

Премия за болельщиков

Текст: Валерий Гореликов

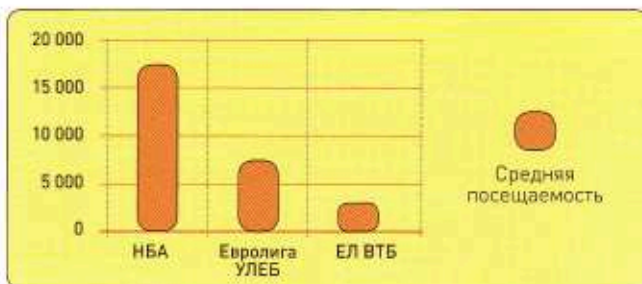


*Гореликов Валерий,
директор маркетингового
агентства SportTeam*

Три миллиона – трем клубам. Такую премию за высокую посещаемость регулярного чемпионата решил вручить совет Единой лиги ВТБ еще до начала этого сезона. Результаты оказались неутешительными – российские клубы не смогли составить достойную конкуренцию в борьбе за эти деньги.

Единая лига ВТБ – клубное соревнование, созданное в 2008 году с целью объединения ведущих клубов Восточной Европы. С первого же розыгрыша лига ставит на одно из первых мест зрительский интерес к баскетболу. В новом, четвертом по счету чемпионате лиги ВТБ стартовало 20 сильнейших клубов из России, Литвы, Украины, Латвии, Эстонии, Польши, Чехии, Беларуси и Казахстана. Общая аудитория в сезоне 2012/2013 составила 647 891 человек (457 268 – 2011/2012), было проведено 218 игр (167 – 2011/2012).

Сегодня банковской лиге еще далеко до ее старших и опытных заокеанских коллег из Национальной баскетбольной ассоциации, есть чему поучиться и у своих европейских коллег из Евролиги УЛЕБ.



НБА – 17 348 человек, Евролига УЛЕБ – 7 401 человек, ЕЛ ВТБ – 2 972 человека

Единая лига молодая, активно развивается, и уже сегодня можно говорить о росте ТВ-аудитории – 50 игр регулярного чемпионата и все игры плей-офф этого сезона были показаны основным телевизионным партнером – федеральным каналом «Россия-2». За соревнованиями можно было следить и в Интернете. Но главная задача лиги – привлечение болельщика на спортивную арену, что совсем непросто!

Борьбу за своего потребителя банковская лига ведет с очень серьезными конкурентами: в футболе это игры европейских кубков – Лиги чемпионов УЕФА и Лиги Европы, имеющие самую большую аудиторию в европейском спорте; в хоккее – Континентальная хоккейная лига (КХЛ), в которой средняя посещаемость регулярного чемпионата сезона 2012/13 составила 6106 человек. Однако сегодня ЕЛ ВТБ и КХЛ не только конкурируют за зрителя, им приходится плотно взаимодействовать – арены Минска, Риги и Донецка принимают игры обеих лиг, побуждая договариваться и сотрудничать менеджеров всех уровней.

Сильная конкуренция наблюдается в российских мегаполисах: Москва сегодня предлагает разнообразные спортивные «блюда» – игры Лиги чемпионов УЕФА и Лиги Европы (ФК «Спартак» и ФК ЦСКА), на игры КХЛ приглашают сразу три московских клуба («Динамо», ЦСКА и «Спартак»). В Санкт-Петербурге по одной команде в футболе и хоккее, но это клубы с самыми большими бюджетами в своих видах – футбольный «Зенит» и хоккейный СКА. Не удивительно, что наименьшая посещаемость в этом сезоне ЕЛ зафиксирована в питерском СК «Юбилейный», где принимает соперников «Спартак». На игры красно-белых в среднем приходили по 1200 зрителя, при вместимости арены 7500.

Новым вектором в работе с болельщиками у клубов и лиги стало использование социальных сетей – Facebook, «ВКонтакте», Twitter, Google+, Instagram, YouTube и других. Они стали мощным инструментом для продвижения самих клубов, их продуктов и предложений для болельщиков, партнеров, спонсоров, а также для потенциальных клиентов. По количеству привлеченной аудитории в социальные сети среди клубов лидируют с большим отрывом «Жальгирис» и ПБК ЦСКА. Интересно, что если не учитывать подписчиков сети «ВКонтакте», которая не популярна в прибалтийских странах, то «Жальгирис» – бесспорный победитель по всем показателям и, может быть, именно из-за этого собирает самую большую армию болельщиков на своей арене в Каунасе.





Команды	Facebook	«В Контакте»	Twitter	You Tube	Всего
1 ЦСКА (Москва)	15 740	54 500	36 500	1 990	108 730
2 «Жальгирис» (Каунас)	67 235	-	16 120	3330	86 685
3 «Летовус Ритас» (Вильнюс)	13 610	-	930	680	15 220
4 «Локомотив-Кубань» (Краснодар)	1180	4990	1090	620	7880
5 ВФФ (Рига)	1750	-	5690	290	7730
6 «Спартак» (Санкт-Петербург)	200	5890	1600	30	7720
7 «Триумф» (Люберцы)	110	6410	390	160	7070
8 «Красные крылья» (Самара)	580	5110	720	100	6510
9 БК «Химки»	800	3920	1500	150	6370
10 УНИКС (Казань)	310	4060	1070	90	5530
ЕЛ ВТБ	4190	17 970	800	910	23 870



Изменить кардинальным образом ситуацию с низкой посещаемостью баскетбольных матчей в России в этом сезоне не получилось. Все премиальное финансовое вознаграждение трем лучшим клубам по посещаемости матчей Единой лиги ВТБ по итогам регулярного чемпионата уходят в Литву. Премия в три миллиона рублей поделат между собой каунасский «Жальгирис», вильнюсский «Летовус Ритас» и дебютант лиги – «Нептунас» Клайпеда. «Жальгирис» стоит особняком, до-

машние матчи клуба посещали в среднем почти десять тысяч человек – это рекорд всей баскетбольной Европы. У самого успешного российского клуба, занимающего пятое место по этому показателю, краснодарского «Локомотива-Кубань», на домашних матчах в среднем присутствовало 3828 болельщиков. Интерес краснодарских зрителей по ходу сезона возрастал, и в серии плей-офф уже 4768 болельщика приходило болеть за любимую команду.



2012-2013		Всего за сезон	Регулярный чемпионат	Плей-офф
Команды		Зрители		
1	«Жальгирис» [Каунас]	123 691	86 467	37 224
2	«Локомотив-Кубань» [Краснодар]	67 825	34 450	33 375
3	«Летовус Ритас» [Вильнюс]	41 500	41 500	
4	БК Донецк	37 026	33 526	3500
5	«Нептунас» [Клайпеда]	36 800	36 800	
6	БК «Цмоки-Минск»	36 110	36 110	
7	УНИКС [Казань]	35 300	28 300	7000
8	БК «Химки»	32 240	19 890	12 350
9	ВЭФ [Рига]	31 400	26 000	5400
10	ЦСКА [Москва]	30 145	18 065	12 080
11	«Азовмаш» [Мариуполь]	25 398	25 398	
12	«Енисей» [Красноярск]	21 050	21 050	

Были и аншлаги – 10 полных залов в регулярном сезоне собирали игры в Клайпеде, Донецке и Каунасе. Два аншлага в серии плей-офф на пятой полуфинальной игре в Химках (БК «Химки» – ЦСКА) – 5300 зрителей и в третьей игре финала в Краснодаре («Локомотив» – ЦСКА) – 7500 зрителей. В этом же сезоне был обновлен рекорд лиги – игра на Zalgiris Arena в Каунасе между

давними друзьями-соперниками «Жальгирис» – ЦСКА собрала 15 812 любителя баскетбола.

Но многие арены, на которых клубы проводят свои игры, до сих пор заполнены максимум на половину – в Минске, Риге и Казани. В этих городах любят баскетбол, и есть все шансы на повышение заполняемости больших арен во время игр ЕЛ ВТБ в будущем.

Арены клубов 2012/2013

	Название арены	Вместимость
1	Zalgiris Arena [Каунас]	15 650
2	«Минск Арена» [Минск]	15 086
3	Arena Riga [Рига]	12 000
4	Siemens Arena [Вильнюс]	11 000
5	CEZ Arena [Острава]	11 000
6	СК «Велотрек» [Астана]	9270
7	«Баскет-холл» [Краснодар]	7500
8	СК «Юбилейный» [Санкт-Петербург]	7500
9	«Баскет-холл» [Казань]	7000
10	Hala Ludowa [Вроцлав]	7000

Необходимо активно применять современные технологии для привлечения новых болельщиков, создавать удобные условия пребывания на баскетбольных аренах (парковка, питание, детские комнаты), организовывать развлекательные мероприятия до и после баскетбольных игр.

Еще одним резервом для роста аудитории являются планы клубов по переезду на новые арены. Так, со следующего года баскетбольный клуб «Спартак» будет принимать своих соперников по лиге на Крестовском острове в Санкт-Петербурге в своем новом доме на семь тысяч зрителей. На новую арену со следующего года планируют переехать и баскетболисты «Красных крыльев», в середине лета клуб получит в пользование «Ладис Арена» в Тольятти вместимостью 6500 зрителей.

Баскетбольный клуб «Донецк» сообщает о начале строительства новой многофункциональной арены на 12 тыс. мест, которую планируют открыть в 2014 году. Объект строится к чемпионату Европы по баскетболу 2015 года, который будет проходить в шести городах Украины, в Донецке в том числе.

Есть возможность расширить свою зрительскую аудиторию и проводить ключевые игры Единой лиги у ПБК ЦСКА в ДС «Мегаспорт» (вместимость 14 тыс. зрителей). Тем более, что опыт проведения игр Евролиги на этой арене у клуба есть и все потенциальные возможности еще не были до конца использованы.

Сама лига занимает активную позицию в привлечении финансирования в баскетбол. С самого начала существует титульный спонсор – российский Банк ВТБ, четыре официальных спонсора – нефтяная компания «ЛУКОЙЛ», группа «Астерос», группа компаний «Соллерс» и компания «БЕКО», но работа по расширению предложений для сотрудничества с новыми спонсорами и партнерами не прекращается.

Дальнейшее развитие лиги и интерес к ней будет зависеть во многом от клубного менеджмента всех участников. Единая лига активно поддерживает и стимулирует клубы в области привлечения болельщиков на игры. По итогам выступления в сезоне 2012/2013 годов, 16 из 20 клубов получают из бюджета лиги премиальные, которые позволяют пополнить бюджеты клубов.

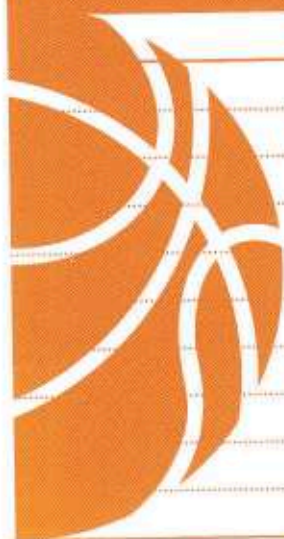


Бюджеты клубов 2012/2013

	Команды	Бюджет клуба, евро
1	ЦСКА (Москва)	45 000 000
2	БК «Химки»	25 000 000
3	«Локомотив-Кубань» (Краснодар)	18 000 000
4	УНИКС (Казань)	15 400 000
5	«Жальгирис» (Каунас)	12 000 000
6	«Спартак» (Санкт-Петербург)	9 200 000
7	БК «Донецк»	8 000 000
8	«Азовмаш» (Мариуполь)	8 000 000
9	«Енисей» (Красноярск)	7 500 000
10	БК «Нижний Новгород»	7 000 000



Бонусы ЕЛ ВТБ по итогам 2012/2013



	Команды	Бонус, рубли
1	ЦСКА [Москва]	7 000 000
2	«Локомотив-Кубань» [Краснодар]	6 100 000
3	БК «Химки»	5 400 000
4	«Жальгирис» [Каунас]	5 400 000
5	УНИКС [Казань]	4 600 000
6	«Красные крылья» [Самара]	4 600 000
7	БК «Нижний Новгород»	4 600 000
8	ВЭФ [Рига]	4 600 000
9	«Триумф» [Люберцы]	3 800 000
10	«Спартак» [Санкт-Петербург]	3 800 000

Чемпион 2013 года – ПБК ЦСКА (Москва) получил от спонсоров лиги 7 млн рублей, финалисты из БК «Локомотив-Кубань» (Краснодар) пополнят свою казну на 6,1 млн рублей. Получат свои призовые и все остальные участники серии плей-офф сезона 2012/2013.



Примеры, которые показывают ведущие клубы лиги («Жальгирис», «Локомотив», «Химки»), говорят о том, что у всех участников ЕЛ ВТБ есть еще нереализованные возможности привлечения новых болельщиков за счет яркой игры, программ лояльности, работы с социальными сетями, обеспечения комфортных условий на аренах и эмоциональных запоминающихся мероприятий ■