



Tarih: 30.11.2009
Sayı: 2009/ 24

Dört büyükler derbilerde hep kazanıyor!

Dört büyükler derbilerde sahada yenilse de, ekonomik olarak hep kazanıyorlar. Türkiye’de dört büyük kulübün kasasına 12 derbide bilet satışından (kombine gelirleri hariç) 17 milyon TL girdiği hesaplanıyor. Derbilerde taraftar mağazaları toplam 6.5 milyon TL’lik satış yapıyor.

Turkcell Super Lig’in 13’üncü haftasında, Beşiktaş-Fenerbahçe derbisi oynandı. İlk yarının beşinci derbisinde yine futbolseverlerin heyecanı doruğa çıktı. 2009-2010 sezonu sonuna kadar Türkiye’de 7 derbi daha oynanacak. İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası’nın (İSMMMÖ) 'Derbi Ekonomisi' araştırmasına göre derbiler, sportif sonuçları kadar futbol ekonomisinin de sürükleyici gücü olmasıyla dikkat çekiyor. Türkiye’de yıllık 1 milyar TL’yi (500 milyon euro) bulan futbol ekonomisinin yüzde 2.5’u yalnızca derbilerdeki bilet ve taraftar mağazası satışlarından oluşuyor.

İSMMMÖ'nun araştırmasına göre, süper ligde ‘dört büyükler’ olarak anılan Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş ve Trabzon’un birbirleriyle yaptığı derbi maçlarında taraftarın heyecanı doruğa çıkıyor. Taraftar derbi günlerinde futbol konuşmakla kalmıyor aynı zamanda futbol için de harcıyor. Araştırmaya göre dört büyük kulüp, kombine biletleri hariç derbi günü bilet satışlarından 17 milyon TL gelir elde ediyor. Dört büyük kulübün taraftar mağazalarının 12 derbide toplam ciroları 6.5 milyon TL’yi buluyor.

İSMMMÖ Başkanı Yahya Arıkan, futbol ekonomisinin sürükleyici gücünün derbiler olduğunu belirtti. Türkiye’de futbol ekonomisini büyütme isteyenlerin öncelikle derbileri daha görkemli maçlar haline getirmesi gerektiğini belirten Arıkan, “Kulüplerin yeni stad projelerini hayata geçirmeleriyle birlikte derbiler, dolayısıyla da futbol ekonomisi büyüyecektir. Futbol ekonomisinin diğer sektörleri etkileme gücü de yüksek. Uzmanlar futbol ekonomisinin kendisi bir birim gelir yaratırken, diğer sektörler dokuz birim para akıttığını vurguluyor. Futbolda devasa nakit para dönüşü söz konusu” dedi. Futbol kulüplerini vergi listelerinde üst sıralarda görmek istediklerini ifade eden Arıkan, İSMMMÖ'nun araştırmasının derbi ekonomisinin lokomotifini maç gelirlerinin oluşturduğunu ortaya koyduğunu belirtti. Derbilerden sağlanan gelirlerin artması için dört büyük kulübün daha büyük stadlara ihtiyaç duyduğunu anımsatan Arıkan, taraftarın bugünlerde takımın lisanslı ürünlerini aldığı için altını çizdi. Başkan Arıkan, spor ekonomisinin ve sporun eğlencesi yanısıra yararlarının futbolla sınırlı olmadığını aktarırken

“Ancak futbolun özellikle ekonomik boyutu ile Türkiye’de spor ekonomisini de sürüklediği bir gerçek. Hoşgörü ve saygının ön planda tutulmasını arzu ettiğimiz maçlarda köftecisinden su satıcısına, ulaşım araçlarına kadar herkes para kazanıyor” diye konuştu.

Beşiktaş hariç, kulüplerin halka açık şirketlerine ortak olan borsa yatırımcısının kulübün sadece gelirlerine ortak olduğunu ifade eden Arıkan, “Böyle olunca giderler kulübe kalıyor. Hissedarlar 'kemiksiz kazanç' sağlarken piyasa değerleri şişebiliyor. Gelir artışı da direkt olarak kar payına yansiyabiliyor” dedi.

İSMMM’o’nun derlediği 'Derbi Ekonomisi' araştırmasının sonuçları şöyle:

LOKOMOTİF MAÇ GELİRLERİ

Derbi ekonomisinin lokomotifini maç gelirleri oluşturuyor. Derbi günleri dört büyüklerin stadları yüzde 100 doluluğa ulaşıyor. Rakip takıma yerlerin yüzde 5’i tahsis edilirken, bilet gelirlerin tamamı derbinin sahasında oynandığı takımın kasasına giriyor.

Fenerbahçe, kendi sahasında oynadığı derbilerde, 52 bin kişilik Şükrü Saraçoğlu Stadı’nın biletlerinin yarısını satışa sunuyor. Bu biletlerin satışından da (kombineler hariç) 2.5 milyon TL’lik gelir elde ettiği tahmin ediliyor. Beşiktaş, kendi stadında oynadığı derbi maçlarında 32 bin kişilik İnönü Stadyumu’nu dolduruyor. 2009-2010 sezonunda bu biletlerin 16 bini kombine olarak satılırken, sponsor firmalara da 4 bin bilet ayrılmış durumda. Bu yüzden derbi zamanları genelde 12 bin bilet satışa çıkıyor. Kulüp yönetiminden alınan bilgiye göre, derbilerde Beşiktaş’ın kasasına maç bileti gelirlerinden 2 milyon TL kasasına giriyor. Galatasaray’ın da 22 bin 500 kişilik Ali Sami Yen, stadının yaklaşık 12 bin 500 biletinin sezon başında kombine olarak satıldığı düşünülürse, derbi maçlarında Sarı Kırmızılı yönetim, 10 bin bileti satışa sunuyor. Kulüp yönetimi 10 bin biletin satışından derbilerde kasalarına yaklaşık 750 bin TL girdiğini açıklıyor.

Trabzonspor’un maçlarını oynadığı 23 bin kişilik Avni Aker Stadyumu’nun 12 bin bileti sezon başında kombine olarak satılmış. Kalan 11 bin bilet derbilerde satışa çıkıyor. Kulüp yönetimi, derbilerde bilet satışından ortalama 400 bin TL gelir elde edildiğini belirtiyor. Her takımın kendi sahasında 3 derbi maçı oynadığı düşünüldüğünde dört büyük kulübün yalnızca derbi maçlarından bilet (kombineler hariç) hasılatı olarak kasalarına yaklaşık 17 milyon TL giriyor.

4 BÜYÜK KULÜBÜN MAÇ GÜNÜ GELİRLERİ				
Takım	Stad adı	Kapasite	Satılan bilet	Elde edilen gelir
Fenerbahçe	Şükrü Saraçoğlu Stadı	52.000	26.000	2.5 milyon TL
Beşiktaş	İnönü Stadyumu	32.000	16.000	2 milyon TL
Galatasaray	Alisamiyen Stadı	22.500	10.000	750 bin TL
Trabzon	Avni Aker Stadı	23.000	11.000	400 bin TL

Not: Tablodaki rakamlar kulüp yönetimlerinin verdiği ortalama rakamlardır.

BÜYÜK STAD PEŞİNDELER

Derbilerden gelen gelirlerin artması için dört büyük kulübün daha büyük stadlara ihtiyacı olduğu gerçek. Fenerbahçe’nin gelirlerine ilk etapta yetişmek için diğer büyük kulüpler de stad yaptırmak istiyor. Galatasaray için 52 bin kişilik yeni Seyrantepe Stad projesi bu

yüzden hayati önem taşıırken, Beşiktaş'ta İnönü Stadı'nı yıkararak yerine yeni bir stad yaptırmak istiyor. BJK yönetimi 42 bin kişilik yeni stadı için yaklaşık 2 yıldır merkezi otoriteden izin bekliyor. Trabzonspor da Akyazı'daki stad projesinin hayata geçmesini dört gözle bekliyor. Devletin yapacağı bu stadın yatırım tutarı deniz doldurulacağı için 20 milyon TL... Trabzonspor, bu yatırıma katkı yapmak için kendi bütçesinden 5.5 milyon TL harcadı bile...

TARAFTAR DERBİLERDE 5 KAT FAZLA HARCİYOR

Derbiler taraftarı, takımının lisanslı ürünlerini alması için de ateşliyor. Derbilerde en çok Fenerbahçe taraftarı alışveriş yapıyor. Fenerbahçe'nin Türkiye genelinde 64 Fenerium mağazası bulunuyor. Normal zamanlarda Fenerium'ların toplam günlük cirosu 100 bin TL'yi bulurken, Fenerbahçe-Galatasaray derbisinde oynandığı 25 Ekim'de Fenerium'ların günlük cirosu 600 bin TL'ye çıktı. Fenerium'lardan sorumlu Fenerbahçe Asbaşkanı Abdullah Kığılı, "Derbi günlerinde Fenerium'ların cirosu, normal zamanlara göre en az 5 kat artıyor" diyor. Fenerbahçe'nin bir sezonda 6 derbi oynadığı düşünülüğünde, derbi günlerinde toplam 3 milyon TL'lik lisanslı ürün sattığı ortaya çıkıyor.

Galatasaray da lisanslı ürünleri 2002 yılının eylül ayında ilkini açtığı Galatasaray Store mağazalarında satıyor. Halen 39 mağaza, 2 tır, 2 mobil araç, 2 internet sitesiyle toplam 45 noktada hizmet veren Galatasaray Store'un günlük cirosunun 50-70 bin TL arasında olduğu tahmin ediliyor. Galatasaray Pazarlama A.Ş. yetkilileri, kulüp yönetiminin ciro açıklanmasına izin vermediğini belirtirken, "GS Store'larda maç günleri normal günlerin ortalama 3 katı, derbi günleri de normal günün 5-6 katı satış oluyor. Derbinin sonucunda takımın kazanması halinde maç sonu satışlarla birlikte bu rakam ortalama 10 katına çıkıyor" bilgisini paylaşıyorlar.

Beşiktaş, Kartal Yuvası mağazalarıyla taraftarına lisanslı ürünlerini ulaştırıyor. Geçen yılın lig şampiyonu Beşiktaş'ın Türkiye genelinde 34 Kartal Yuvası mağazası bulunuyor. Kartal Yuvası'nın günlük cirosu 20 ila 35 bin TL arasında değişirken, derbi günlerinde satışlar 150-200 bin TL'ye kadar çıkıyor. BJK Kulübü Yönetim Kurulu Üyesi Hakan Paksoy "Derbilerin yarattığı coşkudan Kartal Yuvası'nın satışları da pozitif etkiliyor" diyor.

Trabzonspor'un Türkiye genelinde 12 TS Clup mağazası bulunuyor. TS Clup'ların normalde günlük toplam satış cirosu 25-30 bin TL olurken, derbilerde TS Clup'un cirosunun 2 kat arttığı belirtiliyor. Ortalama 50 bin TL'lik cirosunun TS için 300 bin TL'lik derbi ekonomisine katkıda bulunduğunu hesaplayabiliriz. Bu arada, Trabzon'a ağırlıklı olarak yazlık turistlerin geldiği dönemlerde TS Clup mağazalarının günlük satışlarının toplam 100 bin TL'yi gördüğü de oluyor.

Türkiye'de dört büyük kulübün taraftar mağazalarının cirosu yıllık 80 milyon dolara ulaşırken; derbilerde taraftarların bu mağazalardan toplam 6.5 milyon TL'lik alışveriş yaptığı hesaplanıyor.

TARAFTAR MAĞAZALARININ DERBİ CİROSU					
Takım	Mağaza adı	Sayısı	Günlük toplam ciro	Derbi günü cirosu	6 derbide toplam ciro
Fenerbahçe	Fenerium	64	100 bin TL	500-600 bin TL	3 milyon TL
Galatasaray	Galatasaray Store	45	50-70 bin TL	250-350 bin TL	2 milyon TL
Beşiktaş	Kartal Yuvası	34	20-35 bin TL	150-200 bin TL	1.2 milyon TL

Trabzon	TS Clup	12	25-30 bin TL	50-60 bin TL	360 bin TL
Not: GS Store'un derbi günü günlük ciro rakamı tahmini olarak hesaplanmıştır.					

Dört büyükler, taraftar mağazalarında derbilerin yarattığı rüzgardan maçlar sonrasında da yararlanmak istiyor ve bunun içinde özellikle kazanan taraftar için özel ürünler de çıkartıyor. Fener-Galatasaray derbisinden son Feneriumlar, özel derbi tişörtlerini taraftara sundu. Süper ligde ezeli rakibi Galatasaray'ı 3-1 yenen Fenerbahçe, Feneriumlar'a ilham verdi ve çıkartılan özel tişörtlerin üstünde "Bu filmin sonu yok" yazıldı.

GÖRÜNMEYEN EKONOMİ

Derbilerin bir de görünmeyen ekonomisi var. Bir sezonda 12 derbi olduğu ve bunların da 3'ünü her takımın kendi sahasında oynadığı dikkate alındığında, sırf stadlara gitmek için bütün bir sezon boyunca 388 bin kişinin hareket halinde olduğu kabul etmek gerekiyor. Kişi başı ulaşım maliyetinin en az 5 lira olduğu düşünüldüğünde 2 milyon TL'lik bir ulaşım gideri ortaya çıkıyor. Kişi başı yemek, içecek gibi giderlerin en az 10 TL olduğu kabul edilirse, yaklaşık 4 milyon TL'lik bir yiyecek ekonomisine katkı sağlandığı görülüyor. Tabii üst gelir grubuna dahil taraftarların harcamaları bu rakamların çok üstünde.

Örneğin Fenerbahçe derbilerinin olduğu günlerde Kalamış Develi'nin en az 1.000 kişiyi ağırladığı biliniyor. Kişi başı en az 100 TL'lik bir hesap geldiği düşünüldüğünde Kalamış Develi'ye derbi ekonomisinin bütün bir sezonda 300 bin TL ciro getirdiği hesaplanıyor. Beşiktaş'ın sadece derbi maçı olduğu günler değil, Beşiktaş maçının olduğu her gün Çarşı esnafının yüzü gülüyor. Galatasaray; Mecidiyeköy ve civarının ekonomisine can verirken; Fenerbahçe, Kadıköy ve yakın çevresinin ekonomisine dinamizm kazandırıyor. Trabzon ekonomisine Bordo Mavili takımın getirdiği maddi katkı da inkar edilemez boyutta.

EVDE OTURAN DA HARCİYOR

Derbilerde, yalnızca stadlara giden taraftar değil, gitmeyip evde oturanlar da harcıyor. 25 Ekim'de FB-GS derbisinde maçı evde izleyenler, yemeksepeti.com'dan 21 bin pizza siparişi vererek rekor kırdı. Ondan önceki derbilerde 18 bin pizza siparişi verilmişti. Lig TV'nin ve İddia'nın da derbi ekonomisinin rüzgarından yararlandığı belirtiliyor. Halen Türkiye'de 2.3 milyon Digtürk aboneliği bulunuyor. Bunların sadece 800 bini Lig TV aboneliği... Ancak Digtürk yönetimi, derbilerde aboneliklerinin artıp artmadığıyla ilgili sorularımıza yanıt vermedi.

REKABET CEBE SİÇRADI

Yeşil sahalardaki derbilerin yarattığı heyecan, GSM sektöründeki rekabette de etkilerini gösteriyor. Fenerbahçe taraftarlarını Fenercell'i konuştururken, Galatasaray, GSMobile; Beşiktaş Kartalcell; Trabzonspor'da Trabzoncell ile taraftarlarına yeni bir iletişim olanağı sunuyor. Taraftar derbi zamanlarında yeni kulüp hatlarına daha fazla geçiş yapmaya başladı. Ağustos ayından itibaren çalışmaya başlayan Trabzoncell normal zamanlarda 200-250 yeni abone kaydediyor. Halen abone sayılarının 20 bine ulaştığını belirten Trabzon

Telekomünikasyon A.Ş. Genel Müdürü Sinan Zengin, “7 Kasım’daki Trabzon-Beşiktaş derbisinden bir gün önce (cuma günü), Trabzoncell 400 yeni abone kaydetti. Ancak taraftar derbideki yenildiğe hemen reaksiyon gösterdi. Derbi sonrasındaki gün ise normalde 200-250 olan yeni abone sayımız 100’e düştü. Müşterilerimiz, taraftarlar. Taraftarlar duygusal müşteriler. Galibiyete sevinip harcıyorlar, üzülünce de harcamayı kesiyorlar” diyor. Trabzoncell’in nihai hedefi 250 bin aboneye ulaşmak. Abone sayısı 100 bine ulaştığında kulübe yıllık 1 milyon dolar gelir sağlanacağı hesaplanıyor.

Kara Kartal da taraftarlarını bir aydır Kartalcell ile konuşturuyor. 13 Ekim 2009 tarihinde Avea ile mobil telekomünikasyon alanında işbirliğine giden Beşiktaş’ın 17 Kasım 2009 itibariyle yaklaşık 1 aylık sürede abone sayısı 13 bine ulaştı. Beşiktaş, Kartalcell’de orta vadede 200 bin aboneye ulaşmayı hedefliyor. Kartalcell bu abone sayısına ulaştıktan sonra kulübün yıllık 1-1.5 milyon dolar arasında gelire sahip olacağı hesaplanıyor. Şimdilik büyük bir gelir kalemi oluşturmaya da istenilen hedeflere ulaşıldığında kulüplerin özel hatları, kulüplere önemli rakamlar kazandıracak.

NAKLEN YAYINA İNDİREKT ETKİ

Futbol kulüplerinin en önemli gelir kalemlerinden birisi de naklen yayın gelirleri. Büyük kulüplerinin bütçelerinde bu gelirlerin oranı yüzde 55-60’a kadar çıkıyor. Ancak naklen yayın gelirleri sezonluk olarak oluşan puan sistemine göre belirlendiği için, derbi ekonomisinin bu gelirlere direkt olarak katkısı bulunmuyor. 2009-2010 sezonunda Süper Lig’deki 16 takıma yaklaşık 220 milyon TL yayın geliri dağıtılacağı öngörülüyor. Bu gelirin de yaklaşık beşte birinin dört büyük kulübe verileceği hesaplanıyor.

Naklen yayın gelirleri gibi, stad reklamları ve iddia gelirleri de sezonluk olarak belirlenirken, derbilerin bu gelirlere direkt katkısı net olarak hesaplanamamıştır. Ancak derbilerin bu gelirlere de indirekt katkısı olduğu bir gerçek.

HİSSELER DERBİLERDEN ETKİLENMİYOR

Gelelim derbilerin dört büyüklerin hisse fiyatlarını nasıl etkilediğine... Öncelikle, Fenerbahçe, Galatasaray, Trabzon ile Beşiktaş Kulübü’nün şirketlerinin halka açılış şeklinin farklı olduğunu belirtelim. Beşiktaş Futbol Yatırımları A.Ş. gelir ve giderlerini halka açarken, diğer üç büyük kulüp sadece gelirlerini halka açtı. Daha açık anlatmak gerekirse, Beşiktaş Kulübü’nün aldığı ve ya sattığı bir futbolcu için gelir ve giderleri Beşiktaş Futbol Yatırımları A.Ş.’nin hisselerini etkiliyor.

Turkish Yatırım Finansal Strateji Müdürü Gökhan Uskuay, derbilerinin genelde kulüplerin halka açık şirketlerinin hisselerinde önemli bir etkilenmeye neden olmadığını söylüyor. Uskuay, genel olarak sportif başarıların hisselerde fiyatlanmadığını da sözlerine ekliyor. Uskuay’ın bu değerlendirmesine rağmen, önce 25 Ekim’deki Fenerbahçe-Galatasaray derbisinde kulüplerin halka açık şirketlerinin hisselerine göz atalım... Derbinin galibi olan Sarı Kanarya’nın 23 Ekim’de (derbi öncesi) hisseleri 59 liradan kapanışta işlem görürken, 26 Ekim’de 57 liradan kapanmış. Galatasaray Sportif A.Ş.’nin hisseleri 23 Ekim’de 156 TL iken, 26 Ekim’de 152’den kapanışta fiyatlanmış.

7 Kasım’da oynanan Trabzon-Beşiktaş derbisinde yenen taraf, deplasmanda olmasına rağmen Beşiktaş oldu. Beşiktaş Futbol Yatırımları’nın hisseleri 6 Kasım’da 4.28 TL’den kapandı. Galibiyetin ardından ise Beşiktaş hisseleri 4.90’a çıktı. Trabzon’un hisseleri 6 Kasım’da kapanışta 7.80’den işlem gördü. Derbideki yenilgiyle birlikte ise Trabzon’un

hisseleri aynı seviyeyi (7.80) korudu.

FENERLİ DAHA ÇOK HARCİYOR

Türkiye’de futbol ekonomisinin büyüklüğü 500 milyon euro’yu bulurken, dünyada futbol ekonomisinin toplam büyüklüğü 150 milyar euro’yu buluyor. Bu da Türkiye gayri safi milli hasılası yarısı demek.

Futbol ekonomisi uzmanı Tuğrul Aşkar’a göre, futbol, kendisi için bir birim gelir yaratırken, diğer sektörlere dokuz birim para akmasını sağlıyor. Derbilerin de yarattığı heyecanın taraftarın harcamalarını artırdığını belirten Aşkar, üç büyüklerin taraftarının takıma katkılarının da farklı olduğunu altını çiziyor. Aşkar’ın verdiği bilgiye göre, yıllık geliri 10 bin dolar ve üstü olan bir Fenerbahçe taraftarının takımına yıllık 1.700 dolar gelir aktarıyorken, Galatasaray taraftarının 1.200 dolar, Beşiktaş taraftarının da takımı için 850 dolar harcadığını belirtiliyor.

FENERBAHÇE EKONOMİSİ

- * Fenerbahçe ekonomisi yalnızca futbol gelirlerinden oluşmuyor. Fenerbahçe Kulübü çatısı altında 8 amatör branşı daha bulunuyor. Kulübün başkanlığını 11 yıldır Aziz Yıldırım yapıyor.
- * Fenerbahçe’nin 2009 yılı bütçesi 310 milyon TL. 2009 bütçesinden kulüplere ödenecek transfer gideri 46 milyon TL, futbolculara ödenecek transfer gideri ise 56 milyon 500 bin TL olarak belirlendi.
- * Sarı lacivertli kulüp, 2009 yılında VİP kombine kartlarının satışından 47 milyon TL, localardan da 10 milyon TL bekliyor. Fenerbahçe stadının ise bir yıllık hasılatı ise 81 milyon TL (54 milyon dolar.)
- * Fenerbahçe’nin borcu ise 90 milyon dolar civarında. Fenerbahçe yönetimi, mayıs ayında yapılan kongrede iki yılda borcunu ödeyebileceğini açıkladı.
- * Fenerbahçe’nin taraftar kart sayısı ise 160 bin. Hedef taraftar kart sayısını 1 milyon adete çıkarmak. Bu hedef gerçekleşirse, Fenerbahçe 50 milyon TL’lik ek bir gelir yaratacak.
- * Fenerbahçe’nin stat dışında bugün sahibi olduğu gayrimenkullerinin değeri 35 milyon dolar civarında. Stadin değeri ise 50 milyon dolar olarak hesaplanıyor.
- * Fenerbahçe’nin yayın gelirleri 2008 yılında 19 milyon 879 milyon dolar oldu.
- * Fenerium mağazaları 2000 yılında üç mağaza ve 750 ürün çeşidiyle taraftarların karşısına çıktı. Bugün 5 bin ürün çeşidinin satıldığı mağazaların sayısı 64’e ulaştı. Bu mağazaların 40’ı bayi, 24’ü ise şirketin kendisine ait. Fenerium mağazaları geçen yıl 41.2 milyon dolar ciro elde etti. Bu yılki hedefi ise 50 milyon dolar.
- * Şubat 2004’te halka arz edilen Fenerbahçe Sportif A.Ş.’nin 800 milyon dolarlık bir şirket haline geldi. Aslında global krizden önce bu rakam 2 milyar dolar civarındaydı ama piyasa değeri tüm şirketlerde olduğu gibi krizle birlikte düştü.

GALATASARAY EKONOMİSİ

- * Galatasaray Kulübü’nün 2009 yılı bütçesi ise 28 Şubat’ta yapılan yıllık olağan mali genel kurul toplantısında 104 milyon TL olarak kabul edildi.
- * Sarı-kırmızılı kulübün 2009 yılı gelirleri 104 milyon 30 bin 666 TL, giderlerinin ise

tahmini olarak 82 milyon 66 bin 856 TL olması öngörüldü.

* Galatasaray'ın kombine gelirleri ise hem mevcut hem de yapılmakta olan stattan geliyor. 20 milyon euro civarında kombine gelirlerinin olduğu hesap ediliyor.

* Galatasaray taraftarları, Avea ile yapılan işbirliği sonunda GSMobile ile konuşmaya başladı. İlk hedef, 100 bin aboneye ulaşmak. GSMobile'ın 300-400 bin aboneye ulaşması durumunda Gatasaray Kulübü'nün yılda yaklaşık 4 milyon dolar gelir elde etmesi bekleniyor.

BEŞİKTAŞ EKONOMİSİ

- Beşiktaş Kulübü'nün 2008 bütçesi 150 milyon TL, 2009 yılı bütçesi 124 milyon TL.
- Beşiktaş'ın son mali genel kurulunda toplam borcunun ise 129 milyon TL olduğu açıklandı. Kulübün borcunun 50 milyon TL'si ise Başkan Yıldırım Demirören'e...
- Beşiktaş'ın borsada piyasa değeri 164 milyon dolar.
- BJK, sezonda kombine gelirlerinin satışından 10 milyon TL, maç biletleri satışından 10 milyon TL elde ediyor.

TRABZONSPOR EKONOMİSİ

- Trabzonspor'ın yıllık bütçesi 110 milyon TL civarında. Bordo mavili kulübün borcu ise yaklaşık olarak 80 milyon TL.
- Trabzonspor 2008-2009 sezonunda yayın geliri olarak 19 milyon TL aldı.
- Trabzonspor'un 2009 yılı kombine geliri 1 milyon 200 TL.
- Trabzonspor'un lisanslı ürünleri TS Clup mağazaları tarafından satılıyor. Türkiye genelinde 12 TS Clup mağazası bulunuyor.
- Ayrıca, Trabzonspor Ticari Ürünler Ticaret A.Ş. ile Boyner Büyük Mağazacılık arasında 29 Eylül 2009'da bir işbirliği anlaşması imzalandı. Bu anlaşmaya göre, Türkiye genelindeki 26 Boyner Mağazasında TS Clup ürünleri satılmaya başlandı.
- Trabzonspor, Türk Telekom'la 15 milyon TL tutarında 5 yıllık forma göğüs reklamı anlaşması yaptı.
- Kulübün yıllık İddaa geliri 4-5 milyon TL civarında. Kulüp, 6-7 milyon TL de kambiyo gelirine sahip. Avea'yla yaptığı anlaşmadan da yılda 5-6 milyon TL gelir bekliyor. Trabzonspor stad reklamlarından da yılda 1.5 milyon TL'lik bir gelir elde ediyor.

SÜPER LİG'İN İLK YARISINDAKİ DERBİ MARATONU

OYNANAN DERBİLER

- 5. haftada Galatasaray – Beşiktaş (12 Eylül)
- 9. haftada Galatasaray –Trabzonspor (18 Ekim)
- 10. haftada Fenerbahçe – Galatasaray (25 Ekim)
- 12. haftada Trabzonspor –Beşiktaş (7 Kasım)
- 13. haftada Beşiktaş - Fenerbahçe (21 Kasım)

OYNANACAK DERBİLER

- 17. haftada ise Trabzonspor- Fenerbahçe (20 Aralık)

