

ING'nin araştırmasına göre Euro 2016'nın en ateşli taraftarı Türkler olacak

Küresel araştırmaları ve finansal trendleri konu alan çalışmalara imza atan ING Uluslararası Araştırmalar bu defa futbolu masaya yatırdı ve Euro 2016 öncesinde katılımcı ülkelerin taraftarlarının davranış profillerini inceledi. ING'nin araştırması Avrupa'nın en ateşli taraftarların açık arayla Türkler olacağını saptadı.

ING Bank, ING Uluslararası Araştırmaları'nda 10 Haziran - 10 Temmuz tarihleri arasında oynanacak Euro 2016 Şampiyonası'nı konu aldı. Euro 2016'ya katılacak ülkelerdeki taraftarlar arasında yapılan araştırma, Avrupalı futbol taraftarlarının davranış profillerine yönelik ilginç verileri ortaya çıkardı. Turnuvada rekabet edecek 13 ülkenin 9'unda kupanın yine Almanlara gideceğine inanılırken, en ateşli taraftar, takımı için en fazla harcama yapmaya ya da finalmaçına en yüksek bilet bedelini ödemeye hazır olan ve hatta galibiyeti garantilemek için cep telefonundan bir aylığına vazgeçmeye razı olan taraftarlar açık ara Türkler çıktı.

ING'nin araştırmasına göre Avrupalı taraftarların milli takımlarına yönelik ilgileri biraz düşük. Araştırmaya katılan Avrupalılar'ın sadece %64'ü milli takımlarını desteklerken, bu oran Türkler'de ve İtalyanlar'da %80. Şampiyonanın favori ekiplerinden İspanyol milli takımı kendi ülkesinde %73 oranında destek bulurken, bu oran Alman panzerlerinde %59'a, İngilizler'de %58'e ve Fransızlar'da %49'a kadar düşüyor. Ancak Almanlar'ın %55'i ve İspanyollar'ın %54'ü şampiyonayı kendi takımlarının kazanacağını inanırken, bu oran Türkler'de %27, ev sahibi Fransızlar'da %23 ve İngilizler'de %12 olarak ölçüldü.

Para saadeti ya da kupayı getirir mi?

ING'nin araştırması merhum futbol efsanesi Johan Cruyff'un ünlü "Neden daha zengin bir takımı yenemeyecemişsiniz? Bir para çantasının gol atabildiğini hiç görmedim" lafının da altyapısını mercek altına aldı. Küresel transfer borsası Transfermarkt'ın verilerini inceleyen araştırma, Euro 2008 ve 2012 Şampiyonu İspanyol milli takımının toplam değerini 658 milyon € olarak ölçtü. İspanyol boğalarının en pahalı oyuncusu 47 milyon €'luk bonservisiyle orta saha oyuncusu Sergio Busquets çıkarken Portekizli Cristiano Ronaldo'nun tahmini değeri 103 milyon € olarak tespit edildi. Şampiyonanın en pahalı takımlarını sıralayan araştırma, İspanya'nın ardından ilk 5'e Almanya, Fransa, Belçika ve İngiltere'yi koyarken, Türk milli takımı 171 milyon €'luk toplam değeriyle Euro 2016'nın en pahalı 10. takımı oldu.

Takımların performansını öngörmek mümkün değil ancak son derece net olan bir konu var; bu şampiyonanın en ateşli taraftarları Türkler olacak

Bazı futbol otoriteleri, Euro 2016'nın en ateşli taraftarlık payesini Almanlar'a, ev sahibi Fransızlar'a ya da komşu İspanyollar'a verebilir. Ancak ING'nin araştırmasında incelenen; milli takımı destekleme, son dakika biletine yüksek ücretler ödemeye hazırlık ya da maçın

kazanılması için gelirden vazgeçme gibi kriterlere göre Euro 2016'nın "süper taraftarı" Türkler olacak.

Örneğin araştırmada sorulan "Takımınızın Euro 2016'da şampiyon olması için yıllık gelirinizin %1'inden vazgeçer misiniz?" sorusuna Avrupa ortalamasında %24 evet cevabı verilirken, Türkler'in %54'ü bu soruyu olumlu yanıtladı ve listede 1. sırada yer aldı. Türkiye'yi yüzde 42 ile Polonya ve yüzde 33 ile Romanya takip etti.

Aynı şekilde Avrupalı tüketicinin %26'sı şampiyonluk kupası için cep telefonları gibi çok önemli bir kişisel eşyasından vazgeçebileceğini söylerken, Türkler'de bu oran %42'yi buldu.

Şampiyonluk maçı için 200 €'dan fazla bir bilet harcaması yapacakların oranı Avrupa ortalamasında %9 iken, Türklerin %23'ü stadyumda yer alabilmek için bütçesini zorlamaya hazır olduğunu ifade etti.

ING Grubu Hakkında

ING Grubu, Bankacılık, Sigorta ve Varlık yönetimi alanlarında faaliyet göstermekte olan dünya çapında bir finansal hizmetler şirkettir. ING Grubu, 40'tan fazla ülkede 52 bin çalışanıyla hizmet vermektedir. Her zaman değişime öncülük eden ING Grubu, tüm dünyada faaliyet gösterdiği ülkelerde üretime, tasarrufa, 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 alanlarında birçok program hayata geçirmektedir. ING Grubu, 2003'ten beri Uluslararası Finans Kurumu'nun (IFC) çevre ve sosyal sorumluluk standartları esas alınarak 10 milyon dolar ve üzeri bütün projelerin finansmanında uygulanması kabul edilen Ekvator prensiplerini gönüllü olarak kabul eden 10 uluslararası bankadan birisidir. Bu çerçevede, proje finansmanında, sosyal sorumluluk ve çevre riskini gözetmekte, ilgili standartlar paralelinde hareket etmektedir. Küresel sorumluluk standartlarına uyumu FTSE4Good ve Dow Jones Sustainability Index gibi kurumlarca da tescillenen ING Grubu 2006 yılında Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne de imza atmıştır. ING Grubu 2007'den beri faaliyetlerini sıfır karbon ayak izi ile sürdürmektedir. ING Bank Türkiye, Global Compact Türkiye Sürdürülebilir Bankacılık ve Finans Çalışma Grubu üyesi, TÜSİAD STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematics/Fen, Teknoloji, Mühendislik, Matematik) Çalışma Grubu üyesi, Global Compact Türkiye Kadının Güçlenmesi Çalışma Grubu üyesi, Birleşmiş Milletler Kadının Güçlenmesi Prensipleri imzacısı ve her yaşta kadını ve erkeği toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın hakları için değişimin savunucusu ve temsilcisi olmaya çağırarak Birleşmiş Milletler'in HeForSHE hareketinin destekçisidir.

Türkiye'de 287 şube ile hizmet veren ING Bank'ın bankacılık stratejisi, Türkiye'nin sürdürülebilir ekonomik büyümesine paralel bankacılık yapmaktır. Bu kapsamda, ana odak noktası tasarruf ve katma değerli ihracatın artırılmasıdır. Yeni dönem dijital bankacılığın öncüleri arasında yer alan ING Bank, bankacılık modelini her zaman, her yerde, kolay ve hızlı finansal çözümler sağlayan banka olmak üzerine geliştirmiştir. ING Bank "Eski Köye Yeni Âdet" sloganıyla inovasyona dayalı bankacılığını ön plana çıkarmaktadır. ING Bank, modeli, uygulaması ve ölçümlemesi itibarıyla Türkiye'de ilkökul öğrencilerine yönelik tasarruf odaklı ilk ve tek finansal okuryazarlık eğitimi olan 'Turuncu Damla' sosyal sorumluluk programını yürütmektedir. Program 198 okulda, 618 öğretmene ve 23.500 öğrenciye ulaşmıştır.

Bilgi için:

Mehtap Çakıroğlu, Ogilvy PR Medya Direktörü

+90 212 339 83 60 / mehtap.cakiroglu@ogilvy.com