



## Spor Kulüplerimiz için finansal olmayan destek modelleri...

İzmir futbol kulüpleri için 2025 – 26 sezonu, sportif sonuçlar açısından arzu edilen tabloyu henüz ortaya koymamış olabilir. Ancak bugün yaşanan sorunları yalnızca sahaya, teknik kadrolara ya da anlık performanslara indirgemek, sorunun özünü gözden kaçırmak olacaktır.

Bizce asıl sorun; uzun yıllardır biriken ve artık yapısal hale gelen **ekonomik kırılğanlıklar**, buna bağlı yönetsel eksiklikler ve en önemlisi de **spor kulüplerimizin kent vizyonu, tanıtımı ve ekonomisiyle yeterince entegre edilememesidir**.

Oysa spor kulüplerimiz, yalnızca destek bekleyen yapılar ve sportif organizasyonlar değil, doğru modellerle ele alındığında **kent markasına, tanınırlığına ve ekonomisine olağanüstü katkı sağlayabilecek çok önemli aktörlerdir. Kulüplerimiz, kentimizin en güçlü sosyal kurumları ve ortak hafızasıdır**.

Ne var ki bu büyük potansiyel, sporun paydaşları ve kent karar mekanizmaları tarafından yeterince fark edilmemiş ve bütüncül bir bakışla değerlendirilmemiştir.

Bu yaklaşım eksikliği, sponsorluk ilişkilerinden yatırım talebine, kentin dış algısından iç motivasyonuna kadar uzanan **zincirleme bir değer kaybına** yol açmaktadır.

Dünyada sporun ve özellikle futbolun kent değeri üzerindeki etkisini doğru okuyan şehirler, kulüplerini bir yük olarak değil, **kentlerinin lokomotif** olarak konumlandırmışlardır.

Bu kentler, sporun yarattığı görünürlük ve marka gücünü, turizmden ticarete, kültürden yatırıma uzanan geniş bir etki alanına dönüştürmeyi başarmıştır.

**İzmir olarak, spor kulüplerimizin varlığı ile eşsiz bir hazineye sahibiz. Ve bu hazine, bugün her zamankinden daha fazla ilgiye, korumaya ve akılcı destek modellerine ihtiyaç duymaktadır.**

Bu noktada yapılması gereken, konuyu yalnızca “ekonomik yardım” başlığına sıkıştırmak değildir. Aksine, böyle bir yaklaşım sorumluluğu daraltır ve olayın gerçek değerini küçültür.

Özellikle iş dünyasının da zorlu ekonomik koşullardan geçtiği bir dönemde, **finansal katkının ötesinde onlarca farklı destek modeli** mümkündür.

Veri ve bilgi paylaşımı, iletişim gücü, ortak ağlar ve projeler, görünürlük, iş birlikleri, bu alanlardan yalnızca birkaçıdır.

**Başarılı dünya örneklerinden öne çıkanlar, ufuk açıcıdır.**

**Barcelona**, yalnızca bir futbol kulübü değil, Barcelona kent markasının taşıyıcısıdır. Kulüp; turizm, kültür, tasarım ve şehir pazarlamasıyla **bilinçli biçimde entegre edilmiştir**. Kent, kulübü “**desteklenen**” değil, “**marka ortağı**” olarak görür.

**Dortmund**, bir kentin yeniden ayağa kalkmasında simge rol oynamıştır. Kulüp – kent – iş dünyası ilişkisi **son derece bilinçli ve katılımcıdır**. Stadyum ve maç günleri, yerel ekonominin can damarlarından biridir.

**Manchester**, futbolu, tek kulüp üzerinden değil, United ve City organizasyonları üzerinden **bir ekosistem** olarak ele alır. Spor, kent için **sürekli değer üreten bir sektör** haline gelmiştir. Bu iki kulüp, kentin küresel yüzleridir. Kent tanıtım dili ile kulüplerin dili bilinçli olarak örtüştürülmüştür.

**İzmir’de çok kulüplü yapı bir dezavantaj değil**, City ve United örneğinde olduğu gibi doğru kurgulandığında **en büyük güçtür**.

İzmir kulüpleri, İzmir’in çoğul kimliğini ve tarihsel derinliğini temsil ederler. Bu potansiyel, kent hikayesine sistemli biçimde eklenmelidir.

## **Finansal Olmayan Destek Modelleri İçin Somut Öneriler :**

### **1. Kent – Kulüp Stratejik İş Birliği Platformu:**

Yerel Yönetim, kulüpler, iş dünyası ve üniversitelerin yer aldığı düzenli bir ortak akıl masası kurulabilir ve sporun, kent ekonomisine katkısının düzenli olarak ölçülmesi ve raporlanması sağlanabilir.

Bunun ilk örneği ve metodolojisi; “**İZVAK – İzmir Ekonomi Üniversitesi iş birliği**” ile hayata geçirilen “**İzmir Futbol Kulüplerinin Kent Ekonomisine Etki Araştırması**“ adlı çalışma ile geliştirilmiş ve sonuçları ortaya konmuştur.

### **2. Kulüplerin Kent Tanıtımına Entegrasyonu:**

Bugünün koşullarında destek sadece para değildir. Kulüplerin, kent iletişim kanallarında sürekli görünürlük kazanmaları ve turizm, kültür ve festival takvimlerine entegre edilmeleri, sponsorların, karar aşamalarında kolaylaştırıcı etki sağlayacaktır.

### **3. Kent Gelişim Planları’nın Kulüp Gelişim Planları İle Örtüştürülmesi:**

**İzmir**, yalnızca tarihsel ve kültürel mirasıyla değil, spor ve özelinde futbol geleneğiyle de **Türkiye’nin en özgün ve özel şehirlerinden biridir.**

Her biri farklı bir sosyolojiden doğmuş, fakat aynı kent kimliğini paylaşmakta olan spor kulüplerimiz ortak kent mirası olarak görülmeli , korunmalı ve gelişimleri desteklenmelidir.

**Kulüplerimizi dışarıda bırakan, gelişmelerini desteklemeyen bir vizyon planı, kentin fiziksel altyapısını planlarken ruhsal altyapısını göz ardı ediyor** demektir.

Bir kentin vizyon planı, sadece yolları, binaları değil, insanların tutkularını, aidiyetlerini, kimliğini ve kimliğini ifade edebildiği sosyal yapıları da tasarlamalı, kulüplerin gelişim vizyonlarına uygun planlama alanları oluşturulmalıdır. Yeni nesil “Spor Kampüsleri” ve çok amaçlı tesisler, kentin sosyal merkezleri haline gelmelidir.

**Bu alanların belirlenmesinde mutlaka kulüplerimizin görüşü alınmalı, kulüplerimizin sosyal ve toplumsal gücünden faydalanılmalıdır.**

**Bu planlama vizyonu, “spor kenti” olma iddiasının temel altyapısı olacaktır.**

#### 4. Sponsorluk Anlayışının Yeniden Tanımlanması :

Tek kulüp – tek sponsor yerine, “**Kent markası + Spor + Ticaret**” odaklı çok paydaşlı modellerle sponsorun yalnızca logo değil, “**kentin hikâye ortağı**” olmasını sağlayacaktır.

#### 5. Asırlık Kulüpler İçin “Kültürel Miras” Yaklaşımı:

Kulüplerin tarihinin, müzelerden dijital arşivlere taşınması, genç kuşaklarla bağ kuracak anı projeleri, sporun sosyal yönünün güçlendirilmesi ile daha görünür olacaktır.

İZVAK olarak bakış açımız nettir. Bu sorun yalnızca kulüplerin sorunu değildir. Ortak akılla ve doğru bir vizyonla herkesin kazanacağı modeller kurmak mümkündür.

**Sonuçta; “Kulüpler kazanır, Kent kazanır, İş dünyası kazanır, İzmir kazanır”.**

Bu konuda, öncelikle İzmir Büyükşehir Belediyesi ve İzmir Kalkınma Ajansı liderlik ve sorumluluk üstlenmelidir.

İzmir spor kulüpleri olarak bizler de; bu konuyu, sportif rekabetin çok ötesinde bir kent değeri, bir ortak sorumluluk alanı ve gelecek yatırımları olarak görmeye ve bu vizyona katkı koymaya hazır olduğumuzu belirtiyoruz...

#### İZVAK YÖNETİM KURULU

