

Futbol Sevdası Ekonomik Kriz Dinlemiyor

ING Ekonomik Araştırmalar Bölümü, UEFA Avrupa Futbol Şampiyonası döneminde “Kupa Ekonomisi – Futbol Sadece Futbol Değildir” araştırmasını yayınladı. Araştırmaya göre, Euro Bölgesi’nin ekonomik sorunlarla boğuşan ülkeleri İrlanda, Yunanistan, İspanya ve Portekiz’in taraftarları, takımlarının şampiyonluğunu görmek için kesenin ağzını açmaya hazır.

2012 Avrupa Futbol Şampiyonası, tüm heyecanı ile başladı. ING Grubu, EURO 2012 finallerinde yer alan 16 ülkenin futbola karşı tavrını araştırdı. Peki, Avrupa’nın neresinde futbolun ateşi daha yüksek? Futbolseverler, Euro 2012 şampiyonu olmaya ne kadar değer biçiyor? Favori takımları için ne gibi fedakârlıklar yapmaya hazırlar?

TNS NİPO kamuoyu araştırma şirketi tarafından yürütülen ve EURO 2012’ye katılan 16 ülkede gerçekleştirilen araştırmada, tüketici davranışları ve tavrı ile futbol ilişkisi sorgulandı. Her ülkede yaş, cinsiyet ve gelir seviyesi açısından nüfusu temsil eden yaklaşık 1000 kişiyle görüşülerek hazırlanan anket online olarak yanıtladı.

Elde edilen sonuçlara göre, dünyada ekonomik alanda statü kaybetmesine rağmen Avrupa, iş futbola geldiğinde dünyanın merkezi konumundaki yerini koruyor. FIFA Dünya sıralamasındaki ilk 10 ülkeden 7’si Avrupa’da yer alırken, bu ülkelerin tamamı EURO 2012’ye katılmaya hakkı kazandı.

Kupa kaldırmayı görmeyen bedeli kişi başı ortalama 98 Euro

“Kupa Ekonomisi – Futbol Sadece Futbol Değildir” başlıklı ING araştırması çarpıcı sonuçlar ortaya çıkardı. Euro Bölgesi ekonomik olarak daralmasına rağmen, Avrupalılar milli takımlarını şampiyon görmek için kesenin ağzını açmaya hazır. Araştırmada, “takımlarının şampiyon oluşunu görme karşılığında ne kadar harcama yapabilecekleri” sorusuna verilen cevaplarda kişi başı ortalama 98 Euro’luk bir harcama rakamı ortaya çıktı. En fanatik futbol taraftarlarına sahip İrlanda’da bu rakam kişi başı 297 Euro, İngiltere’de ise 207 Euro oldu. Güney Avrupa bölgesinde Yunanistan 187 Euro, İtalya 167 Euro, İspanya 130 Euro ve Portekiz ise 112 Euro ile ilk sıraları aldılar. Zengin Kuzey Avrupa ülkeleri arasında yer alan ve turnuvanın favorileri arasında gösterilen Almanya 65 Euro, Hollanda 39 Euro, İsveç 34 Euro ve Danimarka 23 Euro harcama ile ortalamanın altında kaldılar.

Şampiyonluk için yıllık gelirinin %1’ini feda etmeye hazır olanlar var

Paranın değeri her yerde aynı değil. Aynı miktar euro ile Portekiz’de İrlanda’da satın alınan dörtte biri kadar daha çok şey alınabiliyor. Polonya’da bir euro ile Danimarka’dakinin 2,5 katı kadar daha çok birim alınabilir. Bu nedenle Euro bazında bir tutar dünyanın her noktasında aynı derecede fedakârlık edildiği anlamına gelmiyor. Buradan hareketle insanlara aynı zamanda, şampiyon olma karşılığında yıllık gelirlerinin %1’inden vaz geçmeye hazır olup olmadıkları soruldu. Bu sayede, fiyat ve gelir düzeylerini göz ardı ederek, yapılan fedakârlığı mukayese edebilme imkânı doğdu. Polonyalıların yarısı (%49) bu zafere ulaşmak için bu gelirden vazgeçmeye razı. Buna karşılık Ukrayna’da bu oran

onda dört (%42), Rusya'da ise üçte bir (%33) oldu. Öte yandan Alman, Fransız (her ikisi de %4) ve Hollandalılar arasında (%2) çok az kişi böyle bir fedakârlığa sıcak bakıyor. Ekonomik anlamda çok sert darbe yemiş olan Yunanlılar (%26) ve İrlandalılar (%29) bile, kendilerine Avrupa şampiyonu denmesi için, bütün bir sene boyunca elde edecekleri satın alma güçlerinin %1'inden vazgeçmeye hazır.

Aksesuarlara ortalama 14 Euro harcıyor

Araştırmada, taraftarların aksesuar harcamalarına ilişkin veriler de elde edildi. Buna göre, bir Avrupalı, şapka, atkı ve tişört için kişi başı ortalama 14 Euro harcıyor. Rusya ve İrlanda'da bu rakam ortalamasının iki katına çıkarken, şampiyonanın ev sahipleri Ukrayna ve Polonya 19 Euro harcama ortalamasıyla bu ülkeleri takip ediyor. Şampiyonanın en iddialı ülkesi İspanya 18 Euro, İtalya ve Yunanistan 16 Euro, İngiltere 15 Euro ile listedeki yerlerini aldılar. En az harcama yapan Almanya 8 Euro, İsveç ve Danimarka 7 Euro, Hollanda ise 4 Euro ile listenin son sıralarında yer aldılar.

Kupa süresince ortalama 28 saat izin kullanılacak

Taraftarların, takımlarını izleyebilmek için işyerlerinden alacakları izin miktarının da incelendiği araştırmada, çalışan her 10 kişiden birinin turnuva için en az birkaç saat izin kullanacağı, turnuva boyunca bu sürenin ortalama 28 saat olacağı hesaplandı.

Ekonomi kötü giderken teselli futbolda

Futbol Avrupa'da sadece para ve zamandan feragat etme anlamına gelmiyor. Güzel oyun aynı zamanda, işler iyi gittiği takdirde, birçok olumlu duyguya da kaynaklık ediyor. On Avrupalıdan altısı (%61) milli takımları maç kazandığı zaman gurur duyuyor. %60'ı ülkelerinde dayanışmanın arttığını gözlemliyor. Arzu edilen sonuçların elde edilmesiyle gurur duygusunun en çok körüklendiği ülkeler Ukrayna (%88), Rusya (%81), Portekiz (%81), Polonya (%77) ve Yunanistan (%74) oldu. İrlandalılar (%29), Almanlar (%33), Fransızlar (%40) ve Hollandalılar (%42) gurur duymak konusunda daha az aceleci.

Dayanışma konusunda da benzer bir tablo var. Sahadaki başarı Portekiz (%77), Polonya (%73), Ukrayna (%71) ve Rusya (%69) vatandaşlarını bir araya getirirken, İrlanda (%35) ve Fransa (%41) toplumlarında daha az dayanışma gözleniyor. Hemen hemen bütün ülkelerde gurur duymak ve dayanışma arasında güçlü bir ilişki var. Bunun çok çarpıcı istisnaları da yok değil: Ukrayna ve Rusya'da gurur duygusu dayanışmadan daha fazla hissediliyor. Almanya ve Hollanda'da ise futbolda elde edilen iyi sonuçlar pek çok kişinin gurur duymasına sebep olmuyor, ama insanları bir araya getiriyor.

Ek: Cevapların dağılımı

Sıralama	Şampiyonluğa biçilen değer (€)	İzinden feragat (gün)	Gelirinin %1'ini feda edenler	Taraftarlık aksesuarları (€)	İşten alınan izin	Gurur %
1	İrl (€ 295)	Ukr (10.2)	Pol (%49)	Rus (€ 31)	Ukr (9.3)	Ukr (%88)
2	İng (€ 207)	Rus (7.9)	Ukr (%42)	İrl (€ 28)	Rus (7.8)	Por (%81)
3	Yun (€ 187)	Pol (6.8)	Rus (%33)	Pol (€ 19)	İrl (4.4)	Rus (%81)
4	İta (€ 167)	Yun (4.8)	İrl (%29)	Ukr (€ 19)	Pol (4.3)	Pol (%77)
5	İsp (€ 130)	Hir (4.6)	Yun (%26)	İsp (€ 19)	İng (2.7)	Yun (%74)

6	Por (€ 112)	İrl (4.3)	Hır (%22)	İta (€ 16)	Hır (2.5)	Hır (%68)
7	Pol (€ 98)	Çek (3.5)	Çek (%16)	Yun (€ 16)	İsp (1.9)	İsp (%67)
8	Fra (€ 91)	Por (2.9)	Por (%12)	İng (€ 15)	Yun (1.7)	Çek (%60)
9	Alm (€ 65)	İta (1.9)	İng (%12)	Fra (€ 11)	Çek (1.6)	İta (%59)
10	Ukr (€ 43)	İng (1.9)	İsv (%9)	Çek (€ 11)	Alm (1.3)	İng (%58)
11	Hol (€ 39)	İsp (1.9)	Dan (%8)	Por (€ 9)	İsv (1.1)	Dan (%56)
12	Hır (€ 37)	İsv (1.9)	İta (%8)	Hır (€ 8)	İta (1.1)	İsv (%55)
13	İsv (€ 34)	Dan (1.3)	İsp (%8)	Alm (€ 8)	Hol (0.8)	Hol (%42)
14	Dan (€ 23)	Alm (1.2)	Fra (%4)	İsv (€ 7)	Fra (0.6)	Fra (%40)
15	Rus (€ 22)	Fra (0.8)	Alm (%4)	Dan (€ 7)	Dan (0.6)	Alm (%33)
16	Çek (€ 14)	Hol (0.5)	Hol (%2)	Hol (€ 4)	Por (0.5)	İrl (%29)

ING Grubu, Bankacılık, Sigorta ve Varlık yönetimi alanlarında faaliyet göstermekte olan dünya çapında bir finansal hizmetler şirkettir. ING Grubu, Avrupa, Asya, Avustralya ve Amerika'da yer alan 40'tan fazla ülkede 94 binin üzerinde çalışana ve 67 milyonun üzerinde müşteriye sahiptir. Her zaman değişime öncülük eden ING Grubu, tüm dünyada faaliyet gösterdiği ülkelerde üretime, girişimciliğe, yenilikçiliğe, yaratıcılığa güç katmak hedefini taşımaktadır.

Sürdürülebilirliği iş modelinin ana prensibi olarak gören ING Grubu, faaliyet gösterdiği toplumlarda çocukların eğitimi, finansal eğitim ve çevre koruma alanlarında birçok program hayata geçirmektedir. UNICEF ile küresel işbirliğinin 6. yılını dolduran ING Grubu, 'ING Chances for Children' programı kapsamında çocukların eğitime erişimini sağlamaktadır. Küresel sorumluluk standartlarına uyumu FTSE4Good ve Dow Jones Sustainability Index gibi kurumlarca da tescillenen ING Grubu 2006 yılında Küresel İlkeler Sözleşmesi Global Compact'a da imza atmıştır. ING Grubu 2007'den beri faaliyetlerini sıfır karbon ayak izi ile sürdürmektedir.

Bilgi için:

Göze Kolunan, Manifesto PR / goze@manifestopr.com.tr / 0507 7898918

Muzaffer Ergun, Manifesto PR / muzaffer@manifestopr.com.tr / 0507 7898921