



BUDAPESTI
CORVINUS
EGYETEM

Dr. András Krisztina – Várhegyi Ferenc
Sportgazdaságtani Kutatóközpont, BCE - Eurosport

Olimpia és gazdaság - az Olimpiai Játékok és a média

Dr. András Krisztina
Sportgazdaságtani Kutatóközpont
Budapesti Corvinus Egyetem



Várhegyi Ferenc
Eurosport



Eredményjelző: Magyar sport 2016,
Budapest, 2017. január 26.



BUDAPESTI CORVINUS EGYETEM

SPORTGAZDASÁGTANI KUTATÓKÖZPONT

Gondolatmenet

- Kutatási háttér
 - A NOB üzleti modellje és a közvetítési jogok
 - A NOB televíziós tevékenysége – OBS
 - Várható jövő és összefoglalás
-
- Felhasznált források

Kutatás háttere



Hivatásos sport
(üzleti)
versenyképessége

Olimpia gazdaságtana

Tervgazdaság
Liberális piacgazdaság
 A vállalkozási tevékenység szabadsága
 A magántulajdon védelme
 Minimális kormányzati beavatkozás
Szociális piacgazdaság – piacgazdaság a társadalmi jólét érdekében állami beavatkozással
Szövetségi kapitalizmus – a piacgazdaság a kormány és az üzleti világ közötti kapcsolatokon alapul.

Piac-orientáció
 Állami prioritások

I. Gazdasági rendszerek

Czakó, 2012



Versenyképesség Kutató Központ

	Állami modell	Üzleti modell
Finanszírozás forrása	állami bevételek	üzleti bevételek
Költségvetési korlát	puha	kemény
Tulajdonos	nincs valós tulajdonos	valós tulajdonos van
Működési keret	non-profit	üzleti
A hivatásos sport jellemző szerepe	pol.rendszer legitimációja, közhangulat javítás	szolg.: a szórakoztató iparág részeként
Jellemző példák	kelet-európai országok szocialista rendszer	USA

András, 2003

Fő kérdés:

versenyképesség

Kutatási területek:

- nemzetközivé válás,
- stratégiai fejlesztés,
- üzleti modellek

II. Működési modellek – Üzletfejlesztés – Hivatásos sport piaci – közvetítési jogok piaca

A termék (a csere tárgya)	sportesemény vagy eseménysorozat közvetítésének lehetősége
A csere tárgyanak legfőbb jellemzője	reprodukálhatatlan
A termék értékére ható főbb tényezők (value driver-ek)	– adott sportág népszerűsége (magas nézettség, kedvező marketinglehetőségek), – adott sportág médiaképessége
A piac szereplői:	– eladó – vevő – közvetítő
Magatartást befolyásoló legfőbb tényező	– jogtulajdonos, származtatott jogtulajdonos (pl. ligák) – műsorszolgáltató – sportügynökségek
	– közvetítési jog ára

András, 2004

III. Földrajzi kiterjedés:

- nemzeti,
- regionális,
- globális



EBU jogdíjak alakulása

Megrendezés éve	Város	Európára kiterjedő díj (USD)
1980	Moszkva	7.100.000
1984	Los Angeles	22.000.000
1988	Szöul	30.200.000
1992	Barcelona	94.500.000
1996	Atlanta	247.500.000
2000	Sydney	350.000.000
2004	Athén	394.000.000
2008	Peking	443.000.000
2012	London	786.000.000

RVINUS EGYET
GASÁGTANI KUTATÓKÖZPONT

Forrás: Chikán (1995) alapján András

Kutatás előzményei

Fogalmak és összefüggések, nemzetközi kitekintés

- 2014: az Olimpiák gazdaságtana – a Nyári Játékok externális hatásai,
- 2014: A közvetítési jogok változása a 2014-es téli olimpia kapcsán

Kutatás – online kérdőív és kutatási workshop

- 2016: A sportközvetítési jogok piacának alakulása Magyarországon

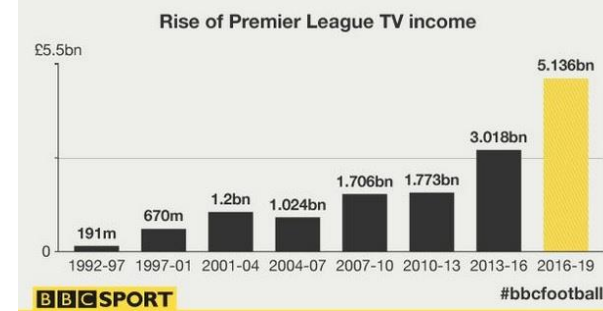
Konferencia – Olimpia sok szempontból – gazdaság és média

Oktatás

Sportközvetítési jogok iránti érdeklődés – földrajzi kiterjedés szerint

A közvetítési jog iránti globális érdeklődés esetén	A közvetítési jog iránti regionális érdeklődés esetén	A közvetítési jog iránti helyi érdeklődés esetén
A jogtulajdonos monopolhelyzetben van	A jogtulajdonos monopolhelyzetben van	A jogtulajdonos monopolhelyzetben van
A potenciális fogyasztók (tévétársaságok) száma magas	A potenciális fogyasztók (tévétársaságok) száma korlátozott	A potenciális fogyasztók (tévétársaságok) száma korlátozott, vagy erősen korlátozott
A potenciális fogyasztók és közvetítők (ügynökségek) közötti verseny erős	A potenciális fogyasztók és közvetítők (ügynökségek) közötti verseny átlagos	A potenciális fogyasztók és közvetítők (ügynökségek) közötti verseny átlagos, vagy kicsi
A jogtulajdonosi piacra való belépés nehéz	A jogtulajdonosi piacra való belépés átlagos	A jogtulajdonosi piacra való belépés átlagos, vagy könnyű
A jogok ára nő	A jogok ára általában nő	A jogok ára nő, vagy stagnál
A jog exkluzívvá válik	A jog exkluzívvá válhat	A jog exkluzívvá válhat

Nemzetközi trendek



A közvetítési jogok piaca dinamikusan fejlődik: (nem érinti a válság)

- **2014-ben a teljes, globális közvetítési jog érték: 36.8 milliárd dollár** → 2010 óta 34%-os növekedés
- **2010-2014 között a labdarúgás közvetítési jogainak értéke 2,9 milliárd dollárral nőtt** (világszerte)
- **2010-2014 között a közvetítési jogok értéke az USA-ban 4,6 milliárd dollárral nőtt**
- **2010-2014 között az NFL közvetítési jogainak értéke 52%-al nőtt.**

1/a **A bővülés okai:** nő a fizetős tévék (PPV) száma + új, agresszív piaci szereplők globális és helyi szinten + a sportszervezetek (jogtulajdonosok) okosabban aknázzák ki a médialehetőségeiket + új, médiabarát lebonyolítási formák alkalmazása + megszilárdult a sportügynökségek piaca (kevés a nagy játékos) + szegmentálják a tévé nézőket a csatornák és az online platformok egyre nagyobb számának köszönhetően, illetve csökkentik a nagy lefedettségű elosztókkal való kapcsolatot + Ázsia, Latin-Amerika és Afrika erősödő gazdasági teljesítménye.

Mi várható a piacon?



Összetevők	2006	2007	2008	2009	2010p	2011	2012	2013	2014	2015	2011-15 ^a
Médiajogok	24,281	23,861	27,005	24,563	29,225	26,945	32,141	30,062	37,801	35,247	
Százalékos változás	19.9	(1.7)	13.2	(9.0)	19.0	(7.8)	19.3	(6.5)	25.7	(6.8)	3.8



THE FUTURE

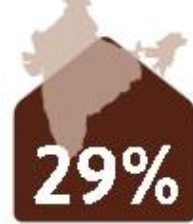
Many of the reasons above will continue to apply in the next three years, so between 2014 and 2017 our expectations include:



Increase in the value of the global sports media rights market



Increase in the value of basketball rights



Increase in the value of sports media rights in the Indian subcontinent

www.sportbusiness.com

2014-2017 között:

- a közvetítési jogok értéke globálisan 21%-kal nő
- a kosárlabda közvetítési jogainak értéke 92%-kal nő
- a közvetítési jogok értéke az indiai szubkontinensen 29%-kal nő.

Változások a NOB és a televíziózás viszonyában 1./2

A tévé általános jelentősége a sportban:

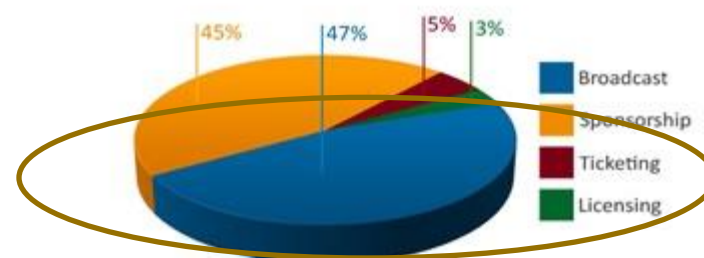
„Hatvan évig televízió nélkül csináltuk. Nagyon jól megleszünk nélküle még hatvan évig! Avery Brundage NOB elnök (1956)



„.... az NBC Barcelonából 161 órát közvetített, rendkívül magas nézettség mellett. Ezért természetesen fizettünk is, nem is keveset. S ha valaki fizet, akkor bizonyos mértékben követelhet is. Az NBC az elmúlt 10 esztendőben durván 1200 millió dollárt adott a sportnak. Ennek a pénznek a döntő többsége csakis a sportba áramlott vissza. Így állítom, **hogy a sportnak összességében, egyes sportágaknak különösen sokkal jobban kellene alkalmazkodnia a televízió igényeihez. S anélkül, hogy a televízió jelentőségét eltúloznám, határozottan kijelentem, hogy a sport ma már nem létezhet televízió nélkül.**”



Alex Gilady (1995)



Változások a NOB és a televíziózás viszonyában 2./2

„Our primary broadcasting objective has always been to ensure that as many viewers as possible are able to experience the Games. Recent Games have demonstrated that through our partnerships with the world’s leading broadcast organisations, we can successfully use new technology and media platforms to reach more people with more coverage than ever before.”

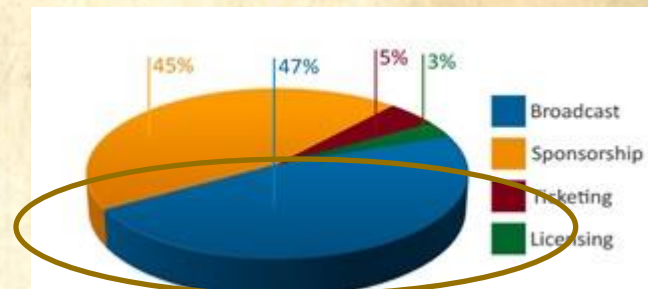
Timo Lumme, Managing Director, IOC Television and Marketing Services (IOC Marketing: Media Guide Olympic Games Rio 2016)



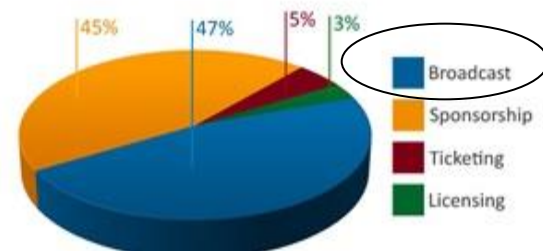
Az olimpia mint televíziós sportüzlet

„A NOB elkövet minden tőle telhetőt, hogy biztosítsa a különböző tömegtájékoztató eszközök útján az Olimpiai Játékok legteljesebb közvetítését a világ legszélesebb közönsége számára.” Olimpiai Charta, 5. fejezet, 48. § 1.

A NOB a bevételeinek a 90%-át visszaforgatja a sportba.



A NOB üzleti modellje – közvetítési jogok



Nyári olimpia	Közvetítő országok száma	Televíziós bevételek (millió \$)
1936 Berlin (film)	1	
1948 London (tévé)	1	
1952 Helsinki	2	
1956 Melbourne	1	
1960 Róma*	21	1,2
1964 Tokió	40	1,6
1968 Mexikóváros**	?	9,8
1972 München	98	17,8
1976 Montreal	124	34,9

BROADCAST RIGHTS FEES HISTORY: OLYMPIC GAMES

	North America (US and Canada)	Central America, South America and Caribbean	Asia	Middle East/ Africa	Europe*	Oceania	Total
1998-2000	1,124.0	14.2	208.0	11.9	422.1	64.9	1,845.1
2002-2004	1,397.4	20.8	232.6	12.9	514.0	54.3	2,232.0
2006-2008	1,579.0	34.0	274.0	24.9	578.4	79.7	2,570.0
2010-2012	2,154.0	106.0	575.0	41.0	848	126.0	3,850.0

* Az első tévés olimpia

** Az első színes adás

Időszak	Televíziós bevételek (millió \$)
1993 - 1996	1.251
1997 - 2000	1.845
2001 - 2004	2.232
2005 - 2008	2.570
2009 - 2012	3.914
2013 - 2016	4.144
Összesen:	15.956

Nyári olimpia	Közvetítő országok száma	Televíziós bevételek (millió \$)
1980 Moszkva	111	88
1984 Los Angeles	156	286,9
1988 Szöul	160	402,6
1992 Barcelona	193	636,1
1996 Atlanta	214	898,3
2000 Sydney	220	1.331,6
2004 Athén	220	1.494
2008 Peking	220	1.737
2012 London	220	2.569

A NOB tévés tevékenysége - OBS



2001: a NOB létrehozza az **Olympic Broadcasting Services-t** (OBS) → televíziós jel, technika, infrastruktúra biztosítása.

Az OBS feladatai:

- mint host broadcaster (fő műsorszóró) előállítja és szétosztja az élő rádiós- és tévés jelet, minden sportágról, minden helyszínről az RHB-knek (Right Holding Broadcasters)
- alapvető felszereléseket, létesítményeket biztosít az RHB-knek
- képviseli az RHB-eket az olimpia szervező bizottságánál (OCOG)
- felelős az International Broadcast Centre (IBC) megtervezéséért, megépítéséért, felszereléséért, az irodák, stúdiók, vágószobák, stb. kialakításáért (az OCOG a felelős az irodák felszereléséért, az internet, a mobil szolgáltatók stb. biztosításáért)
- összeköttetésben áll az RHB-kkel, az olimpiai szervezőbizottságával, a nemzetközi sportszövetségekkel
- televíziós tréningeket tart az érintett ország kiválasztott egyetemében.

Az OBS munkája 1./2



2008: az OBS közös vállalatot hoz létre a pekingi olimpia szervezőbizottságával → Beijing Olympic Broadcasting (BOB)

BOB: *1.000 kamera → 575 montírozó → 62 közvetítőkocsi → 350 egyéb tévés jármű → 6.000 dolgozó.*

Az első teljes HD (digitális) adás olimpiáról.

2010: az OBS először kizárólagos host broadcaster (fő műsorszóró) → **az első teljes digitális adás téli olimpiáról.**



London, 2012:

Az OBS a fő műsorszóró → 5.600 óra HD közvetítés (+ 600 óra 2008-hoz képest)

- **230 óra közvetítés 3D-ben** (megnyitó- és záróünnepség, atlétika, torna, úszás, mű-és toronyugrás)

-+ **1.000 kamera** (40 db High Super Slow Motion, 33 db 3D)

-**33 tévé- és rádiótársaság**

-**13.000 fő RHB személy** (Right Holder Broadcasters)

-**5.600 fő részmunkaidős dolgozó** az IBC-ben (International Broadcast Centre) és a helyszíneken

-**potenciális nézőszám: 4.8 milliárd fő → valóságos 3,6 milliárd fő**

Monaco, 2014: új, NOB tévé csatorna létrehozásának elfogadása

Az OBS munkája 2./2



OBS 2015-ben: televíziós képzést tartott fiataloknak (5 brazil egyetem) → 1.200 diák fizető munkához jutott az olimpián

Rio de Janeiro, 2016: OBS a fő műsorszóró → + 7.000 óra HD közvetítés (+ 1.400 óra 2012-höz képest)

7.200 fő RHB személy (OBS) + 1.600 fő Londonhoz képest

+1000 kamera

+160 Super Slow Motion (SSM) és High Speed Slow Motion (HSSM) kamera

Új technológiák: Ultra HD, Virtual Reality (360 fokos látószög → a nézők a „versenyzők szemével” látnak, 8K, a japán RHB NHK-val együttműködve (16-szor jobb minőségű, mint a HD adás) → 130 óra adás

Potenciális nézőszám: + 5 milliárd fő

2016: elindult az internetes Olympic Channel

Rio de Janeiro, 2016:

-Olympic News Channel az RHB-knek (30 perces összeállítások)

-Multi Clips Feeds (MCF)

-Multi Channel Distribution Service (MDS) → összeállított műsor az RHB-knek

-Olympic Video Player (OVP) → „on demand”, nem valós idejű összeállítások digitális, pl.: mobil platformon

Adatok:

+ 500 tévé csatorna, 250 digitális szolgáltató

350 ezer óra műsor (200 ezer Londonban)

digitális platformon 218 ezer óra műsor (2,5-szer több, mint Londonban)

új közvetítési stílus: kajak-kenu, evezés, triatlon (az új technológiák miatt)

Várható jövő

A NOB és a televíziózás még szorosabb kapcsolata
→ az OBS és az Olympic Channel szerepe egyre erősebb lesz.

A digitális technológiák és a közvetítések stílusának, minőségének dinamikus fejlődése.

A digitális platformok szerepének, és így digitális szolgáltatók (televíziók, szélessávú szolgáltatók) szerepének további erősödése.

A broadcast bevételek további növekedése.

Összefoglalás

A NOB ma már nemcsak az olimpiai mozgalom vezetőjeként és az olimpiai játékok jogtulajdonosaként, hanem médiavállalatként (OBS, Olympic Channel) is értelmezhető.

A NOB és a televíziózás egymást inspiráló kapcsolata soha nem látott népszerűséget és bevételeket hozott a NOB-nak és az olimpiai sportágaknak, valamint a rendező városoknak.

A szervező bizottságok és a rendező városok alapvető érdeke, hogy jól együtt tudjanak működni az OBS-sel.

Avery Brundage ma már talán másként vélekedne a NOB és a televíziózás kapcsolatáról, mint 1956-ban.

Felhasznált irodalmak 1./2

- Albers, A. (2004): Sport als Imagerträger im Tourismus: Auswirkungen und Chancen von Sportevents für Destinationen, Verlag des Faches Geographie, Universität Paderborn, Paderborn, 28-42. old.
- András Krisztina (2002): Üzleti elemek a sportban, doktori értekezéstervezet,
- András Krisztina (2003): A sport és az üzlet kapcsolata – elméleti alapok, műhelytanulmány, 34., BKÁE Vállalatgazdaságtan Tanszék, Budapest
- András Krisztina (2004): A hivatásos labdarúgás piacai, Vezetéstudomány XXXV. Évfolyam, PhD különszám 40-57. old.
- András Krisztina (2011/a): Piacméretet növelni, de hogyan? – a hivatásos sport példáján, NSSz Sportszakember továbbképzési konferencia sorozat III., 27-32. old.
- András Krisztina (2011/b): A hivatásos labdarúgás működési modellje, Sportágak versenye - MSTT füzetek III., 18-42.old., <http://www.sporttudomany.hu/kiadvanyok/fuzetek/sportagak.pdf>
- András Krisztina (2012): Gazdaságpörgető ötkarikás játékok, Világgazdaság 2012.07.24.
- András Krisztina (2014): A (hivatásos) sport mint globális iparág, Nemzetközi vállalatgazdaságtan előadás, BCE 2014.04.02.
- András Krisztina – Havran Zsolt – Jandó Zoltán (2012): Üzleti globalizáció és a hivatásos sport: sportvállalatok nemzetközi szerepvállalása, TÁMOP-4.2.1.B-09/1/KMR-2010-0005 azonosítójú projektje, <http://www.versenykepesseg.uni-corvinus.hu/index.php?id=46167>
- András Krisztina – Várhegyi Ferenc (2014/a): A közvetítési jogok változása a 2014-es téli olimpia kapcsán, XI. Országos Sporttudományi Kongresszus, Debrecen, 2014. június 7., poszterelőadás,
- András Krisztina – Várhegyi Ferenc (2015): Changing of the broadcasting rights in connection with the Winter Olympic Game in Sochi, APSTRACT - APPLIED STUDIES IN AGRIBUSINESS AND COMMERCE 9:(1-2) pp. 99-104. (2015)
- András Krisztina – Várhegyi Ferenc (2015): Az üzleti globalizáció illetve a regionalizmus hatása a közvetítési jogok piacára, Debrecen, 2015. április 17.

Felhasznált irodalmak 2./2

- De Bosscher, V. (2007). Sports Policy Factors Leading to International Sporting Success. Published doctoral thesis. Brussels: VUBPRESS. ISBN-978-905487-421-8
- De Bosscher, V., Bingham, J., Shibli, S., Van Bottenburg, M., De Knop, P. (2008): The global Sporting Arms Race. An international comparative study on sports policy factors leading to international sporting success. Aachen: Meyer & Meyer. ISBN: 978-1-84126-228-4.
- De Bosscher, V. (2013): Introduction: About SPLISS, előadás, SPLISS Conference, Elite Sport Success: Society boost or not?, Antwerpen, 2013. november 13-14.
- De Bosscher, V., Westerbeek, H., Shibli, S., Van Bottenburg, M. (2013): WINNING THE GOLD WAR: An international comparison of elite sport policies in 15 nations, előadás, SPLISS Conference, Elite Sport Success: Society boost or not?, Antwerpen, 2013. november 13-14.
- Chikán Attila (1991, 2008): Vállalatgazdaságtan, AULA Kiadó, 4. átdolgozott, bővített kiadás
- Chikán Attila (2009): A közgazdaságtudomány és a magyar sport – egy elemzési keret c. előadása, Sporttudományi konferencia MTA, Budapest 2009. október 9.
- Czákó Erzsébet (2012): A nemzetközi környezet elemzése, Nemzetközi vállalatgazdaságtan előadás, BCE 2012.02.29.
- Jandó Zoltán (2013): Kődbe vesző karikák, Figyelő 2013/43. 13-16. old.
- Sterbenz Tamás, Gulyás Erika (2013): Verseny-pályán, Bevezető a magyar sport versenyképességének kutatásához, Magyar Sporttudományi Füzetek IX., 7-24. old.
- Szabados, G.: A hivatásos labdarúgás nemzetközi eseményeinek gazdasági hatása, SE Sportágak Gazdaságtana előadás, 2011.09.07., tárgyfelelős: András Krisztina.
- Várhegyi Ferenc (2013, 2014): A közvetítési jogok piaca, TE-előadás, 2013.02.27., 2014.02.06., A sport üzleti kérdései c. tárgy, 2012/2013. ill. 2013/14. 2. félév, tárgyfelelős: András Krisztina
- HVG 1996. júl.27.
- Nemzeti Sport, 1995.02.02.) Forrás: Takács: A mozgó kép, Kalokagathia, 137. oldal, 2007.1-2.
- Gálík Mihály: Média-gazdaságtan (Aula Kiadó, 2000)
- Gálík –Urbán: Bevezetés a médiagazdaságtanba (Aula Kiadó, 2009)
- IOC Marketing Fact File 2016 6., 21., 24., 26., 27. oldal
- IOC Marketing Media Guide Rio 2016 6., 9. oldal

• www.obs.tv letöltés: 2016. november 17.

• www.olympic.org letöltés: 2016. november 14.

• www.olympicchannel.com letöltés: 2016. november 15.

Köszönjük a megtisztelő figyelmet!

Várhegyi Ferenc

fvarhegyi@eusp.hu



András Krisztina, PhD

krisztina.andras@uni-corvinus.hu

Sportgazdaságtani Kutatóközpont
Gazdálkodástudományi Kar
Budapesti Corvinus Egyetem