

TÜRKİYE TARAFTARLIK ANKETİ

2021-2022 FUTBOL SEZONU



ALEX DREYFUS

CEO SOCIOS.COM + CHILIZ

Futbol, sektörel gücü ve gelişim hızı, teknoloji ve bilişimin yarattığı sınırları, mekan ve zamanı ortadan kaldıran global iletişim gücü ile birlikte, tıpkı geçmişte olduğu gibi bugün de milyonlarca insanın ortak tutkusu olmaya devam etmektedir.

Finansal hacmi 60 milyar euroyu geride bırakan ve her geçen gün endüstriyel hacmi büyüyen dünya futboluna, sportif başarılar, yönetsel ve ekonomik açıdan istikrar modelleri ile birlikte değişen tüketim dinamikleri, teknoloji ve inovasyon trendlerine bağlı olarak yaratılan etkin stratejiler yön vermektedir. Bugün Manchester City, Paris Saint-Germain, Barcelona, Juventus gibi dünyanın en büyük futbol kulüplerine baktığımızda, bu kulüplerin sadece sportif başarıları ile değil aynı zamanda da marka değerleri, inovatif vizyonları ve taraftar etkileşimleri ile de fark yarattıklarını görmekteyiz. Bir diğer ifadeyle değişen ve hızla dijitalleşen futbol ekosisteminde, dünyanın her yerindeki futbolseverlere aynı anda ulaşabilmek ve onlarla çift taraflı bir iletişim kurmak da küresel rekabetin önceliklerinin başında gelmekte...

Dün olduğu gibi bugün de futbol, taraftarlarla anlam bulan ve gerçek anlamda gücünü taraftarlardan alan bir oyun. 160'dan fazla global spor partneri ile dünyanın en büyük taraftar etkileşim platformu Socios.com olarak bizler de bu gerçeği baz alarak, Fan Tokenları spor ekosistemine dahil ettik. Dünya çapında faaliyet gösterdiğimiz 25 ülkeden biri olan Türkiye'yi ve Türk futbolseverleri de ayrı bir yerde konumlandırdık. Biliyoruz ki Türkiye'deki taraftarların gönül verdikleri takımlara olan aidiyetleri tıpkı Simon Kuper'in "Futbol asla sadece futbol değildir" cümlesinde olduğu gibi...

Bugün gerçeklerden yola çıkarak, bilimsel araştırma yöntemleri kapsamında hazırladığımız ve Türkiye'deki futbol taraftarlarının sosyo-ekonomik tercihlerini, değişen dijital trendlere olan ilgilerini göstermeye çalıştığımız bu çalışmanın futbola emek veren bütün paydaşlara ve en önemlisi bilimsel araştırmalar yapan akademik kurumlara yararlı bir kaynak olmasını temenni ederim.



ALTUĞ ÖZTÜRK

DIRECTOR SOCIOS.COM TR

Futbolun dijital dünya ile olan yol arkadaşlığı, bugün geldiğimiz noktada kulüpler ile taraftarlar arasındaki etkileşimin ve iletişim metodlarının da değiştiğini bizlere işaret etmekte. Geleneksel, ölçümlenemeyen ve dar bir alanla sınırlı kalan pazarlama ve iletişim faaliyetleri yerini, yenilikçi, ölçümlenebilen ve en önemlisi yer, mekan ve zamandan bağımsız herkese ulaşabilen bir dile bırakmış durumda.

Özellikle son 2 yılda, dijital dönüşüm ivmesini arkasına alan ve yeni gelir modelleri yaratan kulüplerin, sportif başarıdan ve hatta beklenmedik krizlerden bile minimum zarar ile çıktığını hep birlikte gözlemledik. Futbol kulüplerinin yeni ve en önemlisi gelecek vaad eden bu gelir modelleri arasında yer alan Fan Tokenların da içinde bulunduğu blockchain dünyası, futbolseverlerin de yeni yeni tecrübe ettiği, henüz bebek adımlarında olan bir alan.

2019 yılında Türkiye'deki faaliyetlerine Galatasaray, M.Başakşehir FK ve Trabzonspor kulüpleri ile başlayan ve bugün partner sayısı 7'ye ulaşan Socios.com Ailesi olarak, bugün geldiğimiz noktada, sadece ulusal değil uluslararası spor partnerlerimizle olan iş

birliklerimiz ile de Türk futbolseverlere hizmet etmekteyiz. Amacımız, taraftarların bugüne kadar süregelen klasik ve edilgen taraftarlık anlayışında sınırlanarak daha aktif olmaları, kulüp kararlarında söz sahibi olmaları ve hatta bunu yaparken para ile satın alamayacakları unutulmaz deneyimleri de kazanmaları.

Geçtiğimiz sezon 45 bini geriden bırakan rekor bir katılım ile gerçekleştirdiğimiz bu bilimsel araştırmada, taraftarların sosyo-kültürel tercihlerini, destekledikleri takımın maç bilet fiyatları ya da stadyuma gitme tercihlerini etkileyen faktörleri araştırırken dijital trendlere, blockchain dünyasına olan yakınlıklarını da öğrenmek istedik. Yukarıdaki cümlelerimde de ifade ettiğim üzere sonuçlar bize blockchain dünyasının futbolseverler nezdinde de henüz bebek adımlarında olduğunu gösterdi. Daha gidecek çok yolumuz olduğunun bilincindeyiz. Sözlerimi noktalarken Türkiye'nin 81 ilinde "Türkiye Taraftarlık Anketi"ne katılan tüm futbolseverlere teşekkürlerimi iletir, ilerleyen dönemlerde farklı projelerle de Türk futboluna ve dijital dünyaya hizmet edeceğimizin altını çizmek isterim.



KATILAN SAYISI

45.774

YAŞ ORTALAMASI

32.8

CİNSİYET



%95



%5

TARAFTARLIK ORANLARI

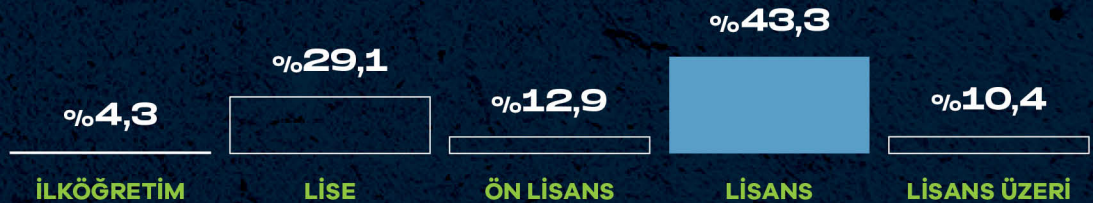


EĞİTİM

EĞİTİM



EĞİTİM DURUMUNA GÖRE TARAFTARLAR



81 İLDE BİRİNCİLİKLER



GALATASARAY
60 İLDE BİRİNCİ



FENERBAHÇE
17 İLDE BİRİNCİ



BEŞİKTAŞ
1 İLDE BİRİNCİ



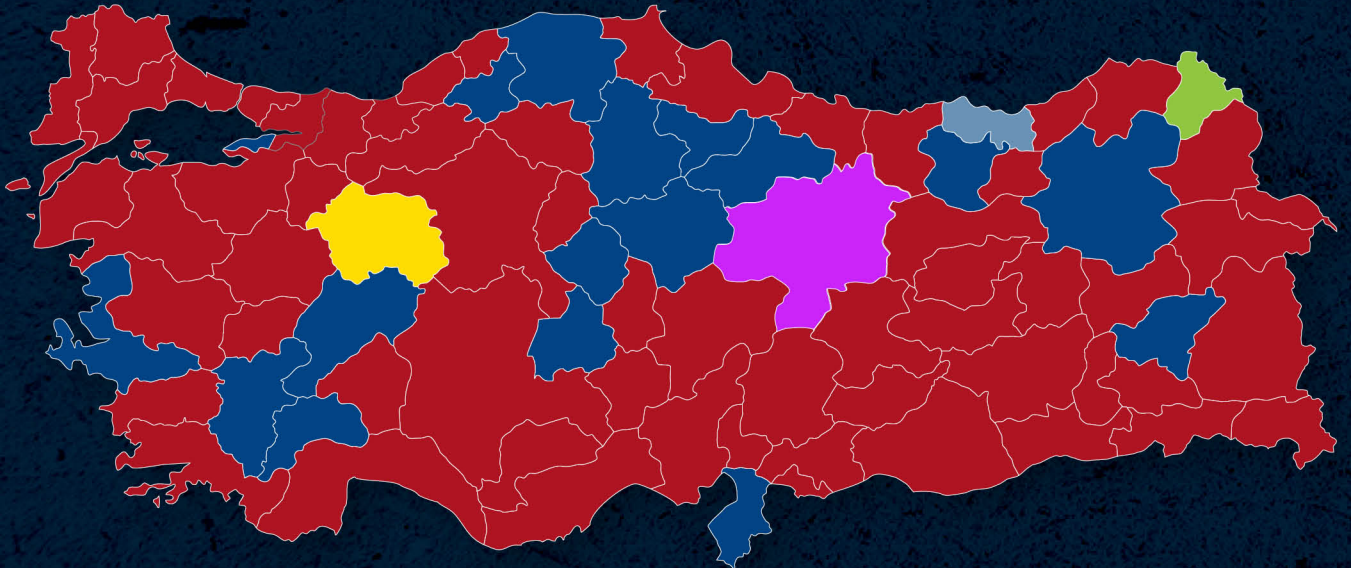
TRABZONSPOR
1 İLDE BİRİNCİ



SİVASSPOR
1 İLDE BİRİNCİ



ESKİŞEHİRSPOR
1 İLDE BİRİNCİ



● GALATASARAY

● FENERBAHÇE

● BEŞİKTAŞ

● TRABZONSPOR

● SİVASSPOR

● ESKİŞEHİRSPOR

ŞEHİRLERE GÖRE DAĞILIM



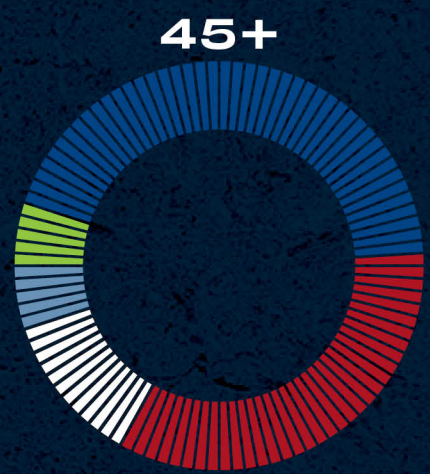
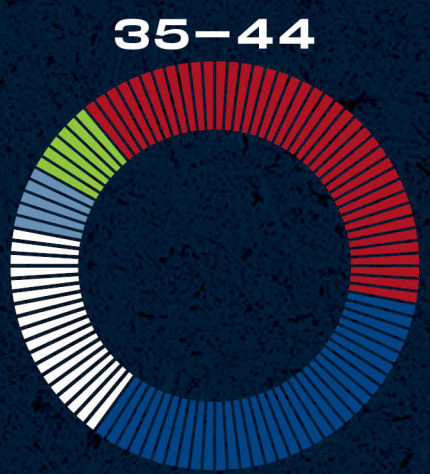
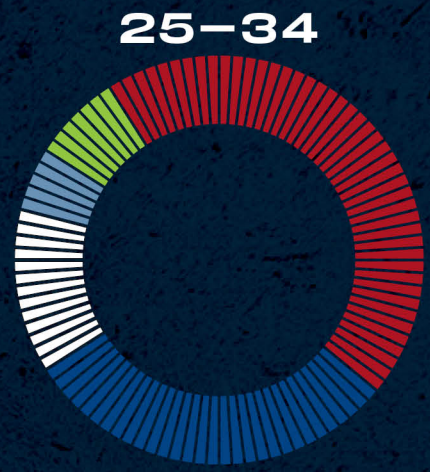
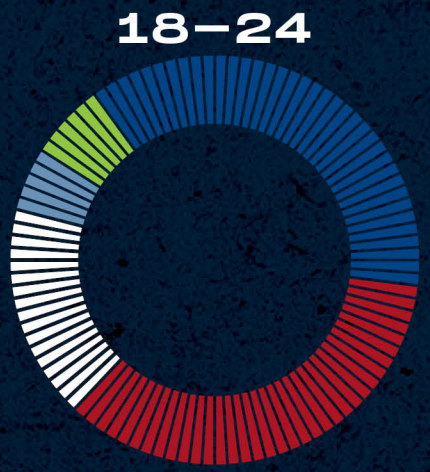
ŞEHİRLER (%)	GALATASARAY	FENERBAHÇE	BEŞİKTAŞ	TRABZONSPOR	DİĞER
İstanbul	38,9	36,0	17,60	5,06	2,42
Ankara	39,4	34,3	17,06	3,22	5,88
İzmir	35,5	36,3	13,77	1,69	12,72
Bursa	34,7	32,1	15,77	5,59	11,79
Antalya	41,3	35,4	13,90	2,09	7,20
Kocaeli	38,8	31,2	14,52	7,35	7,95
Adana	40,2	25,2	14,01	0,71	19,80
Konya	37,8	31,3	13,62	0,21	16,91
Trabzon	5,37	4,92	1,34	87,7	0,67
Kayseri	37,8	23,8	10,13	0,13	28,08
Mersin	48,7	31,4	14,93	1,46	3,37
Gaziantep	47,1	31,9	15,88	0,79	4,25
Hatay	39,6	43,7	13,23	0,71	2,65
Tekirdağ	40,5	37,8	16,76	3,51	1,36
Denizli	41,5	41,7	12,77	1,20	2,79
Şanlıurfa	51,4	34,3	12,60	0,20	1,42
Diyarbakır	48,6	23,2	18,74	0,81	8,55
Manisa	47,6	36,7	12,82	1,05	1,68
Eskişehir	30,1	17,4	14,63	1,75	36,03
Muğla	44,7	37,0	13,97	1,77	2,44
Diğer	44,3	32,9	16,48	4,15	2,02

YABANCI TAKIM TUTMA ORANI





YAŞ GRUBUNA GÖRE TARAFTARLIK



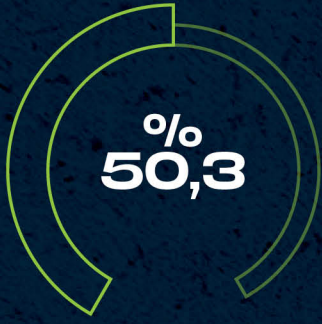
● GALATASARAY ● FENERBAHÇE ● BEŞİKTAŞ ● TRABZONSPOR ● DİĞER

9

TAKIM TARAFTARLARININ YAŞ GRUBU



TAKIM SEÇİMİNE KİMLER ETKİ ETTİ?



HİÇ KİMSE



ANNE - BABA - KARDEŞ



AKRABA



DİĞER



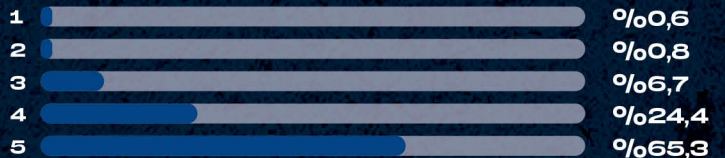
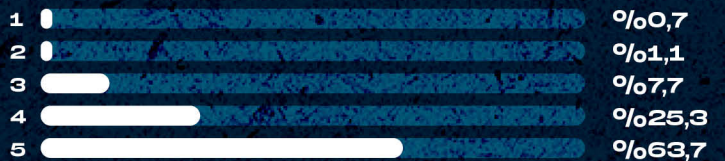
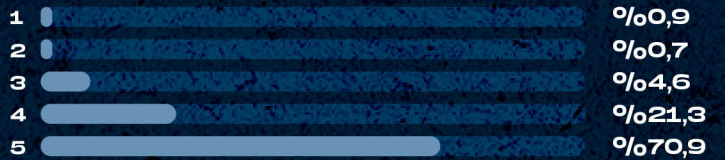
ARKADAŞ



CEVAP YOK

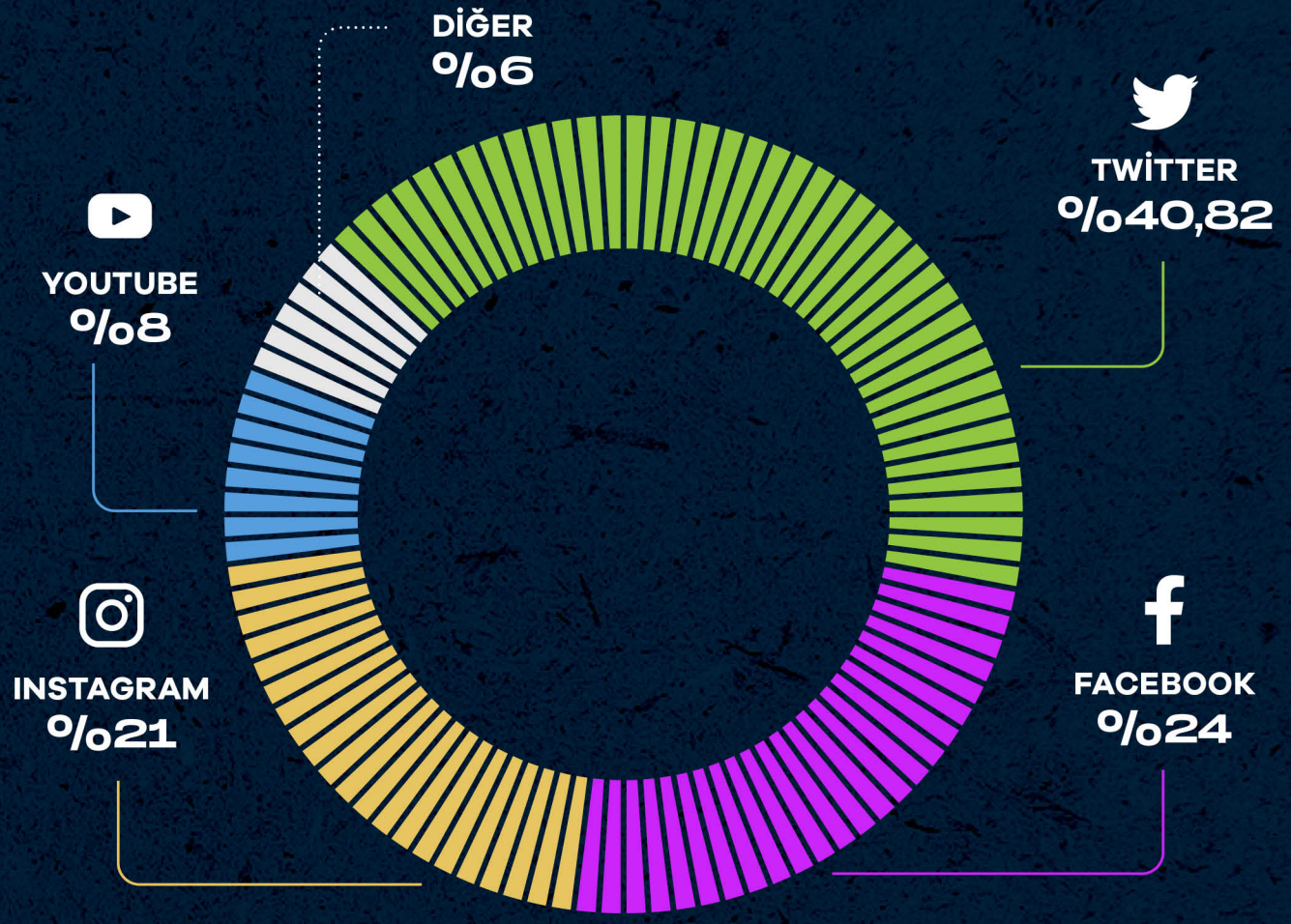
TARAFTARLIK SEVİYESİNE 1-5 ARASI BİR RAKAM VERSENİZ HANGİSİ OLURDUNUZ?

**%
0,7** **%
0,9** **%
7,3** **%
24,8** **%
65,6**

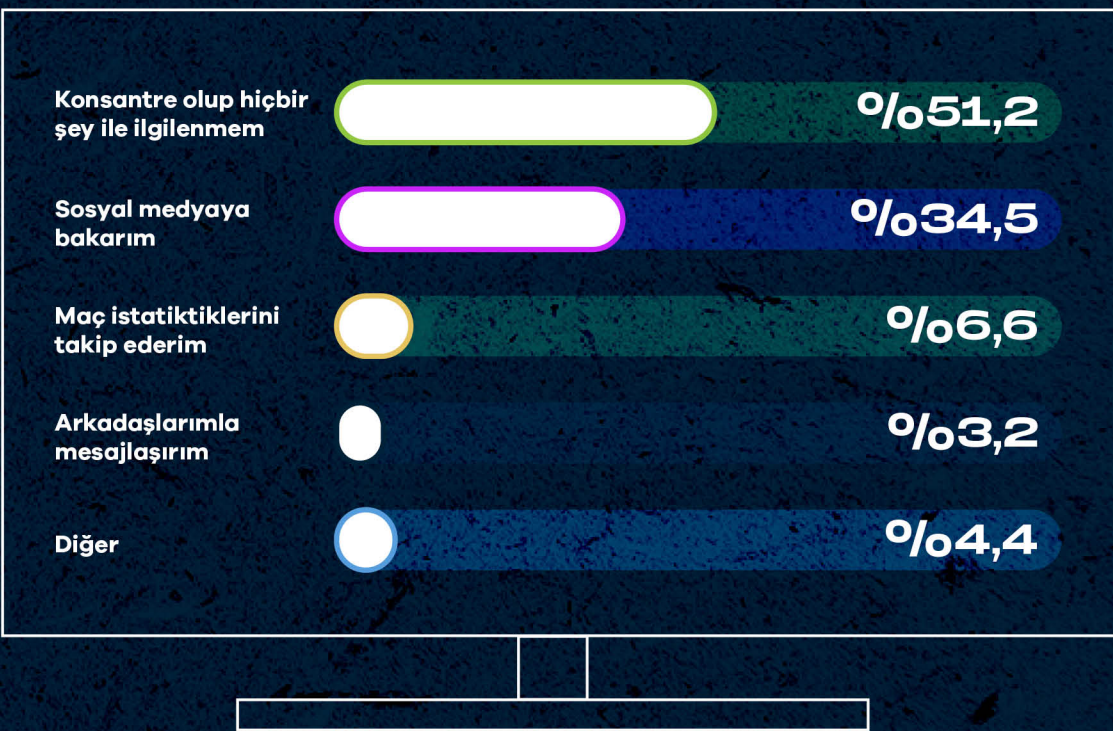




EN ÇOK FUTBOL İÇERİĞİ TAKİP EDİLEN PLATFORM



MAÇ İZLERKEN NE YAPARSIN?

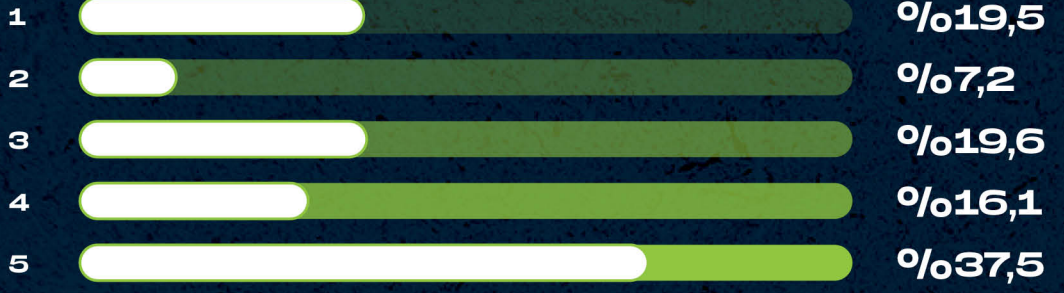




STADYUMDA MAÇ İZLEME TERCİHİNİZİ EN ÇOK HANGİSİ ETKİLER?



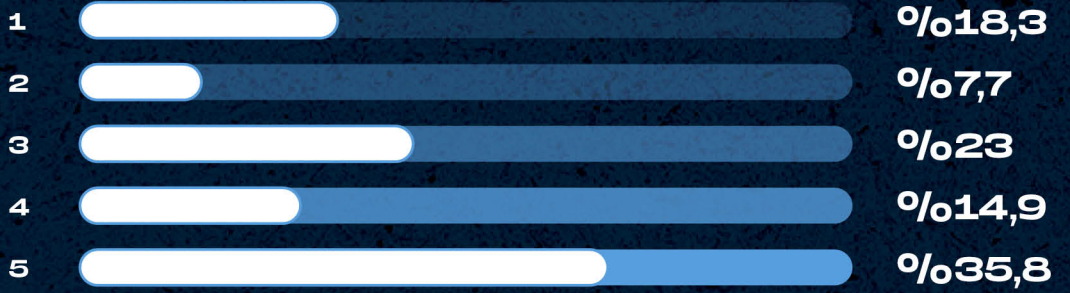
SPORTİF BAŞARI



KOMBİNE FİYATLARI



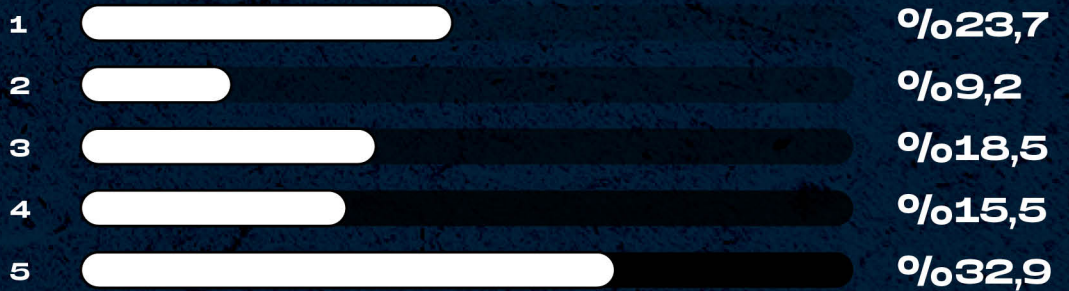
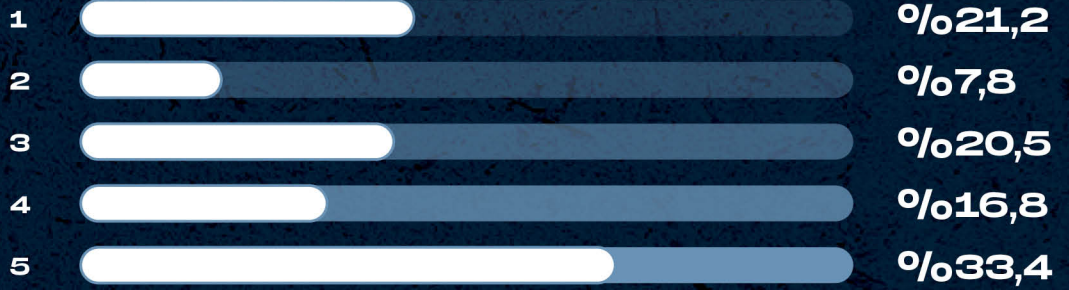
ULAŞIM OLANAKLARI



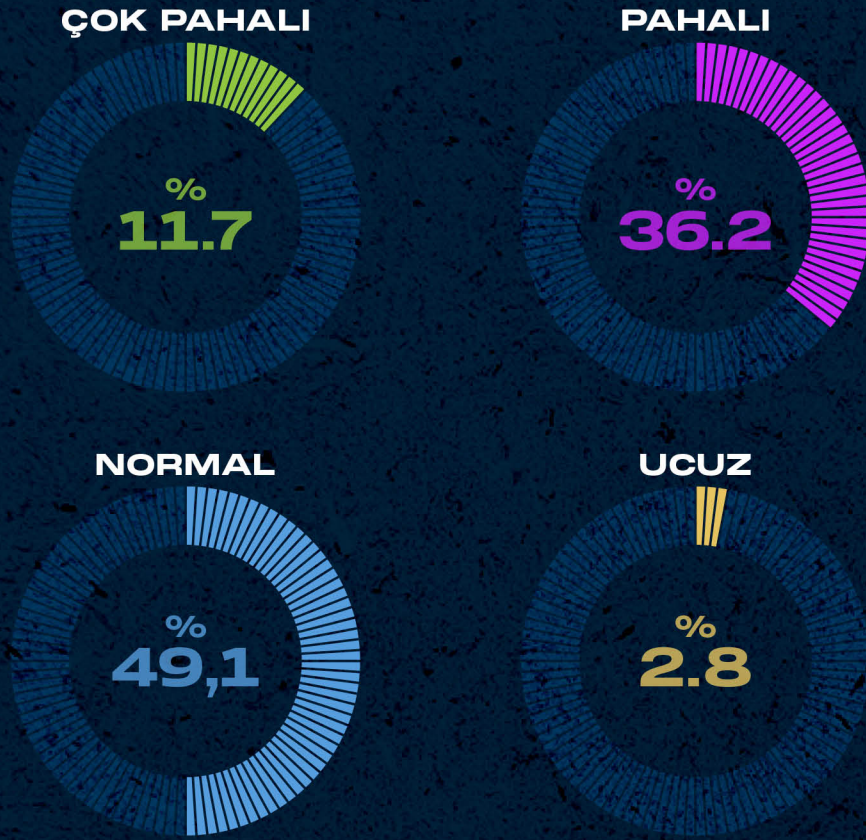
STADYUM KONFORU



4 BÜYÜKLERİN TARAFTARLARI İÇİN STADYUMDA MAÇ İZLEMEDE SPORTİF BAŞARININ ETKİSİ



TAKIMINIZIN BİLET FİYATLANDIRMASINI NASIL BULUYORSUNUZ?

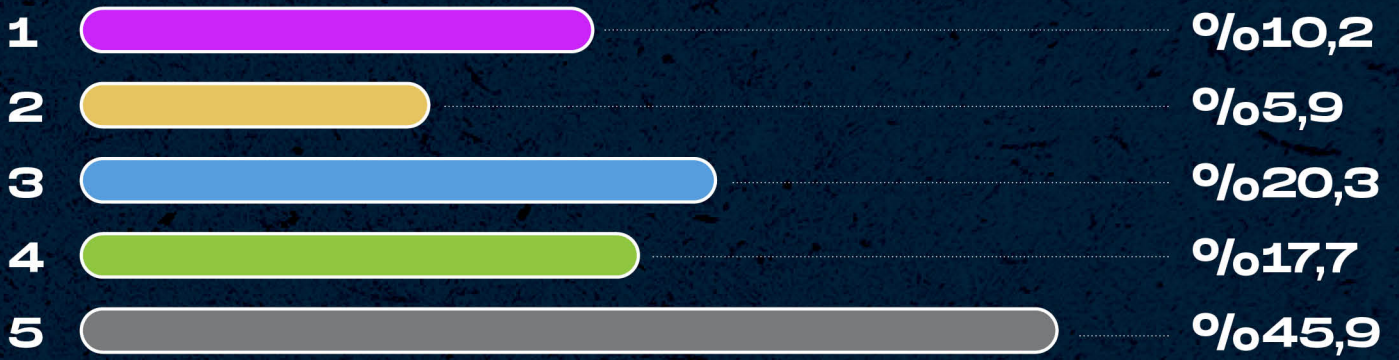


4 BÜYÜKLER VE DİĞER TAKIMLARIN TARAFTARLARINA GÖRE MAÇ BİLET FİYATLARI



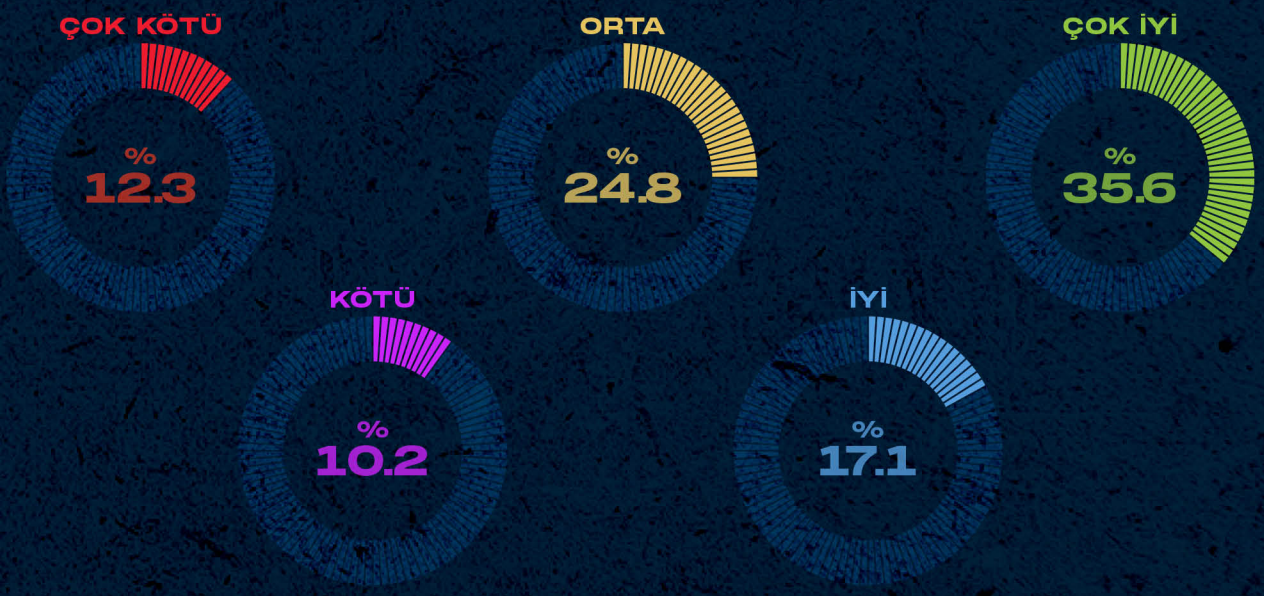


KULÜBÜNÜZÜN KARARLARINDA NE ÖLÇÜDE SÖZ SAHİBİ OLMAK İSTERSİNİZ?



Futbolseverlerin %83,9'u destekledikleri kulüplerin kararlarında söz sahibi olmak istiyor

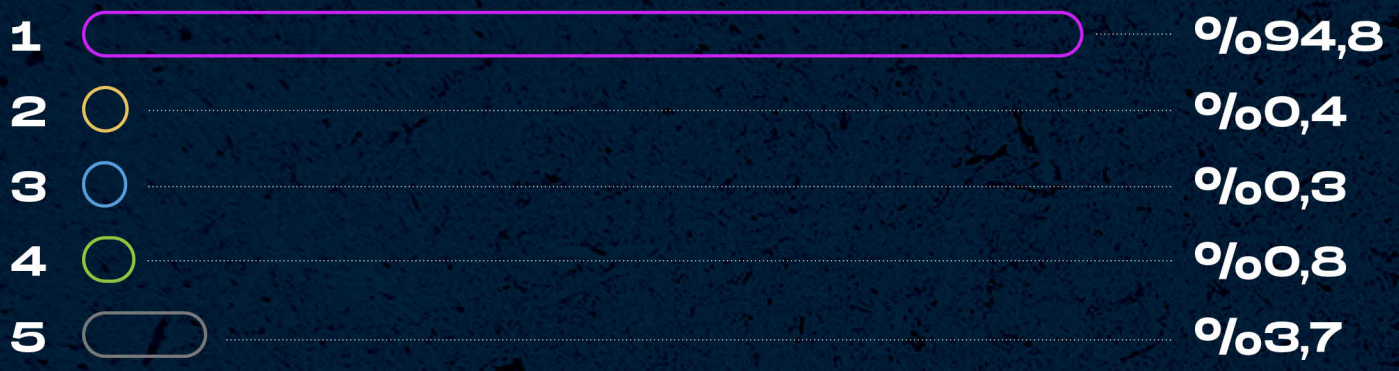
KULÜBÜNÜZLE YETERİNCE İLETİŞİM KURDUĞUNUZA İNANIYOR MUSUNUZ?



Futbolseverlerin %52,7'si destekledikleri kulüplerle yeterince iletişim kurduğunu düşünüyor.



KRİPTO PARA, FAN TOKENLAR, NFTLER HAKKINDA NE ÖLÇÜDE BİLGİ SAHİBİSİNİZ?



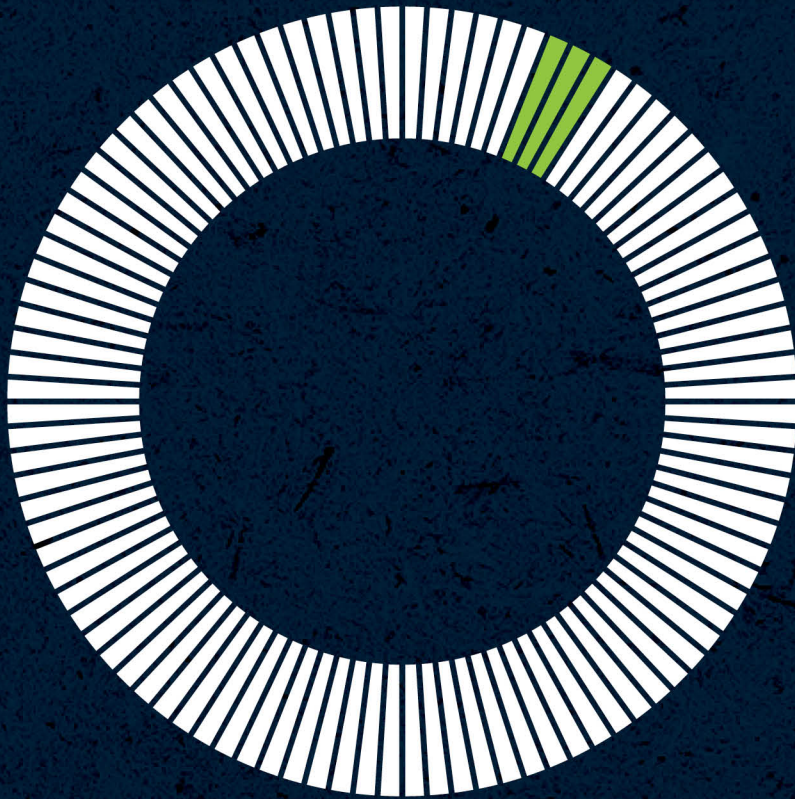
Futbolseverlerin sadece %3,7'si Kripto paralar, Fan Tokenlar veya NFTler konusunda yeterince bilgi sahibi olduklarını belirtmiştir.

KRİPTO PARA, FAN TOKEN VEYA NFT KONUSUNDA BİLGİ SAHİBİ OLAN TARAFTARLARIN YAŞ ORTALAMALARINA GÖRE DAĞILIMI





KRİPTO PARA, FAN TOKEN VEYA NFT SAHİBİ MİSİNİZ?



HAYIR

%97,7

EVET

%2,3

Fan Token sahibi taraftarlar arasında ilk sırada Galatasaray (\$GAL Fan Token) yer alırken, ikinci sırada İngiliz ekibi Arsenal (\$AFC Fan Token) yer almıştır.



KATKIDA BULUNANLAR

- ▶▶ **Sema Tuğçe Dikici**
Okan Üniversitesi Öğretim Görevlisi
Kurumsal İletişim Müdürü - Socios.com Türkiye
- ▶▶ **Sim Onay**
Creative Designer - Socios.com Türkiye
- ▶▶ **Futbol Arena Platformu**
- ▶▶ **Dr. Taner Karaman**
Dijital İçerik Üreticisi - Turkuaz Medya
- ▶▶ **Volkan Yılmaz**
İş Geliştirme Direktörü- Socios.com Türkiye
- ▶▶ **Ünal Gökçe Oskay**
İşbirlikleri Müdürü - Socios.com Türkiye
- ▶▶ **Andrew Clarke**
Global İletişim Başkanı - Socios.com
- ▶▶ **Paco Roche**
PR Müdürü - Socios.com
- ▶▶ **Denizcan Soner**
Pazarlama Uzmanı - Socios.com Türkiye

TEŞEKKÜRLER

