

Kara Kartal dünyaya Çin'den açılıyor

Türkiye'den Çin'e
en fazla sporcu
gönderen Beşiktaş,
dünya pazarına bu
ülkeden açılmaya
karar verdi.
Çin'le ilişkilerini
sıkılaştıran
BJK yönetimi,
Şanghay'da
faaliyet gösteren
uluslararası
bir spor ajansı
üzerinden, taraftar
sayısını artırıp
"Kartal Yuvası"
ürünlerini dünyaya
pazarlayacak.

KEREM KÖFTEOĞLU



Umut Kutlu

İN Millî Futbol Takımı 2004 yılında Atina Olimpiyat Oyunları'nda hayal kırıklığı yaşadı. Hatalardan ders çıkaran Çin Futbol Federasyonu 165 Eylem Planı adıyla bir plan geliştirdi. Plana göre günümüzde 20 bin 218 ilkökul ve ortaokulda öğrencilere futbol eğitimi veriliyor. 2020'de ise 50 milyon çocuk ve yetişkinin futbol oynaması sağlanıp, Çin'in, 2050'de futbolda küresel bir oyuncu haline gelmesi hedefleniyor.

Çin Cumhurbaşkanı Şi Jinping'in de futbola olan merakı, futbol sevgisini ülke geneline yaydığı gibi, bu alandaki altyapı ve transfer yatırımlarını da hızlandırdı. Çin, geçen yıl futbolcu transferlerine 500 milyon dolar gibi ciddi bir para harcadı. Türkiye'den Çin'e en fazla futbolcu transfer eden takımlara baktığımızda ise Beşiktaş'ın açık ara önde olduğunu görüyoruz. Beşiktaş Jimnastik Kulübü (BJK) Pazarlama ve Sponsorluklardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Umut Kutlu, Çin'le temaslarının nasıl başladığını China Today Türkiye'ye anlattı.

Yeni statları Vodafone Arena'yı hizmete açtıktan sonra borçlarını yapılandırıp gelirlerini artıracak girişimleri başlattıklarını hatırlatan Kutlu konuyla ilgili şu bilgileri veriyor:

"Yenilenen stadımızda üç maç oynayıp şampiyon olduk. Sponsorluk, reklam gelirleri, kombine satışları, BJK ürünlerini satan Kartal Yuvası'nın satışlarıyla 2017'de gelirlerimizi artırdık. Mevcut koşullar altında gelirleri daha fazla artırmak mümkün olmadığından yeni arayışlara yöneldik. Yaptığımız araştırmalarda Çin'in futbola önem verdiğini gördük. İki yıl önce Çin ve Hindistan'ı hedef pazarlar olarak belirlemenin ardından, Türkiye'deki Çin Büyükelçiliği ve Başkonsolosluğuyla temasa geçerek, futbol alanında işbirliği yapmak istediğimizi anlattık. Bize çok yardımcı oldular ve ilgili kişilerle temas kurmamızı sağladılar. Biz de Demba Ba ve Ersan Gülüm'ü Çin'e transfer ettik. Geçtiğimiz yaz ayında Alman Schalke 04 takımıyla, Çin'in güne-



yindeki Guangzhou kentinde Zhuhai Sports Center'da bir hazırlık maçı yaptık. Son olarak da Dusko Tosic'i Çin'e transfer ettik."

Kampanyanın etkileri

Schalke 04 takımıyla yaptıkları hazırlık maçında duyurdukları "Come to Besiktas" kampanyasının etkili olup olmadığını sordüğümüzda Kutlu şu yanıtı veriyor: "Çin'deki maça 15 bin seyirci geldi, 100 milyon Çinli de TV'den canlı izledi. Çin'den birçok TV, dergi ve gazeteye röportajlar verdik. Çin'deki çeşitli yayınlarda Beşiktaş hakkında yazılar çıkmasını sağladık. Tüm bunları kulüp başkanımız Fikret Orman'ın 30 milyon olan taraftar sayımızı 100 milyon kişiye çıkarma hedefi doğrultusunda yaptık. 'Come to Besiktas' kampanyasıyla ciddi bir farkındalık yarattık. Hatta İngiliz gazetesi The Guardian bununla ilgili bir haber yaptı. 100 milyon taraftar hedefine birden ulaşmak mümkün değil."

Belirlenen taraftar sayısı hedefine ulaşmak adına bazı dokunuşlara devam ettiklerini belirten Kutlu şöyle devam ediyor: "Yıl boyunca Çin televizyonlarında Beşiktaş ile ilgili haberler çıkmasını sağladık. Çin yeni yılında, futbolcularımızın Çince kutlamalarını televizyonlarda yayınlattık. Beşiktaş hakkında farkındalık yaratmaya yönelik başlattığımız



girişimler kısa sürede meyvelerini verdi. Nitekim, Şampiyonlar Ligi'ndeki maçlarımızın Çin'de 500 milyon kişi tarafından izlendiğini, maçlarımızın yılın toplamında 2 milyar kişiye ulaştığını öğrendik. Taraftar kelimesini de doğru anlamak gerekir. Tüm dünyada olduğu gibi biz bundan da Beşiktaş fanları yaratmayı anlıyoruz. Çin'de 'Çarşı Grubu' oluşturulacak gibi yanlış bir algı yaratmamak gerekiyor."

Kutlu'ya, bu yılın Çin'de Türkiye Turizm Yılı olarak kutlandığını hatırlatıp, Beşiktaş olarak bu kapsamda ne gibi çalışmalar yaptıklarını sorduk. Bu konuyla ilgili olarak "Yaptığımız iletişimlerin hepsini Turizm Yılı ile ilişkilendiriyoruz" diyerek bilgi veren Kutlu, açıklamalarını şöyle sürdürüyor:

"Dünya Kupası nedeni ve Avrupa kupalarında oynayacağımız maçın Temmuz'a denk gelmesi, ayrıca Çin'in farklı bir tarihte olmasından dolayı bu yıl Çin'de kamp yapamıyoruz. Ancak seyahatlerimiz devam edecek. Maç seyahatleri yapacağız. Kapalı mekânlarda antrenman yapıp, hazırlık maçları yapabiliriz. Ticari maç programları düzenleyip, dostluk maçları da yapacağız."

Müze 90 bin ziyaretçi

Geçtiğimiz dönem, Beşiktaş-Trabzon maçı öncesi, Çin'in Ankara Büyükelçisi Yu Hongyang ve beraberindeki heyet,

Beşiktaş Müzesi'ni gezip bilgi aldı. Biz de Kutlu'ya, müze ve stat turlarını ülkemizi ziyarete gelen turistlere tanıtmak için neler yaptığını sorduk. Müzenin İstanbul'un en merkezi, en güzel noktasındaki statlarının içinde olduğunu vurgulayan Kutlu şunları söyledi:

"Müzemiz dünyadaki en iyi üç spor tarihi müzesinden biri. Burada sadece Beşiktaş ile ilgili değil, Türk futbol tarihiyle ilgili geniş bilgiler var, Bin 500 metrekaRELİK alana sahip müzemizde, 450 dijital istasyon var. Çocuk ve engelli dostu müzemiz ile stat turu 1.5 saat sürüyor. Bura ya ailece gelen ziyaretçiler rahatlıkla keyifli 2-3 saat geçirebilir. Bir yılda 90 bin ziyaretçi çıktık. Bu ziyaretçilerin yüzde 7-8'ini yabancı turistler oluşturuyor. İstanbul'a gelen yabancı turist sayısının yeniden yükselmesiyle birlikte müzemize daha fazla yabancı turist çekeceğiz. Hem diğer müzelerle ortak çalışmalar yaparak hem de seyahat acentaları ile çalışarak ziyaretçi sayısını artırmak istiyoruz. Herkesi müzeye gelip, Türk futbol tarihi hakkındaki bilgilerini tazeleyip, buradaki atmosferi yaşamaya davet ediyoruz."

İngiltere'nin Ankara Büyükelçisi Richard Moore'un BJK'ya fahri üye olduğunu da belirten Kutlu, önümüzdeki dönemde başta Çin'den olmak üzere diğer ülkelerden de önemli kişileri üyeliğe davet edip fahri üye yapacaklarını söylüyor.

Beşiktaş Jimnastik Kulübü (BJK) Pazarlama ve Sponsorluklardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Umut Kutlu, Çin'in Ankara Büyükelçisi Yu Hongyang'a Beşiktaş müzesini gezdirip bilgiler verdi.



Çin'deki Beşiktaş taraftarları.

"Tanıtımı bir ajansla yapacağız"

Çin'de futbolun devlet politikası olarak ele alındığını belirten Kutlu, Beşiktaş'ın etkin tanıtımı konusunda uluslararası deneyime sahip bir spor ajansı ile anlaştıklarını belirterek şu bilgileri verdi: "Uzmanlık alanı spor olan Şanghay kentindeki bu ajans, bir anlamda bizim Çin'deki ofisimiz gibi çalışacak. Spor ajansı Çinlilerin yoğun olarak kullandığı sosyal medya kanallarından WeChat'te Beşiktaş'ın resmi hesabını açıp yönetecek. Söz konusu ajans, Çin'de e-ticaretin devasa bir hacme ulaştığı ve bu alandaki kullanım alışkanlığını sürekli arttığından hareketle, Kartal Yuvası Beşiktaş ürünlerinin online satışlarını sağlayacak. Kaşkol, forma, şapka, anahtarlık gibi ürünlerimizi önce online kanallardan satacağız. Önümüzdeki dönemde ihtiyaç ve beklentiler doğrultusunda gerekirse Kartal Yuvası'nın fiziki mağazasını da açabiliriz. Futbol tüm dünya ve Çin'de en büyük eğlence endüstrisi haline geldi. Dünyanın en büyük ekonomisi bu alanda da ciddi bir potansiyel barındırıyor. Biz de doğru zaman ve doğru yerde konumlanarak bu pastadan payımızı alacağız."