



İZMİR KULÜPLERİ, SORUNLAR VE ÖNERİLER

İzmir, 20.07.2026

İZVAK

İzmir Spor Kulüpleri Birliği Vakfı

Lider Centrio

1593/1 Sokak No:6

C Blok Kat:10 Daire:93

BAYRAKLI / İZMİR

0 232 465 08 01

info.izvak@gmail.com

www.izvak.org





İZMİR KULÜPLERİ YOL AYRIMINDA...

Türkiye Profesyonel Futbol Liglerinde mücadele eden İzmir kulüpleri ve İzmir futbolu, belki de tarihinin en kritik dönemlerinden birini yaşamaktadır.

- Altınordu, profesyonel liglerin 2026-27 sezonuna katılmayacağını açıklamış,
- Bucaspor 1928 bir alt lige düşmüş,
- Altay ağır ekonomik sorunlar nedeniyle varlığını sürdürebilmek için yatırımcı arayışını sürdürmekte,
- Karşıyaka, yılların biriktirdiği ağır borç yükü altında genç yönetimiyle ayakta kalma mücadelesi vermektedir.
- Menemen FK yeni bir yatırımcı sürecini yürütmekte,
- Gaziemir FK ve Aliağa FK ise yapılanma çalışmaları devam etmekte,
- Diğer yandan Göztepe ise, örnek ve başarılı kurumsal yapılanması ile gelişmeye devam etmektedir.

Bugün, Göztepe dışındaki İzmir kulüplerinin tamamı, orta ve üst düzeyde yapısal sorunlarla karşı karşıyadır.

Bu tablo, artık tek tek kulüplerin değil, bütün bir kentin sorunudur. Özellikle futbol; şehir ekonomisi, turizm, gençlik, sosyal barış, marka değeri, kültürel miras ve kent aidiyeti gibi birçok ekonomik ve sosyal parametresi olan bir spor dalıdır.

İZVAK olarak İzmir Ekonomi Üniversitesi'nin birlikte gerçekleştirdiğimiz “İzmir Futbol Kulüplerinin Kent Ekonomisine Etki Araştırması” konulu akademik çalışma da açıkça ortaya koymuştur ki, İzmir futbolu doğru planlandığında kent ekonomisine her yıl yüz milyonlarca euroluk ekonomik katkı oluşturabilecek bir potansiyele sahiptir.

Ancak ne yazık ki bu potansiyel bugüne kadar kent kalkınmasının doğal bir parçası haline getirilememiştir.

Dünyanın sporu önceleyen kentlerinde kulüpler yalnızca sportif kurumlar değildir. Şehirlerin tanıtımına, turizmüne, istihdamına ve yatırım iklimine doğrudan katkı sağlayan önemli değerler olarak görülmektedir.

İzmir ise yüz yılı aşan spor kültürüne, milyonları bulan taraftar gücüne ve köklü kulüplerine rağmen bu değeri yeterince değerlendirememektedir.

Artık günü kurtaran çözümler yeterli değildir. İzmir kulüpleri için yeni bir şehir vizyonuna ihtiyaç vardır.

Merkezi ve yerel yönetimlerin, üniversitelerin, odaların, iş dünyasının, yatırımcıların ve sivil toplum kuruluşlarının ortak akıl etrafında buluşacağı kalıcı bir spor ve özelinde futbol ekosistemi oluşturulmalıdır.

Stadyumlar yalnızca maç oynanan yapılar değil, yılın her günü yaşayan ekonomik merkezler haline getirilmelidir.

Kulüplerimizin kurumsal yapıları güçlendirilmeli, devamlılığı olan finansman modelleri oluşturulmalı, gençlik ve altyapı yatırımları teşvik edilmeli, spor turizmi ve kent markalaşması birlikte planlanmalıdır.

Aksi durumda kaybeden, İzmir ekonomisi, gençlerimiz ve yüz yılı aşan spor kültürümüz olacaktır.

Bu süreçte tüm kurumlarımızı, yerel yönetimlerimizi, iş dünyamızı ve İzmir'e gönül veren herkesi ortak sorumluluk almaya davet ediyoruz.

İnanıyoruz ki doğru vizyon, güçlü iş birliği ve kararlı bir iradeyle İzmir kulüpleri yeniden ve daha güçlü şekilde ayağa kalkacaktır. Çünkü kulüplerimiz şehrimizin ortak mirasıdır.

FUTBOL, SADECE BİR OYUN DEĞİLDİR...

İzmir; yüz yılı aşan geçmişleriyle milyonlarca insanın ortak hafızasında yer etmiş kulüpleri, farklı semt kültürlerini yaşatan dostluğu ve sportif rekabeti, köklü spor geleneğiyle Türk sporunun temel taşlarından birini oluşturmuştur.

Son yıllarda yaşanan sportif gerilemeler, ekonomik kırılganlıklar, yatırım eksiklikleri ve kurumsal problemler yapısal bir soruna dönüşmüştür.

Türkiye Profesyonel Futbol Ligleri'nde mücadele eden takım sayımız azalırken, bazı kulüplerimiz ağır mali sorunlarla ayakta kalma mücadelesi vermektedir.

Bu tablo, yalnızca futbol adına değil, İzmir'in ekonomik, sosyal ve kültürel geleceği açısından da üzerinde önemle durulması gereken bir gelişmedir.

Dünyanın gelişmiş şehirleri, kulüplerini, yalnızca sportif kurumlar olarak değil, kentlerinin marka değerini yükselten, ekonomik canlılık oluşturan ve uluslararası görünürlük sağlayan kent paydaşları olarak görmektedir.

İzmir'in de sahip olduğu büyük mirası aynı anlayışla değerlendirmesi artık bir tercih değil, zorunluluktur.

Artık sorun, kulüplerimizi yaşatmanın ötesine geçmiş, başkan ve yöneticilerin bireysel fedakarlıkları boyutunu çoktan aşmıştır.

İZVAK olarak yıllardır dile getirdiğimiz temel yaklaşım şudur:

İzmir'in geleceğinde; kulüplerimizin, kent ekonomisine, şehir planlamasına, turizmine, eğitimine ve toplumsal yaşamına ne ölçüde entegre edilebildiğinin büyük önemi olacaktır.

Bu anlayışla, sorunları yalnızca dile getirmekle yetinmedik. Yaptığımız çalışmalardaki birincil amacımız, konunun önemine dikkat çekmek ve daha fazla farkındalık yaratmaktır.

Bu çalışmaların ortak sonucu şunu göstermiştir: **Kulüplerimizi yalnız bırakarak değil, onları kentin kalkınma sisteminin doğal bir parçası hâline getirerek kalıcı çözümler üretebiliriz.**

İzmir'in bütün kulüplerini, yerel yönetimleri, merkezi yönetimi, iş dünyasını, üniversiteleri, meslek odalarını, sivil toplum kuruluşlarını ve taraftarları aynı hedef etrafında buluşturacak yeni bir anlayışın kapısı aralanmalıdır.

Güçlü kulüpler; daha güçlü bir kent ekonomisi, daha fazla yatırım, daha yüksek uluslararası görünürlük, daha fazla sosyal dayanışma ve gençlerimiz için daha umutlu bir gelecek demektir.

Bu belge, bir kriz bildirisi veya bir yakınma metni değildir. İzmir kulüplerinin ve özel olarak İzmir Futbolu'nun geleceğine ilişkin ortak bir vizyon önerisidir. Bu nedenle "futbol" odaklı olarak hazırlanmış, yoğunlukla "İzmir Futbolu" kavramı kullanılmıştır.

Verilecek kararlar, yalnızca kulüplerimizin değil, İzmir'in gelecek nesillere bırakacağı spor kültürünü, kent ekonomisini ve ortak hafızasını da şekillendirecektir.

YENİ BİR KARAR ZAMANI...

Geçmişte de kulüpler küme düştü, yönetimler değişti, zor dönemler geçirildi. Ancak bugün karşı karşıya bulunduğumuz tablo, geçici bir sportif başarısızlığın ötesindedir.

Bu tablo, kent planlaması ile spor politikalarının birbirinden kopuk yürütülmesinin ve dünya trendlerinin tam tersi olarak, futbolun şehir ekonomisinin doğal bir paydaşı olarak görülememesinin sonucudur.

İzmir kulüpleri artık yalnızca bir lig mücadelesi vermemektedir. Asıl mücadele, varlığını sürdürebilme, rekabet gücünü koruyabilme ve gelecek kuşaklara güçlü kulüpler bırakabilme mücadelesidir.

Tam da bu nedenle bugün, yeni bir karar verme zamanıdır.

Ya bugüne kadar uygulanan yöntemlerle devam edecek ve her yıl biraz daha güç kaybedeceğiz.

Ya da futbolu yalnızca kulüplerimizin değil, İzmir'in ortak geleceğinin bir parçası olarak gören yeni bir anlayış geliştireceğiz.

İşte bu belge, ikinci yolu tercih edenlerin ortak çağrısıdır.

İZVAK

İzmir Spor Kulüpleri Birliği Vakfı

Yönetim Kurulu



İZMİR KULÜPLERİ, SORUNLAR VE ÖNERİLER...

Bugün İzmir kulüplerine ve futboluna bütüncül bir yaklaşımla bakıldığında, karşımıza düşündürücü bir tablo çıkmaktadır.

Bazı kulüplerimiz ağır mali yükler altında faaliyetlerini sürdürmeye çalışırken, bazıları yeni yatırımcı arayışlarına yönelmiş, bazıları ise yeniden yapılanma süreçlerine girmiştir.

Bu durum aynı zamanda; genç oyuncular için fırsatların azalmasına, spor ekonomisinin küçülmesine, sponsorluk değerlerinin düşmesine, yerel ticaretin zayıflamasına ve şehir görünürlüğünün azalmasına neden olmaktadır.

Oysa İzmir, potansiyel olarak, Türkiye'nin en güçlü spor ve özelinde futbol şehirlerinden biridir. Milyonlarla ifade edilen aidiyeti yüksek taraftar kitlesi, yüz yılı aşan spor kültürü ve yetişmiş insan kaynağı ile İzmir, güçlü bir spor kenti kimliğine sahiptir.

Sorun potansiyelin eksikliği değildir. Sorun, bu potansiyelin ortak bir hedef ve vizyon doğrultusunda harekete geçirilememesidir.

1.1. Sorun, kent sorunudur ...

İzmir Kulüplerinde ve futbolunda yaşanan gelişmeleri yalnızca kulüplerimizin iç sorunu olarak değerlendirmek, sorunun gerçek boyutunu görememek anlamına gelir.

Çünkü günümüzde futbol, bir spor faaliyetinin çok ötesine geçmiş, şehirlerin ekonomik gelişimine, uluslararası tanıtımına, turizmine, yatırım ortamına ve sosyal yaşamına doğrudan katkı sağlayan en önemli sektörlerden biri hâline gelmiştir.

Bugün dünyanın birçok gelişmiş kentinde spor kulüpleri; şehir markasının taşıyıcısı, turizmin destekleyicisi, yatırımcıların dikkatini çeken sosyal aktörler, gençlik politikalarının önemli paydaşları ve kültürel mirasın temsilcileri olarak görülmektedir. Bu nedenle sorun, kentin ortak sorunudur. Çözüm, yalnızca kulüplerden beklenmemelidir.

Yerel ve merkezi yönetimler, iş dünyası, üniversiteler, meslek kuruluşları, medya, taraftarlar ve sivil toplum kuruluşları aynı hedef doğrultusunda hareket etmek zorundadır.

1.2. Sporun gerçek değeri, yalnızca skor tabelasında ölçülemez...

Her küme düşen takım, yalnızca bir ligi kaybetmez. Şehir de bir değer kaybeder.

Azalan her profesyonel kulüp, daha az ekonomik hareketlilik, daha az sponsorluk, daha az turizm, daha az medya görünürlüğü, daha az yatırım anlamına gelir.

Kaybettiğimiz yalnızca puanlar değildir. Kaybettiğimiz; bir asrı aşan kulüp kültürümüz, semtlerimizin ortak hafızası ve İzmir'in nc kimliğidir.

Yapılan bilimsel çalışmalar, sporun doğru yönetildiğinde kent ekonomisine çok önemli katkılar sağlayabileceğini ortaya koymaktadır.

İZVAK ile İzmir Ekonomi niversitesi iş birliğiyle hazırlanan **“İzmir Futbol Kulüplerinin Kent Ekonomisine Etki Araştırması”** konulu akademik alışma, İzmir futbolunun ekonomik değer üretme kapasitesinin bugünle kıyaslanmayacak ölçüde yüksek olduğunu göstermektedir.

Bu nedenle bugün vermemiz gereken mücadele yalnızca kulüplerimizi yaşatmak değildir. Asıl mücadele, İzmir'in ortak mirasını koruma mücadelesidir.

2. NEDEN BURAYA GELDİK..?

2.1. Yapısal Sorunların Birikimi

Bugün İzmir futbolunun karşı karşıya bulunduğu tablo, uzun yıllar boyunca biriken yapısal sorunların, ertelenen kararların ve değişen futbol ekonomisine yeterince uyum sağlanamamasının doğal sonucudur.

Profesyonel futbol, son otuz yılda büyük bir dönüşüm yaşamıştır. Kulüpler artık yalnızca sportif başarıyla değil, kurumsal yönetim, sürdürülebilir finansman, veri yönetimi, uluslararası pazarlama, taraftar deneyimi ve marka yönetimi gibi birçok alanda da rekabet etmektedir.

Ne yazık ki ülkemizde olduğu gibi İzmir'de de kulüplerimizin önemli bir bölümü bu dönüşüme hazırlıksız yakalanmıştır.

Ancak, sorun yalnızca ekonomik değildir. Yönetim modellerinden gelir çeşitliliğine, tesis planlamasından sponsorluk anlayışına kadar pek çok alanda günümüzün ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanan bir yapı ortaya çıkmıştır.

Oysa İzmir, bu dönüşümü gerçekleştirebilecek şehirlerin başında gelmektedir. İhtiyacımız olan, günü kurtaran çözümler değil, yapısal dönüşümdür.

2.2. Finansal Kötüleşme

Kulüplerimizin yaşadığı mali sorunlar, çoğu zaman borç rakamları üzerinden tartışılmaktadır. Oysa finansal kötüleşme, yalnızca borç miktarıyla açıklanabilecek bir sorun değildir. Asıl sorun, kalıcı gelir modellerinin yeterince geliştirilememiş olmasıdır.

Uzun yıllar boyunca kulüplerimizin gelir yapısı; yayın gelirlerine, oyuncu satışlarına, dönemsel sponsorluklara, başkan ve yönetici katkılarına, kısa vadeli kaynak arayışlarına dayalı olarak şekillenmiştir. Bu model, ekonomik koşulların ağırlaştığı dönemlerde doğal olarak kırılgan hâle gelmektedir.

Bugün artık dünyada başarılı kulüpler; ticari faaliyetlerden, stadyum ekonomisinden, dijital üyeliklerden, veri odaklı pazarlamadan, uluslararası iş birliklerinden, lisanslı ürünlerden, deneyim ekonomisinden gelir üreten kurumlara dönüşmektedir.

İzmir kulüplerinin de benzer bir dönüşümü gerçekleştirmesi kaçınılmazdır. Ancak bunun yalnızca kulüplerin kendi imkânlarıyla başarılması kolay değildir. Şehrin bütün ekonomik aktörlerinin bu dönüşüm sürecinin paydaşı olması gerekmektedir.

2.3. Kent Vizyonundan Kopuş

İzmir'in kalkınma vizyonu ile İzmir kulüplerinin gelişim vizyonu uzun yıllardır birbirinden ayrı alanlar olarak değerlendirilmiştir. Oysa gelişmiş şehirlerde durum tam tersidir.

Kent planlaması yapılırken; üniversiteler, kültür kurumları, sanayi, turizm, ulaşım ve spor birlikte düşünülmektedir.

Çünkü şehirler yalnızca yolları ve binalarıyla değil, kültürü, sosyal yaşamı ve ortak aidiyet duygusuyla gelişir. Spor kulüpleri de bu aidiyetin en güçlü taşıyıcılarından biridir.

Bu nedenle kentin vizyon planları hazırlanırken spor kulüpleri paydaşlardan biri olarak görülmelidir. Kulüpleri dışarıda bırakan bir kent vizyonu, kentin fiziksel altyapısını planlarken sosyal ve kültürel altyapısını ihmal etmiş olur.

2.4. Futbolun Kent Ekonomisine Entegre Edilememesi

Belki de üzerinde en fazla durulması gereken konu budur. Çünkü bugüne kadar kulüplerimiz, şehir ekonomisinin doğal bir parçası olarak ele alınmamıştır.

Bir futbol kulübü, şehrin tanıtımıdır, turizmdir, istihdamdır, perakende sektörüdür. Konaklama ve ulaşımıdır. Yeme-içme sektörüdür. Kültür, ekonomi ve şehir markasıdır.

İZVAK ile İzmir Ekonomi Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen ortak araştırmada, İzmir futbolunun kent ekonomisine önemli katkılar üretebilecek bir potansiyele sahip olduğunu bilimsel olarak ortaya konmuştur.

Yapılması gereken, kulüplerimizi ve futbolu ekonomik yük olarak görmekten vazgeçmek ve onu kent ekonomisinin ayrılmaz bir parçası hâline getirmektir.

2.5. Çok Kulüplü Yapının Değerlendirilememesi:

İzmir'in en önemli avantajlarından biri de çok kulüplü yapısıdır. Bu çeşitlilik, bugüne kadar çoğu zaman yalnızca rekabet ekseninde değerlendirilmiştir. Oysa dünyadaki başarılı örnekler göstermektedir ki, aynı şehirde birden fazla köklü kulübün bulunması, güçlü bir şehir markası demektir.

İzmir'in çok sesli futbol kültürü, ulusal ve uluslararası görünürlüğünü artıracak eşsiz bir değerdir.

2.6. Yönetimsel Hatalar

İzmir kulüplerinin bugün karşı karşıya bulunduğu sorunların temelinde uzun yıllar boyunca biriken yönetimsel eksiklikler de bulunmaktadır.

Kulüplerimizin önemli bir kısmı, günlük sorunlara çözüm üretmeye odaklanırken uzun vadeli planlama kültürünü yeterince geliştirememiştir. Transfer dönemleri, seçim süreçleri, sportif sonuç baskısı ve kısa vadeli beklentiler, yönetim anlayışının önüne geçmiş, kurumsal hafıza ve istikrarlı yönetim modelleri oluşturulamamıştır.

Birçok kulüpte yönetim hâlâ kişilere bağlı olarak şekillenmekte, kurumsal yapı ve profesyonel yönetim mekanizmaları yeterince geliştirilememektedir. Oysa çağdaş futbol yönetimi, yalnızca sportif kararları değil, finansal planlamayı, risk yönetimini, insan kaynaklarını, iletişimi ve marka planlamasını birlikte yönetebilen kurumsal bir organizasyon yapısını gerektirmektedir.

Diğer önemli bir sorun ise şeffaflık alanında yaşanmaktadır. Mali tabloların düzenli biçimde paylaşılmaması, güven ortamını zedelemekte, yatırımcıların, sponsorların ve iş dünyasının kulüplere olan ilgisini azaltmaktadır. Güven üretmeyen kurumların kaynak üretmesi de giderek zorlaşmaktadır.

Ayrıca sportif başarı, çoğu zaman yapısal dönüşümün sonucu olarak değil, mevcut ekonomik sorunları ertelemenin bir aracı olarak görülmektedir. Kısa vadeli başarı beklentisiyle yapılan yüksek maliyetli transferler ve plansız harcamalar, birçok kulübün finansal dengesini daha da bozmuş, ekonomik sorunlar derinleştikçe sportif başarı da sürdürülebilir olmaktan çıkmıştır. Böylece kulüpler, birbirini besleyen ekonomik ve sportif bir kısır döngü içine girmiştir.

Oysa dünyadaki başarılı kulüp modelleri incelendiğinde ortak nokta açıktır. Kalıcı başarı, güçlü başkanlardan çok güçlü kurumlara, dönemsel kararlarla değil, kurumsallaşmış yönetim kültürüyle sağlanmaktadır.

Bu nedenle İzmir kulüplerinin geleceğinde ihtiyaç duyulan en önemli dönüşümlerden biri, başkan odaklı yönetim anlayışından kurumsal akıl odaklı yönetim modeline geçiştir.

3. KULÜPLERİMİZİ NASIL KONUMLANDIRIYORUZ..?

Spor kulüplerinin karşı karşıya olduğu sorunlara ilişkin yapılan tartışmaların önemli bir bölümü, ekonomik sıkıntılar üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Borçlar, Gelir yetersizlikleri, Transfer yasakları, Sponsor eksiklikleri... Bunların tamamı gerçektir. Ancak bunlar, daha derindeki yapısal problemlerin görünen sonuçlarıdır.

Arka plandaki gerçek sorunu anlamak için önce şu soruya cevap aramalıyız : **Kulüplerimizi ve Futbolu, kent için nasıl konumlandırıyoruz?**

Eğer kulüplerimizi yalnızca destek bekleyen sportif organizasyonlar olarak görmeye devam edersek, her ekonomik kriz yeni sorunlar üretecektir. Bu döngüden çıkış yolu, fayda üreten başka bir bakış açısına geçmektir.

4. SWOT ANALİZİ

GÜÇLÜ YÖNLER

- Yüz yılı aşan köklü kulüp kültürü
- Milyonlara ulaşan taraftar potansiyeli
- Türkiye'nin en güçlü altyapı ve yetiştirme geleneği
- Çok kulüplü şehir yapısı ve güçlü rekabet kültürü
- Coğrafi konum, ulaşım ve yaşam kalitesi avantajı
- Üniversiteler, sanayi ve iş dünyasının varlığı
- Uluslararası yatırımcılar açısından cazip şehir kimliği güçlü varlığı

ZAYIF YÖNLER

- Kulüplerin yüksek borç yükü
- Sürdürülebilir gelir modellerinin yetersizliği
- Kurumsallaşma ve profesyonel yönetim eksiklikleri
- Tesis ve stadyum altyapısındaki eksiklikler
- Dijital dönüşümün yetersiz olması
- Kulüpler arasında ortak hareket kültürünün sınırlı olması
- Sporun kent ekonomisine yeterince entegre edilememesi

FIRSATLAR

- Spor ekonomisinin hızla büyümesi
- Spor turizmi ve etkinlik ekonomisinin gelişmesi
- Dijitalleşme ve yapay zekâ uygulamaları
- Uluslararası yatırımcı ve sponsorluk imkanları
- Üniversite-sanayi-kulüp iş birlikleri
- İzmir'in spor şehri markası oluşturma potansiyeli

TEHDİTLER

- Profesyonel liglerde temsil gücünün azalması
- Kulüplerin mali krizlerinin derinleşmesi
- Artan ekonomik belirsizlik ve finansman maliyetleri
- Rekabet gücünün diğer şehirler karşısında zayıflaması
- Spor tesisi yatırımlarının gecikmesi
- Tarihi kulüplerin sportif ve ekonomik değer kaybetmesi

SWOT ANALİZİ DEĞERLENDİRME

Bu analiz, İzmir futbolunun temel sorununun **mevcut potansiyelin etkin biçimde değerlendirilememesi** olduğunu göstermektedir.

İzmir; köklü kulüpleri, güçlü taraftar kültürü ve çok kulüplü yapısıyla Türkiye'nin en önemli futbol kentlerinden biridir. Buna karşın finansal problemler, kurumsal eksiklikler ve kent ekonomisiyle yeterince bütünleşememiş olması, bu potansiyelin daha güçlü bir değere dönüşmesini engellemektedir.

Bu nedenle öncelikli hedef, mevcut güçlü yönleri koruyarak fırsatları değerlendiren bütüncül bir **İzmir Futbol Sistemi** oluşturmaktır. Böyle bir yaklaşım, kulüplerimizin kente sağlayacağı katkıyı önemli ölçüde artıracaktır.

5. ORTAK SORUNLAR

Her kulübün kendine özgü tarihi, mali yapısı, taraftar profili ve yönetim modeli bulunmasına rağmen, karşılaşılan temel sorunlar büyük ölçüde ortaktır.

Bu durum, çözümün de yalnızca kulüp bazlı değil, sistem düzeyinde ele alınması gerektiğini göstermektedir.

Kulüplerimizin yaşadığı mali zorluklar, yönetim değişiklikleri, tesis eksiklikleri veya sportif dalgalanmalar birbirinden bağımsız değildir. Bunların tamamı, aynı sorunların farklı alanlarda ortaya çıkan sonuçlarıdır.

5.1. BORÇ YAPISI :

Borç, çoğu zaman sorunun kendisi olarak görülmektedir. Oysa borç, çoğunlukla başka sorunların sonucudur.

İzmir kulüplerinin önemli bir bölümü, yayın gelirleri, transfer gelirleri, dönemsel sponsorluklar, başkan ve yönetici katkıları gibi sürekliliği sınırlı kaynaklara bağımlı bir ekonomik yapı içerisinde faaliyet göstermektedir. Bu model, ekonomik dalgalanmalara karşı kulüpleri son derece hassas hale getirmektedir.

Gelişmiş futbol ekonomilerinde ise borç yönetimi, gelir çeşitliliğiyle dengelenmektedir.

5.2. GELİR KAYNAKLARININ ÇEŞİTLENDİRİLMESİ

Bugünün futbol ekonomisi yalnızca maç günü gelirlerinden oluşmamaktadır.

Modern kulüpler, stadyum ekonomisi, oyuncu yetiştirme ve geliştirme, uzun vadeli iş ortaklığı anlayışına dayalı sponsorluklar gibi çok sayıda gelir kaynağı oluşturabilmektedir.

Oysa İzmir kulüplerinin önemli bölümü ise hâlen geleneksel gelir kalemlerine bağımlı durumdadır. Bu nedenle öncelikle gelir çeşitliliğinin sağlanması hedeflenmelidir.

5.3. YÖNETİM MODELİ

Futbol kulüpleri artık yalnızca sportif organizasyonlar değildir. Aynı zamanda büyük ölçekli sosyal işletmelerdir. Dolayısıyla yönetim anlayışının da buna uygun dönüşmesi gerekmektedir.

Kulüplerimizde gönüllülük kültürü büyük bir değer olmakla birlikte, profesyonel yönetim kapasitesinin de güçlendirilmesi gerekmektedir. Başkanlar ve yönetimler değişse bile kurumun bilgi birikimini ve kulüp hafızasını koruyan yapılar oluşturulmalıdır.

5.4. TESİSLEŞME

Kulüplerimizin önemli bir bölümü hâlen kendi tesis altyapısına sahip değildir.

Modern futbol ekonomisinde tesisler yalnızca antrenman yapılan alanlar değildir. Onlar; gelir üreten, eğitim veren, taraftarı buluşturan, şehir yaşamını zenginleştiren çok fonksiyonlu merkezlerdir.

Özellikle yeni nesil spor kampüsleri, altyapı merkezleri ve çok amaçlı yaşam alanları geleceğin öncelikli yatırımları olmalıdır. Kamu mülkiyetindeki uygun arazilerin, tesisleşme amaçlı olarak kulüplere tahsisi konusunda şehrin bütün dinamiklerinin hedef ve amaç birliği içerisinde hareket etmesi zorunluluktur.

5.5. ALTYAPI VE YETENEK GELİŞİMİ

İzmir, Türkiye'nin en önemli futbolcu yetiştiren şehirlerinden biridir. Bu tarihsel avantajın korunması ve geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Altyapı yalnızca sporcu yetiştiren bir sistem değildir. Aynı zamanda, gençlerimizi hayata hazırlayan, eğitim, bilim, sağlık, beslenme, disiplin gelişim merkezleridir.

5.6. DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Futbol artık yalnızca sahada oynanmamaktadır. Dijital platformlarda da büyük bir rekabet yaşanmaktadır. Bugün; taraftar ilişkileri, bilet satışları, üyelik sistemleri, lisanslı ürünler, sponsor görünürlüğü, yapay zekâ uygulamaları ve dijital içerik üretimi kulüplerin rekabet gücünü belirleyen temel alanlar hâline gelmiştir. İzmir kulüplerinin bu dönüşüme birlikte hazırlanması gerekmektedir.

5.7. KURUMSALLAŞMA

Kurumsallaşma, bilginin korunması, süreçlerin tanımlanması, ölçülebilir ve denetlenebilir hedefler oluşturulması, şeffaf yönetim, etik ilkeler, bağımsız denetim ve devamlılığı olan karar mekanizmalarının oluşturulmasıdır. İzmir futbolunun geleceği, güçlü kişiliklerden çok güçlü kurumlara bağlıdır.

5.8. KENT VİZYONUNA GERİ DÖNÜŞ

İzmir kulüpleri, şehir planlaması ve kent ekonomisi içerisinde hak ettiği konumda değildir. Oysa gelişmiş şehirlerde spor; ulaşım, turizm, kültür, gençlik, ekonomi ve teknoloji politikalarının ayrılmaz parçasıdır.

Kulüpleri yalnızca mali destek bekleyen kurumlar olarak görmek yerine, kent markasının, turizmin, kültürün ve yerel ekonominin ortakları olarak değerlendirmek gerekmektedir. Bu çerçevede kent-kulüp iş birliği platformu, kulüplerin kent tanıtımına entegrasyonu ve kent gelişim planlarıyla kulüp gelişim planlarının birlikte ele alınması temel politika önerileri olarak öne çıkarılmalıdır.

İzmir'in sahip olduğu çok kulüplü yapı, doğru planlandığında önemli bir kalkınma avantajına dönüşebilir. Bu nedenle spor politikaları ile kent politikaları yeniden bütünleştirilmelidir.

5.9. TEMEL BULGULAR

- Kulüplerimizin karşı karşıya olduğu sorunlar büyük ölçüde ortaktır.
- Finansal sorunlar, daha derin yapısal eksikliklerin sonucudur.
- Gelir çeşitliliği ve kurumsal kapasite yetersizdir.
- Tesisleşme ve altyapı yatırımları başarının devamlılığı için kritik önemdedir.
- Kulüpler, kent ekonomisinin ve şehir vizyonunun bir parçası hâline getirilememiştir.

6. DÜNYADAKİ BAŞARILI ŞEHİR MODELLERİ

Bugün dünyanın başarılı şehirlerine baktığımızda ortak bir anlayış görürüz. Başarılı hiçbir kent, kulüplerini yalnız bırakmamış, kulüplerini yalnızca sportif kurumlar olarak görmemiştir.

6.1. ORTAK ÖZELLİKLER :

Dünyanın başarılı futbol şehirleri incelendiğinde dikkat çekici bir ortak özellik görülmektedir.

Bu şehirlerde kulüpler yalnızca sportif başarı elde eden organizasyonlar değildir. Onlar, şehir ekonomisinin, kent markasının, turizmin, kültür politikalarının doğal paydaşlarıdır.

Dolayısıyla bu şehirlerde belediyeler, üniversiteler, ticaret odaları, yatırımcılar ve kamu kurumları kulüplere yalnızca mali destek sağlamazlar. Asıl yaptıkları şey, kulüplerin değer üretmesini sağlayacak sistemi kurmaktır.

6.2. ŞEHİRLER :

6.2.1. BARCELONA

Futbolu Kent Markasının Parçası Haline Getirmek...

Barcelona modeli dünyadaki en başarılı şehir markası örneklerinden biridir. Başarı yalnızca kulübün sportif gücünden kaynaklanmaz. Asıl başarı; şehir ile kulübün aynı hikâyeyi anlatabilmesidir.

Barcelona Belediyesi, turizm otoriteleri, ticaret kuruluşları, kültür kurumları ve kulüp aynı marka dilini kullanmaktadır.

Barcelona denildiğinde; mimari, Akdeniz yaşamı, tasarım, gastronomi, kültür ve futbol birlikte algılanmaktadır.

Kulüp şehri tanıtır. Şehir kulübü büyütür. Bu karşılıklı ilişki yıllar içinde ekonomik değere dönüşmüştür.

İzmir İçin Çıkarımlar

- İzmir tanıtım kampanyalarında kulüpler yer almalıdır.
- Spor turizmi şehir markasının parçası olmalıdır.
- Ortak iletişim dili oluşturulmalıdır.

6.2.2. BILBAO

Yerel Kimlik ve Aidiyet...

Bilbao modeli ekonomik büyüklükten çok, kimlik yönetimi açısından önemlidir. Kulüp yalnızca futbol takımı değildir. Bölgesel kültürün temsilcisidir.

Kentte yaşayan insanlar kulübü sahiplenir. Belediye, iş dünyası ve üniversiteler aynı kültürel değer etrafında birleşir.

İzmir İçin Çıkarımlar

İzmir'in semt kültürü çok güçlüdür. Göztepe, Karşıyaka, Altay, Altınordu, İzmirspor, Bucaspor, Menemen, Aliağa ve diğerleri aynı şehir kimliğinin farklı renkleridir. Bu çeşitlilik korunmalıdır.

6.2.3. MANCHESTER

Çok Kulüplü Kent Modeli...

Manchester'ın başarısı yalnızca iki büyük kulübe sahip olması değildir. Başarı, iki kulübün aynı şehir markasını büyütebilmesidir.

City ve United rekabet eder. Ancak Manchester kent markası kulüplerle birlikte büyür. Şehir yönetimi bunu destekler. Turizm, ulaşım, altyapı, uluslararası tanıtım ortak olarak planlanır.

İzmir İçin Çıkarımlar

İzmir'in çok kulüplü yapısı dezavantaj değildir. En büyük rekabet üstünlüğüdür.

6.2.4. DORTMUND

Futbol ve Yerel Ekonomi...

Borussia Dortmund, sanayi dönüşümünü futbol sayesinde destekleyen şehirlerden biridir. Maç günü ekonomisi, ulaşım, konaklama, perakende, restoranlar, şehir merkezi için önemli gelir oluşturur.

İzmir İçin Çıkarımlar

Stadyum ekonomisi yeniden planlanmalıdır. Maç günü ekonomisi ayrı sektör olarak görülmelidir.

6.2.5. AMSTERDAM

Akademi ve Bilgi Ekonomisi...

Amsterdam modeli, altyapı, oyuncu geliştirme, üniversite iş birlikleri, veri analizi üzerine kuruludur. Ajax yalnızca futbol takımı değildir. Bilgi üreten bir kurumdur.

İzmir İçin Çıkarımlar

Üniversiteler daha fazla rol üstlenmelidir.

6.2.6. PORTO

Uluslararası Ağlar...

Porto; oyuncu geliştirme, uluslararası scouting, ihracat, uluslararası sponsorluk alanlarında başarılı örnek oluşturmuştur.

İzmir İçin Çıkarımlar

Uluslararası yatırımcı ağı oluşturulmalıdır.

6.2.7. LİZBON

Şehir Diplomasisi...

Lizbon futbolu; turizm, kongre, kültür, uluslararası etkinliklerle birlikte yönetmektedir.

İzmir İçin Çıkarımlar

Spor diplomasisi geliştirilmelidir.

6.2.8. KOPENHAG

Yeşil Stadyumlar ve Sürdürülebilirlik...

Kopenhag; çevreci tesisler, bisiklet ulaşımı, enerji verimliliği, karbon nötr etkinlikler üzerine çalışmaktadır.

İzmir İçin Çıkarımlar

Yeni tesisler sürdürülebilirlik esasına göre planlanmalıdır.

6.2.9. MELBOURNE

Çok Branşlı Spor Şehri...

Melbourne yalnızca futbol değil, tenis, Formula 1, kriket, rugby, basketbol ile yaşayan spor ekonomisine sahiptir. Şehir bütün sporları aynı stratejiyle yönetmektedir.

İzmir İçin Çıkarımlar

İzmir yalnızca futbol değil, spor şehri vizyonu geliştirmelidir.

6.2.10. TOKYO

Teknoloji ve Spor...

Tokyo; yapay zekâ, akıllı stadyum, 5G, dijital taraftar deneyimi, robot teknolojileri konusunda dünyanın öncü şehirlerinden biridir.

İzmir İçin Çıkarımlar

Teknoparklar, üniversiteler, girişimcilik ekosistemi spor ekonomisine entegre edilmelidir.

6.3. ORTAK BAŞARI FORMÜLÜ

Şehirler, kulüpler, kültürler farklıdır. Ancak başarılı şehirlerin ortak özellikleri dikkat çekicidir.

Ortak Noktalar

- Futbol şehir markasının parçasıdır.
- Belediye aktiftir.
- Üniversiteler aktiftir.
- İş dünyası aktiftir.
- Turizm aktiftir.
- Ulaşım planlanmaktadır.
- Ortak veri kullanılmaktadır.
- Dijitalleşme yüksektir.
- Sponsorluk ekosistem yaklaşımıyla yönetilmektedir.
- Kulüpler rakip değil, şehir markasının ortaklarıdır.

6.4. İZMİR'İN FARKI VE AVANTAJLARI

İzmir'in sahip olduğu en büyük avantaj, çoğu zaman yanlış değerlendirilen çok kulüplü yapısıdır. Bu çeşitlilik, İzmir'i Türkiye'de benzersiz kılmaktadır.

Her kulübümüz farklı bir semtin hafızasını, farklı bir sosyal dokuyu, farklı bir kültürel geçmişi, aynı şehir kimliği altında yaşatmaktadır.

Dünyada pek çok şehir, tek bir kulübün oluşturduğu marka değerini büyütmeye çalışırken, İzmir, birbirinden farklı tarihî kimliklere sahip çok sayıda köklü kulübü aynı kent markası altında buluşturabilecek eşsiz bir potansiyele sahiptir.

Hedefimiz, güçlü kulüplerin birbirini beslediği, iş dünyasının yatırım yaptığı, üniversitelerin bilgi ürettiği, yerel yönetimlerin paydaş olduğu, taraftarın yalnızca tribünde değil, şehir yaşamının her alanında kulübüyle bağ kurduğu bir model inşa etmek olmalıdır.

6.5. İZMİR MODELİ

İzmir, Barcelona, Manchester veya Bilbao olmayacaktır. Çünkü İzmir'in kendi tarihi, kendi kültürü, kendi kulüpleri, kendi taraftarı, kendi sosyolojisi vardır.

Dolayısıyla hedefimiz, başka şehirleri kopyalamak değil, özgün “İzmir Modeli”ni oluşturmak olmalıdır. Esasen “İZVAK” örgütlenmesinin temel motivasyonu ve vizyonu budur.

Başarılı şehirler güçlü kulüpler sayesinde büyür. Güçlü kulüpler de, şehirler onları doğru bir sistem içinde büyüttüğü için başarılı olur.

İzmir Modeli;

- Çok kulüplü yapıyı rekabet avantajına dönüştüren,
- İş dünyasını yatırım ortağı hâline getiren,
- Yerel Yönetimlerin planlama ve geliştirme anlamında paydaş olduğu,
- Üniversiteleri bilgi üreten,
- Taraftarı ise yalnızca izleyen değil, süreçlere pozitif katkı sağlayan,
- Türkiye'nin ilk şehir temelli spor örgütlenmesi modeli olacaktır.

7. EYLEM ÇAĞRISI...

7.1. YARDIM DEĞİL, YATIRIM...

Uzun yıllardır spor kulüplerine yönelik yaklaşım büyük ölçüde “yardım” kavramı üzerine kurulmuş, çözüm, çoğu zaman nakdî yardım, bağış veya kısa vadeli sponsorluk arayışlarında aranmıştır. Bu anlayış, belirli dönemlerde kulüplerimizin ayakta kalmasına katkı sağlamış olsa da kalıcı bir çözüm üretememiştir.

Sorulması gereken soru şudur: “Kulüplere ne kadar yardım edebiliriz?” değil, “Kulüpler aracılığıyla İzmir’e nasıl daha fazla değer üretebiliriz?”

Dolayısıyla iş dünyasının, kamu kurumlarının ve yerel yönetimlerin futbola bakışı da değişmelidir.

7.2. FİNANSAL OLMAYAN DESTEK MODELLERİ :

Spor Kulüplerimizi desteklemek ve geliştirmek için, finansal katkının ötesinde onlarca farklı destek modeli mümkündür.

7.2.1. Kulüplerin Kent Tanıtımına Entegrasyonu:

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

7.2.2. 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 kent ruhunu 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.

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

7.2.3. 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.

7.2.4. 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.

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

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

8. ORTAK SORUMLULUK, ORTAK GELECEK...

İzmir kulüplerimizin güçlenmesi, yalnızca kulüplerimizin göstereceği çabayla mümkün değildir.

Bugün artık hiçbir kurum tek başına çözüm üretemez. Ancak herkes kendi sorumluluk alanında atacağı küçük ama doğru adımlarla büyük bir dönüşümün parçası olabilir.

Bu nedenle aşağıdaki çağrılar yalnızca öneri değil, İzmir'in ve İzmir kulüplerinin ortak geleceğine yönelik sorumluluk davetidir.

8.1. YEREL YÖNETİMLERE...

İzmir'in spor kültürü, kent kimliğinin, sosyal bütünleşmenin ve ekonomik canlılığın önemli taşıyıcılarından biridir.

Yerel Yönetimler, bilinen görevleri ile birlikte kent ekonomisini, sosyal yaşamını, şehrin tanınırlığını ve marka değerini desteklemek ve geliştirmek durumundadırlar. Spor da bu vizyonun ayrılmaz parçasıdır.

Bu nedenle yerel yönetimlerimizin kulüplerimizi; yalnızca sportif bir faaliyet kurumları olarak değil, şehir kalkınmasının stratejik bileşeni ve korunması gereken kent mirası olarak değerlendirmesi gerekmektedir.

- **Spor Turizmi Ofisi kurulmalıdır.**

İzmir, dünyada büyük bir ekonomi haline gelen spor turizmi açısından büyük coğrafi, iklimsel ve lojistik avantajlara sahiptir. Kent ve çevresinin tarihsel ve kültürel birikimi, insan kaynağı ve köklü spor kültürü de bunu desteklemektedir.

Kulüplerimiz, İzmir Büyükşehir Belediyesi ve İzmir Ticaret Odası iş birliğinde oluşturulacak bu yapı, uluslararası organizasyonlar, yatırımcı ilişkileri, spor turizmi, ortak tanıtım ve AB projeleri gibi alanlarda koordinasyon sağlamalıdır.

- **Kent Tanıtımında Kulüplerimize Yer Verilmelidir.**

Şehir tanıtım kampanyaları, uluslararası fuarlar, kültür etkinlikleri ve dijital iletişim çalışmalarında kulüplerimizin tarihsel kimliği İzmir markasının ayrılmaz parçası olarak kullanılmalıdır. Bu şekilde artan görünürlük, sponsorluk ilişkilerinde kulüplerimize büyük avantajlar sağlayacaktır.

- **Spor Kampüsleri ve Çok Amaçlı Tesisler planlanmalıdır.**

Yeni planlanacak spor alanları yalnızca antrenman tesisleri değil, eğitim, kültür, gençlik, teknoloji ve sosyal yaşamın merkezi olacak şekilde tasarlanmalıdır.

• **Finansal Olmayan Destek Modelleri hayata geçirilmelidir.**

Belediyeler;

- ✓ Billboardlar,
- ✓ Kent ekranları,
- ✓ Ulaşım kampanyaları,
- ✓ Kültür etkinlikleri,
- ✓ Festival organizasyonları,
- ✓ Kamusal alan kullanımı,
- ✓ Veri paylaşımı,
- ✓ Ortak iletişim çalışmaları gibi,

Çok sayıda alanda kulüplerimize ve belediyelerimize mali yük oluşturmamayan ancak yüksek değer üreten destek modelleri geliştirmelidir. Bu yaklaşım, yukarıda 5. Madde kapsamında değerlendirilmiştir.

8.2. İŞ DÜNYASINA...

İzmir iş dünyası bugüne kadar kulüplerimizin en önemli paydaşlarından biri olmuştur. Ancak, bugünün spor ekonomisi artık klasik sponsorluk anlayışıyla sürdürülebilir değildir. Yeni dönemde ise bu ilişkinin niteliği, gelişen koşullara göre güncellenmelidir.

İş dünyasından beklentimiz, kulüplerimizi desteklenen kurumlar olarak değil, İzmir markasının ortakları olarak görmeleridir.

- ✓ Bağış yerine ortak yatırım,
- ✓ Tek sezonluk sponsorluk yerine uzun vadeli iş ortaklığı,
- ✓ Logo görünürlüğü yerine ölçülebilir ekonomik değer üreten modeller geliştirilmelidir.

İş dünyası yalnızca finansal destek sağlayan değil;

- ✓ Yönetim danışmanlığı,
- ✓ Dijital dönüşüm,
- ✓ Yapay zekâ uygulamaları,
- ✓ Uluslararası bağlantılar,
- ✓ İnsan kaynakları,
- ✓ Kurumsal eğitim,
- ✓ Veri yönetimi,
- ✓ Pazarlama ve ihracat ağıları,
- ✓ Girişimcilik alanlarında da kulüplerimizin gelişimine katkı sağlayabilir.

Kulüpler güçlü olursa, iş dünyası da daha güçlü bir şehir markasının parçası olacaklardır.

8.3. ÜNİVERSİTELERE...

Bilgi ekonomisinin yükseldiği çağımızda üniversiteler yalnızca eğitim veren kurumlar değil, aynı zamanda şehirlerin düşünce merkezleridir.

İzmir'in güçlü üniversiteleri;

- ✓ Spor ekonomisi,
- ✓ Spor hukuku,
- ✓ Veri analitiği,
- ✓ Yapay zekâ,
- ✓ Taraftar davranışları,
- ✓ Performans bilimi,
- ✓ Sürdürülebilirlik,
- ✓ Tesisleşme,
- ✓ Dijital pazarlama gibi alanlarda kulüplerimize bilgi üretmelidir.

İZVAK ile İzmir Ekonomi Üniversitesi iş birliğiyle **gerçekleştirilen “İzmir Futbol Kulüplerinin Kent Ekonomisine Etki Araştırması”** bunun başarılı bir örneğini ortaya koymuştur.

Bilimsel bilgi ile spor yönetiminin buluştuğu bu modelin diğer üniversitelerin katkısıyla daha da geliştirilmesi mümkündür.

8.4. MESLEK ODALARINA...

İzmir'in meslek odaları yalnızca meslek mensuplarını temsil eden kuruluşlar değil, aynı zamanda kentin ortak aklını oluşturan en önemli kurumlarıdır.

Sanayi, ticaret, mali müşavirlik, mimarlık, mühendislik, turizm, lojistik, hukuk gibi alanlardaki bilgi birikimi kulüplerimizin gelişimine önemli katkılar sağlayabilir.

Meslek odaları;

- ✓ Ortak eğitim programları,
- ✓ Kurumsallaşma çalışmaları,
- ✓ Stratejik danışmanlık,
- ✓ Uluslararası proje geliştirme,
- ✓ Girişimcilik destekleri gibi alanlarda aktif rol üstlenmelidir.

8.5. MEDYAYA...

Medya yalnızca yaşananları aktaran değil, aynı zamanda şehir hafızasını oluşturan en önemli kurumlardan biridir.

İzmir kulüplerinin ve özelinde futbolunun hikâyesi yalnızca krizlerden ibaret değildir. Altyapılar, amatör kulüpler, başarı hikâyeleri ve toplumsal projeler ile çok daha görünür hâle gelmelidir.

Güçlü şehirler önce kendi hikâyelerini anlatırlar. İzmir kulüplerinin de anlatacak çok güçlü bir hikâyeleri vardır.

8.6. TARAFTARLARA...

Kulüplerimizin en büyük gücü her zaman taraftarı olmuştur. Ancak taraftarlık yalnızca tribünde yer almakla sınırlı kalmamalıdır. Kulüpler yalnızca yönetimlerin değil, milyonlarca taraftarın ortak emanetidir.

Dijital üyelik, lisanslı ürün, gönüllülük, gençlik projeleri, çocuk spor okulları ve sosyal sorumluluk çalışmaları kulüplerimizle kurulacak bağın yeni unsurları olmalıdır.

8.7. MERKEZİ YÖNETİME...

İzmir, Türkiye'nin spor tarihinde çok özel bir yere sahiptir. Bu nedenle İzmir kulüplerinin güçlendirilmesi yalnızca yerel değil, ulusal bir spor politikası konusu olarak değerlendirilmelidir.

Merkezi yönetimden beklentimiz; altyapı yatırımlarının daha fazla desteklenmesi, uluslararası organizasyonların İzmir'e kazandırılması, gençlik projelerinin güçlendirilmesi, vergi ve teşvik mekanizmalarının geliştirilmesi, spor turizmi yatırımlarının desteklenmesi ve spor ekonomisine katkı sağlayacak yeni kamu politikalarının oluşturulmasıdır.

9. İZMİR KULÜPLERİ İÇİN YENİ HEDEFLER :

Bugün yaptığımız çağrı, herhangi bir kurumdan ayrıcalık talep etmek değildir. Bu çağrı; İzmir'in ortak geleceğine, ortak hafızasına, ortak ekonomik potansiyeline hep birlikte sahip çıkma çağrısıdır.

İnanıyoruz ki, güçlü kulüpler yalnızca şampiyonluk mücadelesi vermez, aynı zamanda güçlü şehirler yaratır.

İzmir kulüplerinin mevcut yapısal sorunlarını durdurmak ve yeniden büyüme sürecini başlatmak için 2030 yılına kadar, aşağıdaki kent bazlı somut hedeflerin gerçekleştirilmesini öneriyoruz.

9.1. 2030 HEDEFLERİ :

Kurumsal Yapılanma

- Spor Turizmi Ofisi'nin faaliyete geçirilmesi.
- Futbol kulüpleri, paydaşları ve yatırımcılar ortaklığında "Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı (GSYO)" kurulması.

Ekonomik Yapılanma

- Kent-kulüp ortak sponsorluk ve yatırım modelinin oluşturulması.
- Finansal olmayan destek modellerinin kurumsallaştırılması.
- Dijital gelir modellerinin geliştirilmesi.

Kent Kimliği

- İzmir futbolunun ve kulüplerinin kent tanıtım stratejisine dâhil edilmesi.
- Şehir festivalleri ile kulüplerimizin bütünleştirilmesi.
- Spor turizmine yönelik yol haritasının hazırlanması.
- Nazım İmar Planlarının hazırlanma süreçlerinde kulüplerimizin görüş ve önerilerinin alınması,

Bilim ve Eğitim

- Üniversitelerle ortak "Spor Ekonomisi Araştırma Ağı"nın kurulması.
- Yapay zekâ ve veri analitiği projelerinin başlatılması.
- Spor yöneticiliği eğitim programlarının oluşturulması.

Altyapı

- Ortak spor kampüsü planlamalarının başlatılması.
- Genç sporcular için ortak gelişim projeleri oluşturulması.
- Kadın futbolu ve amatör sporun desteklenmesi.
- Kamu taşınmazlarının spor kulüplerine tahsisi konusunun kent spor politikası olarak benimsenmesi

Tesisleşme

- Karşıyaka Stadı'nın mutlaka tamamlanarak şehrin kuzey aksındaki büyük eksikliğin giderilmesi
- Atatürk Stadı'nın yeniden inşası veya günün şartlarında en efektif kullanım için rehabilite edilmesi,

Bu ana hedeflerin tamamı gerçekleştirildiğinde İzmir kulüpleri ve futbolu yeniden güven kazanmış, ortak hareket kültürünü geliştirmiş ve yeni büyümenin temellerini atmış olacaktır.

9.2. 2035 HEDEFLERİ VE VİZYON

2035 yılında, yalnızca başarılı takımlara sahip olan değil,

- ✓ Sporun şehir yaşamını zenginleştirdiği,
- ✓ Kulüplerin ekonomik değer ürettiği,
- ✓ Gençlerin umut bulduğu,
- ✓ İş dünyasının yatırım yaptığı,
- ✓ Üniversitelerin bilgi ürettiği,
- ✓ Yerel yönetimlerin stratejik ortak olduğu,
- ✓ Uluslararası organizasyonların düzenlendiği,
- ✓ Akdeniz'in örnek spor şehirlerinden biri olan bir İzmir hayal ediyoruz.

2035 yılına kadar bu hedeflere ulaşılması durumunda;

- ✓ İzmir futbolu, kent ekonomisinin önemli sektörlerinden biri hâline gelmiş olacaktır.
- ✓ Kulüplerimiz; kurumsallaşmış, sürdürülebilir gelir modellerine sahip, altyapı yatırımlarını tamamlamış, uluslararası iş birlikleri geliştiren, teknolojiyi etkin kullanan kurumlara dönüşmüş olacaktır.
- ✓ Stadyumlarımız yalnızca maç günleri kullanılan yapılar değil, haftanın yedi günü yaşayan sosyal ve ekonomik merkezler olacaktır.
- ✓ Üniversitelerimiz spor ekonomisinin bilgi üretim merkezleri hâline gelecektir.
- ✓ İş dünyası kulüplerimizi sponsorluk yapılacak kurumlar olarak değil, İzmir markasının stratejik ortakları olarak değerlendirecektir.
- ✓ Yerel yönetimler sporu şehir planlamasının doğal parçası olarak ele alacaktır.
- ✓ İzmir; Türkiye'nin en güçlü futbol kültürüne sahip şehirlerinden biri olmanın ötesinde, Akdeniz havzasında örnek gösterilen bir spor ekosistemine dönüşecektir.

10. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME :

- İzmir kulüpleri bir yol ayrımındadır. Bu yol ayrımında verilecek kararlar yalnızca bugünün lig sıralamalarını değil, gelecek kuşakların yaşayacağı spor kültürünü de belirleyecektir.
- Futbolu yalnızca doksan dakikalık bir oyun olarak görmüyoruz. Futbolu, bir kentin hafızası, bir toplumun ortak heyecanı, bir çocuğun hayali, bir şehrin ekonomisi, bir kültür mirası, bir kalkınma modeli ve ortak geleceğimiz olarak görüyoruz. Kulüplerimiz, bu ortak geleceğimizin taşıyıcılarıdır.

- Kulüplerimizin birbirinin rakibi değil, aynı şehrin farklı renkleri ve iş ortakları olduğuna, rekabet içinde işbirliği ve dayanışmanın mümkün olduğuna inanıyoruz.
- Yardım isteyen kulüpler değil, değer üreten kulüpler hedefliyoruz.
- Yalnızca daha güçlü takımlar değil, daha güçlü bir İzmir istiyoruz.

Biliyoruz ki; **Kulüpler güçlenirse şehir güçlenir. Şehir güçlenirse ekonomi büyür.**

Bu nedenle bütün kurumlarımızı, merkezi ve yerel yönetimlerimizi, iş dünyamızı, üniversitelerimizi, meslek kuruluşlarımızı, medyamızı, taraftarlarımızı ve İzmir'i seven herkesi, aynı hedef etrafında buluşmaya davet ediyoruz.

Amacımız; İzmir futbolunun geleceğini birlikte tartışmak, ortak bir vizyon geliştirmek, çözüm yollarını birlikte oluşturmak ve yeni bir başlangıç yapmaktır.

İzmir'in bunu yapacak köklü kulüpleri, tarihsel birikimi ve insan kaynağı vardır. İhtiyacımız olan şey, ortak iradedir.

Bu rapor, yalnızca İzmir kulüplerinin mevcut durumunu analiz etmek amacıyla hazırlanmış bir çalışma değildir. Aynı zamanda kentimizin spor geleceğine ilişkin ortak bir vizyon önerisidir.

Bugün karşı karşıya bulunduğumuz sorunlar, ekonomik sıkıntılar, sportif başarısızlıklar veya yönetsel zorluklardan ibaret değildir. Asıl mesele, yüz yılı aşan spor mirasımızın ve bu mirasın kent ekonomisine, toplumsal yaşama ve gelecek kuşaklara sağlayabileceği büyük değerin yeterince değerlendirilememesidir.

Oysa İzmir; köklü kulüpleri, milyonları bulan taraftar kitlesi, güçlü spor kültürü, yetişmiş insan kaynağı ve sahip olduğu tarihsel birikimle Türkiye'nin en önemli spor şehirlerinden biridir. Doğru planlama, kurumsal iş birlikleri ve ortak bir vizyonla bu potansiyel yeniden harekete geçirilebilir.

Bu nedenle kulüplerimizi yalnızca destek bekleyen kurumlar olarak görmek yerine, kent ekonomisinin, şehir markasının, turizmin, gençlik politikalarının ve sosyal kalkınmanın ortakları olarak değerlendirmek zorundayız. Dünyadaki başarılı örnekler, sporun doğru yönetildiğinde şehirlerin gelişiminde güçlü bir kaldıraç etkisi oluşturduğunu açıkça göstermektedir.

Bu raporda ortaya konulan önerilerin temel amacı; kulüplerimizin mali sorunlarına geçici çözümler üretmek değil, İzmir'in spor sistemini uzun vadeli ve rekabetçi bir yapıya kavuşturacak yeni bir anlayışın oluşmasına katkı sağlamaktır.

Başarı; yalnızca şampiyonluklarla ölçülmeyecektir. Gerçek başarı kulüplerin; şehir ekonomisine daha fazla katkı sağlayan, kent kimliğine ve gelecek nesillere bırakılacak spor kültürünü destekleyen yapılara dönüşebilmesidir.

Merkezi yönetimin, yerel yönetimlerin, üniversitelerin, iş dünyasının, meslek kuruluşlarının, sivil toplumun, kulüplerimizin ve taraftarlarımızın ortak iradesiyle İzmir'in Türkiye'nin öncü spor kentlerinden biri olacağına inanıyoruz.

Bu çalışmanın, kentimizin ve en büyük markalarımız olan tarihi kulüplerimizin ortak geleceğine katkı sağlamasını diliyoruz.

İZVAK
İZMİR SPOR KULÜPLERİ BİRLİĞİ VAKFI
YÖNETİM KURULU

Lider Centrio
1593/1 Sokak No:6
C Blok Kat:10 Daire:93
BAYRAKLI / İZMİR
0 232 465 08 01
info.izvak@gmail.com
www.izvak.org

