

# Hoş değil ama rakamlar 'beyzbol sopası' diyor

Türk erkekleri, otomobillerine ne olur ne olmaz diye beyzbol sopası koyuyor. Sopanın bir de kod adı var: Haydar

Beyzbol, Türkiye'de ligi olmayan, kuralları bile bilinmeyen bir spor. Hal böyleyken spor mağazalarında en çok satılan ürün beyzbol sopası. Türkiye, bu alanda dünyada en çok satış yapılan 4 ülkeden biri. Ancak Türkler beyzbol sopasını oyun için değil özellikle otomobillerine 'güvenlik' için koyuyor!

**T**ürkiye'de spor perakendesi ciddi bir sektöre dönüştü. 21 ilde 38 mağazayla yılda 11.6 milyon müşteriyeye ulaşan Sportive'in Genel Müdürü Zeynep Selgur'un verdiği bilgiye göre, dünyada 310 milyar dolarlık bir pazar var. Türkiye'de Sportive'in de aralarında olduğu 5 büyük oyuncu baz alındığında 5 milyar TL'lik bir yıllık satış söz konusu...

Selgur'un verdiği en ilginç bilgi, Türkiye'de en çok satılan ürünle ilgili. Zira bu ürün Türkiye'de ligi olmayan, kuralları bile bilinmeyen beyzbolda kullanılan sopa! Türkiye, beyzbol sopası satışlarında dünyada ilk 4 ülke arasında giriyor. Ancak Türkler beyzbol sopasını oyun için değil arabalarına güvenlik amacıyla koyuyor. Selgur, "Türkiye'de çok ciddi



**NECLA DALAN EKONOMİ**

sayıda beyzbol sopası satılıyor. Bizde de en çok satılan ürün olarak öne çıkıyor. Öyle yüzler değil binlerce adetlik satışlardan söz ediyoruz. Fiyatlar 22.90 TL'den başlıyor. Beyzbol sopasından sonra en çok satılan ürünlerin başını spor ayakkabıları ve top çekiyor" dedi.

## Çift haneli büyüme

Head, O'Neill, Mammut, Everlast ve Arena'nın da aralarında olduğu 105 spor markasını tüketicilerle buluşturduklarını kaydeden Selgur, futbol ürünlerinin ciroda payının yüzde 28, basketbolun yüzde 5 olduğunu kaydetti. NBA'de oynayan Türk oyuncular sayesinde basketbol ürünlerine ilginin arttığını anlatan Selgur, bu ürünlerin payının önümüzdeki yıl yüzde 8'e çıkmasını öngördüklerini anlattı. Ba-

tılı ülkelerde yüzde 75 aktif spor, yüzde 25 lifestyle ürünler satılırken, Türkiye'de yüzde 65 lifestyle, yüzde 35 aktif spor ürünlerin satıldığına da değinen Selgur, şöyle devam etti:

"Spor tüm dünyada her geçen gün yükselen bir trend haline geldi. Bunun bir çok farklı sebebi var; insanların kendine, sağlığına, görünümüne daha çok özen göstermesi, sağlıklı yaşamın öneminin anlaşılması, yaş algısının değişmesi, rol modellerin arasında sporcuların da yer alması bunlardan birkaçı. Sporun öneminin daha büyük bir ciddiyetle anlaşılması dünyada spor perakendesinde ciddi bir çıkış yaşanmasını da beraberinde getirdi. Türkiye de bu farkındalığa kavuştu ve ülkemizde de bu anlamda ciddi bir pazar oluştu. Türkiye'de aktif spor çift haneli büyüyor."



## En çok krampon Beylikdüzü'nde satılıyor

**ZEYNEP** Selgur'un verdiği bilgilere göre Türkler'in spor ürünleri tercihleri neredeyse semte göre farklılık gösteriyor. Örneğin İstanbul'da en

çok halı saha Beylikdüzü'nde olduğu için en çok krampon ve futbol ekipmanı burada satılıyor. Hatta bu mağaza Bahçelievler'deki mağaza ile

en çok ciro yapma anlamında sürekli yarışıyor. En çok kick box ürünleri Levent'te satılırken Van'da outdoor ürünleri ilk sırayı

alıyor. Diyarbakır'da marka bağımlılığı öne çıkarken İstanbul'dan sonra en çok aktif spor tüketicisi Antalya'da...