından da önem arz etmektedir. Ajax'ın stadı Amsterdam Arena, Fransız Futbol Milli Takımı'nın stadı Stade de France, Hertha Berlin'in stadı Olympiastadion, Schalke 04'ün stadı Veltins Arena, Manchester City'nin stadı Etihad Stadyumu, West Ham United'in stadı Londra Stadyumu her yıl futbol dışı etkinliklere en çok ev sahipliği yapan stadyumlardan bazılarıdır.



Hollanda'nın en büyük stadyumlarından biri olan Amsterdam Arena'da geçtiğimiz yıl sadece futbol dışı etkinliklerde 427.236 bilet satışı gerçekleşmiştir.

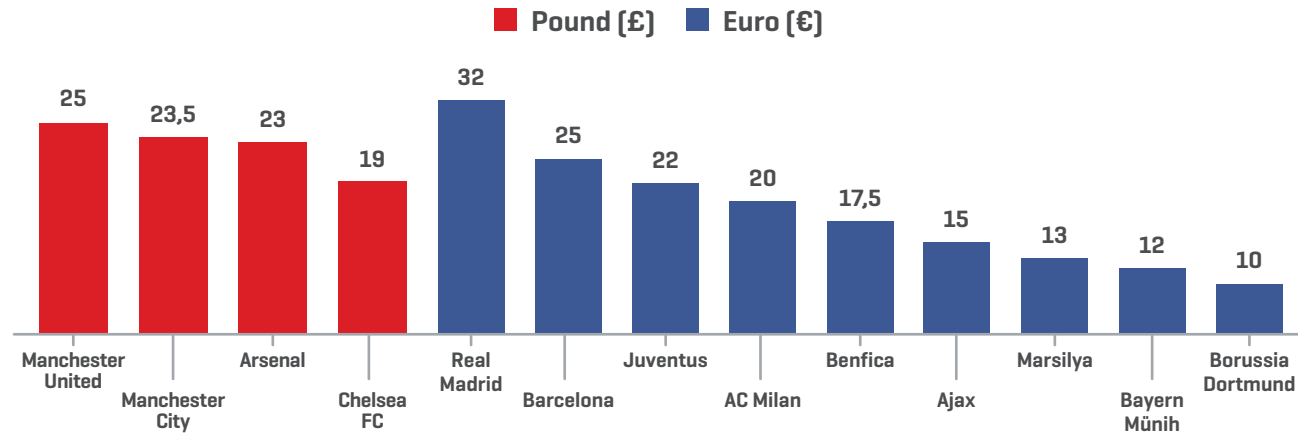


İngiltere Milli Takımı'nın maçlarını oynadığı Wembley Stadı'nda dünya yıldızlarının konserlerinde ortalama 80.000 ile 98.000 arasında etkinlik bileti satılmaktadır.

Kulüplerin müzeleri ve stadyum tur programları da yılın her döneminde gelir getiren mecralar olarak karşımıza çıkmaktadır. Soyut ve somut spor miraslarının sahnelendiği kulüp müzeleri, bir yandan geçmişi canlandırarak bugünü anlamlandırırken diğer yandan kulüplerin tarihsel miraslarını nesilden nesile aktarmalarını da sağlamaktadır. Bugün Avrupa futboluna yön veren birçok kulüp için ayrı bir prestij unsuru olan müzeler, stadyum turları ile birlikte ayrı bir etkinlik paketi olarak fiyatlandırılmakta; lisanslı ürün mağazalarındaki alışverişler de hesaba katıldığında kulüplere sürekli bir gelir akışı sağlamaktadır.

*Avrupa kulüplerinde stadyum ve müze turlarının fiyatları, sunulan ürün ve hizmet çeşitleri ve ziyaret edilen alanlara göre kişi başı 10 Euro -120 Euro arasında değişmektedir. Juventus, Arsenal, B. Münih gibi kulüpler maç günlerinde özel turlar organize ederken, Chelsea ve M.United kulüpleri efsanelerle tanışma turları, Barcelona ise sanal gerçeklik turları organize etmektedir.*

## Premier Lig ve Avrupa liglerinden kulüplerin Pound ve Euro cinsinden stadyum ve müze turları ücretleri



İnteraktif sergileri, bilgisayar destekli simülasyonları ile desteklenen Barcelona'nın stadyum ve müze turlarının fiyatı 25 Euro ile 120 Euro arasında değişmektedir.



Stamford Bridge'de ikramlı stadyum ve müze turlarının fiyatları 55 Pound'dan başlarken, 9-15 yaş arası çocuklara özel playstation oynama ve doğum günü kutlama etkinlikleri için ayrı alanlar bulunmaktadır. Doğum günü partileri için kişi başına katılım ücreti (ikram ve sunumlar hariç) 20 Pound'dur.



7 farklı tur paketi bulunan Bayern Münih'in stadı Allianz Arena'da 60 dakika süren standart stadyum ve müze turunun kişi başı ücreti 12 Euro iken 120 dakikalık, alkollü ikram sunumunu içeren VIP turun ücreti kişi başına 30 Euro'dur. Maç günü özel turların fiyatı ise 49 Euro'dur.

1984 yılından günümüze kadar 30 milyondan fazla kişinin ziyaret ettiği Barcelona Kulübü'nün müzesi, spor turizminin en çarpıcı örneklerinden biridir. 2017-2018 futbol sezonunda 2 milyon kişi Nou Camp'ta maç seyredirken, 1,9 milyon kişi de stadyum turuna katılmıştır. Stadyum ve müze turuna katılan her 3 sporseverden 1'inin uğradığı Barcelona Megastore, 2.000 m<sup>2</sup>'lik alanı ve 3.000'den fazla ürün çeşidi ile dünyanın en büyük taraftar mağazalarından biri olarak hizmet vermektedir. Herkese ve her bütçeye hitap eden ürün gamı ile yılın 365 günü dünyanın her yerine ürün gönderisi de yapabilen mağazadan elde edilen lisanslı ürün satış gelirleri, kulübün en büyük gelir kalemlerinden de biridir.



Beşiktaş'ın Vodafone Park'taki 1.650 m<sup>2</sup>'lik müzesinde 50'den fazla dijital uygulama ziyaretçilerin deneyimine sunulmuştur.



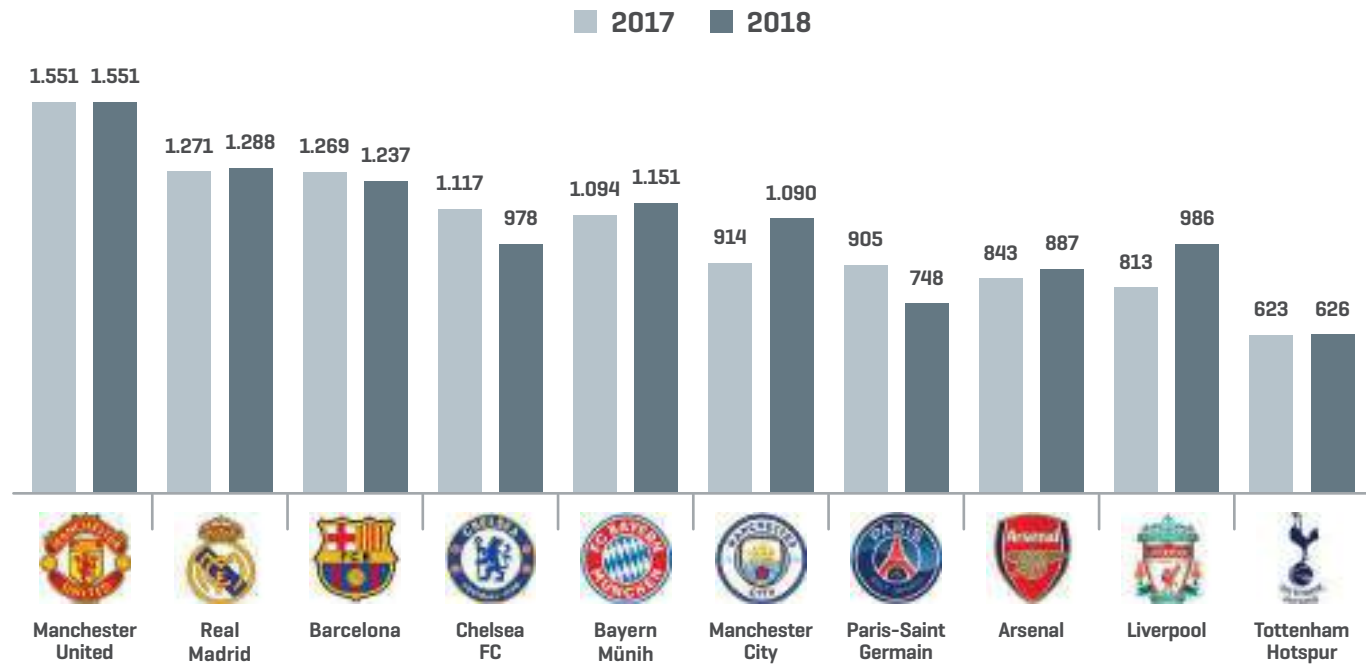
Galatasaray'ın Ali Sami Yen Spor Kompleksi Türk Telekom Stadyumu'ndaki müzesinde farklı branşlardan 750'nin üzerinde kupa sergilenmektedir.

## Markalaşma ve Firma Değerleri

Bugün dünyanın büyük futbol kulüplerinin sportif başarı dışındaki ortak özelliklerinin başında istikrarlı yönetim modelleri, finansal performansları ve güçlü imajları gelmektedir. Bütün bu özelliklerin saha içindeki başarı ve sadık taraftar aidiyeti ile birlikte yansımaları olan markalaşma, kulüplerin küresel pazarda rekabet güçlerini artıran en önemli silahlarıdır. Marka, bir kulübün arz etmiş olduğu ürünün üzerinde cisimleşen logoyu, yani maddi bir metayı temsil ederken; markalaşmak ise o kulübe duyulan güven temelinde yıllar içinde oluşmuş bir saygınlığı, yani bir kredibilite ve moraliteyi temsil eden soyut bir değerdir. \*

### Dünyanın en değerli 10 futbol markası olan kulüpler ve son 2 yıldaki marka değerleri

- Marka Değeri / Milyon € -



Futbol endüstrisinde marka olmanın izdüşümü, sportif başarının olmadığı zamanlarda bile kazanımın süreklilik arz etmesidir. Diğer bir ifadeyle, dönemsel başarısızlıklar güçlü bir markaya dönüşen kulüplerin değerini düşürememektedir. Brand Finance'in dünyanın en değerli 50 futbol kulübünü açıkladığı araştırma raporuna göre\*\* son 10 yıldır dünyanın en değerli 10 futbol markası arasında yer alan Liverpool'un 28 yıldır, Arsenal'in ise 14 yıldır Premier Lig'de şampiyon olamaması buna örnektir. Benzer şekilde, 2017-2018 sezonunda, 626 milyon Euro'luk marka değeri ile dünyanın en güçlü 10. futbol markası olan Tottenham Hotspur, Premier Lig'de sadece 2 şampiyonluk yaşamış, en son şampiyonluğunu da 1960-1961 sezonunda elde etmiştir.

\* Tuğrul Akşar, Futbolda Endüstriyel Sürecin Olmazsa Olmazı; Markalaşmak, Dünya Gazetesi, 2009

\*\* Brand Finance 2018



%120

Marka Değeri En Çok Artan

**RasenBallsport Leipzig**

2017: 129 milyon € 2018: 285 milyon €



%56

Marka Değeri En Çok Azalan

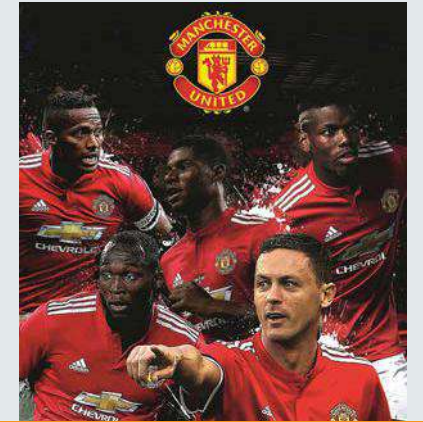
**Southampton FC**

2017: 251 milyon € 2018: 108 milyon €



4 yılda marka değerini  
%56 yükseltti

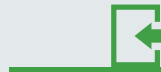
2014 yılında 707 milyon Euro marka değeriyle "Dünyanın En Değerli Futbol Markası" olan Bayern Münih, son 4 yıldır listede ilk 3'e girememiş olsa da marka değerini 2018'de %5 oranında yükselterek 1,1 milyar Euro'ya ulaştırmıştır.



Dünyanın En Değerli Futbol Markası

**1,5 milyar €**

Son 4 yıldır "Dünyanın En Değerli Futbol Markası" seçilen Manchester United'in marka değeri, Brand Finance 2018'de listenin son sırasında yer alan FSV Mainz 05'in marka değerinin tam 15 katıdır.



Listeye Yeni Girenler

7



Listeden Çıkanlar

SS Lazio  
Brighton&Hove Albion  
Atalanta  
Augsburg  
Huddersfield Town  
FSV Mainz 05  
Celtic

Stoke City  
W.Bromwich Albion  
VfB Stuttgart  
Hamburg  
Marsilya  
FC Köln  
Valencia



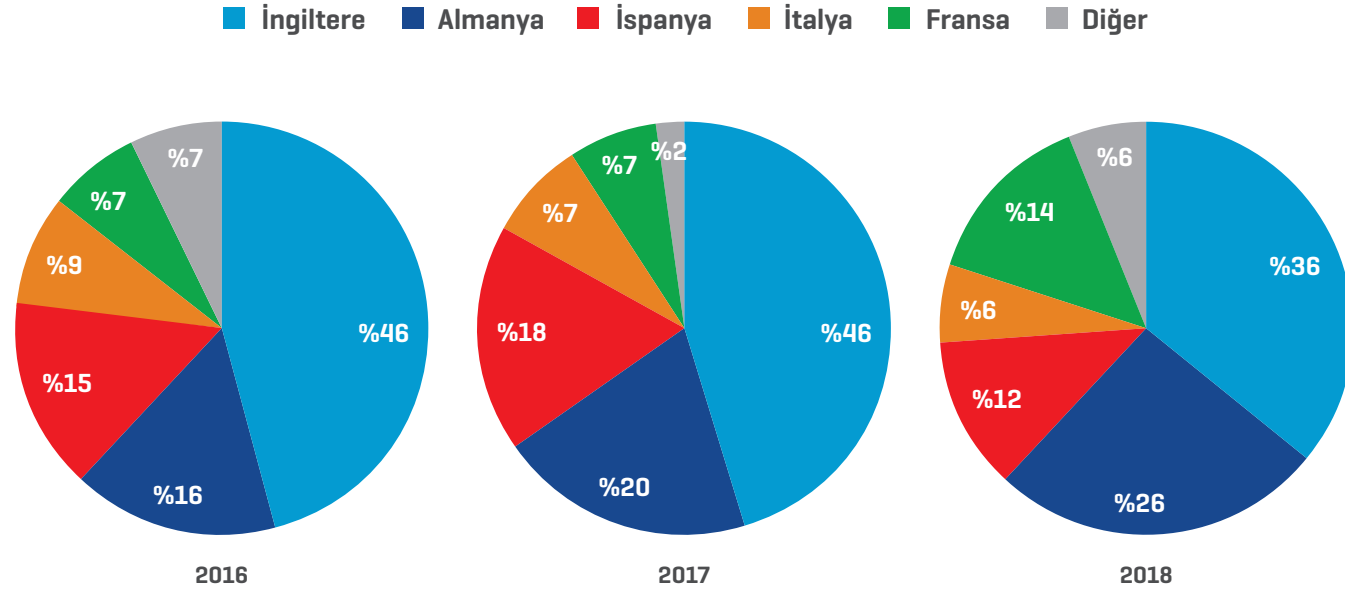
## Premier Lig üstünlüğü

Marka değeri 100 milyon Euro ile 1,5 milyar Euro arasında değişen 50 kulüp arasında, en fazla temsilcisi olan lig, Premier Lig'dir. 18 İngiliz kulübünün yer aldığı listenin ilk 10 sırasındaki 6 kulüp de Premier Lig ekibidir.



Dünyada marka değeri en yüksek ilk 50 kulübün 18'ini İngiliz, 13'ünü Alman, 7'sini İtalyan, 6'sını İspanyol, 3'ünü ise Fransız kulüpleri oluşturmaktadır. Listede 5 büyük ligin temsilcileri dışında İskoçya, Rusya ve Hollanda'dan da birer kulüp bulunmaktadır. (Celtic, Zenit ve Ajax)

### "Dünyanın En Değerli 50 Futbol Markası" sıralamasında ülke bazında yüzdesel oranlar

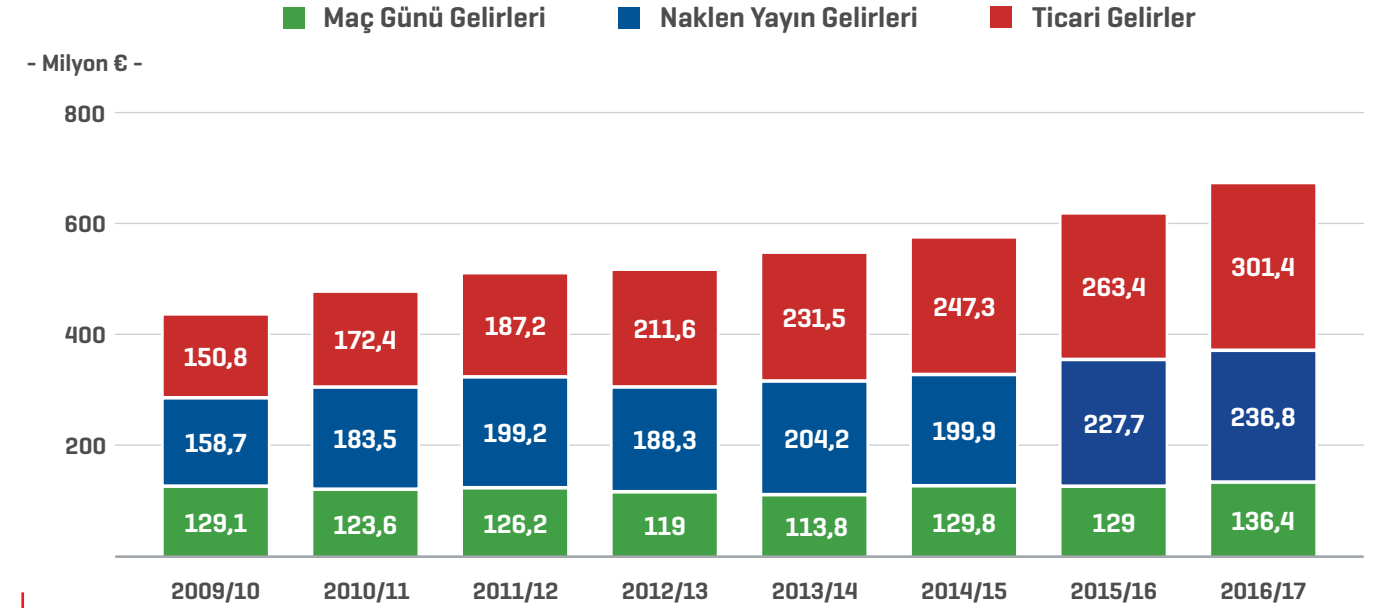


## Real Madrid'in Başarı Öyküsü

33 lig şampiyonluğu ve 7 Şampiyonlar Ligi Kupası olmak üzere 100'e yakın kupayı müzesine götüren Real Madrid, yeşil sahadaki performansını özellikle son 20 yılda gerçekleştirdiği atılımlarla finansal tablolara da taşıyarak Avrupa futbol endüstrisinin en dikkat çeken başarı öykülerinden birine imzasını atmıştır.

1990'lı yıllardan itibaren, hem spor kulübü hem de pazarlama odaklı global bir ticari işletme mantığıyla faaliyetlerini sürdüren İspanyol temsilcisi, bugün gelinen noktada 2,9 milyar Euro'luk şirket değeri, 700 milyon Euro'ya yakın geliri ve 1,2 milyar Euro'luk marka değeri ile Avrupa futbolunun en güçlü aktörlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

### Real Madrid'in maç günü gelirleri, naklen yayın ve ticari gelirlerinin 2009-2010 ile 2016-2017 futbol sezonları arasında dağılımı



1998 yılında 118 milyon Euro olan geliri bugün 675 milyon Euro'yu geçen Real Madrid, son 20 yıl boyunca yılda ortalama %11 oranında büyüme kaydetmiştir. 11 yıllık Deloitte Para Ligi birinciliğini 2015-2016 sezonunda Manchester United'a kaptırmış olsa da son 10 yıldır dünyanın en fazla kazanan 3 takımından biri olan eflatun beyazlılar, en fazla ticari gelirlerini artırmıştır. 20 yıllık süreçte, ticari gelirlerinin toplam gelirleri içerisindeki payı %26'dan %45'e yükselmiştir.

Sadece forma ve sportif ekipman üreticisi Adidas'tan (sezon başına 45 milyon Euro) ve forma göğüs sponsoru Emirates Havayolları'ndan (sezon başına 70 milyon Euro) elde ettiği sponsorluk geliri, kulübün 301,4 milyon Euro'luk ticari gelirlerinin %38'ine denk gelmektedir.



2016-2017 futbol sezonunda futbol ve basketbol branşları için 60'dan fazla şirketle iş ortaklığına imza atan Real Madrid, Nivea, Hankook, Caixa Bank, Hugo Boss gibi markalarla global anlaşmalar yaparken, Telefonica, Yili, Kellogg's, STC gibi markalarla bölgesel pazarlara yönelik sponsorlukları tercih etmiştir.

Dünyanın her yerinde destekçisi bulunan Real Madrid, yılda 3 milyona yakın forma satışı gerçekleştirmektedir. 90'dan fazla ülkede lisanslı ürün satışı olan Real Madrid'in sadece İspanya'da yer alan 9 Real Madrid-Adidas mağazasında her yıl 5 milyondan fazla kişi alışveriş yapmaktadır.



İngiltere, Portekiz, Japonya, Çin, Amerika Birleşik Devletleri gibi ülkelerde kulüp mağazaları bulunan İspanyol ekip, teknik sponsoru Adidas haricinde 150'den fazla yerel ve global marka ile çalışmaktadır. Tekstilden koleksiyon ürünlerine, aksesuardan mutfak malzemelerine kadar 7.100 çeşidin bulunduğu bu mağazaların haricinde internet üzerinden ve kulübün mobil uygulaması üzerinden de ürün satışları gerçekleşmektedir.

İspanyol ekibin ticari gelirlerden sonra en büyük ikinci gelir kalemi, naklen yayın gelirleridir. Ligi şampiyon olarak tamamladığı 2016-2017 futbol sezonunda, naklen yayın gelirlerinden toplam 236,8 milyon Euro kazanan kulüp, La Liga'nın da naklen yayın gelirlerinde ilk sırasında yer almıştır. 2000'li yıllardan itibaren her sezon renklerine bağladığı dünya yıldızlarından dolayı "Los Galacticos" olarak anılmaya başlayan Real Madrid ile Katalunya temsilcisi Barcelona'nın saha içinde ve saha dışındaki rekabeti, İspanyol futboluna adeta yön vermektedir. 2013-2014 sezonundaki Atletico Madrid'in şampiyonluğunu saymazsak son 14 yıldır ligde şampiyonluk bu iki dev takım arasında el değiştirmektedir.



Eflatun beyazlı ekibin ezeli rakibi Barcelona ile olan rekabeti, bugün dünyanın en merak edilen 90 dakikalarından biridir.

"El Clasico" adıyla anılan iki dev takım arasındaki maçlar, 185 ülkede canlı olarak yayınlanırken rekabetin heyecanına 650 milyona yakın televizyon izleyicisi\* de ortak olmaktadır.

\* <http://www.laliga.es/en/news/el-clasico-poised-to-break-records-again-with-its-coverage-and-impact>

El Clasico'nun başta televizyon yayını olmak üzere yazılı medya, internet ve sosyal medya etkileşimi ile milyonlarca kişiye ulaşması, bir yandan iki takımın ticari gelirlerini artırırken diğer yandan da La Liga'nın dünyanın en fazla izlenen liglerinden biri olmasını sağlamıştır.

2017-2018 futbol sezonunda 10,2 milyon futbolseverin stadyumlarda lig maçlarını izlediği La Liga'da sadece Barcelona ve Real Madrid'in iç saha maçlarındaki toplam seyirci sayısı 3 milyon olarak kayıtlara geçmiştir. Santiago Bernabeu'daki 65.653 seyirci ortalaması ile La Liga'nın seyirci ortalamasının neredeyse 2,5 katına çıkan Real Madrid, seyirci ortalamasını son 10 sezondan bu yana 65.000'in altına düşürmemiştir.

### La Liga'nın ve Real Madrid'in son 10 futbol sezonundaki seyirci ortalamaları



Sezonluk kombine fiyatları 223 Euro ile 2.384 Euro arasında değişen Real Madrid, kombine ve bilet fiyatlandırmasında La Liga'nın da en pahalı kulübü olurken, 2016-2017 futbol sezonunda maç günü gelirlerinden 136,4 milyon Euro gelir elde etmiştir.



### Santiago Bernabeu, son 2 sezonda 2,5 milyon futbolseveri ağırladı

81.044 seyirci kapasitesiyle Avrupa'nın en büyük stadyumlarından biri olan Santiago Bernabeu Stadyumu, 2016-2017 ve 2017-2018 futbol sezonlarında lig maçlarında toplam 2.556.419 kişiye ev sahipliği yapmıştır.



# 2018 FIFA DÜNYA KUPASI

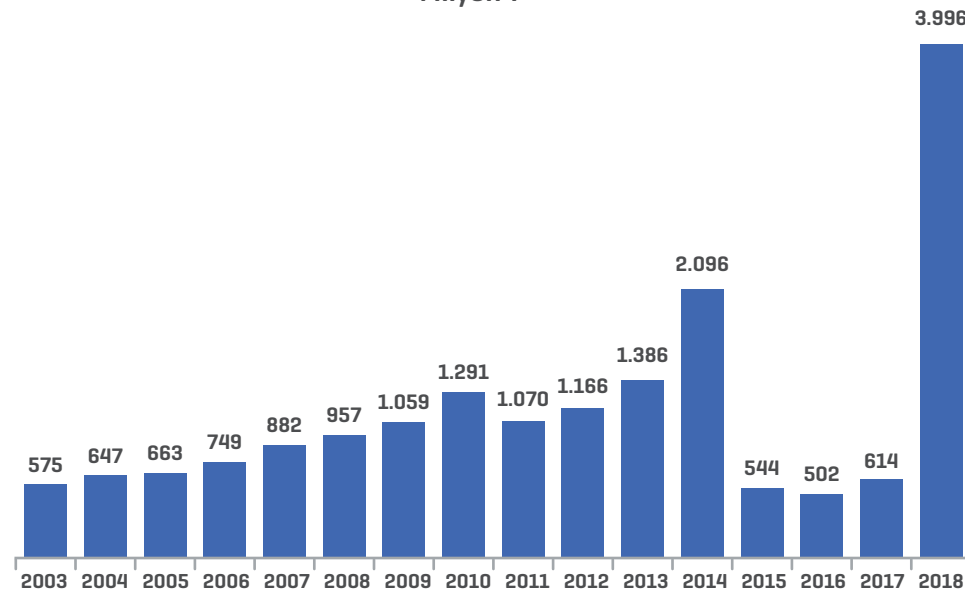


# 2018 FIFA Dünya Kupası

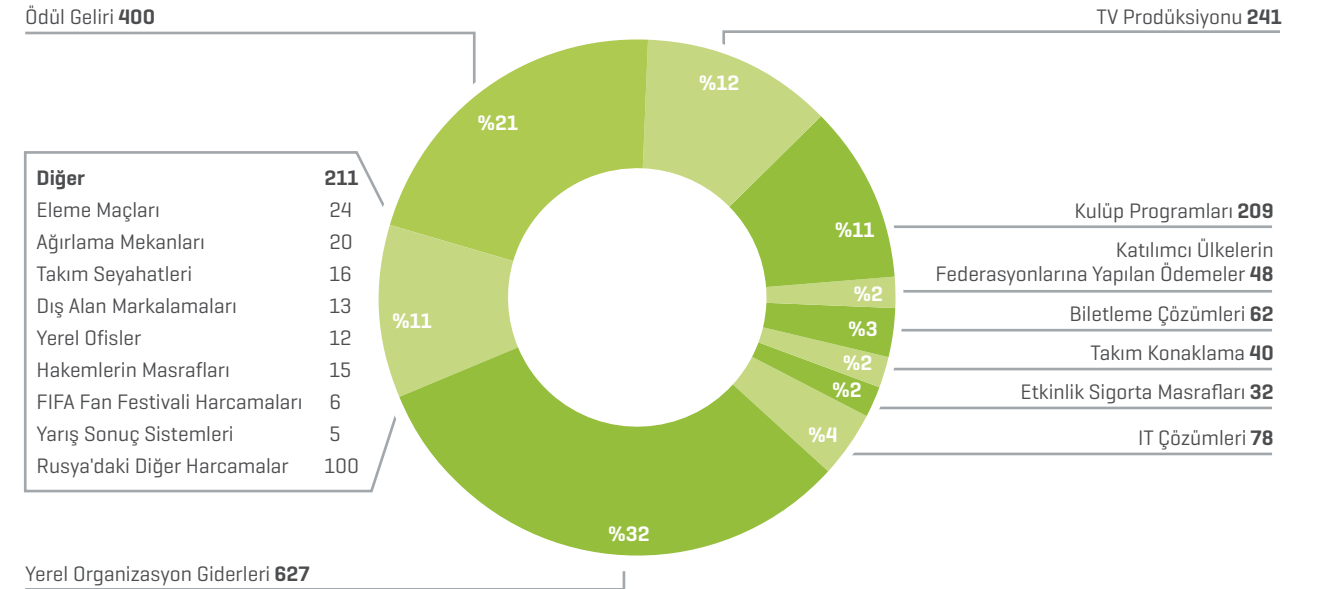
İlk kez 1930 yılında Uruguay'da düzenlenen FIFA Dünya Kupası, yarattığı sosyo-ekonomik etki ve etkileşim ile futbol endüstrisinin en prestijli ve rekabetçi spor turnuvasıdır. Organizasyonu düzenleyen FIFA'dan turnuvaya evsahipliği yapan ülkeye, şampiyon olan takımdan maçları stadyumlarda takip eden sporseverlere, global veya yerel sponsorlardan yayıncı kuruluşa kadar futbol dünyasının birbirinden farklı aktörlerini 1 ay boyunca aynı noktada birleştiren bu dev organizasyon, sadece sahada kazanan veya kaybedenleri ile değil; öngürülen bütçesi, gelir ve giderleri, yarattığı ekonomik etki ve istihdam ile de ayrı bir inceleme konusudur.

2014 yılında Brezilya'da gerçekleşen Dünya Kupası'nda toplam gelirleri 2,1 milyar Dolar olan FIFA, 2018'de gelirlerini neredeyse iki katına çıkararak 4 milyar Dolar'a ulaştırmıştır. 2018 Dünya Kupası, gelirleriyle FIFA'nın bugüne kadar gerçekleştirdiği organizasyonlar arasında en fazla kazandığı turnuva olma özelliğini de elde etmiştir.

**FIFA'nın Son 15 Yıldaki Gelirleri**  
- Milyon \$ -



**FIFA 2018 Dünya Kupası Bütçesi**  
- Milyon \$ -



## 32 takıma 400 milyon dolar para ödülü

FIFA, 32 takımın yarıştığı 2018 Dünya Kupası organizasyonunda toplam 400 milyon Dolar para ödülü dağıtmıştır. Turnuvaya katılım hakkı elde eden 32 takımın doğrudan 8 milyon Dolar kasasına koyduğu, gruptan her çıkan takımın artı 4 milyon Dolar kazandığı organizasyonda milli takımlara ödenen para ödülü, 2014 Dünya Kupası para ödülleri göre de %40 oranında daha fazla olmuştur.

Şampiyonlar Ligi'nde olduğu gibi galibiyet başına prim sisteminin uygulanmadığı Dünya Kupası'nda çeyrek finale kalan 8 takım toplam gelirlerini 16 milyon Dolar'a kadar çıkarırken, 4. olan İngiltere 22 milyon Dolar, 3. olan Belçika ise 24 milyon Dolar kazanmıştır.



## Son 2 Dünya Kupası'nın karşılaştırmalı para ödülleri

- Milyon \$ -

Başarı Statüleri	2014 Dünya Kupası		2018 Dünya Kupası	
	Takım Başına Ödül	Toplam Ödül	Takım Başına Ödül	Toplam Ödül
Şampiyon Takım	35	35	38	38
Finale Kalan Takım	25	25	28	28
Turnuva Üçüncüsü	22	22	24	24
Turnuva Dördüncüsü	20	20	22	22
Çeyrek Finalde Elenenler	14	56	16	64
2. Turda Elenen Takımlar	9	72	12	96
Grup Aşamasında Elenenler	8	128	8	128
<b>Toplam</b>		<b>358</b>		<b>400</b>

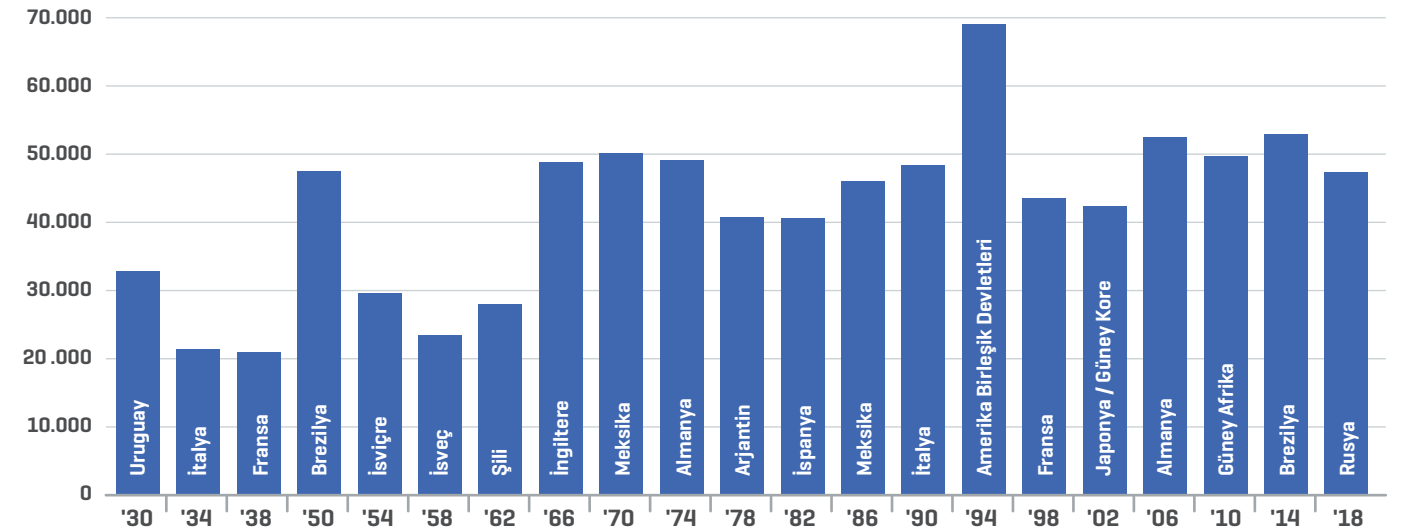


Tarihinde 2. kez Dünya Kupası şampiyonu olan Fransa Milli Takımı, sadece final maçındaki başarısı için 38 milyon Dolar kazanmıştır. Bu rakam turnuvanın toplam para ödüllерinin de %9,5'ine denk gelmektedir.

## 3 milyondan fazla kişi stadyumlarda maç seyretti

32 farklı takımın 65 farklı müsabakada karşı karşıya geldiği 2018 Dünya Kupası organizasyonu, 12 farklı stadyumda 3 milyondan fazla kişiye ev sahipliği yapmıştır. Seyirci ortalamasının 47.000'i geride bıraktığı turnuvanın en fazla seyircili müsabakaları Luzhniki Stadyumu'ndaki Rusya-Suudi Arabistan açılış maçı ile Fransa ile Hırvatistan'ın karşılaştığı final maçı olmuştur. Müsabakaları stadyumda seyreden kişi sayısı 78.011 olarak kayıtlara geçmiştir.

## Dünya Kupası Seyirci Ortalamaları (1930 - 2018)



## WorldCupUSA94



## Seyirci rekoru 1994 Dünya Kupası'nda

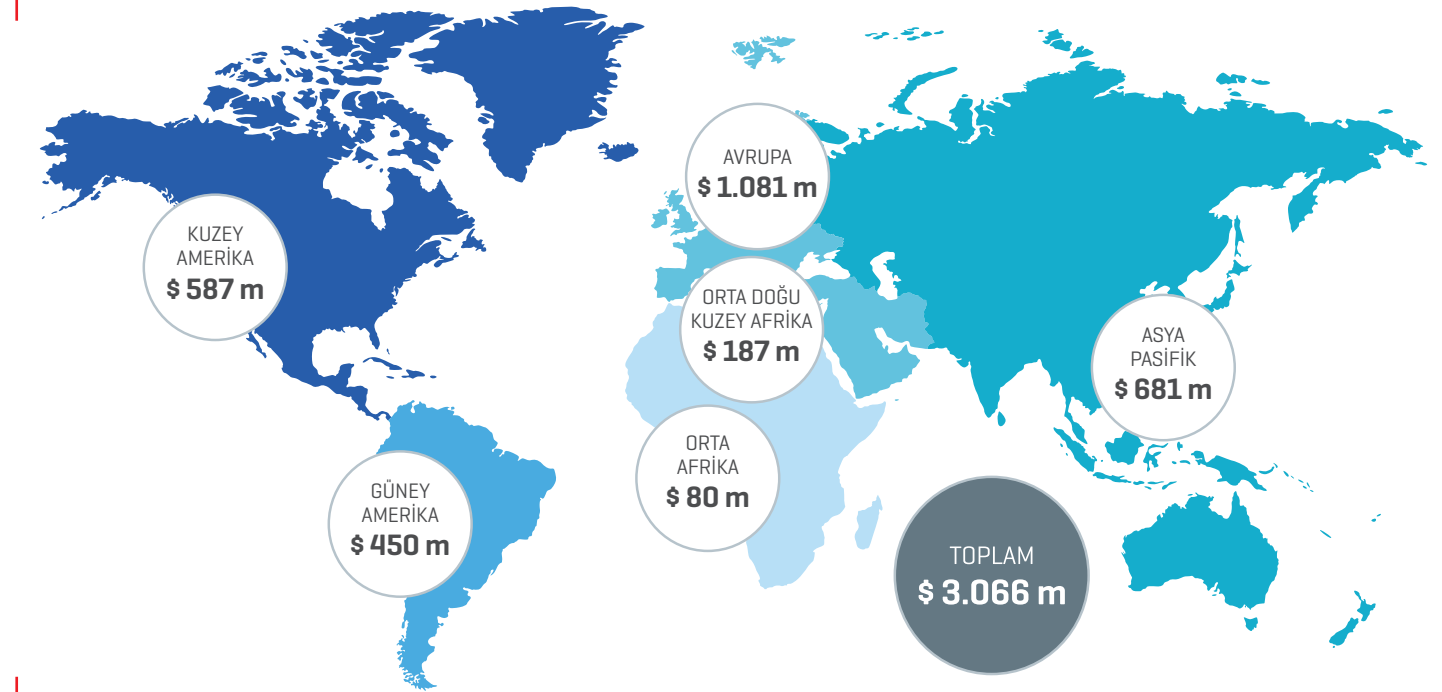
Amerika Birleşik Devletleri'nin ev sahipliğinde 1994 yılında gerçekleşen Dünya Kupası, 68.991 seyirci ortalaması ile bugüne kadar düzenlenen Dünya Kupası organizasyonları arasında **"en fazla seyirci ortalamasına sahip turnuva"** olmuştur. Turnuvayı 3,5 milyondan fazla kişi stadyumlardan izlemiştir.

2014 Dünya Kupası biletlerine oranla %11-16 fiyat artışıyla satışı sunulan 2018 Dünya Kupası biletlerinde en pahalı müsabaka 455 -1.100 Dolar arasında değişen bilet fiyatlarıyla final maçının biletleri olmuştur. Sadece Rusya vatandaşlarının satın alabildiği 4. kategori biletlerinin fiyatları ise 50 -110 Dolar arasında değişmiştir.

2018 FIFA Dünya Kupası Biletleri				
Müsabakalar	Kategoriler (\$)			
	1	2	3	4
Açılış Maçı	550	390	220	50
Grup Maçları	210	165	105	20
Son 16 Maçları	245	185	115	35
Çeyrek Final Maçları	365	255	175	60
Yarı Final Maçları	750	480	285	70
3.lük ve 4.lük Maçları	365	255	175	60
Final Maçı	1.100	710	455	110

## Medya hakları 3 milyar Dolar

2018 Dünya Kupası için 175'i Avrupa Kıtası'nda olmak üzere toplam 685 farklı yayın hakkı sözleşmesi yapan FIFA, 217 ülkede yayınlanan maçların yayın hakkından 3 milyar 66 milyon Dolar gelir elde etmiştir.



## En değerli forma Fransa'ya ait

2018 Dünya Kupası'nda yarışan ülkelerin milli takım formaları ve bu formaların sponsorluk anlaşmalarının parasal büyüklüklerine baktığımızda, ilk sırada Fransa A Milli Futbol Takımı'nın yer aldığını görmekteyiz. Adidas ile 43 yıldan fazla süren forma üretim sponsorluğunu 2011 yılında sonlandıran Fransa Futbol Federasyonu, Alman spor markasının rakibi Nike ile yılda 42,6 milyon Euro'luk rekor bir anlaşmaya imza atmıştır. 2018 yılının başında yenilen ve 2026 yılına kadar uzatılan yeni anlaşmada ise Nike, Fransa Futbol Federasyonu'na her sezon 50 milyon Euro ödeyecektir.

## 2018 Dünya Kupası'nda mücadele eden 32 takım ve forma üreticileri

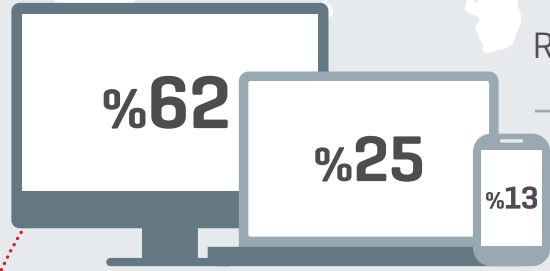
adidas	Almanya	Rusya	Arjantin	İspanya	Belçika	Fas	Japonya	İsveç	Mısır	İran	Kolombiya	Meksika
Nike	Fransa	Brezilya	Polonya	S.Arabistan	İngiltere	Hırvatistan	Nijerya	Avustralya	Güney Kore	Portekiz		
PUMA	İsviçre	Uruguay	Senegal	Sırbistan								
new balance	Panama	Kosta Rika										
umbro	Peru											
hummel	Danimarka											
errea	İzlanda											
uhlsport	Tunus											

2018 Dünya Kupası'nda yarışan 32 takımın 12'sinin formalarını Adidas üretmektedir. FIFA'nın 7 global partnerinden biri olan Adidas, turnuva için toplam 175 milyon Dolar reklam ve pazarlama harcaması yapmıştır.

Turnuva boyunca 10 milyona yakın futbol topu, 14,6 milyon adet milli takım forması satan Alman spor markası, 2015-2030 yılları arasında geçerli olacak FIFA partnerliği için toplam 800 milyon Dolar'lık bir bütçe ayırmıştır.



# Rakamlarla Dünya Kupası



Dünya Kupası'nın takip edildiği mecralar ve yüzdesel oranları

2018 Dünya Kupası maçlarını

**3,4 milyar kişi** televizyondan izledi.



**2,5 milyon+** bilet satıldı.



**112** ülkeden **17.040** gönüllü turnuvada görev aldı.



**7,7 milyon** sporsever **FIFA Fan Festivali**'ne katıldı.



FIFA'nın dijital platformlarındaki etkileşim sayısı: **7,5 milyar+**  
FIFA'nın Dünya Kupası Uygulaması'nı **128** ülkeden kullanan oldu.  
FIFA'nın Facebook sayfasındaki etkileşim sayısı: **383 milyon**  
FIFA'nın sosyal medya takipçi sayısı **128 milyon** arttı.



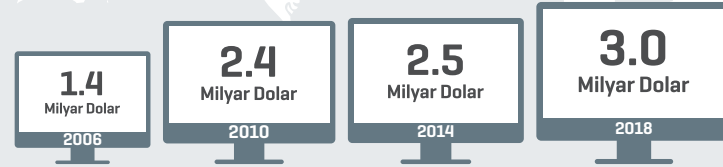
**15 Milyar \$**

Rusya'nın Dünya Kupası yatırımları



**229 Milyon \$**

Turnuvanın marka değeri



Son 4 Dünya Kupası'nın TV gelirleri



**1,1 Milyar \$**

En değerli takım:  
**Fransa**



**~100 Bin** kişiye istihdam yaratıldı



**%70**

Turizm potansiyelindeki artış



Ev sahibi şehirlerde;  
**31** tren istasyonu,  
**12** hastane yeniden yapılandırıldı.  
Yenilenen stadyumlarda  
**13.000'**den fazla kişi çalıştı.

**11 Şehir - 12 Stadyum**



Premier Lig'deki **23 futbolcu** Dünya Kupası'nda mücadele etti.\*



\* Statista.com



SÜPER LİG'İN  
FİNANSAL VERİLERİ

# MAÇ GÜNÜ GELİRLERİ



# Maç Günü Gelirleri

Günümüzde sadece maçların oynandığı yer olmaktan çıkan stadyumlar, taraftarlara sundukları çeşitli imkanları ve teknolojik altyapılarının yanında kulüplerin satış ve pazarlama odaklı projelerinin de en önemli unsurlarından biri haline gelmiştir. Stadyumlardan maksimum geliri elde etmek isteyen kulüpler, sadece tribünlerin doluluk oranlarıyla değil, taraftarlarının beklentilerine en hızlı ve en kaliteli şekilde cevap verebilmek için de birbiriyle rekabet etmektedir.

Bugün Avrupa futbol pazarına hükmeden ve futbol endüstrisinin en fazla gelir elde eden 20 kulübü, yılda 1,5 milyar Euro'ya yakın maç günü geliri kazanmakta; 100 milyon Euro'yu geçen maç günü gelirleriyle Manchester United, Real Madrid, Barcelona ve Arsenal kulüpleri listenin ilk sırasında yer almaktadır. Lig bazında ise Premier Lig, Avrupa'nın en fazla maç günü geliri kazanan ligi olmaya devam etmektedir.



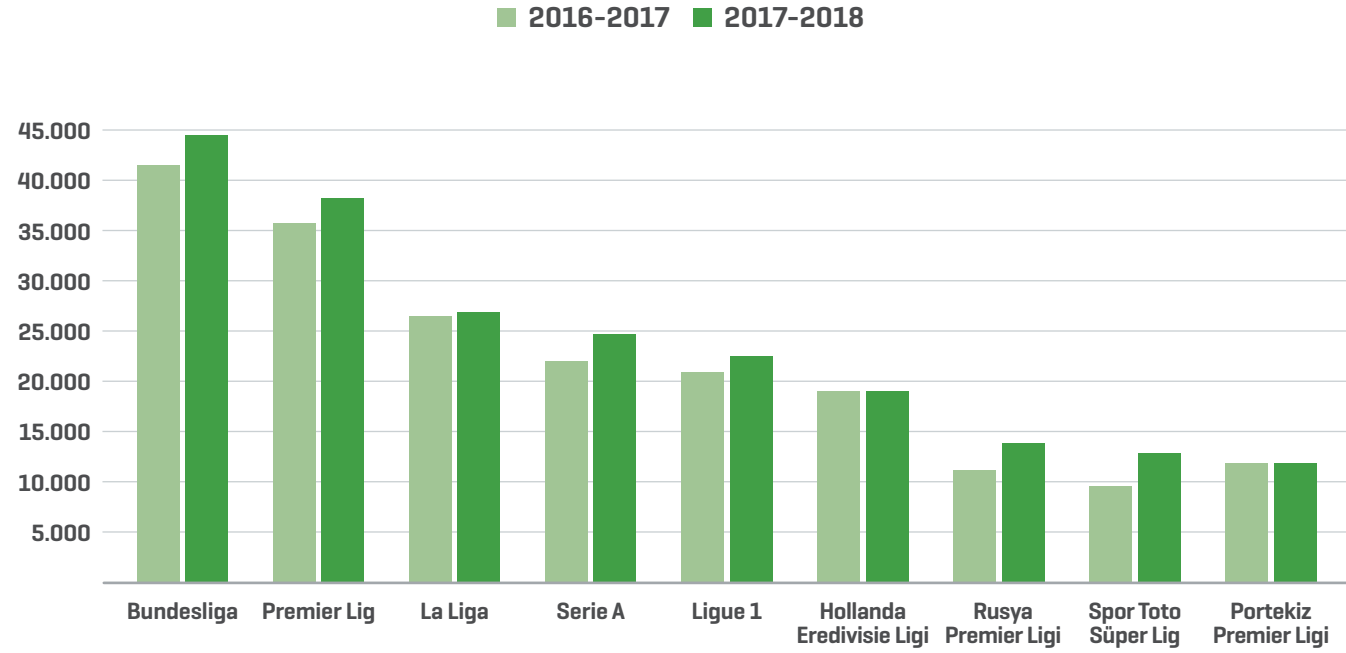
2017-2018 sezonunda 14,5 milyon sporseverin stadyumlarda maç izlediği, seyirci ortalaması 38.297 olan Premier Lig, seyirci ortalamasında Bundesliga'nın %16,5 gerisinde olsa da bilet, kombine ve kurumsal ağırlama paketlerinden elde ettiği gelirlerle, maç günü gelirleri yarışında Alman ligini geride bırakmıştır. 2017-2018 futbol sezonunda Premier Lig ekiplerinin maç günü gelirleri, 700 milyon Euro'yu geçmiştir.

## Bundesliga seyirci ortalamasında liderliğini korudu

Bundesliga'da 2016-2017 sezonunda 41.516 olan seyirci ortalaması, 2017-2018 sezonunda %8 oranında bir artışla 44.646'ya ulaşmıştır. Son 2 futbol sezonunda 26,3 milyon kişinin stadyumlarda maç izlediği Alman ligi, seyirci sayısında Avrupa ligleri arasındaki birinciliğini 2017-2018 futbol sezonunda da devam ettirmiştir.



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



### Seyirci ortalamasını en fazla oranda artıranlar Spor Toto Süper Lig ve Rusya Premier Ligi

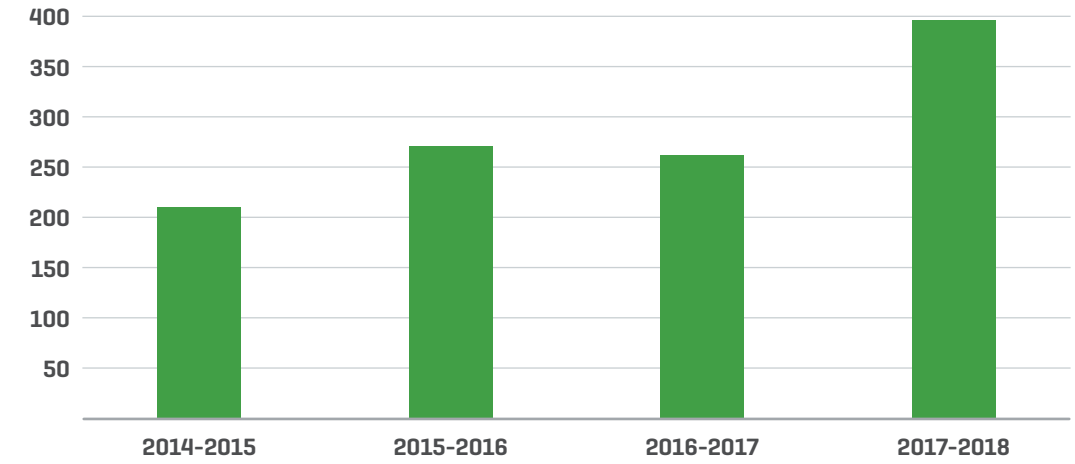
Yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere, Spor Toto Süper Lig, her sezon artan seyirci ortalaması ile Avrupa'nın en fazla seyirci ortalamasına sahip ligleri arasında yer almaktadır. 2016-2017 futbol sezonunda 8.940 olan seyirci ortalamasını %43 oranında artırarak 12.821'e yükselten Spor Toto Süper Lig, 2017-2018 futbol sezonunda seyirci ortalamasını en fazla oranda artıran lig olmuştur.

Süper Lig'i %23 oranındaki seyirci ortalaması artışı ile Rusya Premier Ligi izlemiştir. 16 takımın mücadele ettiği Rusya Premier Ligi'nin 2016-2017 sezonunda 11.357 olan lig ortalaması, 2017-2018 futbol sezonunda 13.956'ya ulaşmıştır. Ligin seyirci ortalamasını en fazla artıran ekibi ise Zenit olmuştur. 2016-2017 sezonunda 18.570 seyirci ortalaması olan mavi beyazlılar, 2017-2018 futbol sezonundaki başarılı performansıyla seyirci ortalamasını 43.963'e çıkarmıştır.

2016-2017 futbol sezonunda 2,7 milyon kişinin stadyumlarda maç seyrettiği Spor Toto Süper Lig'de, 2017-2018 futbol sezonunda seyirci sayısı %43 oranında artarak 3,9 milyona ulaşmıştır. Ligdeki seyirci artışıyla birlikte kulüplerin bilet ve sezonluk kombine satışlarından elde ettiği gelirlerde de artış olmuştur. 2016-2017 futbol sezonunda, bilet ve sezonluk kombine satışlarından (Kulüplerin kendi sattığı VIP koltuklar ve loca satışlarından elde edilen gelirler de dahil) toplam 261,5 milyon TL gelir elde eden Spor Toto Süper Lig kulüpleri, 2017-2018 futbol sezonunda gelirlerini %52 oranında artırarak 396,3 milyon TL'ye çıkarmıştır.

### Spor Toto Süper Lig'in son 4 sezondaki maç günü gelirleri toplamı

- Milyon TL -



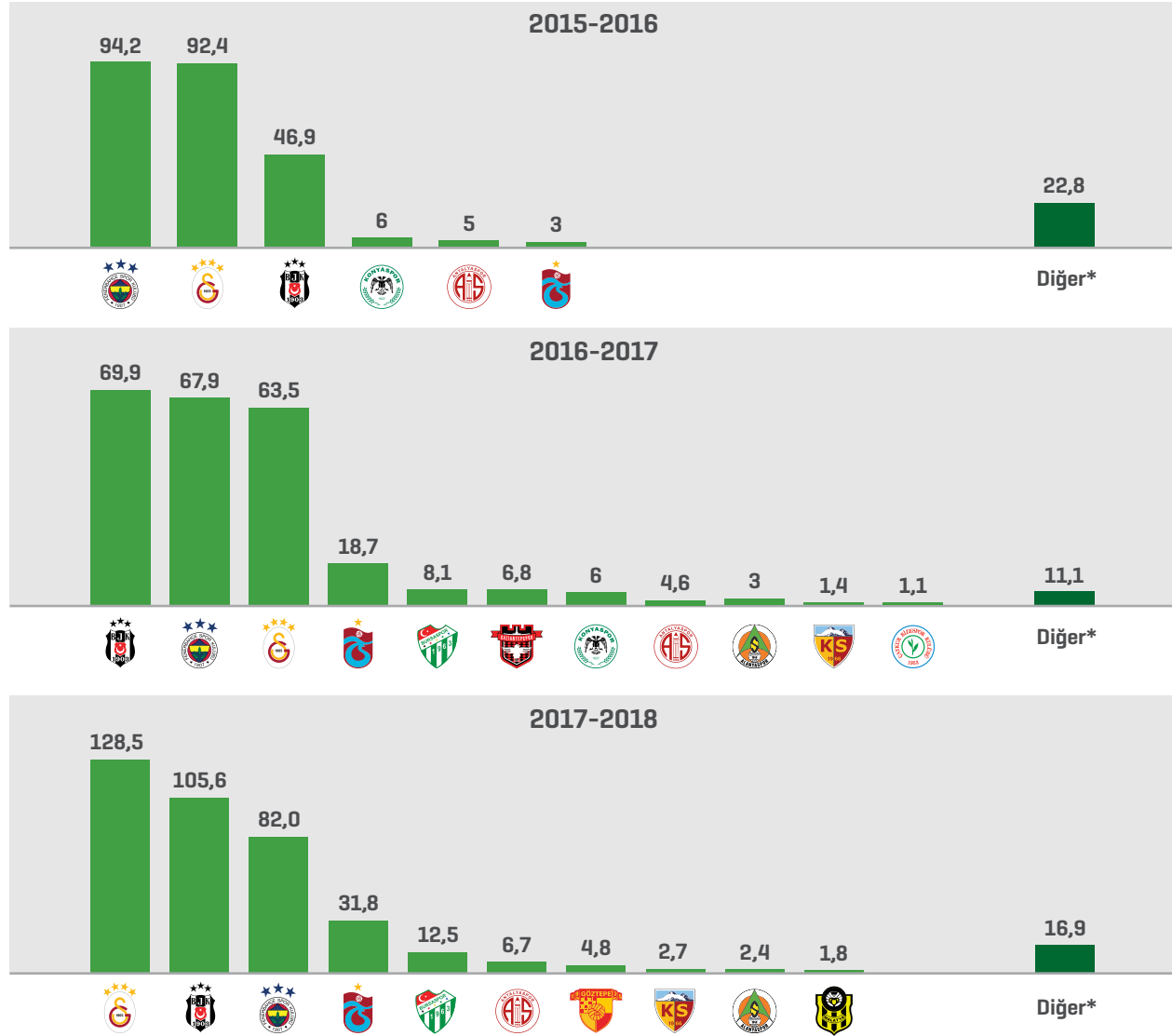
**SPORTOTO**  
SüperLig

### En fazla maç günü geliri Galatasaray'da

2017-2018 futbol sezonunda maç günü gelirleri toplamı 400 milyon TL'ye yaklaşan Süper Lig takımları içerisinde, 128,5 milyon TL ile en fazla maç günü geliri olan takım Galatasaray olmuştur.

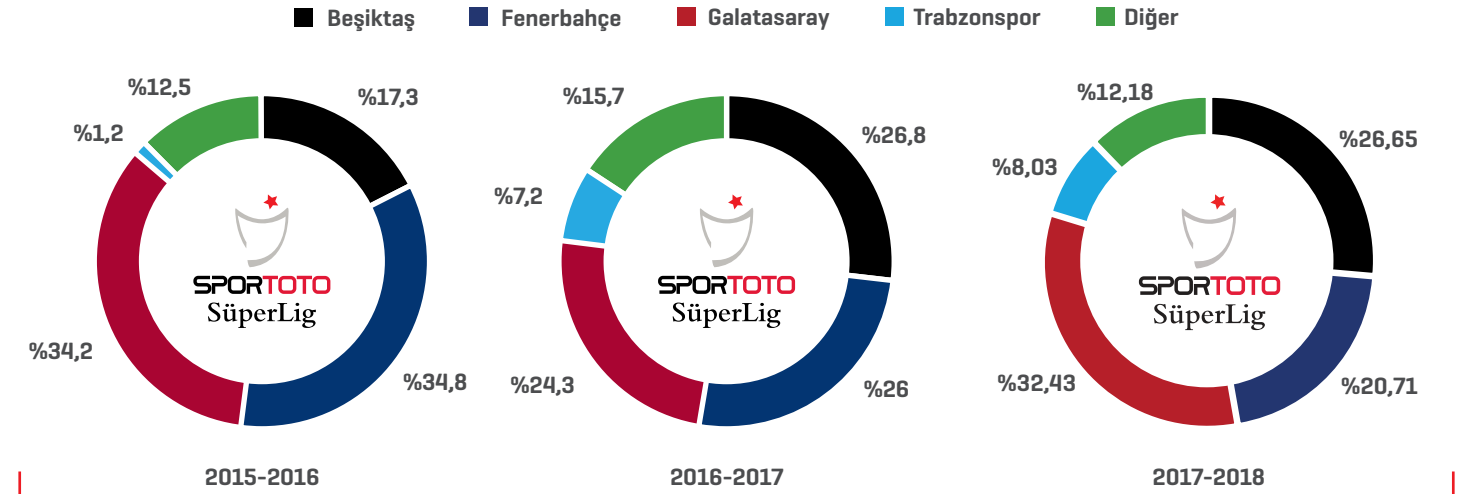
## Son 3 Sezonun Maç Günü Gelirleri

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.

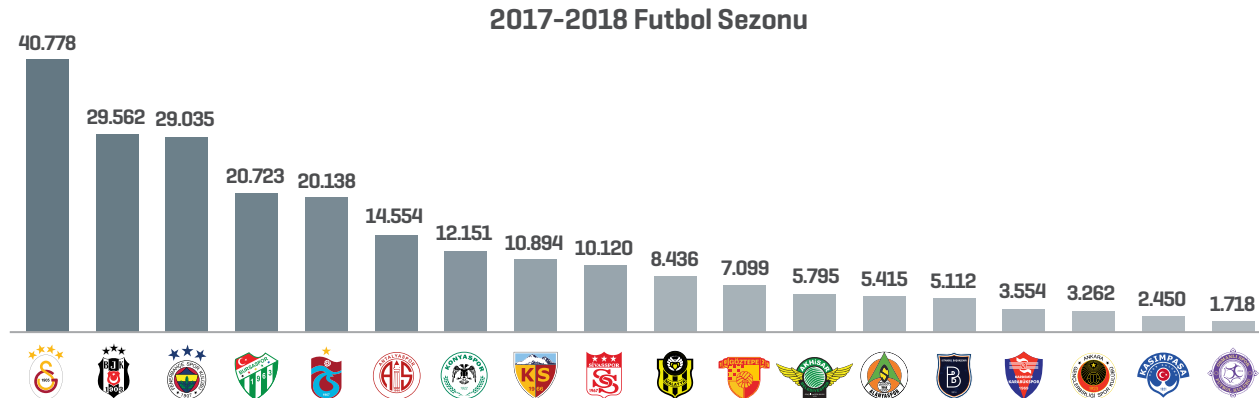
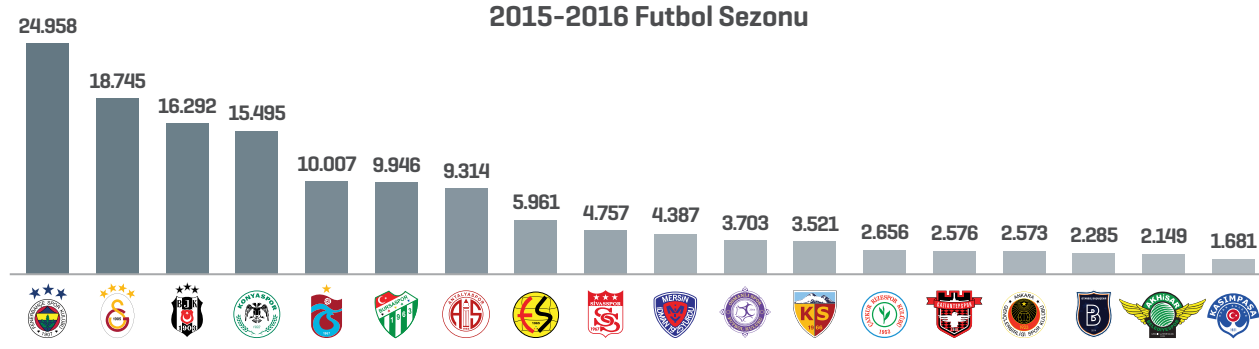
Süper Lig'in son 3 sezondaki maç günü gelirlerinin yüzdesel oranları



Süper Lig kulüplerinin son 3 futbol sezonundaki maç günü gelirleri toplamı 928,6 milyon TL'dir. Bu gelirlerinin %87'si 4 Büyüklere ait olmakla birlikte, Galatasaray 284,5 milyon TL geliriyle, son 3 sezonda en fazla maç günü elde eden takım olmuştur.

## Seyirci Ortalamaları

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



2017-2018 sezonunda Süper Lig'in seyirci ortalaması %43 oranında artarak 8.940'tan 12.821'e yükselmiştir.

Son 3 sezonda Süper Lig ekiplerinin bütün maçlarını (ZTK, Avrupa Ligleri, hazırlık maçları, şampiyonluk kutlamaları da dahil) stadyumlarda toplam 4,7 milyon kişi izlemiştir.



Ziraat Türkiye Kupası şampiyonu Akhisarspor, seyirci ortalamasını en fazla oranda artıran (%166) Süper Lig temsilcisi olmuştur.

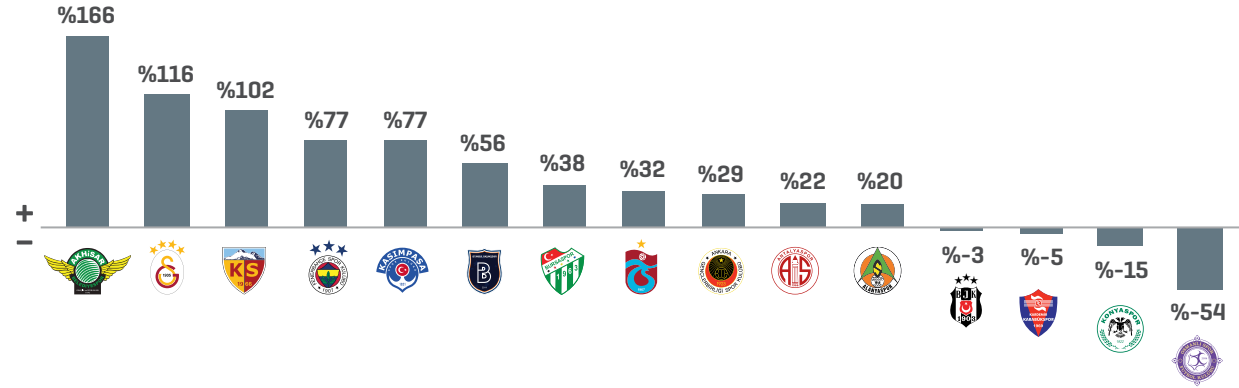
2017-2018 futbol sezonunda 1 milyondan fazla sporsever Passolig Kart sahibi olmuş, toplam kart sayısı 4,1 milyona ulaşmıştır.



2016-2017 sezonunda 2,7 milyon kişi stadyumlarda lig maçlarını seyredirken, 2017-2018'de bu sayı 3,9 milyona yükselmiştir.

Son 2 futbol sezonunda Süper Lig maçları için satılan 2,6 milyon maç biletinin 1,7 milyonu passo.com.tr web sitesi ve Passo Mobil Uygulaması üzerinden satın alınmıştır.

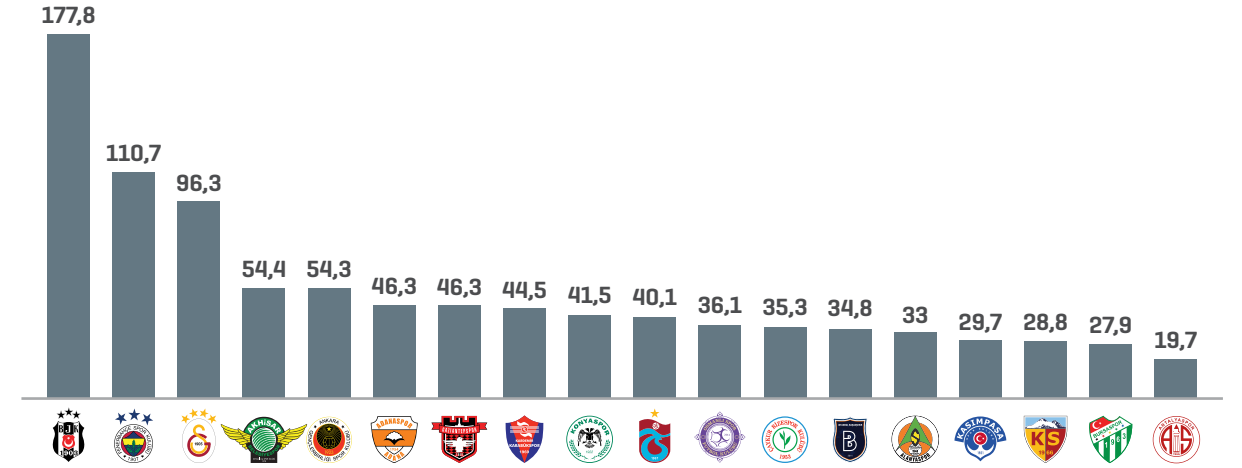
Son iki sezonda Süper Lig'de yer alan takımların seyirci ortalamalarındaki artış / azalış oranları



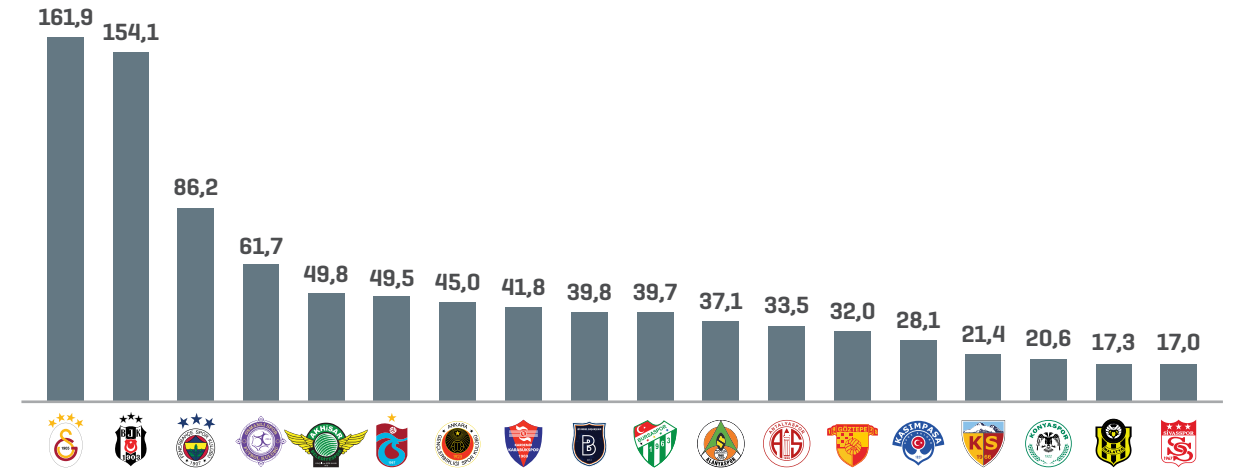
Spor Toto Süper Lig ve TFF 1.Lig, UEFA Şampiyonlar Ligi, UEFA Avrupa Ligi, Ziraat Türkiye Kupası, hazırlık maçları ve şampiyonluk kutlamalarındaki seyirci sayılarına göre son 3 sezon

	2015-2016	2016-2017	2017-2018
	<b>Seyirci Sayısı</b>		
Spor Toto Süper Lig Maçları	2.579.279	2.735.761	3.923.542
TFF 1. Lig Maçları	711.876	942.344	927.852
Hazırlık Maçı - Şampiyonluk Kutlaması	30.831	54.483	98.946
UEFA Şampiyonlar Ligi - UEFA Avrupa Ligi Maçları	472.799	478.149	346.650
Ziraat Türkiye Kupası Maçları	364.428	274.074	375.056
<b>Genel Toplam</b>	<b>4.159.213</b>	<b>4.484.811</b>	<b>5.672.046</b>

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



2017-2018 Futbol Sezonu Bilet Başına Ortalama Gelir \*  
- TL -



\* 2016-2017 ve 2017-2018 futbol sezonlarında Süper Lig'de sezon boyunca satılan bilet fiyatlarından derlenerek oluşturulmuştur.

SÜPER LİG'İN  
FİNANSAL VERİLERİ

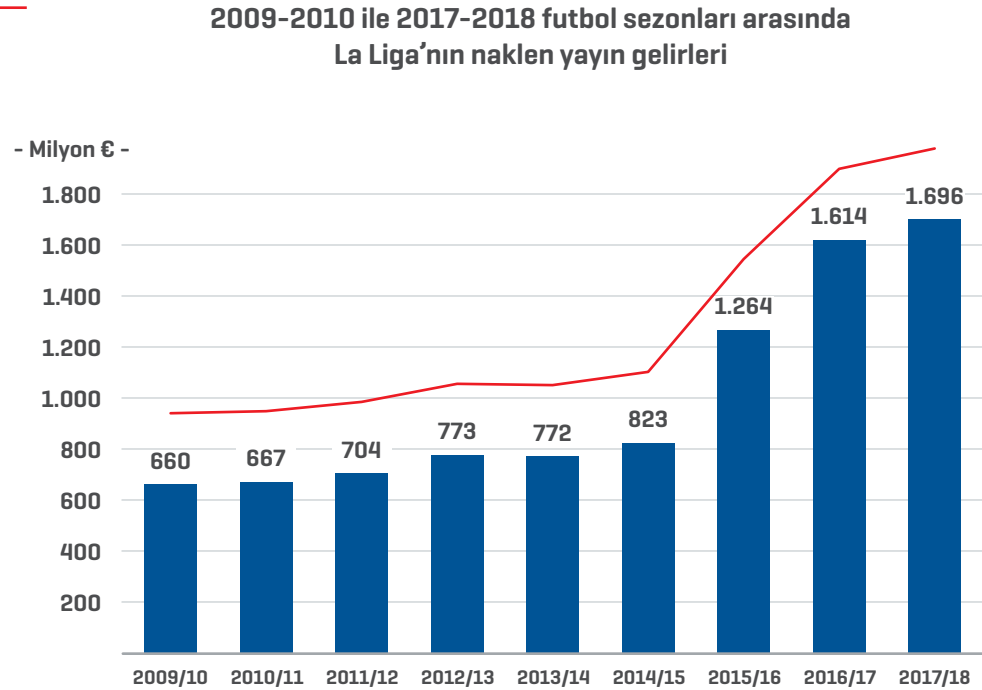
# NAKLEN YAYIN GELİRLERİ



# Naklen Yayın Gelirleri

21. yüzyılın en hızlı büyüyen endüstrilerinden birine dönüşen futbolda, her geçen gün parasal değeri artan naklen yayın gelirleri kulüplerin en önemli gelir kalemlerinden biri olmaya devam etmektedir. İnternet ve teknoloji dünyasındaki yeniliklerle birlikte televizyon dışındaki farklı platformlar için de parasal bir değere dönüşen maç yayınları, spor kulüplerinin de globalleşme yolundaki en büyük yardımcısı haline gelmiştir. Bugün Avrupa futbol ekonomisine yön veren 5 büyük ligin, sadece naklen yayın gelirleri 6 milyar Euro'yu geride bırakmıştır.

Avrupa futbolunun naklen yayın gelirleri sıralamasının başında Premier Lig yer alırken, La Liga özellikle son 3 futbol sezonunda elde ettiği naklen yayın gelirlerindeki artışla dikkat çekmektedir. Geçtiğimiz sezon, La Liga'nın maçlarını dünya genelinde takip eden televizyon izleyicisi sayısı 2,6 milyarı bulmuştur. \*



\* La Liga, Informe Economico – Financiero Del Futbol Profesional 2017

Sadece İspanya'da değil, bütün dünyada televizyon ekranında en fazla seyredilen rekabetlerden biri olan El Clasico, Barcelona ve Real Madrid kulüplerine uluslararası yayın gelirleri açısından da ciddi bir gelir yaratmaktadır. 2017-2018 futbol sezonu itibariyle 1,7 milyar Euro'ya ulaşan La Liga'nın naklen yayın gelirlerinde, en büyük pay bu iki kulübe ait olmakla birlikte, Barcelona ve Real Madrid'in 450 milyon Euro'yu aşan yayın gelirleri, neredeyse La Liga'nın yayın gelirleri toplamının yaklaşık dörtte birine denk gelmektedir.



Bundan 10 yıl önce Avrupa futbolunun en zengin 20 futbol kulübünün naklen yayın geliri toplamı 1,6 milyar Euro iken, bugün geldiğimiz noktada, en zengin 20 kulübün yayın gelirlerinin toplamı 3,5 milyar Euro'yu geçmiştir. 8 milyar Euro'ya yaklaşan 20 kulübün toplam gelirleri içinde de en büyük pay, naklen yayın gelirlerine aittir.

Naklen yayın gelirlerine göre Avrupa kulüpleri arasında en fazla kazanan kulüpler ise (200 milyon Euro'dan fazla yayın gelirleriyle) Manchester United, Real Madrid, Barcelona, Manchester City, Arsenal ve Juventus'tur.

## Süper Lig, naklen yayın gelirlerinde Avrupa'nın en fazla kazanan 6. ligi

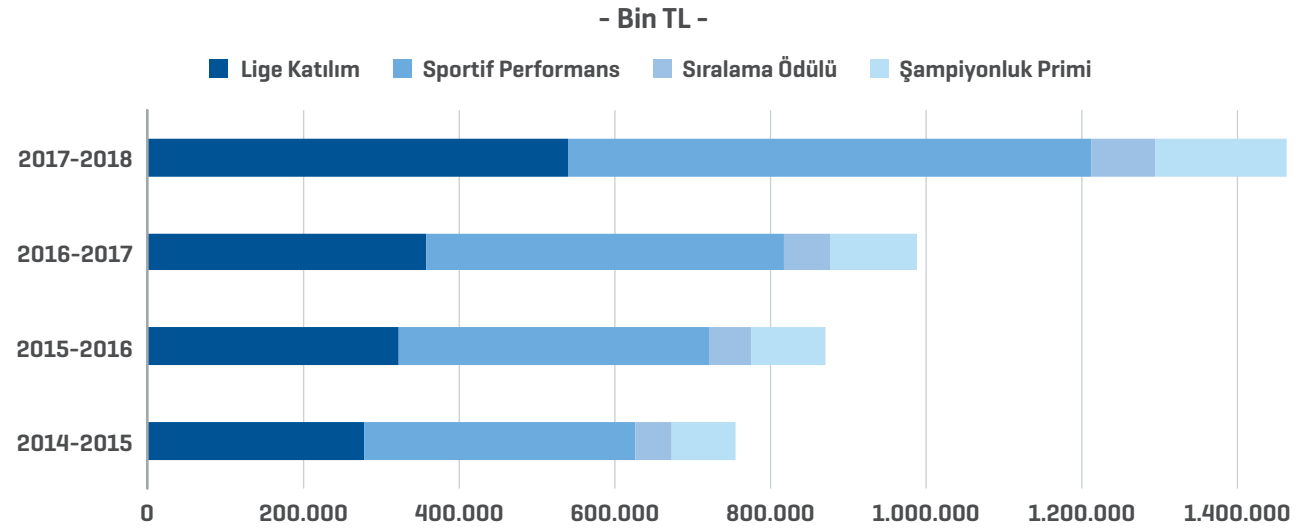
Naklen yayın gelirleri konusunda Avrupa ligleri arasında dikkat çeken bir başka lig ise Spor Toto Süper Lig'dir. Son 10 yılda naklen yayın gelirlerinde büyük bir artış yaşayan Türk futbolunun, 1990'lı yılların sonunda 185 milyon TL olan yayın gelirleri (Spor Toto Süper Lig ve TFF 1.Lig gelirleri), 2017-2018 futbol sezonu itibariyle 1,5 milyar TL'ye yaklaşmıştır. Avrupa'nın en fazla yayın geliri elde eden 6. ligi olan Spor Toto Süper Lig'i sırasıyla Portekiz, Rusya, Hollanda, Danimarka ve İskoçya futbol ligleri takip etmektedir.





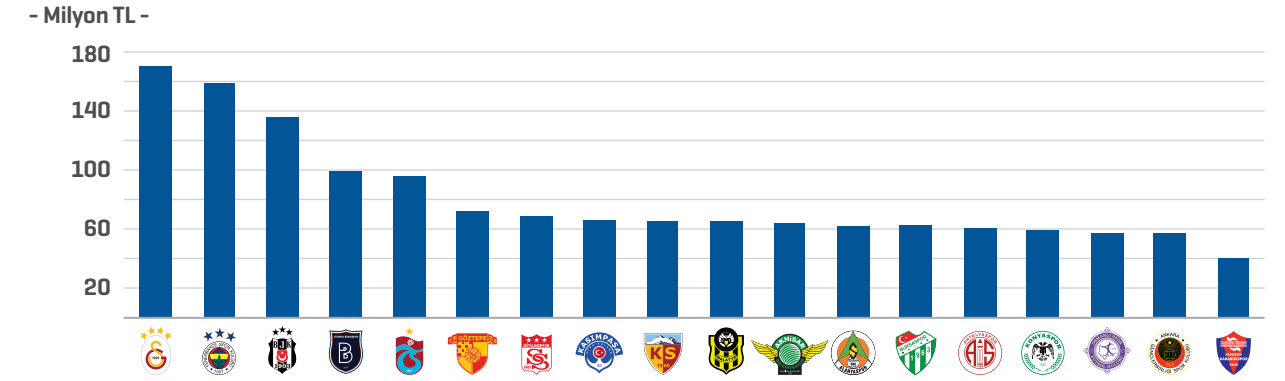
Türkiye'de 1996-1997 futbol sezonunda 40 milyon Dolar ile başlayan naklen yayın gelirleri, 22 yıl içerisinde 500 milyon Dolar'a yükselmiştir.

### Spor Toto Süper Lig'in son 4 sezondaki naklen yayın gelirleri dağıtımı

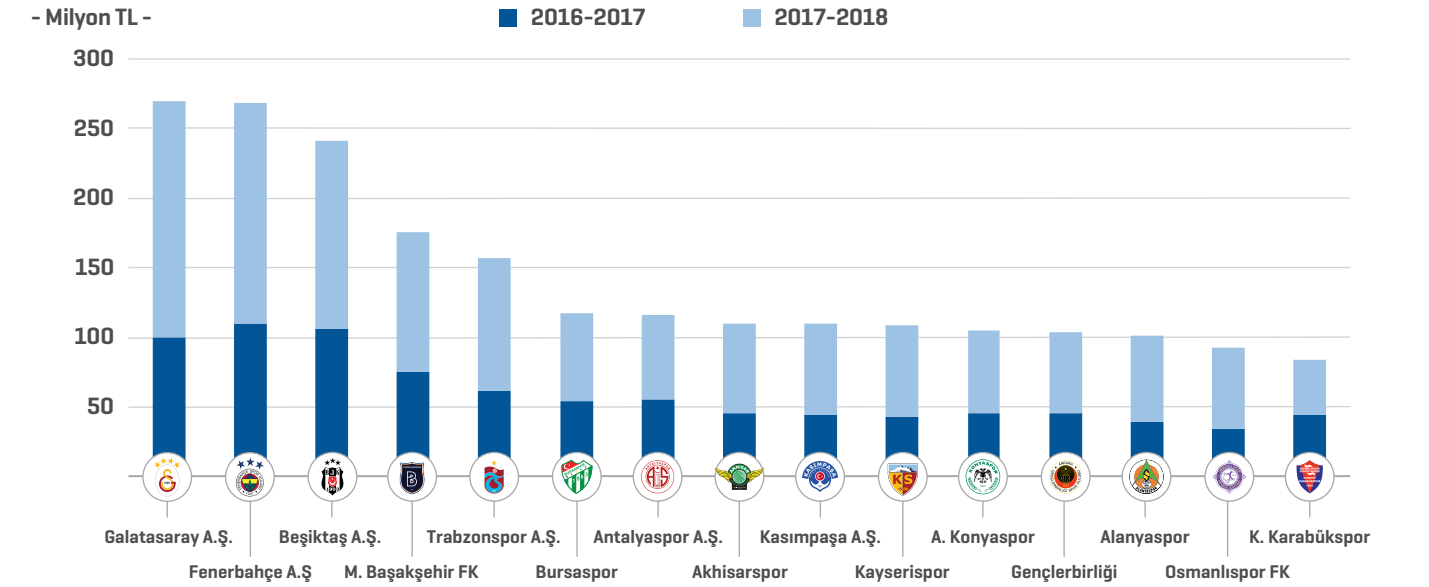


Son 4 sezonda naklen yayın gelirleri %93 oranında artan Spor Toto Süper Lig'de en fazla artış gösteren gelir payı ise %101'lik artışla şampiyon takımlara dağıtılan prim olmuştur. 2014-2015 futbol sezonunda 82,9 milyon TL olan şampiyon takımlara dağıtılan prim, 2017-2018 futbol sezonunda 167,4 milyon TL'ye çıkmıştır. \*

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



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



\* Tuğrul Akşar, "Süper Lig'de Üç Büyüklerin Dengesiz Ağırlığı"

\*\* Ziraat Türkiye Kupası gelirleri hariç

## Galatasaray'dan %66 oranında gelir artışı



2016-2017 futbol sezonunda, Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil naklen yayın gelirlerinden 101,6 milyon TL kazanan Galatasaray, 2017-2018 futbol sezonunda yayın gelirlerini %66 oranında yükselterek 169 milyon TL'ye ulaştırmıştır. Sarı kırmızılı ekip, naklen yayın gelirlerinde, Fenerbahçe'nin ardından en fazla kazanan takım olmuştur.



## ZTK şampiyonu Akhisarspor

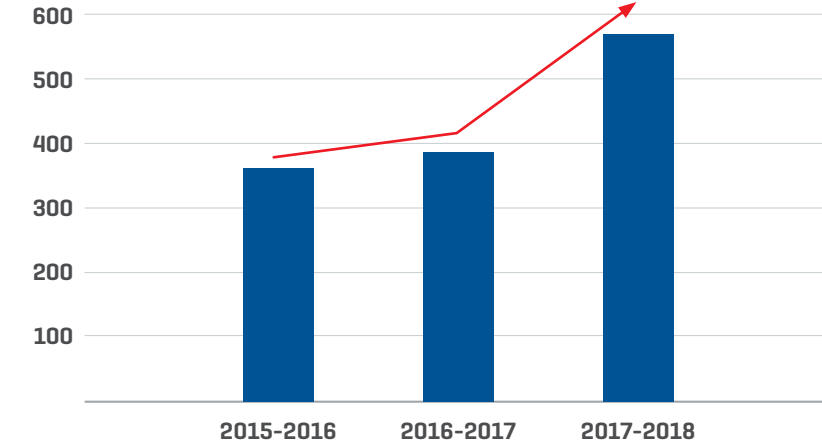


6 sezon önce Süper Lig'e yükselen, 2017-2018 futbol sezonu finalinde Fenerbahçe'yi yenerek tarihinde ilk kez Ziraat Türkiye Kupası'nı müzesine götürən Teleset Mobilya Akhisarspor, 5 milyon TL'lik şampiyonluk ödülü de dahil olmak üzere Ziraat Türkiye Kupası'ndaki sportif performansı ve yayın gelirinden 7,5 milyon TL'ye yakın bir gelir elde etmiştir.



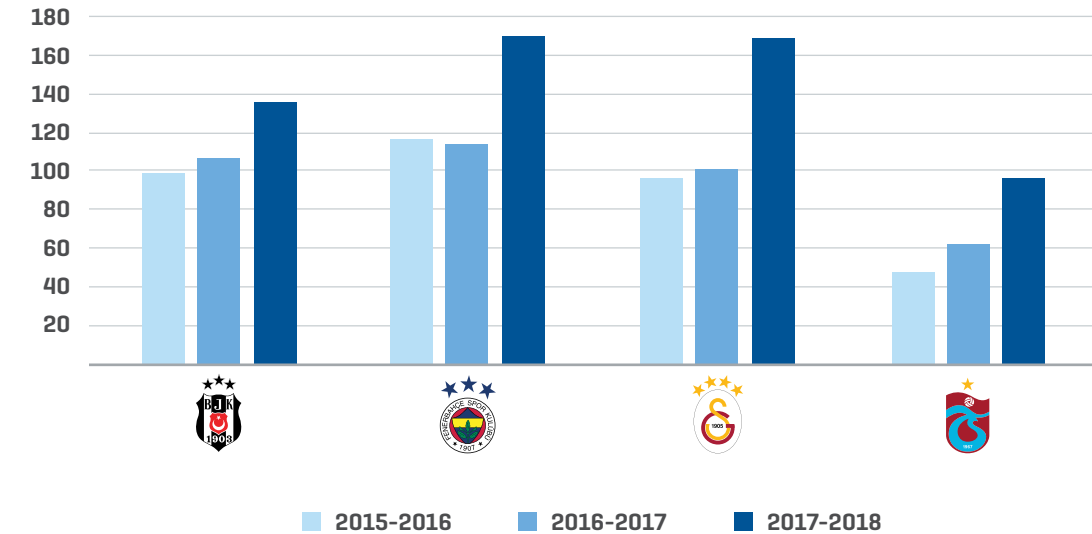
4 Büyükler, son 3 futbol sezonunda toplam **1,3 milyar TL** naklen yayın gelirleri elde etmiştir.

## 4 Büyükler'in son 3 sezondaki naklen yayın gelirleri toplamı - Milyon TL -



2015-2016 futbol sezonunda naklen yayın gelirleri toplamı (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil) 360,5 milyon TL olan 4 Büyükler, 2016-2017 futbol sezonunda 385,5 milyon TL kazanmış, 2017-2018 sezonunda ise yayın gelirlerini 570,8 milyon TL'ye ulaştırmıştır.

## 4 Büyükler'in son 3 sezondaki naklen yayın gelirleri toplamı - Milyon TL -



SÜPER LİG'İN  
FİNANSAL VERİLERİ

# TİCARİ GELİRLER



# Ticari Gelirler

Futbolun endüstriyelleşme sürecindeki en önemli dönüm noktaları, 1980'li yılların ortalarına doğru hız kazanan sponsorluk ve reklam gelirlerinin hayatımıza girmesi ile 1990'lı yıllarda başlayan medya haklarının pazarlanması ve satılması olmuştur. Bu dönemlere kadar en büyük gelir kalemleri bilet ve sezonluk kombine satışları olan kulüpler, artık sponsorluk ve marka işbirlikleri, reklam ve halkla ilişkiler projeleri, lisanslı ürün satışları ile birbirleriyle rekabet etmeye başlamış, ticari gelirler olarak adlandırılan bu gelirler, futbol ekonomisine yön veren 3 büyük finansal unsurdan birine dönüşmüştür.



Ticari gelirler açısından Avrupa futbolunun en fazla kazanan ligi olan Premier Lig'de geçtiğimiz sezon 20 takımın ticari gelirleri, 1,1 milyar Pound'a ulaşmıştır. Bu gelirlerin 300 milyon Pound'dan fazlasını forma sponsorluklarından elde edilen gelirler oluşturmaktadır.

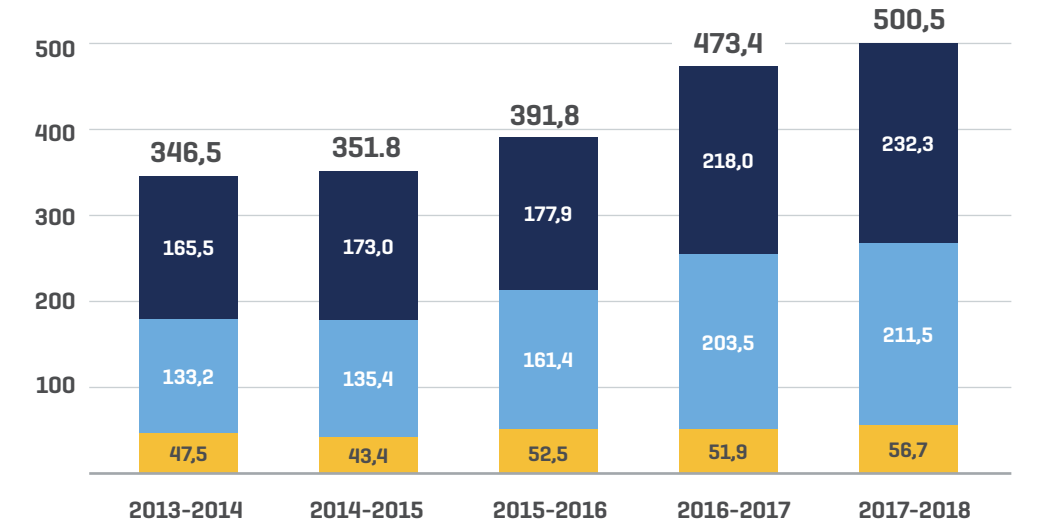
2017-2018 futbol sezonunu Premier Lig şampiyonu olarak tamamlayan Manchester City, gelirlerini ilk kez 500 milyon Pound'un üzerine çıkarırken, %7 oranında büyüme kaydeden ticari gelirleri de 232,3 milyon Pound olarak finansal tablolara yansımıştır. \*

## 2017-2018 Premier Lig şampiyonu Manchester City'nin son 5 sezondaki gelirleri

- Milyon £ -



- Maç günü gelirleri
- Naklen yayın gelirleri
- Ticari gelirler

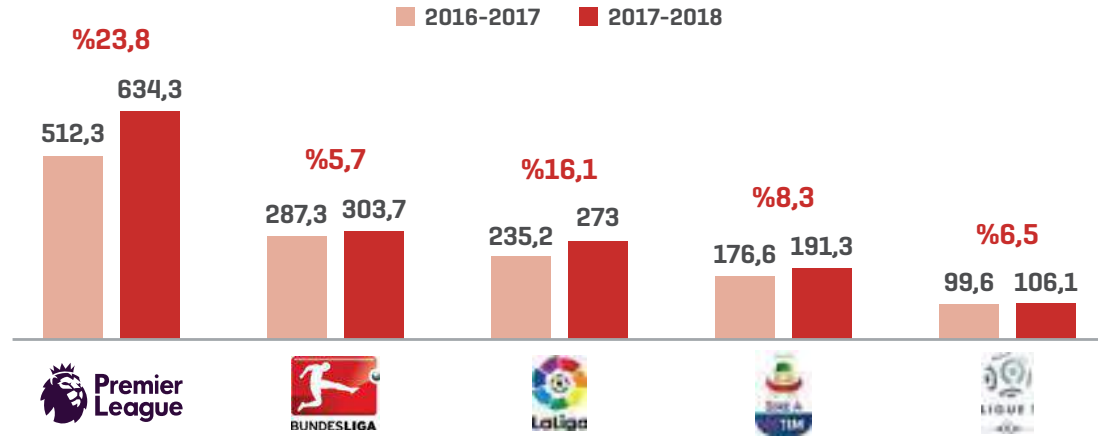


Bugün Avrupa futbolunu domine eden 5 büyük ligin ticari gelirleri 4 milyar Euro'yu geçmiştir. Premier Lig'den sonra en fazla ticari gelir elde eden lig, 700 milyon Euro'yu aşan ticari geliriyle Bundesliga olurken, son 6 futbol sezonunda ligi şampiyon olarak bitiren Bayern Münih, 350 milyon Euro'ya yakın ticari geliriyle Bundesliga'nın hem ticari gelirlerde hem de diğer gelir kalemlerinde en fazla kazanan kulübü olmuştur.

Kırmızı beyazlıların en uzun süreli ve en yüksek rakamlı sözleşmesi Adidas ile 2015 yılında imzaladıkları forma üretim anlaşmasıdır. Bayern Münih, 2030 yılına kadar devam edecek anlaşmadan toplam 900 milyon Euro gelir elde edecektir.

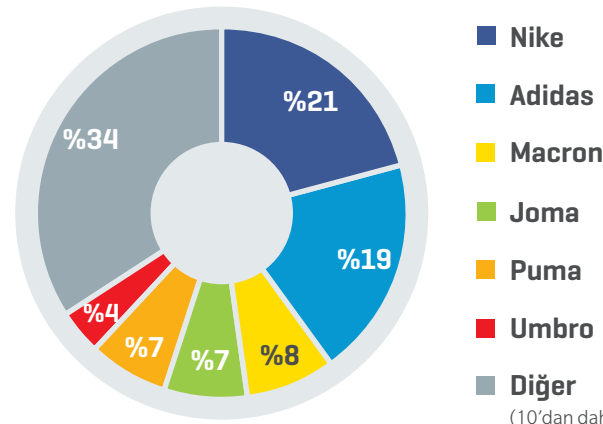
\* Sport Business International

Avrupa'nın 5 büyük liginin son 2 sezondaki forma sponsorluk gelirleri ve artış oranları  
- Milyon € -



Avrupa'nın en elit futbol ligleri olarak tanımlanan 5 büyük ligin sadece forma sponsorluklarından elde ettiği gelirler, 2017-2018 futbol sezonunda 1,5 milyar Euro'yu geçmiştir. Forma sponsorluk gelirleri en fazla oranda artış gösteren lig, %23,8 ile Premier Lig olurken, Premier Lig'i %16,1'lik büyüme oranıyla La Liga takip etmiştir.

Aralarında Türkiye, Hollanda, Belçika, Rusya, Ukrayna futbol liglerinin yer aldığı Avrupa futbol pazarının en büyük 16 liginde, forma ve sportif ekipman üretimi konusunda ağırlıklı olarak Nike ve Adidas markalarının tercih edildiği görülmektedir. \*



(10'dan daha az futbol takımının forma üreticisi olan spor markaları)

\* European Football Sponsorship Report, Sportbusiness, 2017

Forma reklamı ve sportif ekipman üretimi anlaşmalarına göre 2017-2018 futbol sezonunda Avrupa'nın en çok kazanan takımları  
- Milyon € -



Nike'den Barcelona'ya yılda 155 milyon Euro

Barcelona 2017-2018 ile 2020-2021 sezonları arasında geçerli olacak forma göğüs sponsorluğu karşılığında, Japon e-ticaret markası Rakuten'den sezon başına 55 milyon Euro gelir elde eden Barcelona, Nike ile 2018-2019 sezonundan itibaren geçerli olacak rekor bir anlaşmaya imza atmıştır. Yenilenen forma ve sportif ekipman üretimi anlaşmasına göre Nike, her sezon Barcelona'ya 155 milyon Euro sponsorluk geliri kazandıracaktır.

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

## Spor Toto Süper Lig'de ticari gelirler

2016-2017 futbol sezonunda ticari gelirleri toplamı 900 milyon TL olan Süper Lig'in, 2017-2018 sezonunda gelirleri 1,1 milyar TL'yi geçerken, her iki sezonda da ligin en fazla kazanan takımları 4 Büyükler olmuştur. 2016-2017 sezonunda ticari gelirleri toplamı 647 milyon TL olan 4 Büyükler, 2017-2018 sezonunda gelirlerini %28 oranında artırarak 831, 2 milyon TL'ye ulaştırmıştır.

### 4 Büyükler'in son 2 futbol sezonundaki ticari gelirleri toplamı

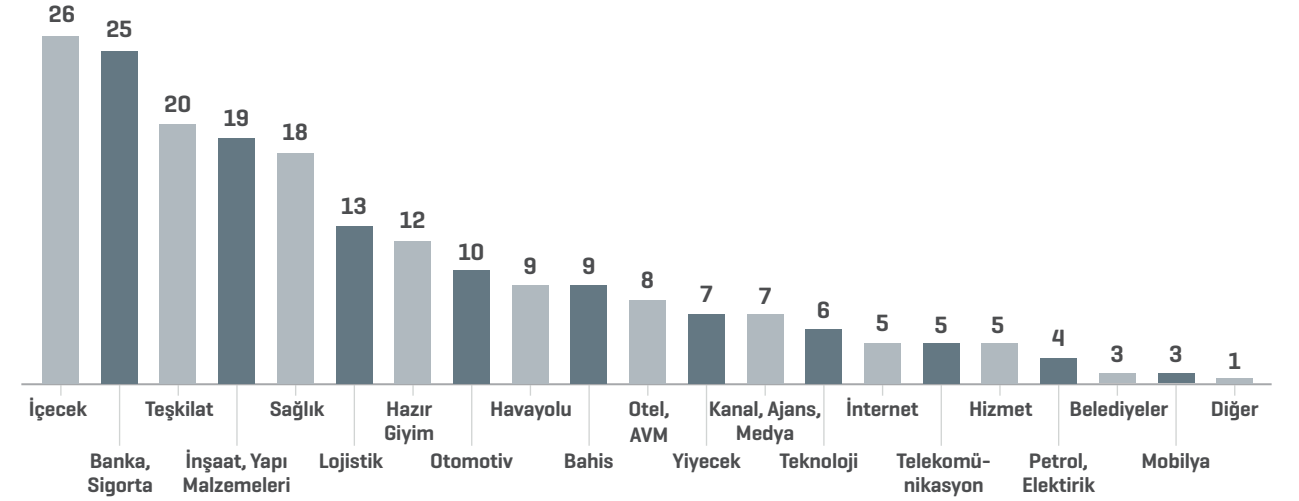


Son iki futbol sezonunda ticari gelirleri toplamı 1,5 milyar TL'ye yaklaşan 4 Büyükler arasında en fazla kazanan takım 478 milyon TL geliriyle Beşiktaş olurken, Beşiktaş'ı 462,2 milyon TL ile Fenerbahçe takip etmiştir. Üçüncü sırada 392,9 milyon TL ticari geliriyle Galatasaray, dördüncü sırada ise 144,8 milyon TL ticari geliriyle Trabzonspor yer almıştır.

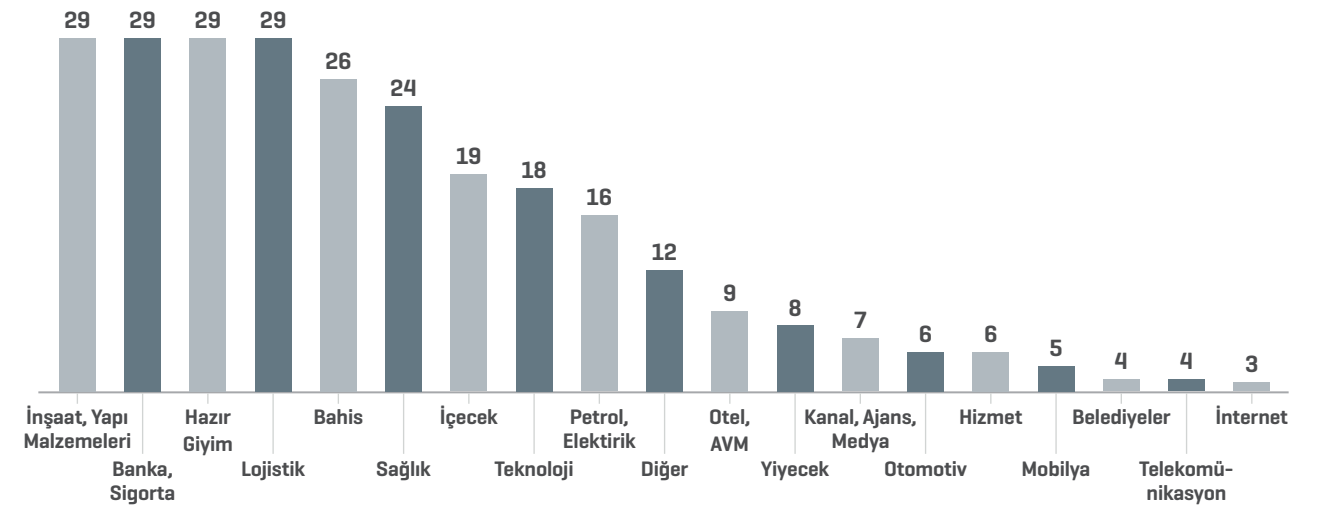
2017-2018 futbol sezonunda ortalama %28 oranında ticari gelir artışı yaşanan 4 büyük takım arasında, gelirlerini en fazla oranda artıran ekip, %41 oranla Beşiktaş iken, en az oranda artıran ise %18 ile Trabzonspor olmuştur.

2016-2017 futbol sezonunda 146 farklı kurum ile toplam 224 farklı sponsorluk anlaşması bulunan Spor Toto Süper Lig kulüpleri, 2017-2018 futbol sezonu başlarken sponsorluk sayısını 264'e çıkarmıştır. 18 kulüple iş ortaklığı bulunan kurum sayısı ise bir önceki sezona oranla %26 oranında artış göstererek 188'e ulaşmıştır. \*

### 2016-2017 futbol sezonu, Süper Lig'de yer alan sponsorlukların sektörel dağılımı



### 2017-2018 futbol sezonu, Süper Lig'de yer alan sponsorlukların sektörel dağılımı



\* Spor Toto Süper Lig Sponsorluk İnfografiği, Anasponsor Platformu

Süper Lig takımlarının anlaşmalı olduğu sponsor markaların sektörel dağılımına bakıldığında, 2016-2017 futbol sezonundan 2017-2018 futbol sezonuna geçişte yapı ve inşaat sektöründeki firmaların sayıca arttığı görülmektedir. 2016-2017 sezonunda içecek sektöründeki firmalar ilk sıradayken, 2017-2018 futbol sezonunda yapı ve inşaat şirketleri ile birlikte, bankacılık ve sigorta şirketlerinin, hazır giyim ve lojistik firmalarının ilk sırada yer aldığı söylenebilir.

## En fazla sponsor Demir Grup Sivasspor'da

2016-2017 futbol sezonunu TFF 1.Lig şampiyonu olarak tamamlayarak Spor Toto Süper Lig'e yükselen Demir Grup Sivasspor, 2017-2018 futbol sezonunda, 33 farklı sponsorluk anlaşması ile "Ligin en fazla sponsoru bulunan takımı" ünvanını elde etmiştir.



Süper Lig'de sponsor sayısı 30'u geçen tek kulüp olan Demir Grup Sivasspor'u, 26 sponsor ile Antalyaspor, 22 sponsor ile Beşiktaş takip etmiştir.

## En az sponsoru bulunan Evkur Yeni Malatyaspor

2017-2018 futbol sezonunda Süper Lig'de mücadele eden ekipler arasında, K.Karabükspor, Gençlerbirliği, Akhisarspor, Göztepe, Osmanlıspor ve Evkur Yeni Malatyaspor'un 10'dan az sayıda sponsorluk anlaşması bulunmakla birlikte, **"ligin en az sayıda sponsoru bulunan takımı"** Malatyaspor olmuştur.

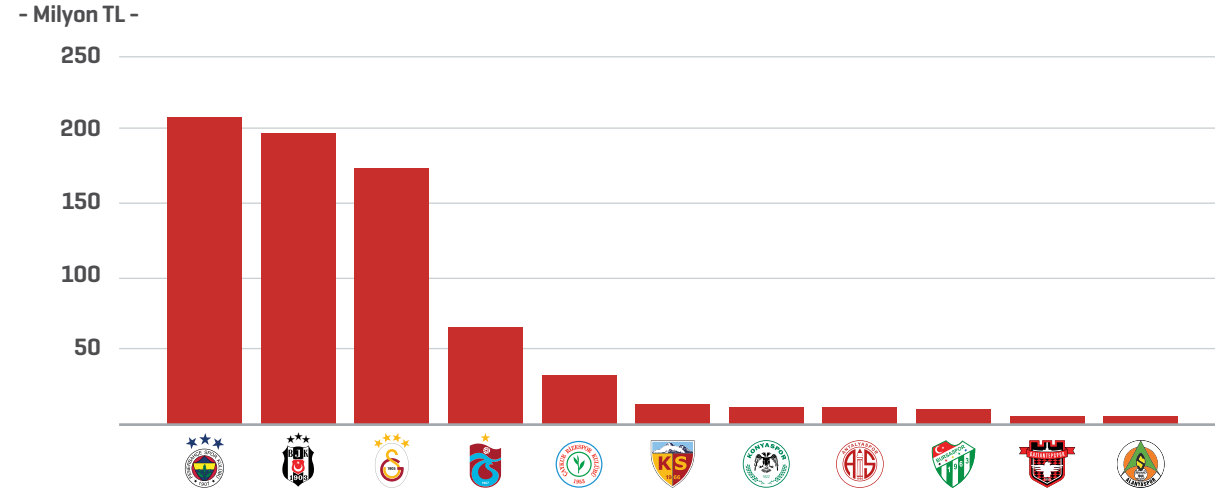
## 18 takım, 6 farklı spor markası

Süper Lig'in ticari gelirlerde dikkat çeken bir diğer özelliği de, 18 takımdan 13'ünün forma ve sportif ekipman üretimi konusunda iki büyük spor markası ile çalışmasıdır. 2017-2018 futbol sezonunda, Süper Lig temsilcilerinden 8'i Nike, 5'i ise Adidas marka formalar ile sahaya çıkarken, 18 takımın 6 farklı spor markası ile çalıştığını görmekteyiz.

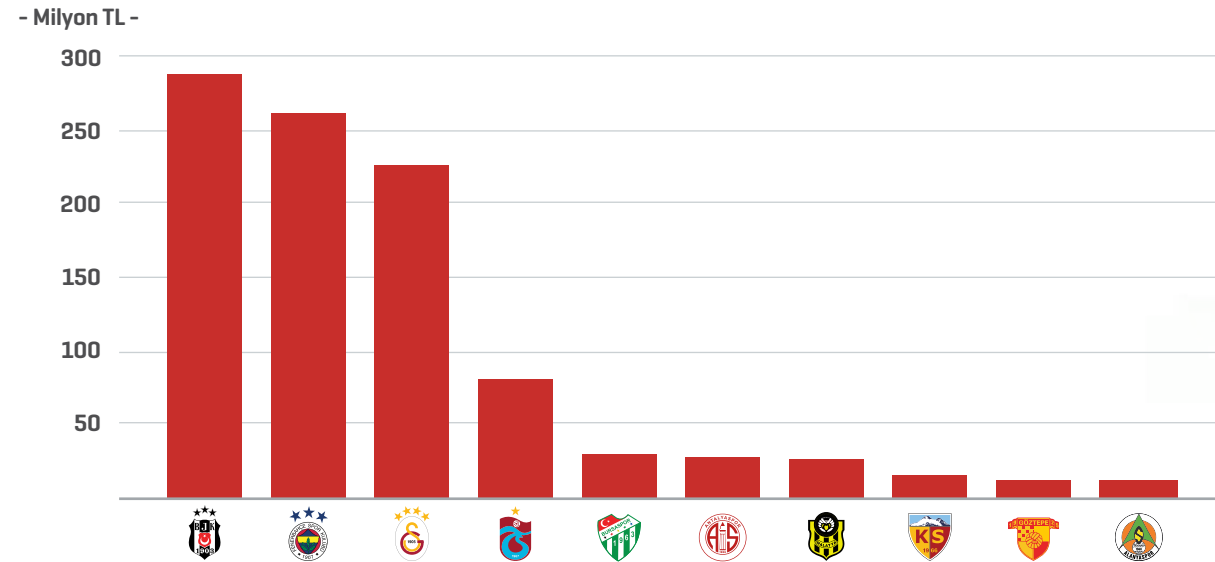
## 2017-2018 futbol sezonu Süper Lig takımlarının forma üreticileri



## 2016-2017 futbol sezonunda ticari gelirlerini beyan eden kulüpler



## 2017-2018 futbol sezonunda ticari gelirlerini beyan eden kulüpler



## 2017-2018 sezonunda lider Beşiktaş

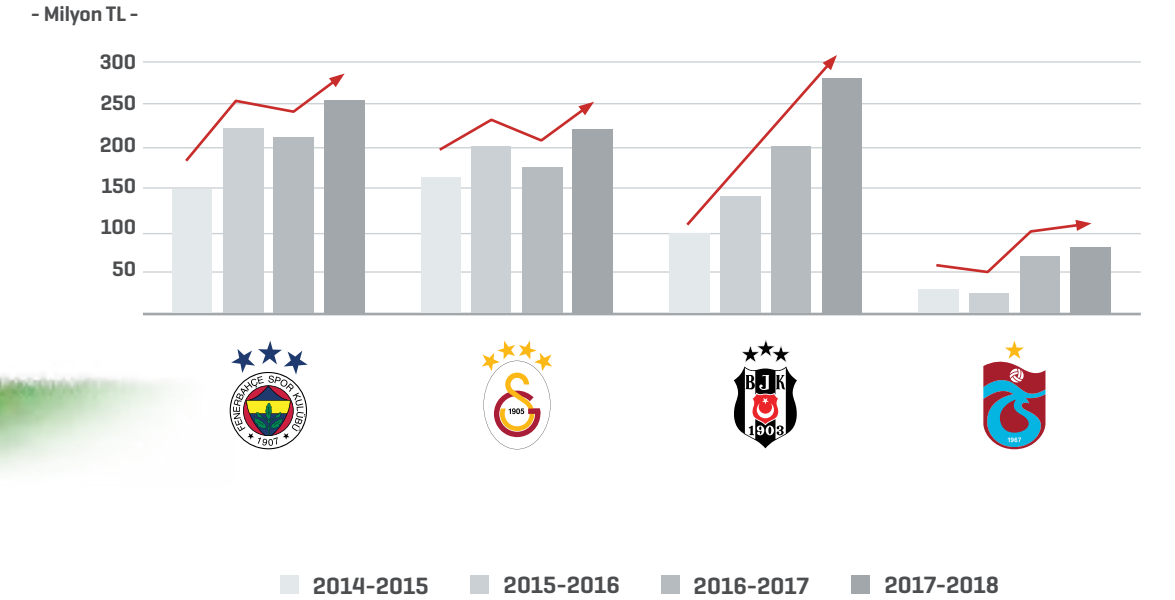
2016-2017 futbol sezonunda 208 milyon TL ticari geliriyle, ligin bu gelir kaleminde en fazla kazanan takımı olan Fenerbahçe, 2017-2018 futbol sezonunda gelirlerini %22 oranında artırarak 254,4 milyon TL'ye ulaştırmış olsa da liderlik koltuğunu Beşiktaş'a devretmiştir.

Son yıllarda pazarlama ve iletişim projeleri, sponsorluk yatırımları, reklam ve marka işbirlikleri ile dikkat çeken siyah beyazlılar, ticari gelirlerini 198,5 milyon TL'den 279,4 milyon TL'ye çıkarmıştır.

Beşiktaş ayrıca, 4 Büyükler arasında son 4 futbol sezonundan bu yana gelirlerini istikrarlı olarak artıran tek kulüp olmuştur.

## Son 4 futbol sezonunda 4 Büyüklerin ticari gelirleri

- Sponsorluk, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri -

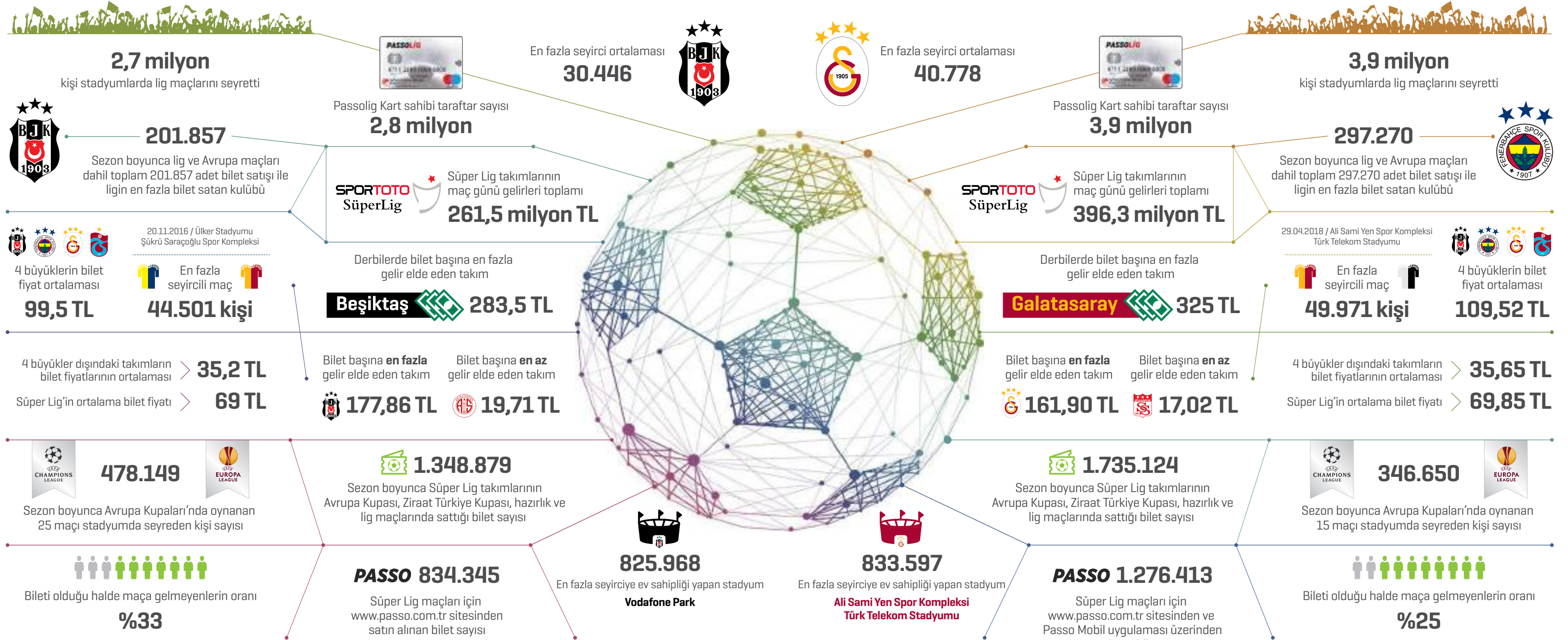




Son 2 sezonda  
**2,3 milyar TL'den** Süper Lig pastası  
**3,2 milyar TL'ye** ulaşmıştır.

## Rakamlarla 2016-2017 Futbol Sezonu

## Rakamlarla 2017-2018 Futbol Sezonu



2017-2018 SEZONUNUN  
BAŞARI ÖYKÜSÜ

# GÖZTEPE A.Ş.



# Göztepe A.Ş.

2016-2017 sezonu sonunda, 4 Haziran 2017'de oynanan Spor Toto 1.Lig Play-Off finalinde Eskişehirspor'u yenerek 14 yıl sonra Süper Lig'e geri dönen Göztepe, 2017-2018 futbol sezonunda da başarılı bir performans sergilemiş, ligi 49 puanla 6. sırada tamamlamıştır. Kuruluş öyküsü, Adnan Süvari döneminde Avrupa ve Türkiye'deki başarıları, takımlarını hiçbir dönemde yalnız bırakmayan taraftarları ile Türkiye'nin köklü futbol kulüplerinden biri olan Göztepe, 2000'li yıllarda başlayan şirketleşme serüveni ve 2014 yılında başkan Mehmet Sepil'in kulübü devralmasıyla birlikte hem sportif hem de finansal açıdan yükselişe geçmiştir.



2017-2018 Futbol Sezonu Naklen Yayın ve Maç Günü Gelir Kalemleri	Toplam
Naklen Yayın Havuz Gelirleri	74.931.835 TL
Ziraat Türkiye Kupası gelirleri *	120.000 TL
Ticari gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hak edişleri)	11.791.974 TL
Maç günü gelirleri (Bilet ve kombine satış gelirleri)	5.671.707 TL
<b>Toplam Gelir</b>	<b>92.515.516 TL</b>

\* 2017-2018 futbol sezonunda Ziraat Türkiye Kupası'na 3.turda veda eden Göztepe, turnuvadan 30.000 Amerikan Dolar'ı kazanmıştır. O dönemki döviz kuruna göre hesaplama yapılmıştır.

## Mahall Bomonti'den 4,5 milyon TL

Göztepe'nin 2017-2018 futbol sezonu gelirlerine bakıldığında, naklen yayın gelirlerinden sonra 2. büyük gelir kaleminin ticari gelirler olduğu görülmektedir. Ticari gelirlerin bir bölümünü oluşturan sponsorluk gelirlerinin başında ise Türkerler Holding ile olan forma göğüs sponsorluğu yer almaktadır. Göztepe, forma göğsünde yer alan, Mahall Bomonti markası için Türkerler Holding'den sezon başına 4,5 milyon TL gelir elde etmektedir.



### Göztepe'nin 2017-2018 sezonundaki sponsorları

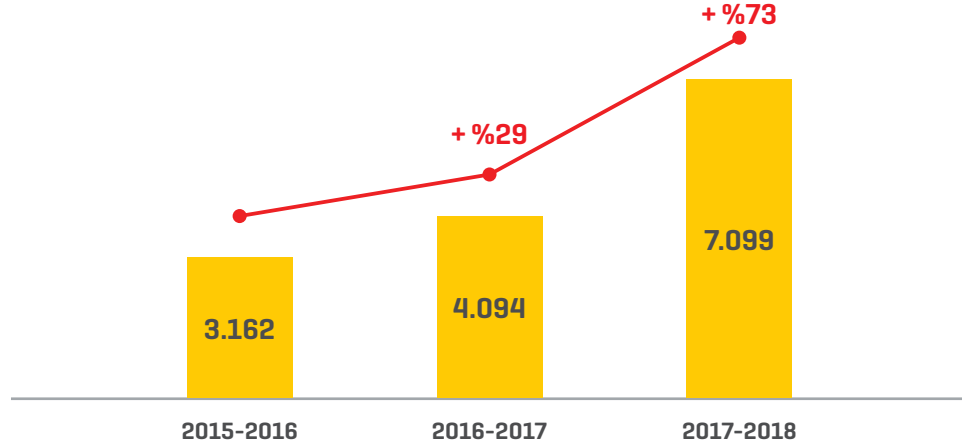


## Seyirci ortalaması %73 arttı

2016-2017 futbol sezonunda, TFF 1.Lig'deki seyirci ortalaması 4.094 olan Göztepe, Spor Toto Süper Lig'e yükselişle birlikte seyirci sayısında da ciddi bir artış elde etmiştir. 34 haftalık maratonda, kendi evinde oynadığı 17\* karşılaşmadaki ortalaması 7.099 olan sarı kırmızılı ekip, Anadolu takımları içerisinde seyirci ortalaması en fazla oranda artış gösteren kulüplerden biri olmuştur.

Süper Lig'de 18 takımın taraftarları içerisinde bileti veya kombinesi olduğu halde maça gelmeyenlerin ortalaması %25,3 iken, Göztepe taraftarları %7,4 oran ile tribün desteği açısından ligin ilk sırasında yer almıştır.

### Göztepe'nin son 3 sezondaki seyirci ortalaması artışı



### Göztepe logolu Passolig Kart sayısı 50 bini geçti

2017-2018 futbol sezonu öncesinde, 28.228 olan Göztepe Passolig Kart sahibi taraftar sayısı, sarı kırmızılı ekibin Spor Toto Süper Lig'e yükselişi ile birlikte %100'ü geçen bir artışla 56.626'ya çıkmıştır.

\* Göztepe'nin 2017-2018 futbol sezonunda PFDK kararı ile oynadığı 2 seyircisiz maç sayılmazsa seyirci ortalaması 8.045 olmaktadır.

# 4 BÜYÜKLER



# Beşiktaş A.Ş.

2016-2017 futbol sezonunda hem Avrupa arenasındaki başarılı performansı hem de Spor Toto Süper Lig'deki şampiyonluğu ile gelirlerini %61 oranında artırarak 521,1 milyon TL'ye ulaştıran Beşiktaş, ligin hem sahada hem de gelirlerde en fazla kazanan takımı olmuştur. 2015-2016 ve 2016-2017 sezonlarında elde edilen lig şampiyonluğu, Vodafone Park'taki seyirci desteği, yayın ve sponsorluk gelirleriyle birlikte 13 yıl aradan sonra ilk kez net kar açıklayan siyah beyazlılar, 2017-2018 futbol sezonunda ligde beklediği sonucu alamasa da finansal tablolarda kazanmayı sürdürmüştür.

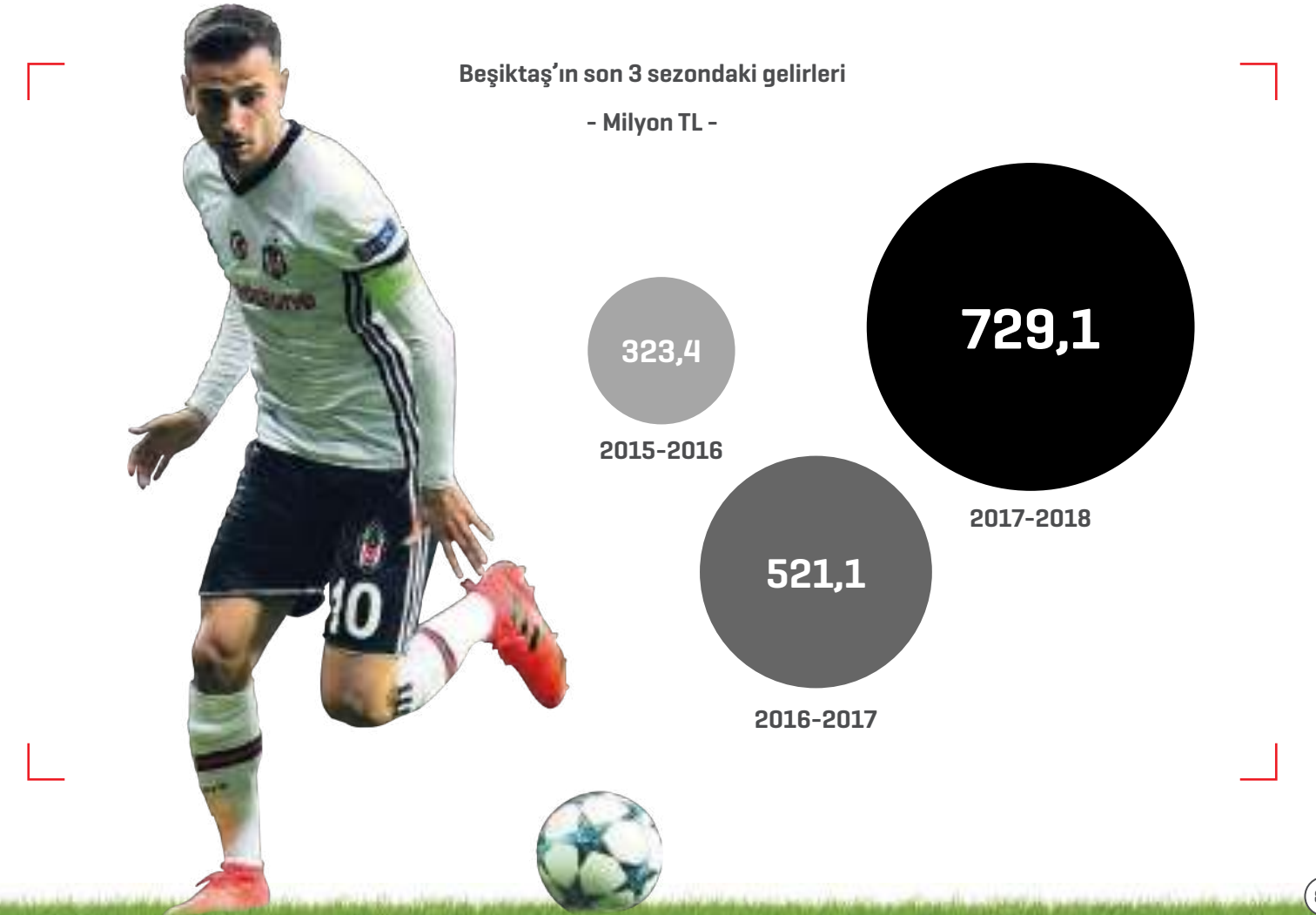
2016-2017 futbol sezonunda olduğu gibi, 2017-2018 futbol sezonunda da Spor Toto Süper Lig'in en fazla gelir elde eden takımı olan Beşiktaş, lig şampiyonu Galatasaray'dan 211,5 milyon TL daha fazla gelir elde etmiştir.

2016-2017 Futbol Sezonu Gelir Kalemleri	Toplam
Naklen Yayın Havuz Gelirleri (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil)	107.136.152 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	145.434.831 TL
Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hak edişleri)	198.587.543 TL
Maç Günü Gelirleri (Bilet ve kombine satış gelirleri)	69.999.646 TL
<b>Toplam Gelir</b>	<b>521.158.172 TL</b>

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

Spor Toto Süper Lig'de gelirlerini en istikrarlı şekilde artıran ekiplerden biri olan Beşiktaş, son 3 futbol sezonunda toplam 1 milyar 573 milyon TL kazanırken, gelirleri içerisindeki en büyük pay %39'luk oranla ticari gelirler olmuştur. Başta Vodafone ile olan stadyum isim sponsorluğu ve forma göğüs sponsorluğu olmak üzere dünya markaları ile uzun vadeli ve karşılıklı kazanmaya yönelik iş ortaklıkları, reklam ve sponsorluk anlaşmaları ile dikkat çeken Beşiktaş, son 3 futbol sezonunda toplam 616 milyon TL ticari gelir elde etmiştir. Ticari gelirleri %25'lik pay ile UEFA Avrupa Ligi ve Şampiyonlar Ligi'nden elde edilen gelirler (393,2 milyon TL) ve %22'lik pay ile naklen yayın gelirleri (341,5 milyon TL) takip ederken, 4.sırada %14'lük pay maç günü gelirleri (222,5 milyon TL) yer almıştır.



## UEFA Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi gelirlerinde %41'lik artış

2016-2017 futbol sezonunda UEFA Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi'nde 145,4 milyon TL kazanan Kara Kartal, 2017-2018 futbol sezonunda gelirlerini %41 oranında artırarak 208,2 milyon TL'ye ulaştırmıştır. Beşiktaş'ın Avrupa arenasından elde ettiği bu gelir, aynı zamanda toplam gelirleri içerisindeki en büyük 2. gelir kalemi olmuştur.

## Naklen yayın gelirleri sadece lig maçlarından

2016-2017 futbol sezonunda Ziraat Türkiye Kupası gelirleri de dahil olmak üzere, naklen yayın gelirlerinden 107,1 milyon TL kazanan siyah beyazlılar, 2017-2018 futbol sezonunda sadece lig maçlarından yayın geliri elde etmiştir. Ziraat Türkiye Kupası'nda, Profesyonel Futbol Disiplin Kurulu Kararı ile Fenerbahçe karşısında 3-0 hükmen mağlup sayılarak kupa organizasyonundan ihraç edilen Beşiktaş, sezon boyunca Ziraat Türkiye Kupası'ndan elde ettiği gelirleri de iade etmek zorunda kalmıştır.

Bununla birlikte Spor Toto Süper Lig'i 4. sırada bitiren Beşiktaş, yenilenen naklen yayın gelirleri sözleşmesinden dolayı gelirlerini, %27 oranında artırarak 107,1 milyon TL'den 135,8 milyon TL'ye çıkarabilmiştir.

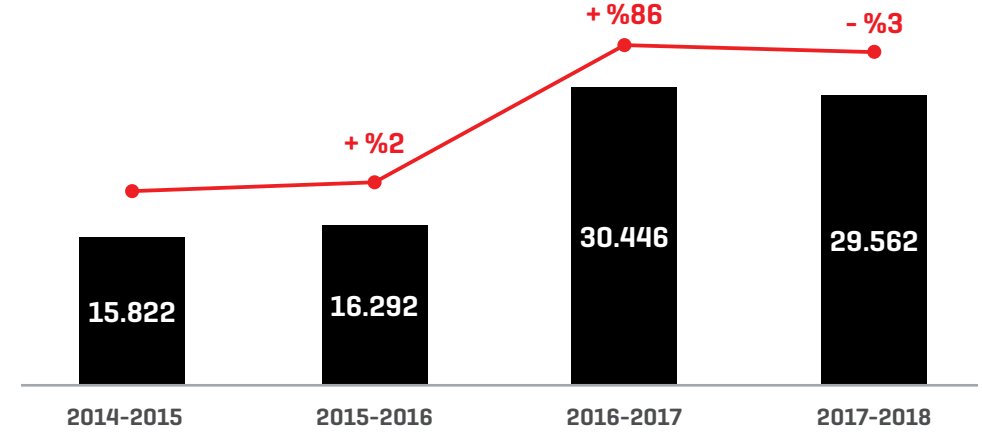
## Maç günü gelirleri 100 milyon TL'yi geçti

Geçtiğimiz sezon 205 bine yakın maç bileti, 30.000'in üzerinde sezonluk kombine satışı ile Beşiktaş, maç günü gelirlerinden 105,6 milyon TL kazanmıştır. 2016-2017 futbol sezonuna göre Vodafone Park'taki seyirci ortalamasında %3 oranında bir azalma olan\*, seyirci ortalaması 30.446'dan 29.562'ye düşen Beşiktaş'ın maç günü gelirlerinde %51 oranında bir artış gerçekleşmiştir.

2016-2017 futbol sezonuna oranla 36 milyon TL daha fazla maç günü geliri olan siyah beyazlılar, bu gelir kaleminde lig şampiyonu Galatasaray'ın ardından ikinci sırada yer almıştır.

\* Beşiktaş'ın 2017-2018 futbol sezonunda PFDK kararı ile oynadığı 1 adet seyircisiz maçı sayılmazsa seyirci ortalaması 31.410 olmaktadır.

## Beşiktaş'ın 2014-2015 ile 2017-2018 futbol sezonları arasındaki seyirci ortalaması



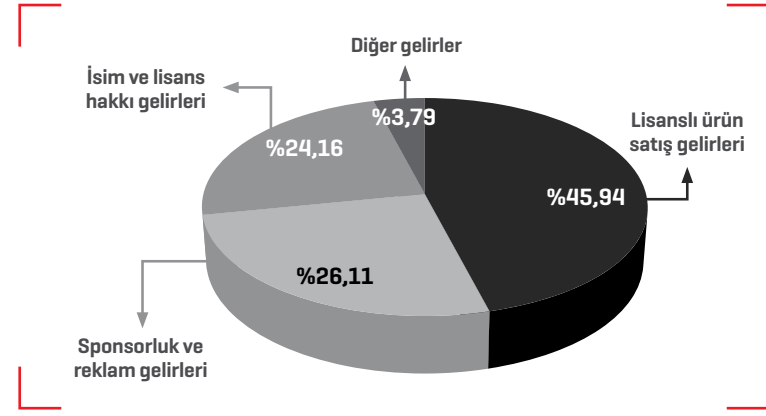
2017-2018 futbol sezonu öncesinde 511.271 olan Beşiktaş logolu Passolig Kart sahibi taraftar sayısı, sezon sonunda %27 oranında bir artışla 647.048'e ulaşmıştır. Beşiktaş, 2017-2018 futbol sezonu Passolig Kart Ligi'ni de ezeli rakipleri Galatasaray ve Fenerbahçe'nin ardından 3. sırada tamamlamıştır.



2015-2016 futbol sezonunda 114,86 TL olan Beşiktaş'ın lig maçlarındaki ortalama bilet fiyatı, 2016-2017 sezonunda %54,8 oranında artışla 177,86 TL'ye yükselmiş, 2017-2018 sezonunda ise %15 azalarak 154,16 TL'ye düşmüştür. Kulübün Avrupa Kupaları'ndaki maçlarının bilet fiyat ortalaması ise 286,20 TL olmuştur.

## Ticari gelirlerde lig şampiyonu

Ligi şampiyon olarak tamamladığı 2016-2017 futbol sezonunda ticari gelirleri 198,5 milyon TL olan kulüp, 2017-2018 futbol sezonunda imza attığı yeni sponsorluk anlaşmaları, lisanslı ürün ve forma satışları, reklam ve diğer işbirlikleriyle gelirlerini %41 oranında artırarak 279,4 milyon TL'ye çıkarmıştır.



Beşiktaş'ın 2017-2018 futbol sezonundaki ticari gelirleri içerisinde %46'lık oranla en büyük pay lisanslı ürün satışlarından elde edilen gelirlere aittir. Geçtiğimiz sezon lisanslı ürün satışlarından 128,3 milyon TL kazanan Beşiktaş, sponsorluk ve reklam gelirlerinden ise kasasına 79,2 milyon TL koymuştur.



## Türkiye'nin En Değerli Futbol Markası

Son yıllarda kadrosuna dahil ettiği yıldızlarla birlikte saha içindeki performansı kadar kurumsal pazarlama ve iletişim çalışmaları ile de dikkat çeken Beşiktaş, uluslararası marka değerlendirme kuruluşu Brand Finance'ın, 2018 marka araştırmasına göre, 121 milyon Dolarlık marka değeri ile Türkiye'nin en değerli 50 markasından biri olmuştur.

Siyah beyazlı ekibi, 102 milyon Dolarlık marka değeri ile Fenerbahçe, 74 milyon Dolar'lık marka değeri ile Galatasaray takip ederken, Trabzonspor 33 milyon Dolar ile marka değeri sıralamasında 4. olarak yer almıştır.





# Fenerbahçe A.Ş.

2016-2017 futbol sezonunu 64 puanla 3. sırada tamamlayan Fenerbahçe, 2017-2018 sezonunda ligi 2. sırada bitirirken maç günü gelirleri, naklen yayın gelirleri ve ticari gelirler olmak üzere 3 büyük gelir kaleminde yükselişe geçmiştir. 2016-2017 futbol sezonunda gelirleri toplamı 436,9 milyon TL olan sarı lacivertliler, 2017-2018 sezonu sonunda gelirlerini %18 oranında yükseltmiş, toplam 514,5 milyon TL kazanmıştır.

## Fenerbahçe'nin son 3 sezondaki gelirleri

- Milyon TL -



## 2016-2017 Futbol Sezonu Gelir Kalemleri

Toplam

Naklen Yayın Havuz Gelirleri [Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil]	114.398.794 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	46.489.843 TL
Ticari Gelirler [Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün Satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri]	208.060.479 TL
Maç Günü Gelirleri [Bilet ve kombine satış gelirleri]	67.985.552 TL
<b>Toplam Gelir</b>	<b>436.934.668 TL</b>

## 2017-2018 Futbol Sezonu Gelir Kalemleri

Toplam

Naklen Yayın Havuz Gelirleri [Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil]	169.742.915 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	8.034.631 TL
Ticari Gelirler [Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün Satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri]	254.409.283 TL
Maç Günü Gelirleri [Bilet ve kombine satış gelirleri]	82.071.799 TL
<b>Toplam Gelir</b>	<b>514.258.628 TL</b>

## Son 3 sezonda 1,4 milyar TL

2015-2016, 2016-2017 ve 2017-2018 futbol sezonlarında, maç günü gelirleri, naklen yayın gelirleri ve ticari gelirlerden toplam 1,4 milyar TL kazanan Fenerbahçe'nin toplam pasta içerisinde %48'lik payla en büyük gelir kalemi ticari gelirler olmuştur. Sarı lacivertliler, son 3 futbol sezonunda sponsorluk, lisanslı ürün satışları, isim hakkı, reklam ve Spor Toto hakedişlerinden oluşan ticari gelirlerden toplam 682,9 milyon TL kazanmıştır.

Ticari gelirleri %28'lik pay ile naklen yayın gelirleri (toplam 400,7 milyon TL), %17'lik pay ile maç günü gelirleri (toplam 244,3 milyon TL) takip ederken, Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi gelirleri (toplam 99,5 milyon TL) %7'lik payla dördüncü sırada yer almıştır.

## Yayın gelirlerinde Ziraat Türkiye Kupası etkisi

2016-2017 futbol sezonunda, Ziraat Türkiye Kupası yayın gelirleri ile beraber 114,3 milyon TL kazanan Fenerbahçe, yayın gelirlerinde Beşiktaş'ın ardından 2. sırada yer almıştı. 2017-2018 sezonunda ise, Süper Lig yayın gelirlerindeki artışla birlikte Fenerbahçe'nin yayın gelirleri yükselmiş, Ziraat Türkiye Kupası gelirleri de dahil kulübün kasasına giren toplam yayın geliri 169,7 milyon TL'ye ulaşmıştır. 2016-2017 futbol sezonundaki naklen yayın gelirleri ile kıyasladığımızda, %48'lik bir büyüme elde eden kulüp, naklen yayın gelirlerinde 170 milyon TL'ye yaklaşırken "ligin en fazla yayın geliri kazanan kulübü" de olmuştur.

## Lisanslı ürün satışları arttı

2000'li yılların başından bu yana perakende sektöründe faaliyet gösteren Fenerium markası, yurtiçi ve yurtdışında 80'i aşan mağaza sayısı, 2 adet gezici tırı ve internet satış kanalları ile bugün Türkiye'nin en büyük taraftar mağazalarından biri olmuştur. 2017-2018 futbol sezonunda, Fenerbahçe'nin 254,4 milyon TL olan ticari gelirleri içerisinde, lisanslı ürün satışları, reklam ve sponsorluk gelirlerinden sonra en büyük gelir kalemini oluştururken, sarı lacivertliler lisanslı ürün satış gelirlerini %18 oranında artırarak 78,9 milyon TL'den 93,8 milyon TL'ye çıkarmıştır.



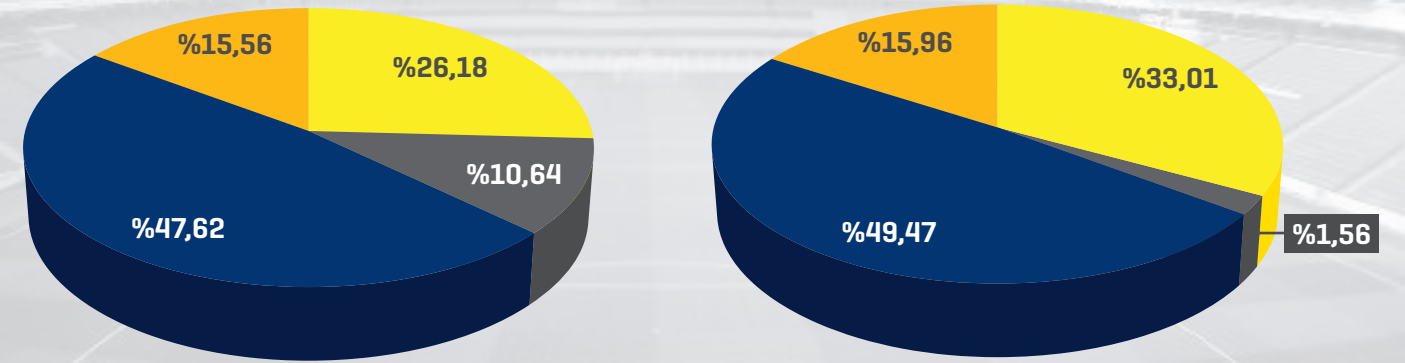
## Fenerbahçe Dergisi satışlarından 4,4 milyon TL

Fenerbahçe Kulübü'nün 2017-2018 futbol sezonunda artış gösteren bir diğer gelir kalemi de Fenerbahçe Dergisi abonelikleri ve dergi satışlarından elde edilen gelirler olmuştur. Aylık tirajı 60 bini geride bırakan Fenerbahçe Dergisi'nin 2016-2017 futbol sezonunda kulübe sağladığı katkı 2,9 milyon TL iken, 2017-2018 futbol sezonunda %51'lik artışla 4,4 milyon TL'ye ulaşmıştır.

Ticari gelirler içinde en büyük paya sahip olan reklam ve sponsorluk gelirleri de 2017-2018 sezonunda %29'luk artışla 78,2 milyon TL'den 100,9 milyon TL'ye yükselmiştir.



Fenerbahçe'nin 2016-2017 ve 2017-2018 futbol sezonundaki gelirlerinin yüzdesel dağılımı



2016-2017 Futbol Sezonu

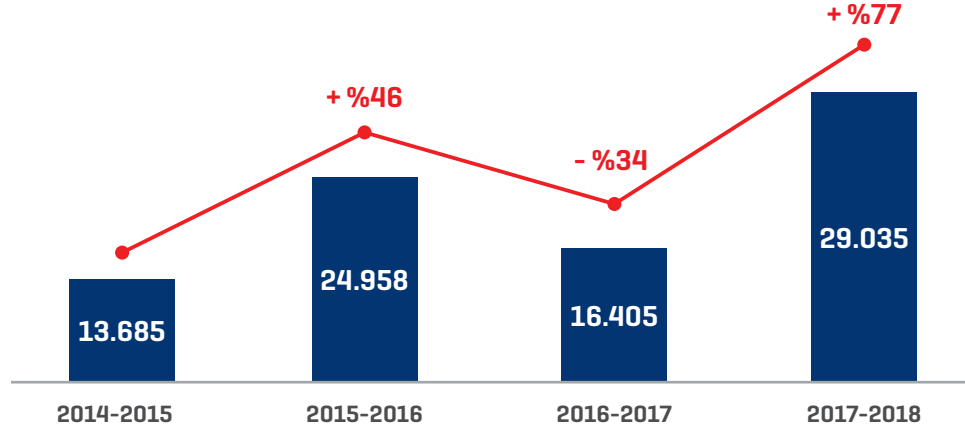
2017-2018 Futbol Sezonu

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

## Seyirci sayısı ile birlikte maç günü gelirleri de arttı

2017-2018 futbol sezonunda seyirci ortalaması bir önceki sezona göre %77 oranında yükselerek 30 bine yaklaşan Fenerbahçe'nin, tribünlerdeki taraftar desteğine bağlı olarak maç günü gelirlerinde de artış olmuştur. 2016-2017 sezonunda maç günü gelirleri 67,9 milyon TL olan kulüp, 2017-2018 sezonunda gelirlerini %20 oranında artırarak 82 milyon TL'ye ulaştırmıştır.

Fenerbahçe'nin 2014-2015 ile 2017-2018 futbol sezonları arasındaki seyirci ortalaması



## Bilet fiyatları ucuzladı

Fenerbahçe'nin bilet fiyatları son 3 sezonda düzenli olarak azalma eğilimi göstermiştir. 2015-2016 futbol sezonunda ortalama bilet fiyatı 161,70 TL olan sarı lacivertliler, 2016-2017 sezonunda bilet fiyatlarını 110,55 TL'ye düşürmüştür. 2017-2018 futbol sezonunda da ortalama bilet fiyatı azalmaya devam etmiş, Fenerbahçe bilet başına 86,21 TL ile ligde Galatasaray ve Beşiktaş'ın ardından en pahalı bilet satan 3. kulübü olmuştur.



Sarı lacivertlilerin 2017-2018 futbol sezonu öncesinde 527.011 olan Passolig Kart sayısı, sezon sonunda %32 oranında artışla 698.589'a yükselmiştir.



# Galatasaray A.Ş.

2016-2017 futbol sezonunda maç günü gelirleri, naklen yayın gelirleri ve ticari gelirleri %29 oranında azalarak 495,7 milyon TL'den 347,2 milyon TL'ye gerileyen Galatasaray, 2017-2018 futbol sezonunda hem sportif performans hem de finansal parametreler açısından yükselişe geçmiştir.

Sezonu 75 puanla ligin zirvesinde tamamlayarak, 21. şampiyonluk kupasını müzesine götüren sarı kırmızılılar, gelirlerini %49 oranında artırarak 517,5 milyon TL'ye yükseltmiştir.

2016-2017 Futbol Sezonu Gelir Kalemleri	Toplam
Naklen Yayın Havuz Gelirleri (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil)	101.600.873 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	8.228.959 TL *
Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hak edişleri)	173.890.844 TL
Maç Günü Gelirleri (Bilet ve kombine satış gelirleri)	63.537.055 TL
<b>Toplam Gelir</b>	<b>347.257.731 TL</b>

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

\* 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.

## Galatasaray'ın son 3 sezondaki gelirleri - Milyon TL -



## En büyük pay ticari gelirlerin

Son 3 futbol sezonunda 1,3 milyar TL kazanan Galatasaray'ın toplam gelirleri içerisinde %42 oranla en büyük pay ticari gelirlere aittir. Son 3 futbol sezonunda, 591,6 milyon TL olan ticari gelirleri, 367,3 milyon TL ile naklen yayın gelirleri takip etmiştir.

## Naklen yayın gelirlerinde büyük artış

2016-2017 futbol sezonunda (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri de dahil) naklen yayın gelirlerinden 101,6 milyon TL kazanan Galatasaray, 2017-2018 futbol sezonunda yayın gelirlerini %66 oranında artırarak, 169 milyon TL'ye ulaştırmıştır.

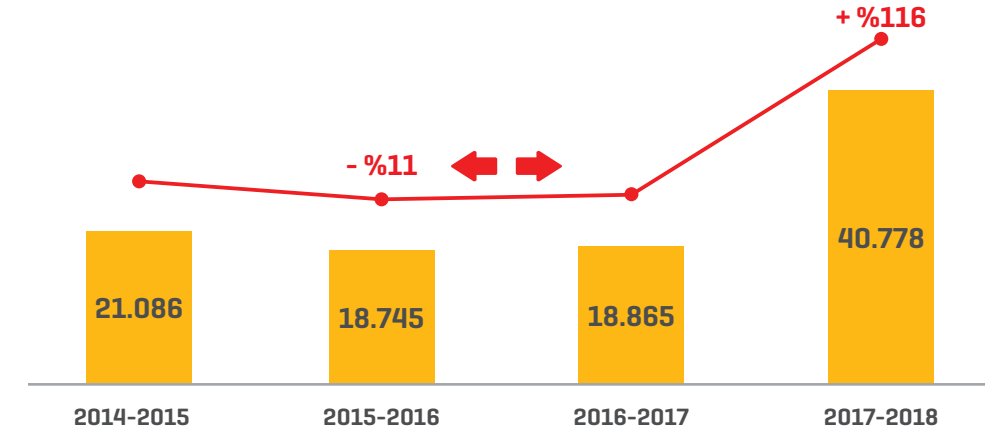
## Seyirci şampiyonu Galatasaray

2014-2015 futbol sezonunda 21.086 seyirci ortalamasıyla "ligin en fazla seyirci ortalamasına sahip kulübü" olan Galatasaray'ın, 2015-2016 ve 2016-2017 sezonlarında sportif performansına bağlı olarak seyirci ortalaması azalmış, sarı kırmızılılar tribünlerdeki destek açısından ezeli rakiplerinin gerisinde kalmıştı. 2017-2018 futbol sezonunun ilk haftalarından itibaren Ali Sami Yen Spor Kompleksi Türk Telekom Stadyumu'nda seyirci desteği ile dikkat çeken Galatasaray, 40.778 seyirci ortalaması ile sezonu tamamlamıştır.

**Galatasaray, 2013-2014 sezonundan bu yana  
40 bin seyirci ortalamasını geçen tek kulüp olmuştur.**



## Galatasaray'ın 2014-2015 ile 2017-2018 futbol sezonları arasındaki seyirci ortalaması



## Maç günü gelirleri 2'ye katlandı

2017-2018 futbol sezonunda Ali Sami Yen Spor Kompleksi Türk Telekom Stadyumu'ndaki seyirci ortalamasını 40 binin üzerine çıkaran Galatasaray, maç günü gelirlerini de ikiye katlamıştır. Bir önceki sezon maç günü gelirlerinden 63,5 milyon TL kazanan sarı kırmızılılar, 2017-2018 sezonunda gelirlerini 128,5 milyon TL'ye çıkararak "ligin en fazla maç günü geliri elde eden kulübü" olmuştur. Fatih Terim'in Aralık 2017'de kulübe geri dönüşü ile bilet satış adetleri ve dolayısıyla tribünlerdeki taraftar desteği artan Galatasaray, bilet başına ortalama geliri en yüksek olan kulüp olmuştur.

2016-2017 futbol sezonunda bilet başına ortalama geliri 96,30 TL olan Galatasaray'ın 2017-2018 sezonunda bilet başına ortalama geliri %68 oranında bir artışla 161,90 TL'ye çıkmıştır.



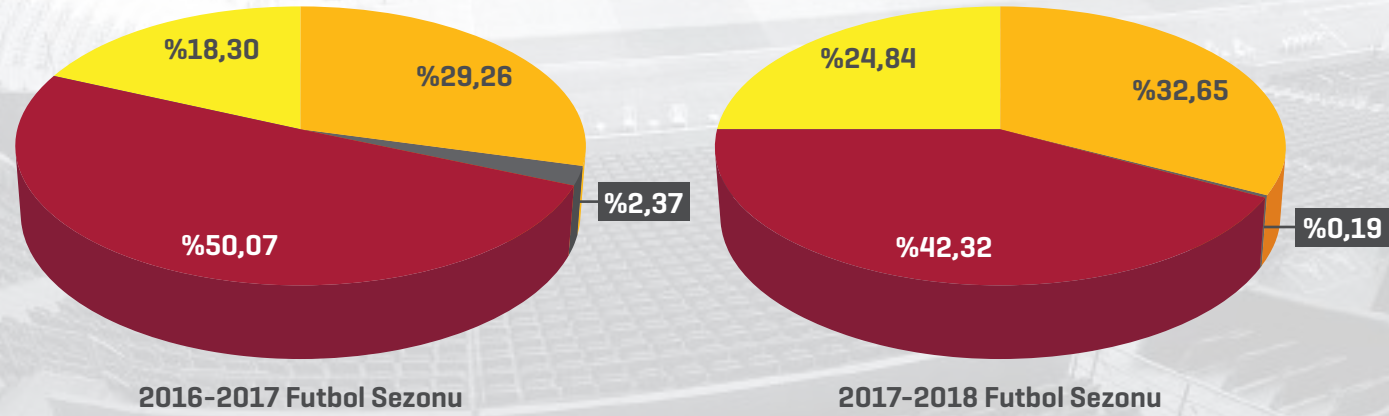


2017-2018 futbol sezonu öncesinde 504.661 olan Galatasaray logolu Passolig Kart sahibi taraftar sayısı, sezon sonunda %48'lik artışla 745.714'e ulaşmıştır. Galatasaray, kart sayısı en fazla kulüp olarak da Passolig Kart Ligi'ndeki liderliğini korumuştur.

## Mağaza satış gelirleri %54 oranında yükseldi

2016-2017 futbol sezonunda Galatasaray'ın azalan gelirlerinden birisi de forma ve lisanslı ürün satışlarından elde edilen gelirler olmuş, GS Store Mağazaları, cornerlar, gezici tır ve internet sitesi satışlarından bir önceki sezon 88,8 milyon TL kazanan kulüp, 2016-2017 sezonunda gelirlerini 61,2 milyon TL'ye düşürmüştü. 2017-2018 futbol sezonunda ise 34 hafta boyunca sportif performansındaki istikrar ve sezon sonunda gelen 21. lig şampiyonluğu ile birlikte Galatasaray'ın forma ve lisanslı ürün satışlarından oluşan mağaza satış gelirleri %54 oranında artmış, 94,5 milyon TL'ye çıkmıştır.

Galatasaray'ın 2016-2017 ve 2017-2018 futbol sezonundaki gelirlerinin yüzdesel dağılımı



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



# Trabzonspor A.Ş.

Spor Toto Süper Lig'in 61. sezonu olan 2017-2018 futbol sezonunu, 55 puanla ligin 5. sırasında tamamlayan Trabzonspor, üç büyük gelir kaleminde de ciddi bir oranda artış elde ederek gelirlerini istikrarlı bir şekilde artırmaya devam etmiştir. Son 3 futbol sezonu boyunca maç günü gelirleri, ticari gelirler ve naklen yayın gelirlerinde istikrarlı bir artış grafiği olan bordo mavili ekip, 2015-2016 futbol sezonunda 81,4 milyon TL olan gelirlerini 2016-2017 futbol sezonunda 147,7 milyon TL'ye yükseltmiş; 2017-2018 futbol sezonunda ise bir önceki sezona oranla %39 oranında bir gelir artışı elde ederek, gelirlerini 205,4 milyon TL'ye ulaştırmıştır.

## Trabzonspor'un son 3 sezondaki gelirleri

- Milyon TL -



## 2016-2017 Futbol Sezonu Gelir Kalemleri

Toplam

Naklen Yayın Havuz Gelirleri [Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil]	62.382.133 TL
Ticari Gelirler [Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün Satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri]	66.550.275 TL
Maç Günü Gelirleri [Bilet ve kombine satış gelirleri]	18.788.269 TL

**Toplam Gelir**

**147.720.677 TL**

## 2017-2018 Futbol Sezonu Gelir Kalemleri

Toplam

Naklen Yayın Havuz Gelirleri [Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil]	95.256.402 TL
Ticari Gelirler [Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün Satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri]	78.333.671 TL
Maç Günü Gelirleri [Bilet ve kombine satış gelirleri]	31.813.893 TL

**Toplam Gelir**

**205.403.966 TL**

## Gelirler ilk kez 200 milyon TL'nin üzerine çıktı

2016-2017 futbol sezonunda gelirlerini %81 oranında artırarak sadece 4 Büyükler arasında değil, ligin tamamında en fazla gelir artışı yaşayan kulüp olan Trabzonspor, 2017-2018 futbol sezonunda da yükselişine devam etmiştir.

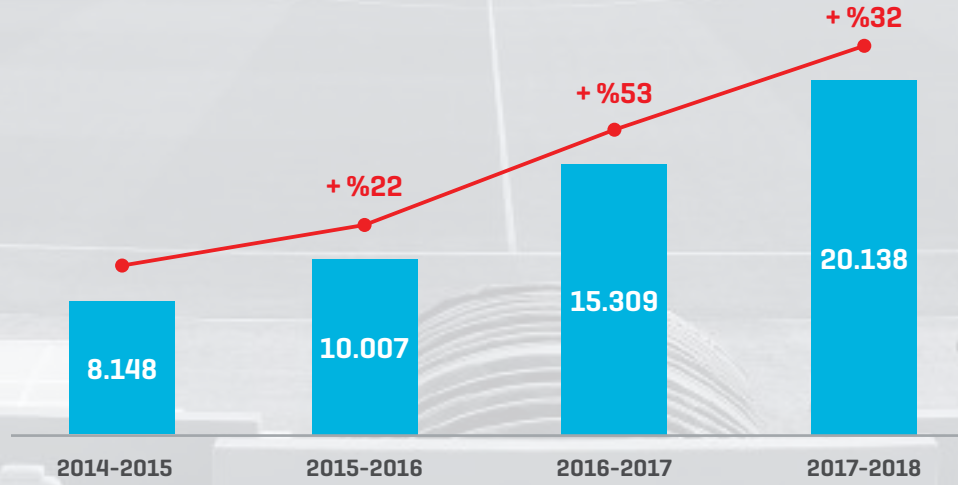
Gelirlerini ilk kez 200 milyon TL'nin üzerine çıkararak Karadeniz Fırtınası, 4 Büyüklerin gelir yarışında önemli bir yeri olan Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi'nden son 2 sezondur gelir elde edememiş olsa da ligin finansal tablolarında 4. sıradaki yerini almıştır.

## Maç günü gelirlerinde %69 oranında artış

2016-2017 futbol sezonunda kapılarını taraftarlarına açan Şenol Güneş Spor Kompleksi, Trabzonspor'un seyirci sayısı ve dolayısıyla maç günü gelirlerindeki artışta önemli bir dönüm noktası olmuştur. 2015-2016 futbol sezonunda maç günü gelirlerinden 3,1 milyon TL kazanırken, 2016-2017 sezonunda yeni stadyumla birlikte gelirlerini 18,8 milyon TL'ye yükselten Trabzonspor, 2017-2018 futbol sezonunda en fazla artışı bu gelir kaleminde elde etmiştir.

Bilet, sezonluk kombine, VIP koltuk ve loca satışlarından oluşan maç günü gelirlerini, 2017-2018 sezonunda %69 oranında artışla, 31,8 milyon TL'ye ulaştıran Trabzonspor, ligin hem seyirci sayısı hem de maç günü gelirlerinde en fazla artış elde eden kulüplerinden biri olmuştur.

Trabzonspor'un 2014-2015 ile 2017-2018 futbol sezonları arasındaki seyirci ortalaması



2015-2016 futbol sezonunda 22,47 TL, 2016-2017 sezonunda 40,13 TL olan Trabzonspor'un lig maçlarındaki ortalama bilet fiyatı, 2017-2018 sezonunda 49,50 TL'ye yükselmiştir. Bordo mavililerin ortalama bilet fiyatı, Spor Toto Süper Lig'in 2017-2018 sezonu ortalama bilet fiyatından da 20,35 TL daha uygun olmuştur.



## Seyirci sayısındaki artış Passolig Kart adetlerine de yansıdı

2017-2018 futbol sezonunda %32 oranında artan Trabzonspor tribünlerindeki seyirci sayısı, Passolig Kart Ligi'nde de kendini göstermiştir. 2017-2018 futbol sezonu öncesinde 155.791 olan Trabzonspor logolu Passolig Kart sahibi taraftar sayısı, sezon sonunda %36 oranında bir artışla 211.699'a ulaşmıştır.



## Naklen yayın gelirlerinden 95,2 milyon TL

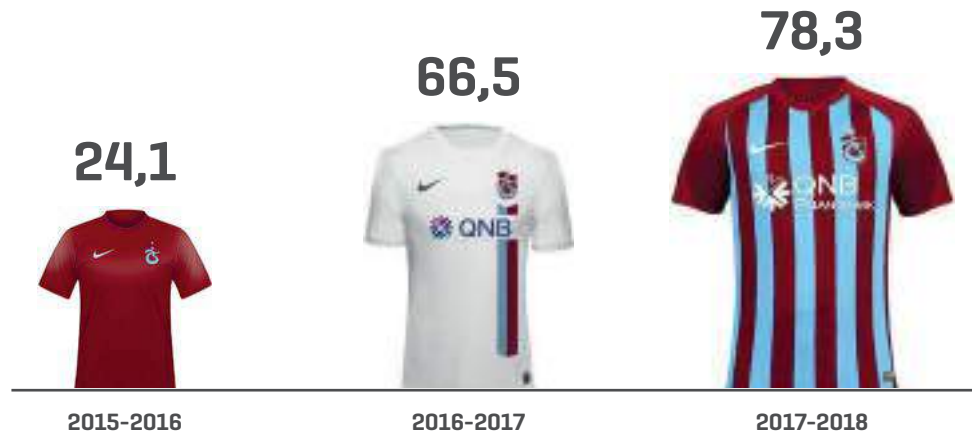
Lige katılım payı, sportif performans ödülleri ve şampiyonluk sayılarına göre dağıtılan Spor Toto Süper Lig'in naklen yayın gelirleri ve Ziraat Türkiye Kupası gelirleri toplamı 95,2 milyon TL olan Trabzonspor, naklen yayın gelirlerini de bir önceki sezona oranla %53 artırmıştır.

## Son 3 sezonda 200 bine yakın forma satışı

Türkiye'nin genelindeki 19 adet TS Club Mağazası, 100'e yakın ürün çeşidi ve internet satış kanalları ile taraftarlarına hizmet veren Trabzonspor, 2017-2018 futbol sezonunda lisanslı ürün satışlarından 18,7 milyon TL gelir elde etmiştir. Son 3 futbol sezonunda 200 bine yakın forma satışı gerçekleştiren kulüp, lisanslı ürünlerden elde ettiği gelirler de dahil olmak üzere ticari gelirlerini, 66,5 milyon TL'den 78,3 milyon TL'ye çıkarmıştır.

### Trabzonspor'un son 3 sezondaki ticari gelirleri

- Milyon TL -



Bordo mavililer, forma göğüs sponsoru olan QNB Finansbank'tan sezon başına 2,5 milyon Dolar olmak üzere toplam 7,5 milyon Dolar gelir elde etmektedir.

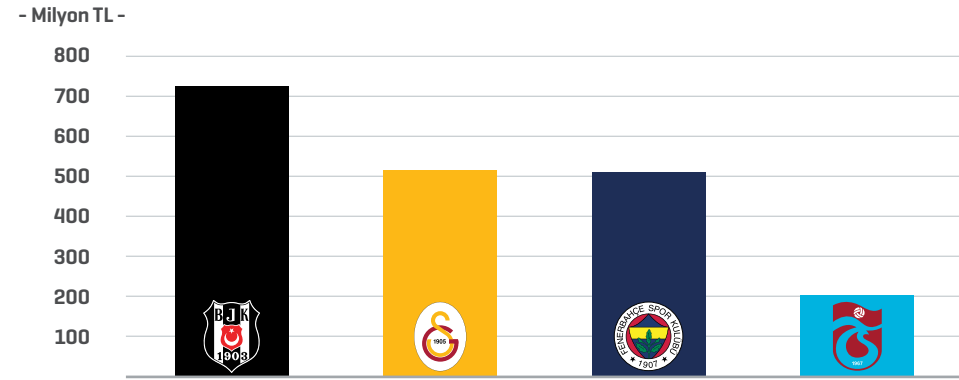


# Genel Değerlendirme

## 4 Büyüklerin gelirleri %35 oranında arttı

2016-2017 futbol sezonunda Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray ve Trabzonspor'un gelirleri toplamı 1,4 milyar TL iken 2017-2018 futbol sezonunda %35 oranında artarak, 1,9 milyar TL'yi geçmiştir.

4 Büyüklerin 2017-2018 sezonundaki gelirleri



## Yüzdesele artışta Galatasaray, parasal artışta Beşiktaş zirvede



Galatasaray, 2017-2018 sezonunda %49 oranında gelir artışı ile 4 Büyükler arasında gelirlerini en fazla oranda artıran takım olmuştur. Bir önceki sezon 347,2 milyon TL kazanan sarı kırmızılı ekip, 2017-2018 sezonunda gelirlerini 517,5 milyon TL'ye kadar yükseltmiştir. Galatasaray'ı %40 oranla takip eden Beşiktaş, 208 milyon TL'lik gelir artışı ile sezonun en fazla kazanan takımı olmuştur. 2016-2017 futbol sezonunda 521,1 milyon TL kazanan Kara Kartallar, 2017-2018 futbol sezonunda gelirlerini 729,1 milyon TL'ye ulaştırmıştır.

## Fenerbahçe gelirlerde 3. oldu

2017-2018 futbol sezonunda, %18'lik artışla, 4 Büyükler arasında gelirlerini yüzdesel anlamda en az oranda artıran ekip olan Fenerbahçe, 436,9 milyon TL olan gelirlerini 514,2 milyon TL'ye yükseltmiştir. Fenerbahçe, gelir sıralamasında 3. kulüp olmuştur.

## Trabzonspor'da istikrarlı büyüme

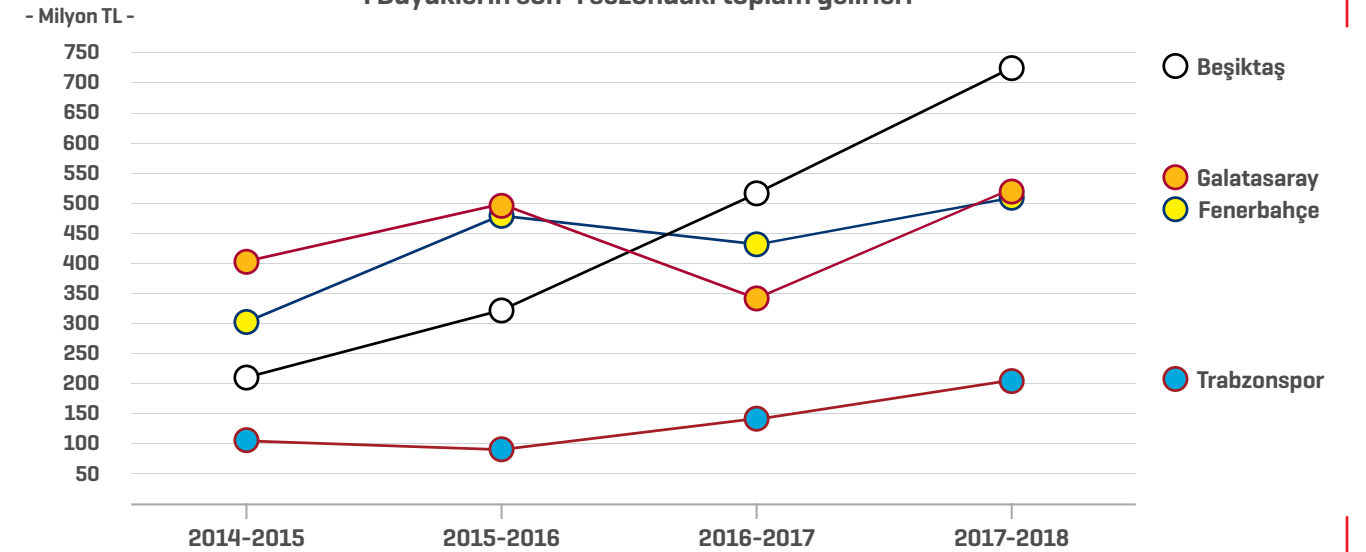
2016-2017 sezonunda gelirlerini %81'lik oranda yükselten ve 147,7 milyon TL'ye ulaştıran Trabzonspor, 2017-2018 sezonunda %39'luk oranda büyüme elde etmiştir. Bordo mavililerin 3 büyük gelir kaleminin toplamı, 147,7 milyon TL'den 205,4 milyon TL'ye çıkmıştır.

4 Büyükler, maç günü, naklen yayın ve ticari gelirlerden son 4 sezonda toplam **5,8 milyar TL** kazanmıştır.

## Son 4 sezonun gelir şampiyonu Beşiktaş

2014-2015 ile 2017-2018 sezonları arasında, 4 Büyükler arasında en fazla kazanan 1 milyar 791 milyon TL geliriyle Beşiktaş olmuştur. 1 milyar 765 milyon TL ile Fenerbahçe 2. sırada, 1 milyar 734 milyon TL ile Galatasaray 3.sırada yer alırken, Trabzonspor 540,9 milyon TL ile gelir sıralamasında 4. olmuştur.

4 Büyüklerin son 4 sezondaki toplam gelirleri



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
<b>Toplam Gelir</b>	<b>405.377.733 TL</b>	<b>307.160.314 TL</b>	<b>217.597.936 TL</b>	<b>106.369.344 TL</b>

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
<b>Toplam Gelir</b>	<b>495.774.461 TL</b>	<b>476.437.710 TL</b>	<b>323.473.011 TL</b>	<b>81.485.207 TL</b>

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
<b>Toplam Gelir</b>	<b>521.158.172 TL</b>	<b>436.934.668 TL</b>	<b>347.257.731 TL</b>	<b>147.720.677 TL</b>

Gelir Kalemi	Beşiktaş A.Ş.	Galatasaray A.Ş.	Fenerbahçe A.Ş.	Trabzonspor A.Ş.
Naklen Yayın Havuz Gelirleri (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil)	135.856.700 TL	169.019.381 TL	169.742.915 TL	95.256.402 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	208.213.926 TL	1.001.340 TL	8.034.631 TL	–
Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri vb.)	279.468.568 TL	219.021.291 TL	254.409.283 TL	78.333.671 TL
Maç Günü Gelirleri (Bilet ve kombine satış gelirleri)	105.622.607 TL	128.551.267 TL	82.071.799 TL	31.813.893 TL
<b>Toplam Gelir</b>	<b>729.161.801 TL</b>	<b>517.593.279 TL</b>	<b>514.258.628 TL</b>	<b>205.403.966 TL</b>

## 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 4 yıl içinde 17 spor kulübüne 2,9 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:

#### Ceyhun KAZANCI

Passolig  
Genel Müdür

#### Serdar SÜMER

Aktif Bank  
Genel Müdür

T: [0212] 340 81 20

E: sporfinansmani@aktifbank.com.tr

T: [0212] 340 80 00

E: sporfinansmani@aktifbank.com.tr

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

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



**aktif**bank

**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](http://www.aktifbank.com.tr)