



Stadionturizmus (Real) Madridban

szöveg és fotó Papp-Váry Árpád

A REAL MADRID LETT AZ ELSŐ KLUB A VILÁGON, AMELYNEK ÉVES BEVÉTELE MEGHALADTA A 400 MILLIÓ EURÓT – SZÁMOLT BE A DELOITTE KUTATÁSA 2010 MÁRCIUSÁBAN. EBBEN BIZONYÁRA KÖZREJÁTSZOTTAK A TAVALI NAGY ÁTIGAZOLÁSOK: KAKÁ ÉS C. RONALDO IS A CSAPATHOZ KERÜLT. UTÓBBI ÁLLÍTÓLAG MÁR CSAK A NEVÉVEL ELLÁTOTT MEZEKBŐL IS EGY ÉVEN BELÜL MEGTERMELTE AZ ÉRTE KIADOTT 94 MILLIÓ EURÓT. A KIRÁLYI KLUB AZONBAN MÁSBÓL IS PÉNZT CSINÁL: AZ EGYIK ILYEN FORRÁSÁT A STADIONTURISTÁK JELENTIK. E CIKK SZERZŐJE PÁR NAPPAL A BAJNOKOK LIGÁJA IDEI DÖNTŐJE ELŐTT JÁRT A SANTIAGO BERNABÉUBAN, ÉS MOST A *THE LINE* OLVASÓIVAL IS MEGOSZTJA, AMIT TAPASZTALT.

Real-szurkolóknak magától értetődő. Futballrajongóknak kötelező. De jó néhány múzeumigazgató is hasznos tapasztalatokat szerezhet a Real Madrid stadiontúrája során, mint ahogy a marketingesek és a reklámsok is.

A program ugyanis remekül szervezett. Rögtön a csúcson kezdünk: egy lift visz fel az egyik felső karéjba, ahonnan belátjuk az egész stadiont a maga 80 374 férőhellyével. Minden látogató örült fotózásba kezd – és ez később se nagyon marad abba.

A múzeum kollekciónak és koncepciónak ugyanis jó néhány komoly művészeti gyűjtemény is megirigyelhetné. Az első vitrinekben például a sportengedélyeket látjuk – gondosan válogatva, így Raúlé, Zidane-ét, Beckhamét, és az utolsó sorban Puskásét is felfedezhetjük. A másik oldalon pedig megismerhetjük a stadion, pontosabban a stadionok történetét, valamint hogy milyen logó- (bocsánat, címer-) váltásokon ment keresztül a klub. A futballgazdaság fejlődése leginkább a mezeken látszik: míg az első trikókon szín-

te semmi nem szerepel, addig az utóbbi években mivel egyre komolyabbak a szponzorok, így a szponzorfeliratok terjedelme is megnövekedett.

Eredmény és üzlet

Az üzleti fejlődés azon is érezhető, hogy a 15 eurós jegy mellett más alkalmakat is megragadnak, hogy eladjanak nekünk. Egyemelethyit lesétálva például két csinos hölgy vár ránk arról kérdezősködve, hogy melyik

játékoskal szeretnénk közös fényképet. Már persze virtuálisan – egy *green box* felület elé állítanak be bennünket, majd összemontíroznak az adott futballistával. Sajnos Puskással nem tudunk párba állni, így maradnak a jelenlegi csapat tagjai. Mint kiderül, C. Ronaldo a legnépszerűbb, de azért néhány látogató Kakát, Casillast és a Real élő legendáját, Raúlt választja.

Ez után következik a kupák sora. Mit sora, hegye! Az IFFHS szerint a 20. század legeredményesebb klubja a Real volt, és látva ▶

A REAL MADRID BEVÉTELI FORRÁSAI

Meccsnapok – Szurkolók

jegyek, bérletek, bárók és kioszkok, hivatalos "klubcuccokat" (Merchandise) áruló shopok

Meccsnapok – Céges támogatók

mérkőzésnapra vendégcsomagok, VIP-szektor, 250 extra box 4500 székkel, arany és ezüst fokozatú csomagok

Meccsnapokon kívül

stadiontúra és múzeum, éjszakai stadionlátogatások, éttermek és kávézók (Restaurant 57, Café Real, Asador de la Esquina), Real Madrid shopok, mezek és más áruk, zenei koncertek

Meccsnapokon kívül – Céges támogatók

üzleti megbeszélésre kialakított szektorok, konferenciák és szemináriumok, show-k, céges termékbemutatók, új szolgáltatások kívánság szerint

együtt ezt a sok serleget, ezzel nehezen is lehetne vitatkozni. Az eredményeket dekádoként tekinthetjük meg, miközben a kupák mögött az adott évtized legnagyobb játékosairól és góljairól láthatunk filmeket. Külön részt szenteltek a klub aranycipőseinek és aranylabdásainak, igaz, itt kissé trükkösen azok is szerepelnek, akik nem a Real játékosaként, hanem korábban nyerték az adott díjat, mint C. Ronaldo a Manchesterrel vagy Kaká a Milannal.

Puskás Hungary

A nemzetek táblái jönnek most, ahol mi is büszkén húzhatjuk ki magunkat. Ugyanis hat magyar is szerepelt a klubban: Alberti, Buzássy, Kaszás, Kellemen, Nemes és Puskás. Reméljük, hogy egyszer még Szalai Ádám vagy, mondjuk, Dzsudzsák Balázs nevét is olvashatjuk itt. Illetve láthatjuk a fényképüket, ugyanis ezt követően egy folyosón az összes, valaha a Realban játszott játékos fotóját megtekinthetjük. A sort nem más, mint C. Ronaldo zárja, de Puskást sem kell sokáig keresnünk, a bal oldal első oszlopában találjuk.

Puskás egyébként is kiemelt helyet kapott: a túra során rengeteg fotót találunk róla, az egyik lépcsőfordulónál pedig a következőt olvashatjuk: „A 20. század legeredményesebb góllövője – 528 meccsen 512 góllal.”

Aktuális kínálat

A túrában egyébként az is zseniális, hogy mivel a Realban rengeteg nemzet játékososa szerepelt a történelem során, a hollandok Seedorffal, a horvátok Šukerrel, az angolok Beckhammel tudnak fényképeket készíteni. Az aktualitást kihasználva pedig természetesen a Bajnokok Ligája serlegről – igaz, ezt ismét csak pénzért. De sokan megteszik, hiszen bár szép a múlt, azért a jelen a lényeg – hogy a látogatók megérinthessék a gyepszőnyeg, vagy éppen leülhessenek a kispadra, ami a túra következő pontja. Ezt követően megnézhetjük az öltözőket és a mosdókat is: nos, e cikk szerzője már több stadiontúrán járt, azonban ennyire felszerelt és dizájnos megoldást még sehol sem látott.

Ez után már oda is értünk a meccs utáni sajtótájékoztatók helyszínére. Általában ez minden stadiontúra legviccesebb része: a Real aktuális edzőjeként magyarázhatunk, előttünk a csapat címerével, mögöttünk a szponzorfallal.

A spanyolok jól tudják, mikor kell abbahagyni, így már csak a shop vár ránk, ahol először is megnézhetjük a rólunk készült fényképeket, aztán a hatalmas termékínálatot. Van itt minden: Real mez, sapka, sál, bögre, toll, de még ágynemű, sőt gyerekülés is. A hivatalos adatok szerint egy rajongó évente néhány ezer eurót is elkölt kedvenc csapatára, amin a shop választékát és árait látva nem is lepődünk meg.

Pénzcsináló gépezet

Bár a Realt a 20. század legeredményesebb klubjának mondják a FIFA-statisztikák, komoly üzleti sikerről igazából csak a 21. századtól beszélhetünk. Mindezt leginkább Florentino Péreznek, a klub jelenlegi elnökének köszönhetik, aki szerint a sikeres biznisshez először is galaktikus játékosokra van szükség. Ezért Pérez az első elnöki ciklusában – 2000 és 2006 között – megszerezte Luís Figót, Zinédine Zidane-t, a brazil Ronaldót és a világ legismertebb futballistáját, David Beckhamet. Máso-

dik elnöki korszakát pedig rögtön egy 257,4 millió eurós költséssel kezdte, és az öt legnagyobb értékű igazolásból három a Realhoz került: Cristiano Ronaldo, Kaká és Karim Benzema. A számok pedig az elnököt igazolják: a Deloitte szerint mindkét korszakban a Real volt a legtöbb bevételt termelő klub, bár hozzá kell tennünk: a klub profitjával kapcsolatos számok már nem ilyen egyértelműek. Ahogy a gyepen való eredményesség sem: az elmúlt évtizedben mindössze háromszor sikerült megnyerniük a spanyol bajnokságot, a Bajnokok Ligájában pedig az elmúlt hat alkalommal már a legjobb 16 között elváltak.

Péreznek azonban eközben sikerült bevételtermelő gépezetet csinálnia a Realból, ahogy a mellékelt táblázat is mutatja. Míg korábban a 20-25 meccsnapon folyt csak be komolyabb pénz, addig ma az év 365 napján. Mindez lehetővé tette azt is, hogy a klubtagdíjakat befagyasszák: a Real Madrid ugyanis sok klubbal ellentétben (mint például Abramović Chelsea-je vagy Berlusconi AC Milan-ja) a klubtagok tulajdonában van, és az ő tagdíjbefizetésük adja a bevételek fontos részét.

Péreznek sikerült bevételtermelő gépezetet csinálnia a Realból

A stadiont 2000 és 2003 között 5000 férőhellyel bővítették, és a bemutatott túra is Pérez elnöksége alatt, 2003. december 12-én indult. Ma már évi közel egymillió látogatójuk van, akiknek a fele külföldi. Mindez a 15 eurós jeggyel számolva nem rossz bevétel, pláne hogy ebben még nincsenek benne a fényképek és a vásárlás a shopban. Vagy éppen az, hogy sokszor cégek bérlik ki a „túrát”, a klub éttermeiben tartanak üzleti megbeszéléseket, a sajtótájékoztató szobában konferenciákat. Illetve a zöld gyepen sajtótájékoztatót: a Nintendo például itt mutatta be a Wii sportsomagját 800 újságíróknak. És akkor még nem beszéltünk a meccsnapokra kialakított VIP-szektorról vagy a 250 kisebb boxról, amelyeket akár 250 cég is kibérelhet egyidejűleg,

és ahol összesen 4500-an ülhetnek le kényelmesen. A bevételi forrásokat még sokáig lehetne sorolni az ide szervezett koncertektől az éjszakai stadioncsomagokig. A legtöbbet azonban talán az mondja el, hogy a Real-érzésről még mozi is készült, amely többek között magyar nyelven is megjelent DVD-n *Real Madrid: A film* címmel. Nem sokra rá pedig egy számítógépes játékot is kiadtak ehhez kapcsolódóan.

Verseny a Barcával

Bármilyen meglepő, a felsoroltak ellenére a Real stadionját nem teszik az első helyre a szakértők. A *stadiumguide.com* listáján például csak a 7. helyen áll, az Old Trafford (a Manchester United lakhelye), a Camp Nou (FC Barcelona), a Celtic Park (Celtic FC), a San Siro (AC Milan és Inter), az Amsterdam ArenA (Ajax) és az Emirates Stadium (Arsenal) is megelőzi.

Sőt, a stadiontúrákat tekintve is meglehetősen későn kapcsoltak a 2003. decemberi nyitással. Addig maximum a pálya mellett található kiskocsmában, a Chiquifruban lehetett a dedikált Puskás-fotókat, a játékosok által szignált mezeket és persze a rengeteg újságcikk eredetijét nézegetni.

Ezzel szemben a Manchester Unitednek 1995 óta van stadiontúrája és múzeuma, a legelső példa azonban, ahol üzletet csináltak ebből is, az FC Barcelonáé. Az ő túrájuk 1984-ben vált hozzáférhetővé a nagyközönség számára, és már a kilencvenes évek végére elérték az egymillió látogatót. Úgy tűnik, a Barcelona–Real Madrid-vetélkedés nemcsak a pályán, de a stadionturizmus terén is folytatódik.

Papp-Váry Árpád a BKF docense, a *Mágikus márkázás: Beckham* című könyv szerzője Stadiontúra-rajongó, többek között járt már a milánói San Siróban és az Ajax Amsterdam Arenájában is. ◀

forrás Juan Luis Paramio – Babatunde Buraimo – Carlos Campos: From modern to postmodern – the development of football stadia in Europe. Sport in Society, 2008. szeptemberi szám, 517–534. oldal.

