

Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması 2025 yılı 1. çeyrek raporu yayınlandı**Tasarruf sahiplerinin yüzde 86'sı düzenli tasarruf yapıyor**

ING Türkiye, Tasarruf Eğilimleri Araştırması'nın 2025 birinci çeyrek sonuçlarını açıkladı. Araştırmaya göre, tasarrufu olan bireylerin oranı yüzde 54 ile son iki çeyrekle paralellik gösteriyor. Tasarruf sahipleri içinde düzenli tasarruf yapabildiğini belirtenlerin oranı ise geçen yılın son çeyreğine kıyasla 7 puan artarak yüzde 86'ya ulaştı. Tasarrufu olan bireylerin tercihleri incelendiğinde, son iki çeyrek verilerine göre en çok tercih edilen iki tasarruf aracı da sistem dışı yastık altı araçlar olarak öne çıkıyor. İlk sırada yastık altı TL döviz yer alırken ikinci sırada yastık altı altın ve diğer değerli metaller yer alıyor. Yastık altı araçlardan hemen sonra altın ve değerli metaller hesapları, TL vadeli hesaplar ve hisse senetleri geliyor. ING Türkiye Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Tuğçe Bora Kılıç, "Tasarrufa odaklanan ürün ve hizmetlerimizle müşterilerimizin paralarını büyütüyoruz. Turuncu Hesap, esnek yapısıyla müşterilerimize birikimlerini günlük yüksek faizle değerlendirme ve ihtiyaç duydukları anda da vade derdi olmadan kullanma imkânı sunuyor" dedi.

ING Türkiye, sürdürülebilirlik stratejisi kapsamında finansal sağlığa katkıda bulunmak amacıyla 2011 yılından bu yana gerçekleştirdiği ve NielsenIQ iş birliğiyle yakın dönemde yenilediği Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması'nın 2025 yılı birinci çeyrek sonuçlarını açıkladı. 2025 yılı birinci çeyrek sonuçlarına göre, tasarrufu olan bireylerin oranı yüzde 54 ile son iki çeyrekle paralellik gösteriyor. Bu oran, son iki çeyrekte olduğu gibi Türkiye genelinde her iki kişiden birinin tasarruf sahibi olduğunu ortaya koyuyor. Tasarruf sahibi kitleler incelendiğinde 25-44 yaş grubu içinde tasarruf sahipliği son üç çeyrekte artış eğilimindeyken 18-24 yaş grubunda gerileme görülüyor. Tasarrufu olmayan yüzde 46'lık kesimin içinde, yakın zamanda tasarruf etmeyi planlayanların oranı ise geçtiğimiz çeyrekteki düşüşünü toparlayarak yüzde 29'a ulaştı.

Tasarruf sahiplerinde düzenli birikim oranı yüzde 86'ya yükseldi

Araştırma sonuçlarına göre, tasarruf sahipleri arasında düzenli tasarruf yapabildiğini belirtenlerin oranı belirgin biçimde artıyor. 2025'in ilk çeyreğinde bu oran 7 puanlık artışla yüzde 86 seviyesine ulaştı. Tasarruf yapma gerekçeleri arasında "geleceğe yatırım" cevabı yüzde 43 ile ilk sırada yer alırken, yüzde 21 ile "beklenmedik durumlara karşı güvence" ikinci sırada geliyor. Yalnız yaşamayanlar bazında, aynı hanede başka bir bireyin de tasarruf yaptığını belirtenlerin oranı 2 puan artarak yüzde 21'e çıktı. Bu oran kadınlarda yüzde 25, erkeklerde ise yüzde 17 olarak kaydedildi. Yaklaşık her 5 kişiden yalnızca biri, hanesinde başka bir kişinin de tasarruf yaptığını belirtiyor.

Tasarruf sahibi her 5 kişiden 1'inin "TL vadeli mevduat hesabı" bulunuyor

Tasarrufu olan bireylerin tercihleri incelendiğinde, son iki çeyrek verilerine göre ilk sırada yastık altı birikimler yer alıyor. Yüzde 31 oranla "yastık altı altın ve değerli taş/metal" ile "yastık altı döviz ve TL nakit" ilk sırayı paylaşıyor. Bu araçları, yüzde 19 oranla "TL vadeli mevduat" ve yine "altın, değerli taş ve metal hesapları" takip ediyor. Diğer bir deyişle, tasarruf sahibi her beş kişiden biri TL vadeli mevduat hesabına sahip. Yatırım yapanların yüzde 18'i hisse senetlerini, yüzde 11'i bireysel emeklilik fonlarını, yüzde 5'i ise kripto paraları tercih ediyor. Yastık altı tasarruf sahipliği özellikle 55 yaş üzeri grupta en yüksek düzeye ulaşıyor.

Tasarrufu olanların getiri beklentilerinin orta vadeden uzun vadeye kaydığı görülüyor

Tasarrufu olanların getiri beklentilerinin orta vadeden uzun vadeye kaydığı görülüyor. İlk çeyrek sonuçlarına göre uzun vade getiri beklentileri olanların oranı 4 puan artışla yüzde 46'ya yükselirken, orta vade getiri bekleyenlerin oranı yüzde 35'e geriliyor. Finansal durumdan memnuniyet oranı yüzde 42 ile önceki çeyrekle benzer seviyede kaldı. Finansal dengeyi korumak adına "harcamalarımı kontrol ediyorum" diyenlerin oranı yüzde 69 olarak ölçülüyor. Yatırım ürünleri hakkında bilgi sahibi olduğunu belirtenlerin oranı genel katılımcı kitlesinde yüzde 52 olurken, bu oran erkeklerde yüzde 60 ile kadınlara kıyasla 17 puan daha yüksek olarak görülüyor. Katılımcıların yüzde 94'ü bankacılık hizmetlerinden faydalanırken, son bir ayda internet veya mobil bankacılığı kullananların oranı önceki çeyrekle benzer şekilde yüzde 90 seviyesinde görüldü.

Tuğçe Bora Kılıç: "Tasarruf odaklı dijital ürün ve hizmetlerimizle bankacılığı zahmetsiz hale getiriyoruz"

Müşterilerine zahmetsiz bir bankacılık deneyimi sunduklarını belirten **ING Türkiye Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Tuğçe Bora Kılıç**, "Türkiye'nin en sevilen dijital bankası olma hedefiyle ilerliyor, 'Aslan gibi banka, arkada' marka söylemimizle bankacılığı zahmetsiz hale getirerek hayatlarında istediklerini yapabilmeleri için müşterilerimizin yanında olduğumuzu vurguluyoruz. Tasarruf odaklı ürün ve hizmetlerimizle müşterilerimizin paralarını büyütüyoruz. Turuncu Hesap da bu vizyonu yansıtıyor. Bu ürünümüzün esnek yapısıyla müşterilerimize birikimlerini günlük yüksek faizle değerlendirme ve ihtiyaç duydukları anda vade derdi olmadan kullanma imkânı sunuyoruz. Ayrıca Bitmeyen Hoş Geldin Faizi yapısıyla müşterilerimizi, sürekli yüksek faiz almasını destekleyecek farklı bankacılık ürünlerimizden faydalanmaları yönünde teşvik ediyoruz. Bununla birlikte getiri beklentisinin uzun vadeye kaydığını gösteren araştırma verisini de değerli buluyoruz. Uzun vadeli getiriyi önceliklendiren bu eğilim, sermaye piyasalarına olan ilgiyi ve yatırım fonlarına yönelimi de destekliyor. Bu ilgiye paralel olarak müşterilerimizin karar alma süreçlerini desteklemek ve üstün bir müşteri deneyimi sunmak amacıyla yatırım fonksiyonlarımızı geliştirdik. Müşterilerimiz yatırım fonlarının getirilerini karşılaştırabiliyor; varlık dağılımları, işlem bilgileri ve dönemsel performanslarını detaylı şekilde izleyebiliyor. Zahmetsiz çözümlerimizle müşterilerimizin yanında olmaya devam edeceğiz" diye aktardı.

ING Türkiye Hakkında:

Faaliyetlerini ING Grubu'nun, insanların iş ve özel hayatlarında bir adım önde olmalarını mümkün kılma amacıyla gerçekleştiren ING, Türkiye'nin en sevilen dijital bankası olma hedefiyle ilerliyor. Müşterilerine her zaman, her yerden, kolay ve zahmetsiz hizmet sunmayı hedefleyen ING Türkiye, "Sen hayatını yaşa" marka yolu ile insanların hayatında bankacılığın daha az yer tutması gerektiğine dikkat çekerken; "Aslan gibi banka, arkada" söylemiyle de bankacılığı zahmetsiz hale getirerek hayatlarında istediklerini yapabilmeleri için müşterilerinin yanında olduklarını vurguluyor. Stratejisinde üstün müşteri deneyimini ve sürdürülebilirliği önceliklendiren ING Türkiye, Sabancı Üniversitesi İstanbul Uluslararası Enerji ve İklim Merkezi (IICEC), İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği Türkiye (SKD) üyesi ve UN WEPs - Kadını Güçlendirme Prensipleri imzacısı.

ING Grubu Hakkında:

Güçlü bir Avrupa temeline sahip, dünya çapında bir finansal hizmetler şirketi olan ING Grubu, bankacılık faaliyetlerini ING Bank şirketi üzerinden yürütüyor. İnsanları güçlendirerek özel ve iş hayatlarında bir adım önde olmalarını sağlamayı amaçlayan ING Grubu, 100'den fazla ülkede 60 binin üzerindeki çalışanın gücü ile perakende ve kurumsal bankacılık hizmetleri sunuyor. ING Grubu hisseleri Amsterdam (INGA AS, INGA.AS), Brüksel ve New York Menkul Kıymetler Borsası'nda (ADRs: ING US, ING.N) işlem görüyor. Sürdürülebilirliği işinin merkezinde konumlandırmayı hedefleyen ING'nin, MSCI tarafından Ağustos 2024 yılında sağlanan ESG değerlendirmesinde "AA-List" derecelendirmesi bulunuyor. Ayrıca, Aralık 2023 itibarıyla Sustainalytics, ING'nin ESG riskinin yönetimi güçlü olarak değerlendiriyor. Mevcut ESG Risk Derecelendirmesi ise 17,2 (düşük risk). ING Grup hisseleri ayrıca, STOXX, Morningstar ve FTSE Russell gibi önemli sürdürülebilirlik endekslerinde yer alıyor. Dünya düşük karbon ekonomisine geçiyor. Müşterilerimiz ve biz de öyle. Hâlâ finanse ettiğimiz sürdürülebilir olmayan faaliyetler daha fazla olsa da giderek daha çok sürdürülebilir faaliyeti finanse ediyoruz. Nasıl ilerlediğimizi görmek için ing.com/climate.

