

SZAKDOLGOZAT

Horváth Máté
Turizmus-Vendéglátás

Gödöllő

2023



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Szent István Campus

Turizmus – Vendéglátás Szak

A stadionok gazdasági és sportturisztikai hatásai hazai és nemzetközi szinteken

Belső konzulens:

Dr. Dávid Lóránt Dénes

kutatóprofesszor

Készítette:

Horváth Máté

V3DOTL

Nappali tagozat

Intézet/Tanszék:

Fenntartható Fejlesztés és Gazdálkodás Intézet

Fenntartható Turizmus Tanszék

Gödöllő

2023

TARTALOMJEGYZÉK

1.	Bevezetés	2
2.	Szakirodalmi áttekintés a kutatás elméleti háttére	3
2.1	A sportturizmus	3
2.2	A Labdarúgás	5
2.3	A stadionok története	8
2.4	Az Első Generációs Labdarúgó Stadionok	9
2.5	A Második Generációs Labdarúgó Stadionok	12
2.6	A Harmadik Generációs Futballstadionok	15
2.7	A „Posztmodern” Stadionok Megjelenése	17
2.8	Posztmodern Stadionok Hatása	18
2.9	Magyarország Futball és Stadion történelme	24
2.10	Magyar futball az európai szintéren	26
2.11	A Magyar futball professzionalizálódása	28
2.12	A II. Világháborútól az 1950-es évekig	29
2.13	Szovjetizált futball	31
2.14	A Forradalom után	35
2.15	Napjainkig	38
2.16	Gazdasági hatás	40
2.17	Fejlesztések	42
3.	Hipotézisek	43
4.	Saját kutatás és Módszertan	44
4.1	kontinenseket összevetve mennyivel jelentősebb a sportturizmus a futball által	45
4.2	a futballnak jelentősebb hatása van egyéb sportokkal szemben A Sportturizmusban Magyarországon	56
4.3	a futballnak köszönhetően a 62	
5.	Következtetések, Javaslatok	72
6.	Összefoglalás	73
7.	Irodalomjegyzék	74
8.	Ábrák és táblázatok jegyzéke	77
	Függelékek	78

1. BEVEZETÉS

A sportturizmus, a futball és a stadionok közötti szoros kapcsolat olyan izgalmas területet alkot, amely rendkívül fontos mind a gazdaság, mind a turizmus szempontjából. A futball, mint egyike a világ legnépszerűbb és legnézettebb sportágainak, rendkívüli vonzerőt gyakorol a szurkolókra, és ezáltal széleskörű turisztikai lehetőségeket teremt. A stadionok pedig nem csupán a futball mérkőzések helyszínei, hanem kulturális ikonok és turisztikai látványosságok is, amelyek vonzzák a helyi és a nemzetközi látogatókat egyaránt. A futball iránti szenvedély, az érzelmi kötődés a klubhoz, és a mérkőzések izgalma azon látogatók számára is vonzóvá teszi a stadionok látogatását, akik nem rendelkeznek helyi szurkolói kötődéssel. Ezáltal a stadionok nem csupán a sportrendezvények helyszínei, hanem olyan turisztikai célpontok is, amelyek hozzájárulnak a városi turizmus fejlődéséhez és a helyi gazdaság növekedéséhez.

Emellett ezek a futballstadionok szintén hordoznak történeti és kulturális értékeket, amelyekre a turisták különös figyelmet fordítanak. Az ikonikus stadionok, mint például a Camp Nou vagy az Old Trafford, gyakran olyan helyek, ahol a futballtörténelem kiemelkedő eseményei zajlottak, és emlékművek a sport iránti szenvedélynek és hűségnek. Emellett a stadionok a városi identitás részei, és fontos szerepet játszanak a városkép kialakulásában és az urbánus turizmus vonzerőjében.

Ebben a szakdolgozatban részletesen megvizsgálom a sportturizmus és a futball, valamint a stadionok kapcsolatát, és feltárom ennek a kapcsolatnak a gazdasági, társadalmi, kulturális és turisztikai vonatkozásait. Az építési, működtetési és marketingstratégiák, valamint a turisták és szurkolók viselkedésének elemzése segíteni fog abban, hogy teljesebb képet alkossunk erről a dinamikus területről.

Ezen túlmenően, a szakdolgozat célja, hogy bemutassa a sportturizmus és a futballstadionok kapcsolatának jelentőségét mind a sportmenedzsment, mind a turizmus területén, és rámutasson azokra a lehetőségekre és kihívásokra, amelyekkel a klubok, városok és turisztikai szolgáltatók szembesülnek ezen a területen. Három hipotézist állítottam fel, amelyeket a szakirodalom ismertetése után az erre kihelyezett kutatásokkal akarom részletesen elemezni, kontinenseket összevetve mennyivel jelentősebb a sportturizmus, a futball jelentősebb-e más sportágakkal szemben a sportturizmusban, valamint, hogy a futballnak köszönhetően a stadionok fejlesztései mennyivel bizonyulnak jelentősebbnek, mint egyéb sportágak tekintetében.

A kutatás során szerzett ismeretek nemcsak a sportturizmus és a futballstadionok kapcsolatának tanulmányozására szolgál, hanem a gyakorlati alkalmazások számára is értékes megértést nyújthat a stadionok, mint turisztikai attrakciók kiaknázásában és fejlesztésében. A szakdolgozat ezen a területen is bemutatja azokat a bevált gyakorlatokat és innovációkat, amelyek segíthetik a stadionokat abban, hogy még vonzóbbá váljanak mind a szurkolók, mind a turisták számára.

2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS, A KUTATÁS ELMÉLETI HÁTTERE

2.1 A SPORTTURIZMUS

Az új tapasztalatok megszerzése érdekében történő utazás mindig is jelen volt a társadalmakban, bár különböző mértékben. Példaként említhetjük a más kultúrák megismerését célzó utazásokat, bizonyos egészségügyi állapotok gyógyítása céljából. A középkorban a fiatal tanoncok is sokat utaztak. Az eredetét tekintve a sportturizmus az ókorba nyúlik vissza, az első olimpiai játékok idejére, amikor az adott városállamot meglátogatták a sportolók vagy nézők azzal a céllal, hogy részt vegyenek a játékokon vagy annak eseményeinek megtekintése céljából (Kiss, 2013).

Napjainkban, köszönhetően a modern technológiai fejlődésnek a társadalmi tér beolvadt és az emberek térbeli mobilitása nagymértékben megnőtt. Ugyanakkor a technológiai fejlődés negatívan befolyásolta az emberek természeti környezetét és egészségét. Paradox módon a modern embert arra készíti, hogy elhagyja a lakóhelyét. Turistává kell válnia ahhoz, hogy élvezze a természet szépségét, gazdagságát és kihívásait, és mindezeket tapasztalatok teszik lehetővé számára, hogy gazdagodva térjen haza. (Győri, 2020)

A „turizmus” szót először 1811-ben említette az oxfordi English Dictionary, az angol „tour” szó származékaként, ami utazást, utazást jelent egy adott területen. Az első hivatalos meghatározása 1937-re nyúlik vissza, a szó jelentése akkoriban a lakóhelytől eltérő helyeken tett látogatásra használták. Később azokat, akik kevesebb mint 24 órát töltöttek úticéljukon, kirándulóknak nevezték. A modern meghatározás sokkal szigorúbb, és a látogatás időtartása kevésbé játszik szerepet benne, de fontos, hogy az utazást és a tevékenységeket az egyéni turista választja ki. Egy másik fontos motiváció az új élmények és kalandok keresése, azoknak az utazásoknak a száma, amelyek célja valamilyen sporttevékenység végzése/megszervezése drámaian növekedett az 1980-as évek eleje óta. A sport már nem egyszerűen a fizikai

tevékenységek összességét jelenti, hanem összetett fogalom lett. Az emberek által eltöltött idő a pénzkereső tevékenységek terén csökkent, a rendelkezésre álló jövedelmek nőttek, a szabadidős szokások megváltoztak, az emberek egyre egészségtudatosabbá váltak, és a „sport mindenkinek” gondolata egyre népszerűbbé vált. Ezek a jellemzők válaszként az urbanizáció káros hatásaira hozzájárultak a sportot űző emberek számának növekedéséhez, különösen az egészségügyi szempontból fontos sportok terén. Napjainkban a növekvő szabadidőnek köszönhetően olyan sportforma alakult ki, amely az egészség megőrzésére és a testmozgás elősegítésére irányul. (Győri, 2020)

Másrésről, (Hinch T. D. & Hingham, 2001) véleménye szerint a verseny döntővé vált a sport minden területén, beleértve a szabadidős és elsőosztályú sportot is. Az amatőr és profi sporttal kapcsolatos sportesemények is turisztikai termékek, és mint ilyenek, nagyon fontossá váltak. A kiállítás jellegű megaesemények, kontinentális bajnokságok, bajnokságok és kupák szurkolóinak száma folyamatosan növekszik. Ezen új tendenciák eredményeként a 90-es évekig bizonyos kormányok elkezdték kidolgozni a sportturizmus területén a stratégiákat, és nagy eseményeket szerveztek. Ezek a fejlemények, ahogyan azt a WTO is megállapította, azt eredményezték, hogy a sportturizmus a leggyorsabban fejlődő turizmus ágazattá vált, évente időnként 8-10% növekedést produkálva. (Győri, 2020)

2.2 A LABDARÚGÁS

A labdarúgás történelmét tekintve négy külön szakaszra lehet bontani. Az első szakasz megfelel az angol labdarúgás alapító korszakának, a népi labdarúgásnak, amelyet lapítatlan terepen játszottak, nincs egyértelmű különbség a játékosok és a nézők között, mivel könnyen át lehetett válni az egyikből a másikba a játék bármely pontján. Nem voltak térbeli korlátok a játékban, a labdát átütögették pusztaságokon, folyókon, erdőkön, és befejeződtek a városi utcákon. A második szakasz meghatározza a játéktér határozott térként, bár a határok és teljes területe változott az első sporttörvények modifikációjával a XIX. század közepén. Így a játékosok és a nézők között megkülönböztetés és elszigetelés keletkezett, akiknek ezt a játéktér már fenntartották, és a nézők, akiknek tilos volt beavatkozniuk a játékba, bár engedélyezték a mozgást a környező területeken. A harmadik szakasz a nézők számára fenntartott terület növekvő racionalizációjának felel meg, a helyeket osztály alapú logika szerint rendezték. Ez azt jelentette, hogy az elkülönítették nézőktől belépőjegyet számoltak fel, és létrehoztak külön szektorokat a csapat tulajdonosai és vezetői számára. A negyedik szakasz megfelel a modern labdarúgó stadionnak, amelyet már nem fa, hanem betonból épült, fegyelmi logika vezeti, belső TV-körökkel és teljesen elkülönített közönséggel, mindegyiknek saját szektorral a stadionban a jegy árától függően, a szektor kilátópontjától és az elérhető (vagy hiányzó) szolgáltatásokról és infrastruktúráról függően. A modern stadion szerkezetének más felhasználási lehetőségei is vannak, a sport mellett, például zenei és vallási események és kongresszusok, valamint új területek, amelyeket létrehoztak a stadionon belül, fokozva a látogatók számát. (Holzmeister, 2014)

A labdarúgás történelmét tekintve Francis Magoun angol irodalomkutató, aki többek között a labdarúgás eredetét is kutatta, talált a futballnak egy olyan, a XV. század végi, vidéki Nottinghamshire-ben játszott változatát, amelyben a labda kézzel történő érintkezése nyilvánvalóan tilos volt. Azonban sem ez, sem pedig a többi leíró töredék, amelyek a történelmi feljegyzésekben megtalálhatóak, nem tekinthető „a labdarúgás eredetének” Nagy-Britanniában. Pontosabban azért nem tekinthetők így, mert a feljegyzések egyszerűen nem elég teljese ahhoz, hogy megállapítható legyen, mennyire jellemzőek ezek a megfigyelések, vagy azért, mert miközben az ország egyik részén a labdajáték túlnyomórészt rúgó formái, egy másik részén túlnyomórészt kézzel játszott formái voltak megtalálhatóak. Továbbá a XIX. század vége előtt a történelmi feljegyzések egyszerűen nem elég részletesek ahhoz, hogy bármi megállapítható legyen a „rúgó” vagy a „kezes” labdarúgás összehasonlító statisztikai

gyakorosságáról akár egy időben, akár máskor az idők folyamán. Hasonlóképpen ahogy az 1847-es Eton mezei futballszabályok a legkorábbi kodifikált szabályai a labdarúgás nem kézilabdázó formájának úgy tekinthetők, mint egy az 1863-as „felülvizsgált” FA-szabályok fontos elődjének és inspirálójának. (Kitching, 2011)

Maradtak fent olyan újságcikkek az első egyesületi labdarúgó klub által játszott fociról Northumberlandben és Durham megyében (a Tyne Egyesületi Labdarúgó Klub), amikor ez az egyetlen aktív egyesületi labdarúgó klub volt a két megyében (1877–9), és csak belső klubmérkőzéseket és kihívó mérkőzéseket játszott a szomszédos rögbi klubok ellen. A Tyne klub az alapítástól kezdve ragaszkodott a „nincs kézhasználat” FA szabályokhoz, de más szempontból legalább az első négy vagy öt szezonban játszott játékát alig lehetne felismerni a kortárs labdarúgástól. Például a Tyne általában hat vagy hét támadóval sorakozott fel, ezeket a támadókat rögbi-szerű „halomban” vagy „csőben” játszotta, amely direktben lelökte vagy üldözte a labdát a pálya közepén, és csak ritkán, ha egyáltalán valaha, „körülményes” ellenfél elkerülését jelentette az oldalirányú mozgással. Valójában az első néhány szezonban az egész Tyne FC csapat csak kétféle passzt használt, hosszú előre lövéseket a hátvédjeiktől, hogy a támadók együtt üldözhessék őket, és nagyon rövid passzokat a szorosan csomagolt csoportok vagy részcsoportok között, amelyek együtt mozogtak lefelé a pályán. Emellett a labda fejelése csak az 1880-as évek elejétől vált gyakran említett gyakorlattá. Az 1880–1. szezontól kezdve a Tyne kezdte elterjeszteni a játékot. Több említés van az előcsatárok központi és szélpozíciókban történő játékaról, és hosszabb oldalsó passzokról ezekbe a pozíciókba. Az 1880-as évek elejétől a labda fejeléséről is több említés van. Azonban még akkor is a játék jóval több maradt „csoport” vagy „csata” játék, mint egy mai labdarúgó mérkőzésben, és az az elképzelés (például), hogy a labdát hátrafelé passzolják annak érdekében, hogy előre jussanak, teljesen hiányzik. Más szavakkal, a labdarúgás kialakulása a futball egy változataként többet jelent, mint a szabályok kidolgozása vagy kodifikálása. Ezenkívül a játék során történő tanuláshoz is kapcsolódik. A szabályok legfeljebb a játék célkitűzéseit és bizonyos gyakorlatok tiltását határozzák meg (például a labdakezelés tilalmát a pályán kívüli játékosok részéről, ami talán a labdarúgás központi játékdefiníciós tilalma). Azonban a legátláthatóbb szabályrendszer sem mondja el, hogy hogyan kell játszani egy játékot. Nem mondja el, hogyan kell például támadóként, középhátvédként vagy kapusként játszani, és bár meghatározza a célokat, nem mondja meg, hogyan érhetjük el azokat. A labdarúgás célja az, hogy egy 11 fős csapat gólokat szerezzen egy ellenfél csapat ellen, miközben irányítják és mozgatják a labdát anélkül, hogy a játékosok a kezeiket használnák. A futballhoz használt labdát eleinte keményebb anyagból

gyártották, valamint a formája sem volt a napjainkban használthoz hasonló. Ovális formájú volt és feltehetően a súlyuk sem egyezett meg a jól ismert futball labdához képest. Ez feltehető annak, hogy az 1870-es vagy akár a 1880-as évek előtt nem volt olyan technológia, amely olyan labdákat tudott volna előállítani, amelyek hosszabb ideig maradnának akár csak durván is gömbölyű formában. (Kitching, 2011)

Ez valószínűleg a legerősebb körülményes bizonyíték arra, hogy a hagyományos labdarúgás legtöbb formája a labda rúgása mellett valószínűleg a labda elkapását és dobását is magában foglalta, vagyis a modern terminológia szerint valamennyi mértékben „kézzel játszott” játék volt. (Érdekes ebben a kontextusban, hogy amikor 1856-ban az Alnwick Shrovetide mérkőzést „mindenki rúghatja” játékká alakították át, az továbbra is ovális labdával játszódtak, a labdarúgó labdát csak a 1890-es években vezették be). Másrészt érdemes megfontolni a fordítottját ennek, hogy a képesség, a tizenkilencedik század végétől kezdve, hogy megbízhatóan gömbölyű labdákat készítsenek, önmagában segítette-e a labdarúgás terjedését. A legügyesebb labdarúgás játékhöz egy olyan labda szükséges, amely viszonylag puha és megbízhatóan pattog. Pontosan gömbölyű, felfújható labdákat csak körülbelül 130 évvel ezelőtt tudtak előállítani. (Kitching, 2011)

Az 1900-as évre a labdarúgás elterjedt egész Európában, Latin-Amerikában és az újonnan gyarmatosított afrikai területeken is. A játék gyakran brit tengerészek, vasúti munkások, kereskedők, gyarmati köztisztviselők vagy oktatók által került bevezetésre. Máskor a futball országhatárokon áttért olyan férfiak által, akik meglátogatták vagy tanultak Britanniában, majd hazavitték az új játékot. Miután bevezették, a futball gyorsan belekeveredett a kereskedelmi folyamatokba, és a fogyasztói kultúra növekedésébe. A futball jelen volt az első világháború frontvonalain Benito Mussolini is felhasználta a fasizmus legitimitásához az 1930-as évek Olaszországában. Ghána függetlenségi mozgalmában a nemzeti büszkeség szimbólumaként jelent meg, és lehetőséget adott a Dél-Afrikai Robben-szigeti börtön foglyainak az apartheid uralom legitimitásának megkérdőjelezésére. A futball inspirált bátorságot és erőszakot, rasszizmust és nemek közötti kirekesztést. A sport számos kiváló filmet és lenyűgöző újságcikket inspirált. (McPherson & Brooke, 2012)

2.3 A STADIONOK TÖRTÉNETE

A labdarúgó stadionok építészeti és gazdasági fejlődésében a legnagyobb változások az utóbbi két évtizedben következtek be annak érdekében, hogy lépést tartson a társadalom változásaival, és konkrétan a labdarúgás átalakulásával. Ebben a fejezetben a stadionfejlesztés fokozatos átmenetét szeretném szemléltetni a 19. század vége óta a szabályozatlan pályáktól az első „szakosodott” modern stadionig, amely Angliában jelent meg, majd a 1980-as évektől kezdődően, amikor új típusú technológiai és kereskedelmi szempontból fejlett stadionok jelentek meg, amelyeket „posztmodernnek” neveztek.

A modern és posztmodern stadionfejlesztéseket össze kell kötni a tőkés termelési mód társadalmi-gazdasági feltételeivel, valamint az adott történelmi időszakban releváns sportfaktorokkal. Különböző szerzők az ipari, fordista azaz a futószalagon és hatékony üzemszervezésen alapuló tömegtermelési módszer vagy modern időszak szervezését alapvetően meghatározó társadalmi-gazdasági elveknek nevezik. John Bale szerint a nyugati országok iparosodása hozzájárult a labdarúgás, a stadionok terjedéséhez és az új stadionépítési architektúra fejlődéséhez az egész világon. Például a spanyol klubok is lemásolták az angol futballklubok stadionjaiban beépített fő építészeti és menedzsment jellemzőket. A modern időszak fokozatosan változást hozott az építészek és klubtulajdonosok szerepében, valamint a különböző stadiontípusok tervezésében és kezelésében. A tőkés termelés szervezésének következő szakasza az 1970-es években kezdődött, miután, az első válságjelenségek megjelentek a fordista termelési módban, és ahhoz vezettek, amit posztfordistának (vagy posztmodernnek és neo-fordistának) neveztek. A „posztmodern” kifejezés tükrözi a nyugati társadalmak fogyasztás, esztétika, dizájn, kultúra és életmód területén bekövetkezett változásokat, és ezek gyakoriak a mai posztmodern stadionokban. (Paramio, Buraimo, & Campos, 2008)

Bár a futballklubok és stadionok továbbra is alkalmazkodnak a termelés és kisebb mértékben a fogyasztás változásaihoz, az első jelek a számtalan új modern stadionok érkezéséről az 1980-as évek végén jelentkeztek, amikor a kormányok és a nemzeti és nemzetközi irányító testületek szigorú stadionbiztonsági előírásokat vezettek be az európai labdarúgó stadionokban történt számos haláleset után. Bale megjegyzi, hogy a posztmodern stadionok Nagy-Britanniában akkor jelentek meg „amikor a sok stadiont körülvevő fémkerítéseket lebontották és selejtezték”. Sok lépés és kezdeményezés mélyreható hatással volt a meglévő stadionok építészeti és üzemeltetési működésére, valamint a posztmodern stadionok irányába történő elmozdulásra.

Nagy-Britanniában ennek a változásnak katalizátora a kormány beavatkozása volt jogszabályok és pénzügyi támogatás formájában a labdarúgó klubok és hatóságok számára. Az állami beavatkozás ennek a kontextusban rendkívüli hatással volt a szektor pénzügyi sikerére. A stadionokban végzett javítások hozzájárultak ahhoz, hogy a brit labdarúgás új képet kapjon, ami részben legalább lehetővé tette a bajnokságok számára, hogy felkeltse a jövedelmező közvetítő szektort. Ennek következménye az volt, hogy a közvetítési bevételeket használták a klubok játékoskeretének fejlesztésére és a stadionfejlesztések költségeinek fedezésére. (Bale, 2003)

2.4 AZ ELSŐ GENERÁCIÓS LABDARÚGÓ STADIONOK

Egyetértés van abban, hogy az első példák a „szakosított” modern labdarúgó stadionokról híresen brit eredetűek voltak, és a 19. század végén alkalmazott kapitalista termelés szociális-gazdasági és politikai elveinek, valamint a népi játékoktól a modern sportig történő fejlődés tükröződéseként jelentek meg. Valójában az első stadionok többsége az észak-angliai ipari városokban koncentrálódott. Ez a folyamat nyilvánvalóan kapcsolódott az új termelési feltételekhez, amelyek magukban foglalták az üzemek építését, az iparosodás terjeszkedését és az angol városok urbanizációját. Ehhez hozzájárult a közlekedés fejlesztése, amely magában foglalta az első nemzeti vasúthálózat kialakítását 1860-ban, ami megkönnyítette a szurkolók utazását az észak-angliai városok stadionjaiba. Egyéb kulcsfontosságú tényezők közé tartozott a Football Association (FA) alapítása 1863-ban és az első nemzeti liga 1888-as beindítása. Mindezek a tényezők jelentős hatással voltak a futball nemzeti és nemzetközi fejlődésére, valamint az első generációs labdarúgó stadionok építésére Nagy-Britanniában és máshol. Ez az evolúció azonban nem volt egyértelmű. Kezdetben néhány brit klub úgy döntött, hogy elhagyja szabályozatlan „területeiket”, amelyeket arról ismertek, hogy jelentős kölcsönhatás folyik a játékosok és a nézők között, és más sportok, például rögbi és krikett céljaira is használták, hogy az első híres „szakosított” labdarúgó stadionokra váltsanak. Bale szerint a „stadion” használata a „pálya” helyett azt sugallhatja, hogy a játék képét fejlesztik, és szükség van arra, hogy a focit bizonyos térbeli korlátok közé szorítsák. (Bale & Sheard, 2003,2001)

A korai előképekkel kapcsolatban különböző vélemények vannak. Úgy tűnik, hogy a brit Preston North End FC volt az első Nagy-Britanniában és a világon, amely 1875-ben az első modern stadiont építette, miután elhagyta a Moor Park területet. Mások szerint ez az elismerés az Everton Goodison Park stadionjának vagy a Manchester United Old Traffordjának járhat.

Az új stadionok fejlesztési üteme nyilvánvalóan a brit liga terjeszkedését serkentette. Így sok brit városban épült számos szakosított labdarúgó stadion a 20. század előtt. (Paramio, Buraimo, & Campos, 2008)

Mint korábban említve lett, az iparosodás terjedése lehetővé tette a stadionok új építészeti tervének kifejlesztését és az első „modern” brit labdarúgó stadionok első modelljének exportját. Ebben az időszakban nem voltak irányelvek vagy szabályozások, amelyek segíthettek volna a stadionok építésében. A tervezés és az építés nyilvánvalóan a gyárépületek tervezésére gyakorolt hatást, amelyek gyorsan, alacsony költséggel épültek fel, és nagy tömegek elszállásolására irányultak. Az eredeti tervek tartalmaztak létesítményeket különböző sportokhoz, de a futball vált a domináns tevékenységgé. Sheard leírja a korábbi stadiongenerációt, megjegyezve, hogy „a korábbi időkben sok stadion sportpályához, atlétikához és néha még kerékpározáshoz lettek tervezve. Végül eltávolították a pályát és a stadionok egyszereplős létesítményekké váltak, amelyek egy év során korlátozott számú eseményre szolgáltak”. (John & Sheard, 2001)

Nyilvánvaló, hogy a stadionok biztonsági, kényelmi, vendégfogadási, hozzáférési és higiéniai szabványai a kezdeti szakaszban egyszerűek voltak, mivel a hangsúly kevésbé a kényelemre és a dizájnrá, és inkább a tömeges látogatottság maximalizálására helyeződött. Alapvető tervezési jellemzőik is tükrözték az akkori stadionok működését és kezelését. Nem meglepő, hogy korlátozott használatuk hatással volt a klubok pénzügyeire, sok klubnak küzdenie kellett a túlélésért. (Szymanski & Kuypers, 1999)

A klubok elnökei csak később kezdték el, főként a brit helyi sörgyárak tulajdonosai, együttműködve az építészekkel (és mérnökökkel), bizonyos építészeti és menedzsment-innovációkat bevezetni a stadionokba annak érdekében, hogy növeljék az épületek használatát és gazdasági megtérülésüket. A legfontosabb motiváció az volt, hogy növeljék a mérkőzések látogatottsági szintjét. Ebből a célból a klubok fokozatosan fejlesztették pályáikat, amelyek fából vagy téglából készültek, és alapvető elemeket tartalmaztak, például fizetőpultokat és beléptető kapukat a fő bejáratoknál, szegélykerítést a játékterek és a nézők között, öltözőket a játékosoknak és a tisztviselőknek, az első állandó, bár primitív, tribünöket, majd fedett lelátókat. Ezek a létesítmények tartalmazták a modern stadionok magját Nagy-Britanniában és máshol. A 20. század fordulóján az európai klubok, köztük a spanyol, német vagy olasz klubok, utánozták a brit stadionok fő építészeti és menedzsmentjellemzőit. Azonban nem volt egyedi modern stadion archetípus. Valójában a brit stadionok tervezése megkülönböztető volt a német

és az olasz stadionmodellekhez képest. A brit stadionokat az „abszolút elsőbbséget élvezők tribünjeivel” és a nézők közvetlen elhelyezésével a pályához képest jellemzik, amelyek ma is általánosak a legtöbb brit és néhány spanyol stadionban. Ezzel szemben a német és az olasz stadionok hagyományosan atlétikai pályákat tartalmaznak a játéktéren, amelyek néhányan szerint „csökkentették a közönség hangulatát”. Ezeknek a gyakorlatoknak az alkalmazása két következménnyel járt: először is, a tribünök építésével a kapacitás nyilvánvalóan nőtt, és másodsor, több bevételt jelentett a klubnak az üzemeltetéshez. Ezek az építészeti és menedzsmentelemek hozzájárultak a modern stadionok alapjainak letételéhez. (Paramio, Buraimo, & Campos, 2008)

Ugyanakkor a futball professzionalizálódott Angliában 1885-ben. A játékosok bérei, és a játékosok átigazolási díjai jelentősen megnöttek. A liga mérkőzései továbbra is több érdeklődést nyújtottak a nézőknek és a játékosoknak, valamint garantált bevételt biztosítottak a klubok számára. Ezen körülmények között a kluboknak anyagi ösztönzéseket kellett kínálniuk legjobb játékosaik megtartásához és mások szerződtetéséhez, ami csökkentette tőkéjüket vagy új létesítményeket épített vagy meglévő létesítményeiket javította. A látogatottság növekedése, néha korlátozott ellenőrzés alatt, ahogy azt a jegy nélkül bejutott szurkolók mutatták, negatív hatással volt a sok fa lelátó fizikai szerkezetére, és ezzel veszélyeztette a nézők biztonságát. Ráadásul a fa használata az akkori stadionok fő anyagaként bizonyult különösen veszélyesnek, és tragédiák okozója volt a korábbi stadionokban. Például 1902-ben az újonnan épült Ibrox Park főlelátóján 26 ember meghalt, és 516-an sérültek meg a nézők irányításának hiánya miatt. Egy különös esetet lehet megemlíteni Archibald Leitch korai szakmai életében, azok közül, akik a brit futballstadionokat ebben az időszakban építették és tervezték, amit érdemes megemlíteni. Az Ibrox Park fa lelátója volt Leitch első részvételének stadiontervezésében. Az állvány összeomlásának felelősének értékelésére irányuló vizsgálat végül a kivitelezőt találta vétkesnek, nem pedig Leitchet, amiért rossz minőségű fát (sárga fenyőt) használt a tervezés során megadott fafaj (erdei fenyő) helyett. Mint más tragédiák is bizonyították, a szervezetek és a klubok kevés aggodalmat mutattak a stadionok nézőinek biztonságával szemben. (Paramio, Buraimo, & Campos, 2008)

2.5 A MÁSODIK GENERÁCIÓS LABDARÚGÓ STADIONOK

A korábbi stadiontervezés katasztrófái azonban hozzájárultak a második generációs stadionok tervezési és biztonsági javításaihoz. Ezért szigorú szabályozásokat hoztak. Az egyik javaslat középpontjában az állt, hogy lebontják a korábbi stadionokban használt fő építészeti megoldásokat (fa lelátókat) acélbeton és acéllemezzel helyettesítik. Fokozatosan a beton- és acélstadionok váltak az európai stadionok második és későbbi generációinak normájává. Leitch tovább ment a saját rozsdamentes acélkorlátok kifejlesztésében, amelyeket nagy mértékben utánoztak, és hatékonyak voltak a tömegközlekedés ellenőrzésében. Az ajánlások és az új építési anyagok használata új minőségű stadionokat hozott létre a biztonság és a kényelem szempontjából, bár az esztétikai fejlődés továbbra is korlátozott maradt. Ugyanakkor a stadiontervezésre vonatkozó törvényi szabályozás hiányában éveken át továbbra is történtek tragédiák a stadionokban. A futball profilja és látogatottsága tovább nőtt Európa-szerte. Ennek ellenére sok klub még mindig anyagi nehézségekbe ütközött. A legtöbb klub nehézségeinek leküzdésére néhány brit klub üzleti gyakorlatot folytatott, amely magában foglalta a látogatási díjak gyűjtését, programok eladását és alapvető vendéglátási szolgáltatásokat a mérkőzések napján. Ez az üzleti gyakorlat az évek során más európai pályákon is elterjedt, bár a bevételi szintek viszonylag alacsonyak voltak, mivel az árak is alacsonyak voltak. Ahogy a bevételgenerálás vált a legtöbb klub számára központi aggodalomná, az új stadionok bővítéséhez és fejlesztéséhez vagy az új stadionokba való költözés finanszírozásához való pénzbeszedés valóságos kihívást jelentett. Ahogy Inglis megjegyzi, a legjobb két lehetőség arra, hogy Nagy-Britanniában tőkét szerezzenek az új stadionok finanszírozásához, vagy átalakítsák a klubokat korlátozott felelősségű társaságokká (például a Rangers vagy a Celtic klubok), vagy másoknál (például a Liverpool vagy a Manchester United) támaszkodjanak gazdag emberek pénzügyi hozzájárulására és támogatására. Spanyolországban az első stadiongeneráció későbbi megvalósítások voltak a brithez képest, és a klubtagok fizették az építési költségek nagy részét. (Paramio, Buraimo, & Campos, 2008)

Az egyik első támogató a klubok és történelmi stadionjaik fejlesztése mögött John Houlding volt, aki Liverpool polgármestere is volt, az Everton elnöke, és az a hely tulajdonosa, ahol végül az Anfield épült. A pálya bérleti díjával kapcsolatos vita miatt az Everton távozott. Válaszul 1884-ben létrejött egy új csapat, a Liverpool, hogy használja az Anfieldet. Hasonlóképpen, Henry Norris, az Arsenal elnöke és John H. Davies, a Manchester United első elnöke, aki a Manchester Brewery helyét is birtokolta, ahol az Old Trafford épült, befolyásos szerepet

játszott mindkét csapat pénzügyi támogatásában és stadionjaik finanszírozásában. Az építési költségek tekintetében nehéz valós összehasonlításokat végezni a kortárs stadionokkal; ezeknek a stadionoknak az építési költségeit akkoriban meglehetősen drágának tartották. Mint Inglis megjegyzi, az Old Trafford építése sok adósságot hozott a Manchester Unitednek, amit 41 év alatt sikerült kifizetni. Ebben a történelmi időszakban a modern stadionok fejlődésére vonatkozóan különböző nemzetközi és nemzeti háborúk is jelentős hatást gyakoroltak az európai stadionok szerkezetére és működésére. Annak ellenére, hogy ezekben az konfliktusokban részt vevő országok kritikus társadalmi-gazdasági helyzetben voltak, a futballmérkőzések újraindítása több nézőt vonzott, és a ligákban részt vevő klubok száma növekedett. Ez a futball iránti növekvő érdeklődés új korszakot jelentett a második generációs futballstadionok fejlődésében, amelyek az első világháború után jelentek meg. (Paramio, & Campos, 2008)

Az erősített beton használata a korábbi stadionokban tapasztalható építészeti és üzemeltetési problémák hatékony megoldásának bizonyult. Ezzel a megoldással az építészek nagyobb hangsúlyt fektettek a nézőszám növelésére, és kényelmet, kiegészítő létesítményeket és biztonságot biztosítottak mind a játékosok, mind a nézők számára a korábbi stadionokhoz képest. Ahogy Sheard fogalmazott, az új stadionok tervezése „vissza akarta szerezni a nagyközönség szívét és elméjét azzal, hogy olyan kényelmet, szolgáltatást és nézetet kínált a játékhoz, amely versenybe szállt azzal, amit a saját nappalijaikban kaphattak. Több kényelmes fedett ülést, mosdót férfiaknak és nőknek, valamint hozzáférést alapvető étel- és italfogyasztási helyeket biztosítottak”. (John & Sheard, 2001)

Spanyolországban a stadionfejlesztés és így az első jelek a stadionok kereskedelmességéről csak a 20. század első részében jelentek meg. Az első szakosodott spanyol futballstadionokat ugyan megépítették, de gazdasági értelemben nem voltak túl életképesek, amikor más európai országokban már a stadionok második generációja készült. Az 1928-ban létrejött első spanyol bajnokság előtt kilenc spanyol klub játszott saját stadionjában (Barcelona), míg a többiek pályabérletet fizettek (Real Madrid). Az első szakosodott spanyol futballstadionokat megépítették, de ezeknek a stadionoknak nem volt túl nagy gazdasági értékük, a klubok többsége számára az ebből származó bevételek korlátozódtak a jegybevételekre, ami még mindig elmaradt a brit tapasztalatoktól. A legtöbb spanyol klub esetében ezt az alacsony bevételt néhány klubtag hozzájárulásával egészítették ki. Különböző pályabérleti időszakokat követően az Athletic Club Bilbao-t azzal hozták kapcsolatba, hogy 1913-ban megépítette az első modern futballstadiont (San Mames), amelynek kapacitása csak

10 000 néző volt. Ez a stadion két nagy lelátót tartalmazott, amelyek közül csak az egyik volt fedett. Ellentétben a brit példával, a San Mames (valamint más spanyol stadionok) költségeit főként a klubtagok adományaiból fedezték. Amint az európai stadionok második generációja virágzott, más spanyol kluboknak várniuk kellett az első modern és nagyobb stadionjaik megépítéséig. Sok korábbi stadion kapacitása elérte a határait, és a klubokat ösztönözte a költözésre. Ide tartozott az FC Barcelona is, amely 1922-ben a Les Corts stadionba költözött, amelynek kapacitása 30 000 néző volt (1,5 millió peseta költséggel, azaz 9 700 euróval), és a Real Madrid is, amely az 1924-es évben az 8 000 nézős O'Donnell stadionból az új, 15 000 néző befogadására alkalmas Chamartín stadionba költözött. (Ares, 1952)

Ez a költözés sikeresnek bizonyult a Chamartín hivatalos megnyitása után, amikor is a stadion teljes kihasználtsággal működött. Azonban a legtöbb ilyen stadion átlagos kapacitása és a generált jövedelem, amely a jegybevételekre korlátozódott, még mindig elmaradt a brit tapasztalatokhoz képest. A spanyol klubok többségének alacsony bevételeit a klubtagok kis száma által nyújtott hozzájárulás egészítette ki. Az európai futballt a spanyol polgárháború (1936-1939) és nagyobb mértékben a második világháború szakította meg. Például a spanyol polgárháborúban megrongálódott spanyolországi stadionok, mint a Chamartín (Real Madrid) vagy a Metropolitano (Atlético Madrid). Hasonlóképpen, Nagy-Britanniában fontos korlátozásokat vezettek be a háború alatt, és a mérkőzések csak a 1946-47-es szezonban kezdődtek újra. A nézőszámokat az evakuálási eljárások miatt a pályák kapacitásának felére korlátozták, míg a bombák súlyosan megrongáltak sok stadiont, például az Old Traffordot és a Highbury-t, amelyeket hosszú évekre bezártak felújításra. (Paramio, Buraimo, & Campos, 2008)

2.6 A HARMADIK GENERÁCIÓS FUTBALLSTADIONOK

A háború után a legtöbb európai liga visszatért, és a nézőszám nőtt. Nagy-Britanniában a nézőszám elérte a mindenkori csúcst (több mint 41 millió a 1948-49-es szezonban). A 80 000 néző körüli nézőszámok gyakoriak voltak a derby mérkőzéseken, amelyeken részt vett többek között az Everton, a Chelsea vagy a Manchester United. Nagy-Britannia széles körben megőrizte korábbi stadionjait, mindössze három újat építettek 1945 és 1987 között, míg más országok elkezdtek kifejleszteni a „modern” stadionok harmadik generációját. A spanyol stadionok fejlesztése a spanyol polgárháború után zajlott, amikor a futball soha nem látott szintű nézőszám-növekedést ért el. Ellentétben a brit klubok stadionjaival, amelyek az alapítás óta ugyanazon a területen állnak, a spanyol klubok jellegzetes jellemzője volt, hogy stadionjaikat új helyszínekre költöztették. Például az FC Barcelona és a Real Madrid többször is különböző helyszínekre költözött, néha bérelt területekre, mielőtt a jelenlegi helyszínükre költöztek volna, a Barcelonának például a Camp Nou-ba 1957-ben, a Real Madridnak pedig a Chamartín stadionba (később Bernabéu néven) 1947-ben. Más klubok, mint például a Valencia, folyamatosan növelték stadionjuk (Mestalla) befogadóképességét. (Paramio, Buraimo, & Campos, 2008)

A 1940-es évek elején a Real Madrid, anyagi nehézségekkel küzdve, nem teljesített jól a pályán, és ennek következtében kevés taggal rendelkezett (1944-ben körülbelül 6254). A klub elnöke, Santiago Bernabéu volt az, aki a klub átalakítását és egy ikonikus stadion, a Chamartín (amelyet 1955-ben Santiago Bernabéu-ra neveztek át) építését tervezte. A 30 hónapnyi munka után a Chamartín stadiont, amit Alemany és Manuel Muñoz Monasterio tervezett, végül 1947-ben nyitották meg. A 75 342 néző befogadására alkalmas Chamartín stadion kétemeletes lelátókat tartalmazott, 4400 fedett üléssel, 20 000 fedetlen üléssel és mintegy 50 000 állóhellyel. Az építési költségek finanszírozásához, amely 68 millió pezeta volt (körülbelül 408 688 euró) Az elnök egy hatalmas közönségi előfizetést indított el, párosítva azt banki kölcsönökkel. Az olyan klubok, mint a Real Madrid, az FC Barcelona vagy a Manchester United, bebizonyították, hogy stadionjaik folyamatos fejlesztése a nézőszám igényeinek kielégítése érdekében, amely összefügg a csapatuk sikerével, befolyásolta gazdasági, társadalmi és sport béli bővülésüket. A Bernabéu stadion építése és a Real Madrid későbbi sport béli sikere hozzájárult ahhoz, hogy a Real Madrid tagjainak számát 1944-ben 6254 főről 1948-ban 23 491-re emelte (egy évvel az új Chamartín stadion megnyitása után), majd 1951-ben 41 490-re. Chamartín hivatalos megnyitását követő hat évvel a stadion befogadóképességét harmadik lelátóssal bővítették,

majdnem 100 000 nézőre. Ezt a stratégiát az FC Barcelona is képviselte a Camp Nou stadion 1957-es megépítése után, amely Európa legnagyobb stadionja volt. Azonban az új stadionok építési költségei folyamatosan növekedtek. A Camp Nou esetében a projekt meghaladta a költségvetést. Az eredeti költség, amely akkoriban 350 000 eurót tett ki, körülbelül 2 millió euróra emelkedett, és a klub pénzt kért a tagoktól előre, a többit pedig banki hitelek és a korábbi stadionjuk, a Les Corts eladásából fedezték. Általánosságban elmondható, hogy a harmadik generációs stadionokat további technológiai újítások jellemzik tervezésük és üzemeltetésük terén. Ezekben az esetekben gyakran új lelátósorok és új technológiai megoldások (például világításrendszerek) szerepeltek. John és Sheard összefoglalja ezeknek a stadionoknak a fő jellemzőit, mint amilyenek a „hatékony menedzsment, a tisztaság iránti figyelem és az egész család számára széles körű szurkolói létesítmények kínálata, és ami még fontosabb, ezeket az információs és kommunikációs rendszerek egészítették ki, amelyek a tudást terjeszteni hivatottak”. (John & Sheard, 2001)

Abban az esetben, ha korábban a mérkőzéseket csak nappali órákban játszották volna, a világítás bevezetésére nem került volna sor, azonban az esti mérkőzések miatt a stadionokban a 1950-es években lehetővé vált a stadionok működésének kibővítését és diverzifikálását. A futballstadionokban való elképesztő nézőszámok továbbra is a legfontosabb bevételi források voltak mind a brit, mind a spanyol klubok számára, de ez nem volt elég a jelentős gazdasági hozam eléréséhez. A belépőárak kezdtek enyhén emelkedni, de még mindig nagyon alacsonyak voltak. (Heatley & Mason, 2004)

Az 1950-es évektől kezdve a legtöbb futballklub további bevételeket kezdett el generálni a televíziós jogokból és a merchandise értékesítésből. Spanyolországban a futball bevezetése a televízióban 1956-ban hatással volt a szurkolókra, mivel onnantól kezdve otthonról követhették a mérkőzéseket. Példaként az első televíziós mérkőzést a Barcelona és a Real Madrid játszotta 1956. február 15-én a Camp Nou-ban. A Barcelona 150 000 pezétát (kevesebb mint 1000 eurót) kapott a televíziós jogokért. Az 1950-es évek végére a televíziós jogok értékesítése, az áruk értékesítéséből származó bevételekkel együtt, fontos szerepet játszott a spanyol klubok számára a további bevételi forrásként. Az 1960-as évek közepén a vendéglátóipari szolgáltatások váltak kiemelkedővé. A Manchester United volt az első olyan klub, amely 1966-ban a vip páholyok gazdasági potenciálját az Old Trafford felújítása után az építész, E. Atherden által azonosította. Ami akkoriban különleges szolgáltatást jelentett, az azóta az évek során a legtöbb európai stadionban megismétlődött. A következő három évtized során (az 1960-as évektől az 1980-as évekig) az angol stadionok nézőszámai tovább csökkentek (1965-ben 27,2 millióról a

legalacsonyabb, 1985-ben 16,5 millióra), és következésképpen a klubok által generált bevétel szintje is. Ez a gazdasági válság nemcsak Angliára korlátozódott, mivel a legtöbb európai liga is tapasztalta a nézőszámok és a pénzügyi helyzet visszaesését. Néhány szerző megjegyzi, hogy ebben a helyzetben az ellenállás érdekében a legtöbb futballklub emelte a jegyárakat és kihasználta a meccsnapok vendéglátási szolgáltatásait, nem pedig javította a bevételt és szolgáltatásokat a meccsnapiakon kívüli időszakokban, ahogyan az napjainkban gyakori. (Paramio, Buraimo, & Campos, 2008)

2.7 A POSZTMODERN STADIONOK MEGJELENÉSE

Bár nehéz egyetlen egyedi tényezőt meghatározni, amely magyarázza a modern labdarúgó stadionok hanyatlását és a posztmodern stadionok felbukkanását Európában, a stadionok belső történéseinek tragédiái, amelyek részben a rossz karbantartáshoz és tervezéshez, a biztonsági és rendfenntartási személyzethez, a tömegkezeléshez, az ellenfél szurkolóinak elégtelen elkülönítéséhez és az erőszakos viselkedés növekedéséhez kötődnek a 70-es és 80-as években, negatívan befolyásolták a labdarúgás képét. Végül soron ezek a tragédiák stadionokban történtek, mint például az Ibrox Park, a Heysel, a Bradford és a Hillsborough a 70-es és 80-as években, és kényszerítették a labdarúgást irányító szervezetet, valamint a nemzeti kormányokat arra, hogy módokat találjanak a biztonság javítására a stadionokon kívül és belül is. Nincs kétség afelől, hogy a múltban néhány hiba történt a stadionok tervezése és kezelése során. A hiányosságok kezelésére a jogszabályok hangsúlyozták a régi lelátók lebontását és sorszámozott ülésekkel való átalakítását, valamint a pálya körüli kerítések eltávolítását, és átalakítását úgy, hogy megfeleljenek a nézők biztonságának magas követelményeinek és a tömegkezelés a lehető legkönnyebb legyen. A körülmények, amelyeket Bale úgy látott, mint „a posztmodern stadion kezdeteként, amikor a sok stadiont körülvevő fémsövénnyeket lebontották és leselejtezték”. (Bale J. , “The Spatial Development of the Modern Stadium”, 1993)

Az intézkedések hatására a legtöbb helyszín kapacitása csökkent, és a felújítás anyagi költségei egyes esetekben jelentősek voltak, míg más esetekben a kapacitás csökkentése új stadionok építéséhez kényszerítette a klubokat. A modernizálás legnagyobb üteme az Egyesült Királyságban zajlott. Spanyolország stadionjainak modernizálási üteme lassabb volt. A modernizációs folyamat csak annak köszönhetően történt meg, hogy Spanyolország szervezte meg a 1982-es világbajnokságot, ahol a Real Madrid és a Barcelona stb., nagy klubjai 17 stadionjukat jelentős fejlesztéseknek vetették alá a rendezvény lebonyolítása érdekében. A

spanyol gazdaság pénzügyi visszaesése azt jelentette, hogy csak a 26 512 férőhelyes Nuevo Zorrilla stadion épült meg. A spanyol stadionok modernizációs folyamata nagyrészt a közszolgáltatások által volt finanszírozva, de jelentős adósságokat hagyott maga után. Csak a 21. század elejétől kezdve tapasztalták meg a spanyol labdarúgó klubok a legmélyebb változás időszakát, amelyet Spanyolország stadion forradalmaként írnak le, és amely segít lezárni a tervezésük és működésük terén a brit stadionokkal szemben lévő rést. (Campos, 2005)

2.8 „POSZTMODERN” STADIONOK HATÁSA

Ezen elemzés azt mutatja, hogy a posztmodern stadionok középpontjában olyan alapvető funkcionális és esztétikai elemek állnak, mint az innovatív tervezés, a biztonság, a kényelem, a vendéglátás és a hozzáférés mindenféle felhasználó számára, valamint a többfunkciós stadionok és mindenekfelett a sport, valamint más, nem sport jellegű események egyre növekvő kereskedelmi fejlesztései. Mint ahogyan azt Van Winkel megjegyzi, „Az utóbbi két évtizedben meghökkentő robbanás volt megfigyelhető, új (negyedik) generációs stadionok és arénák építésében nyugati városokban... A stadionok kereskedelmi kihasználása elkezdett önmagában is céllá válni”. Ebből adódóan ez a holisztikus megközelítés hangsúlyozza azt, amit a posztmodern stadionok változó jellegének definiálunk. A kortárs stadionok is megújult arculatot kaptak, mint ikonikus épületek (például a müncheni Allianz Aréna, amit Herzog és DeMeuron tervezett), központi szerepet játszva az európai városok regenerációjában (például a Millennium Stadium, Cardiff; a Manchester City Stadion, a Stade de France, Párizs, az Amsterdam Aréna és az új Wembley), vagy mint turisztikai célpontok (például a Camp Nou, a Bernabéu és az Old Trafford) a „különleges” régi és új élmények és szolgáltatások újra alkotása után a szélesebb közönség kiszolgálására. A posztmodern stadionok átalakulásával összhangban az utolsó Bernabéu stadion felújításának (2000-2006) egyik célja az volt, hogy „módosítsa a Bernabéu stadion hagyományos küldetését és tervezését annak érdekében, hogy többfunkciós üzletté alakuljon”. (Gonzales, 2004)

Ellentétben a modern időszak többségével, amikor csak néhány jelentős stadiont terveztek kiemelkedő építészek, mint például Pier Luigi Nervi (Giovanni Berta, Firenze és Flaminio, Róma), Tony Garnier (a Stade Gerland, Lyon), a termékeny skót mérnök, Archibald Leitch (több mint húsz stadion a stadionok első és második generációjához, többek között az Anfield, a Goodison Park, a Hampden Park, a Highbury, a Stamford Bridge, a White Hart Lane vagy az Old Trafford) vagy Günther Behnisch és Frei Otto (a 1972-es müncheni Olimpia

stadion), a 20. század végén egyre nagyobb érdeklődés mutatkozott a stadionok tervezése és üzemeltetése iránt a sport- és az építészeti világon kívül is. Például az elmúlt évtizedben épült új stadionok, mint például az Aufschalke Aréna és az Emirates Stadium (HOK Csoport), a müncheni Allianz Aréna (Herzog és DeMeuron), a Stade de France (Michael Macary) vagy az új Wembley (Norman Foster & Partners), „ikonikus” épületekként lettek számontartva. Az UEFA például ötcsillagos státuszt ad ezeknek a stadionoknak, amelyeknek a kapacitása legalább 50 000 ülőhely, a különböző felhasználók kényelme, a vendéglátás, a technológia, a biztonság és a hozzáférés terén a legkiemelkedőbb szabványokat kínálják. ((FIFA), 1995)

Eddig több mint húsz európai stadion (például a Celtic Park, az Old Trafford, az Ibrox Park, a Veltins Aréna vagy a Camp Nou) már megkapta ezt a minősítést. Fontos megjegyezni, hogy az egyik fő különbség a posztmodern és a modern stadionok között az innovatív tervezés és a kereskedelmi fejlesztés közötti szimbiózis. Valójában az a szempont, hogy az új stadionokat neves építészek tervezik, része a stadion saját marketingstratégiájának (például az Allianz Aréna, amit Herzog és DeMeuron tervezett). Ennek következtében az építészek szerepe vállalkozói szemlélet felé tolódott el, ahol az építészeknek és a menedzsereknek az egyik legnehezebb tervezési kihívást kell megoldaniuk, amely a stadionok hosszú távú és gazdaságilag fenntartható életét célozza meg, figyelembe véve a nagy beruházást. Meis és Hallmark szerint a kortárs stadionok fő célja az, hogy „a stadionok fejlesztéséhez szükséges hatalmas beruházást olyan épület előállítására költik, ami tartós, funkcionális, gazdaságilag önfenntartó és hosszú távon kielégíti a megrendelő és a közösség igényeit”. A stadionok gazdasági fenntarthatósága alapvető elv a jelenlegi stadiontervezés és -üzemeltetés szempontjából. Ahogy Sheard mondja, a kortárs stadionokat oly módon kell tervezni, hogy maximalizálják működésüket. (Paramio, Buraimo, & Campos, 2008)

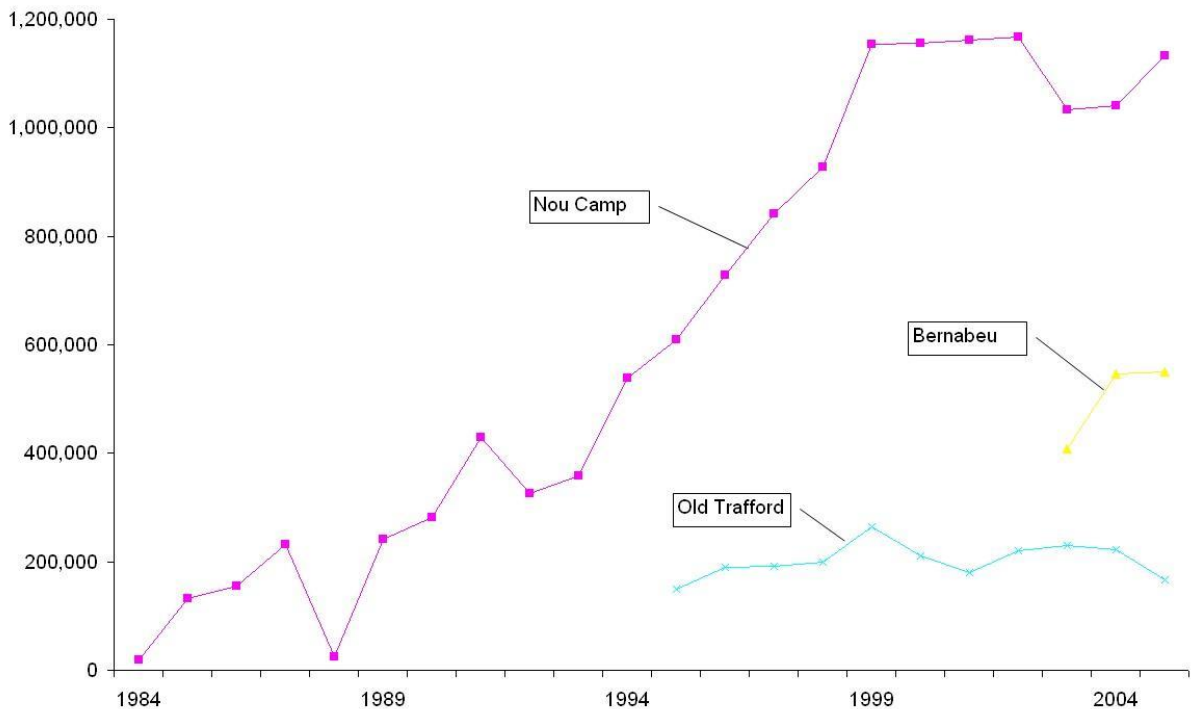
A posztmodern stadionok egy másik kulcsfontosságú jellemzője az, hogy az egész évre kiterjesztik működésüket, nemcsak a hagyományos futballidényre korlátozva. Nagy részben olyan gazdasági tényezők, mint a történelmi stadionok felújításának magas költsége vagy az új stadionok építésének költsége és a futballklubok magas működési költségei kényszerítették a menedzsereket, hogy alternatív stratégiákat keressenek a stadionjaikból származó bevételek maximalizálása érdekében, mérkőzésnapokon kívül is. Így most már a posztmodern stadionoknak is a szórakoztató központokban megtalálható kiegészítő szolgáltatásokat kell nyújtaniuk. A posztmodern stadionok most már arra számítanak, hogy nagy közönséget és bevételt vonzanak más sporteseményekből, politikai tevékenységekből, szabadidős eseményekből, családi előadásokból és vállalati tevékenységekből a nem mérkőzésnapokon. Ez

az evolúció napjainkban egyre inkább elterjedt az európai futballstadionokban. Még a történelmi stadionok (például a Bernabéu, az Old Trafford vagy a Stamford Bridge) is nagy felújításokat hajtottak végre létesítményeikben, hogy lépést tartsanak ezzel a menedzseri nézettel. Ahogy a Bernabéu stadion igazgatója egyszerűsített mátrixot kínált a jelenlegi szolgáltatások megértéséhez a mérkőzésnapokon és a mérkőzésnapokon kívüli két különböző piachoz, a hagyományos szurkolókhöz és a vállalatokhoz (interjú, 2004. július 22.). A Real Madrid új szolgáltatásokat fejlesztett ki, hogy különböző típusú ügyfeleket vonzzon. (Paramio, Buraimo, & Campos, 2008)

Természetesen fontos megjegyezni, hogy a technológia bevezetése növeli a stadionok végső költségeit. Az európai stadionok növekvő költségeinek példái közé tartozik a 52 000 férőhelyes Amsterdam Aréna, amit 1996-ban építettek 127 millió eurós költséggel, de új stadionok, mint a 66 000 férőhelyes Allianz Aréna (2006-ban épült, 340 millió euróba került), a 60 000 férőhelyes Emirates stadion, ahol az Arsenal játszik, ami 585 millió euróba került, és az új 75 000 férőhelyes Valencia stadion építésének becsült 300 millió eurós induló költsége. Kérdés, hogy ezek a fejlesztések beruházásként számítanak-e, amelyek majd hozamokat generálnak, vagy egyszerűen csak pénzügyi tehernek tekinthetők-e. Az európai stadionok beépítettek a tervezésbe olyan grandiózus elemeket is, mint a visszahúzható tetők, amelyek valószínűleg az európai stadionok legfőbb technológiai innovációjának tekinthető (például az Amsterdam Aréna, a Cardiffi Millennium, az új Wembley és a Veltins Aréna, hogy néhányat említsünk), az épület homlokzatának és tetőjének változó színe (ami az Allianz Aréna egyik jellegzetes jellemzője), a levehető pálya és lelátók (eddig csak az Stade de France-ban, a Veltins Aréna-ban és az európai Vitesse-ben érhető el), az utolsó generációs mesterséges fű használata (Luzkiny Moszkvában), innovációk a telekommunikáció, grafika vagy videó területén (nagy képernyők és monitorok) és hangtechnika (több stadion is „vezeték nélküli helyekké” vált), chipkártyás fizetési rendszerek bevezetése a hagyományos jegyrendszer helyett (Veltins Aréna vagy Amsterdam Aréna) és a stadionokon belüli nem sportoló területek kereskedelmi tevékenységének elindítása, ami korábban nem volt kihasználva a történelmi stadionokban (például az Emirates Stadium, a Bernabéu, az Amsterdam Arena vagy az új Wembley). A felsorolt technológiai kezdeményezések nagy része hozzájárul a posztmodern stadionok fő követelményeinek teljesítéséhez. A menedzserek új stratégiákat fejlesztenek ki, hogy a stadionok szélesebb közönségnek vonzóak legyenek. Így a stadionok olyan környezetet biztosítanak, amely újraalkotja a „különleges” régi és új élményeket, amelyek szélesebb közönséget céloznak meg a hagyományos szurkolóktól a turistáig és a vállalati ügyfelekig. Az

egyik ilyen összekapcsolódik azzal a ténnyel, hogy egyes európai történelmi futballstadionok nemcsak helyi és nemzeti szinten, hanem nemzetközi szinten is vonzóak. Ez eddig a kortárs stadionok népszerűsítéséhez vezetett, mint élmények és turisztikai célpontok, amit Gibson a „nosztalgia sportturizmusnak” ír le. (Gibson, 2003)

Valójában a klubok körülbelül az elmúlt évtizedben kezdtek el stadiontúrákat és klubmúzeumokat szervezni azokkal a klubokkal, amelyek hosszú történelmet és kiváló sportteljesítményt tudhatnak magukénak. Ezek az élmények megmozgatják a szurkolók, a támogatók és a fogyasztók érzelmeit, és motiválják azokat a látogatásokat, amelyek új gazdasági lehetőségeket hoznak. Az igény ezekre a szolgáltatásokra arra készítette néhány klubot, hogy szobrokat állítsanak fel stadionjukban és azon kívül is, hogy tiszteletüket fejezzék ki híres játékosoknak (például John Grey az Ibroxban), vezetőknek (például a Shankly Gate és a Paisley Gateway az Anfieldben vagy Matt Busby az Old Traffordban), elnököknek (például Santiago Bernabéu a Bernabéuban) vagy tiszteletüket fejezzék ki a jelentős történelmi pillanatok előtt (Hillsborough és Heysel tragédiák az Anfieldben). Így az európai történelmi és új stadionok látogatása viszonylag új – csak az elmúlt évtizedben vált nyilvánvalóvá Európában -, de fontos kereskedelmi stratégia több klub számára a stadionban kínált egyéb kapcsolódó vendéglátási és étkeztetési szolgáltatásokkal együtt. Spanyolországban a Barcelona FC a Camp Nou-ban 1984. szeptember 24-én indította el a klub múzeumát és stadiontúráit, és azóta a Barcelona FC múzeuma Európa leglátogatottabb klub múzeumává vált. 2005-ben a múzeum több mint 1,1 millió látogatót vonzott. Ez a modell inspirált más európai klubokat, mint például a Manchester United-ot, akik 1995-ben nyitották meg múzeumukat és stadiontúráikat, azonban meglepő módon a Real Madrid csak nemrégiben, 2003-ban kezdett hasonló szolgáltatást kínálni. Az Old Trafford, a Camp Nou és a Bernabéu stadionok múzeumának és stadiontúrájának növekvő népszerűsége látható az alábbi táblázaton. (Paramio, Buraimo, & Campos, 2008)



1. ábra Látogatók száma a stadionok múzeumaiban Forrás: (Documentation, 2007)

Annak ellenére, hogy a posztmodern stadionok minősége, biztonsága, létesítményei és szolgáltatásai tekintetében világos előrelépések történtek a modern stadionokhoz képest, a futballstadionokba való jobb hozzáférés még mindig kihívást jelent a legtöbb európai klub számára. Vannak nagyszerű példák hozzáférhető stadionokra, mint az Old Trafford (Manchester United), az Allianz Aréna (Bayern München) és az új Wembley. A Manchester United továbbra is úttörő szerepet játszik a mérkőzésnapokon és a közvetítési szektorból származó bevételek maximalizálására irányuló szolgáltatások bevezetésében és a brit és európai stadionokba való integrálásában. Ez a klub együttműködik a MUDSA-val. A 1989-ben alapított MUDSA volt az első fogyatékkal élő szurkolók szervezete az Egyesült Királyságban, amely a hazai és vendég szurkolók számára a legjobb létesítményeket és lehetőségeket kínálja az Old Traffordban. A Manchester United és a MUDSA közötti partnerség más klubokat is arra ösztönzött, hogy kövessék ezt a példát, és ennek eredményeként létrejött a Nemzeti Fogyatékkal Élő Szurkolók Szövetsége (NADS), amely aktívan támogatja hasonló szervezetek hálózatának kialakítását, segítve a fogyatékkal élő emberek mérkőzésnapokon történő tapasztalatainak javítását az Egyesült Királyságban és azon túl. Phil Downs, a MUDSA elnöke, szerint az Old Trafford legújabb felújítása lehetővé tette a klub számára, hogy jelentősen javítsa a már meglévő fogyatékkal élő szurkolóknak szóló létesítményeit és szolgáltatásait. Az új negyedek (az Old Traffordban) hamarosan elérhetővé válnak, minden negyedben két kerekesszékes nézőponttal, összesen további tizenhat helyet biztosítva a kerekesszékes

felhasználók és kísérőik számára. A Manchester United tovább megy és a mérkőzésnapokon kívül is egyedi szolgáltatást kínál a fogyatékkal élő szurkolóinak oktatási célokra. A közeljövőben Downs a futballklubok vállalati társadalmi felelősségét hangsúlyozza azzal, hogy „tudatosságot kell kialakítanunk a futballban nem csak Angliában, hanem az európai klubok körében is annak érdekében, hogy javítsuk a stadionok létesítményeit, figyelembe véve az elérhetőség szociális aspektusait”. Hasonlóképpen megjegyzi, hogy „az elérhetőség javítása a stadionokban az európai futballklubok többségében az elkövetkező évtized egyik fő aggodalma kellene legyen”. (Downs, 2007)

Fontos hangsúlyozni, hogy a modern idők túlnyomó részében a klubok olyan megközelítést alkalmaztak stadionjaik tervezéséhez és működtetéséhez, amely a stadionok mérkőzésnapokon és a közvetítési szektorból származó bevételek maximalizálására összpontosított. A bevétel növelésének lehetőségei kezdenek korlátozottá válni, mely olyan helyzet, amely arra ösztönzi a brit és spanyol klubokat, hogy új marketing, szponzoráció és örökségi szolgáltatásokat vizsgáljanak meg, hogy maximalizálják a gazdasági hozamot stadionjaik mérkőzésnapjain és a mérkőzésnapokon kívül. Valójában a stadionok működtetése a mérkőzésnapokon kívül most már számít. Ebben az evolúcióban arra lehet következtetni, hogy az gazdasági okok vezették be a posztmodern stadionok építését, és vonzották be kereskedelmüket még kritikusabb szemmel, mint valaha. (Paramio, Buraimo, & Campos, 2008)

2.9 MAGYARORSZÁG FUTBALL ÉS STADION TÖRTÉNELME

A magyar labdarúgás eredetének néhány szempontja elég homályosnak tűnik a történelmi bizonyítékok hiánya miatt, ami változó történelmi értelmezésekhez vezet. Például továbbra sem tisztázott, ki „csempészte” be először a labdarúgást Magyarországra, és mikor történt mindez. Hoffer József, Thaly Zoltán és Andrew Handler azt állítja, hogy ez 1896-ban történt, a világot Lőwenrosen Károlynak köszönhetően, aki néhány évvel korábban „kivándorolt Angliába, majd hazatért, és egy labdát állított ki a Millenniumi Kiállításon”. (Hoffer, 2000)

Komáromi János szerint Kosztovics László, egy magyar diák, miután több angol iskolát is meglátogatott, 1879-ben hozta be először a labdarúgást Magyarországra, azonban sikertelenül próbált meg sportot szervezni belőle Szentendrén. Más források azt állítják, hogy az első labdarúgást 1875-ben hozta Magyarországra Eszterházy Miksa, az Osztrák-Magyar Monarchia követeként. Függetlenül az első labdarúgó érkezésének dátumáról szóló különböző véleményektől és bizonyítékoktól megállapítható, hogy a labdarúgás már 1897 előtt jelen volt Magyarországon, bár gyakran struktúrák vagy szabályok nélkül játszották. Bár a játék első igazi leírása csak 1896-ban jelent meg (ezt tartják az első magyar labdarúgási szabálykönyvként, amit Bóly Mihály írt), a szabályok kikristályosodása és harmonizációja csak 1901-ben, a Magyar Labdarúgó Szövetség megalakulása után valósulhatott meg. Az 1897-es év különösen fontosnak tűnik, és elnevezhető a magyar labdarúgás születési évének. Ebben az évben alakult meg az első labdarúgócsapat (Budapesti Torna Club), és ebben az évben került sor az első nyilvános labdarúgó mérkőzésre is. Ebben az évben rendezték meg az első nemzetközi mérkőzést Ausztria és Magyarország között, és ebben az évben kezdték el fizetős belépőjegyeket is bevezetni a labdarúgó mérkőzésekre. Ezenkívül ugyanebben az évben a labdarúgás elkezdett kiszivárogni a közösségi térbe, és a fővárosból elterjedt néhány vidéki területre is. (Molnár, Hungarian Football: A Socio-historical Overview, 2007)

Az egyre népszerűbbé váló labdarúgás terjedése párhuzamosan zajlott az újonnan alakult labdarúgócsapatok jelenségével, amelyek már meglévő sportklubok részeként működtek (például a Műegyetemi Atlétika és Labdarúgó Club, valamint a 3. Kerületi Torna és Vívó Egyesület). 1898-ban tovább nőtt a labdarúgóklubok száma, és az ország több városában, például Eperjesen, Szabadkán, Baján, Halason és Zentán kezdetleges labdarúgó mérkőzések kezdtek zajlani, valamint Magyarország először játszott Ausztria ellen Bécsben. Egy évvel később megalakult a Ferencvárosi Torna Club (FTC), amely még mindig működik, és az elmúlt időszak egyik legbefolyásosabb és vitatottabb labdarúgó klubja. 1901-re a futball gyorsan

elfogadottá vált a magyar társadalomban, és a nemzeti és nemzetközi futballmérkőzések gyakoriak lettek. (Ezek a nemzetközi mérkőzések különböző országok csapatai között zajlottak. A magyar válogatott első mérkőzésére 1901. április 11-én került sor.) Például 1897-ben Magyarországon mindössze egy nemzetközi és egy nemzeti labdarúgó mérkőzés volt. A következő évben már két nemzetközi és tizenkét nemzeti mérkőzésről számoltak be. Egy évvel később tizenhárom nemzetközi és tizennyolc nemzeti mérkőzés zajlott le, tizenkettő Budapesten, hat pedig más városokban. 1900-ban mind az nemzetközi (negyven) és a nemzeti (Budapest, harmincnyolc; más városok, tizennégy) labdarúgó mérkőzések száma jelentősen megnőtt. (Hoffer, 2000)

Az emelkedő számú labdarúgó események azonban magukkal hozták a meglévő labdarúgó klubok közötti ellentmondást és zavart, ami nyilvánvalóvá tette a szükségét annak, hogy egy szervezet alakuljon ki a magyar labdarúgás felügyeletére és struktúrájának meghatározására. Ennek eredményeként a Magyar Labdarúgó Szövetség (MLSZ) 1901. január 19-én alakult meg tizenhárom sportklub és a Lóverseny Egyesület közreműködésével. Az első hivatalos FA ülés 1901. február 4-én zajlott, és megfontolta egy hivatalos nemzeti bajnokság elindítását és különböző hazai labdarúgási szabályok egységesítését az angol bajnokság szabályainak elfogadásával. Az elején jellemző volt a magyar labdarúgásra, hogy teljes mértékben követte az angol labdarúgás hagyományait. (Riordan hasonló megfigyelést tesz az orosz futball fejlődésére vonatkozóan. Még a labdarúgáshoz kapcsolódó kifejezéseket és technikai kifejezéseket is átvették, együtt a „football” szóval is. Azonban ez az idő folyamán megváltozott. Például a „football” szót kicserélték a „labdarúgás” és „futball” kifejezésekre, ami a magyarírást használja a „football” helyett. Emellett az eredeti angol labdarúgás szabályokat fokozatosan átalakították a magyar labdarúgás körülményeihez (például az ősztavaszi szezon bevezetése 1906-ban). (Molnár, Hungarian Football: A Socio-historical Overview, 2007)

2.10 MAGYAR FUTBALL AZ EURÓPAI SZÍNTÉREN

Az első időszak után elkezdődtek a stabil futballfejlesztés évei. Ennek a fázisnak a legfontosabb eredményei közé tartozott a nemzeti futball liga stabilizálása, a Magyar Labdarúgó Szövetség, azaz az MLSZ nemzetközi futballkapcsolatainak kiépítése és a futball megerősödése a szélesebb társadalomban. A nemzeti futball liga nagy részben továbbra is az angol modellt követte, és a budapesti klubok dominanciáját mutatta be. Például az első huszonnégyszáz év során a budapesti és vidéki klubok különböző ligákban szerepeltek. Először csak a 1925-26-os szezonban jelent meg egy vidéki csapat, az Erzsébetfalvi TC a nemzeti liga tabelláján. Ettől a szezontól kezdve a vidéki csapatok rendszeresen részt vettek a ligaversenyeken. Azonban csak az 1930-as években kezdtek észrevehetően magasabb pozíciókat elérni a ligatabellán. Függetlenül a vidéki futball fejlődésétől, a budapesti klubok napjainkig hajlamosak dominálni az első osztályú (most már profi) futball ligában. A magyar futball fejlődését jelentősen befolyásolta az 1903-ban megalakult Ifjúsági Labdarúgók Szövetsége (ILSZ). 1905-ben az ILSZ bevezette az őszi-tavaszi szezont a nemzeti liga rendszerében, amely jobban megfelelt a közép-európai időjárási viszonyoknak. 1906-ban a Magyar Labdarúgó Szövetség átvette ezt a rendszert és egyesítette az ILSZ-t. Az MLSZ több kísérletet is tett az európai elismerés megszerzésére, például nemzetközi mérkőzések szervezésével. Az első hivatalosan szervezett Ausztria-Magyarország labdarúgóverseny 1902-ben zajlott le, ami az első lépés volt az európai mérkőzéssorozat felé. Magyarország ezután aktív tagja lett a FIFA-nak, melynek fő igazolója, hogy a hatodik éves FIFA kongresszus 1909-ben Budapesten zajlott, együtt egy Magyarország-Anglia nemzetközi mérkőzéssel. (Molnár, Hungarian Football: A Socio-historical Overview, 2007)

1909 után a futball viszonylag zavartalan fejlődést mutatott be az új futballpályák építése (például az 1911-ben épült FTC pálya), a tömeges részvétel növekedése és a gyakoribb nemzetközi mérkőzések révén (Magyarország 1907 és 1914 között negyvenegy nemzetközi mérkőzést játszott). Ahogy Handler megfigyelte, „A labdarúgás Magyarországon kifejlődött, és egy új generáció játékosai, akik teljesen képzettek voltak a technikában és a készségekben, pályára léptek. A csapatok teljes létszámban voltak, mivel az előző háború által ígértes külföldi szerződésekkel csábított kiváló játékosok még nem indultak el, így a szurkolókat izgalmas mérkőzésekkel kényeztették meg”. Ezt a fejlődést a Nagy Háború szakította meg, amikor a futball szintje visszatért egy kevésbé fejlett szakaszra. Annak ellenére, hogy a futball hanyatlott, és a háború folytatódott, a játék továbbra is zajlott. Magyarországon katonai bajnokságot

szerveztek, amelynek következtében az aktív csapatok száma csökkent, és lehetővé tette az összes működő klub részvételét. A futball számára rendkívül korlátozott lehetőségek voltak a háború alatt, és a szervezett nemzetközi mérkőzések (főként Ausztriával) és hazai futballmérkőzések nem érték el a háború előtti minőséget. (Molnár, Hungarian Football: A Socio-historical Overview, 2007)

Az első világháború a birodalom szétzúzásához vezetett, a trianoni békeszerződés miatt Magyarország súlyos gazdasági és politikai veszteségeket szenvedett el, amelyek hatással voltak a futball fejlődésére is. A klubok a csőd szélén találták magukat, és hiányoztak az eszközök. Az egyik „pénztakarékos” intézkedés a klubok részéről a „labda-kopási díj” volt, amit a vendégcsapatnak kellett fizetnie a hazai csapatnak egyszerűen a labda használatáért. Magyarország pénzügyi helyzetének általános romlása és a futball kapcsán felmerülő problémák miatt a futballjátékosok emigrációja kezdődött meg 1919-ben. Ezek a mozgalmak folytatódtak a következő években. Rövid ideig létezett egy kizárólag magyar futballcsapat Németországban 1920-ban, amelyet a Német Labdarúgó Szövetség három mérkőzés után kizárt. A magyar játékosok kiáramlását az első olyan futballhoz kapcsolódó migrációnak lehet tekinteni, amelyet főként a háború utáni depresszió és gazdasági hanyatlás hajtott. A magyar játékosok emigrációja 1925 és 1926 között tetőzött, majd 1928-ban jelentős visszaesést mutatott, majd a következő négy év során stagnált. A migráns futballisták számának csökkenése annak volt köszönhető, hogy 1924-ben Ausztriában és 1925-ben Csehszlovákiában hivatásos ligák alakultak, melyre Magyarország is reagált azzal, hogy 1926-27-ben létrehozott egy ilyen ligát, amely újjáélesztette a magyar futballt. (Szegeci, 2003)

2.11 A MAGYAR FUTBALL PROFESSZIONALIZÁLÓDÁSA

Az 1920-as években a futball „amatőrizmus” és professzionizálódás problémája sürgős kérdéssé vált. Mivel a Magyar Labdarúgó Szövetség csak amatőr játékosokat ismert el hivatalosan, a futballisták többségéből „amatőrök” lettek (ezek a játékosok hivatalosan amatőr státusszal rendelkeztek, de a korabeli magyar labdarúgási szabályokkal ellentétben anyagi kompenzációt kaptak), vagy egyszerűen elhagyták az országot fizetett futballposztokért. Ez közvetlenül vezetett egy sor gyenge teljesítményhez a válogatott csapat részéről, ami arra kényszerítette a Magyar Labdarúgó Szövetséget, hogy megállítsa ezt a folyamatot. 1926-ban egy sürgős találkozót tartottak, ahol létrejött egy professzionizálódott alszövetség a professzionális liga irányítására. A professzionizálódás előnyei megmutatkoztak a fejlett ifjúságfejlesztési programokban, az edzők és játékvezetők képzésének modernizálásában és a nemzetközi kapcsolatok javításában. A magyar futball újra visszaszerezte korábbi nemzetközi presztízsét, annak ellenére, hogy a válogatott csapat nem ért el nagy sikereket. Magyar futballklubok, például a Ferencváros, az Újpest és a Hungária produktív külföldi túrákat indítottak el világszerte. Például a Ferencváros 1929-ben legyőzte Uruguay-t idegenben, az Újpest pedig 1930-ban sikeres volt Genfben, míg a Hungária 1934-ben bemutatta a magyar futballisták képességeit Egyiptomban, Mexikóban és az Egyesült Államokban. Ezenkívül Fischer Mórt 1927-ben a FIFA elnökévé választották, ami még inkább növelte a magyar futball nemzetközi jelentőségét. Mindezek ellenére a magyar futball számára súlyos problémákat okozott a professzionizálódott liga. A klubok túl gyakran jártak külföldi túrákon, ami befolyásolta mind a hazai játék, mind a válogatott teljesítményének minőségét. A professzionális játékosok fáradtnak tündek, és ez gyengítette a magyar futball teljesítményét és hírnevét. Ennek eredményeként 1935-ben a Magyar Labdarúgó Szövetség összeolvasztotta az amatőr és a profi ligát, és létrehozta a „Nemzeti Bajnokság” nevű versenyt, ahol mind a profi, mind az amatőr csapatok versenyeztek. (Hoffer, 2000)

Ez a rendelkezés jelentősen javította a válogatott nemzetközi helyzetét, amely sikerrel szerzett ezüstérmét a 1938-as világbajnokságon. Bár ez kiváló teljesítmény volt, az eredmény mind a játékosokat, mind az országot keserűen hagyta, mivel a válogatottnak volt esélye a győzelemre. A magyar futballhelyzet tovább destabilizálódott, amikor 1939 végén a Belsőügyi Minisztérium felfüggesztette a Magyar Labdarúgó Szövetség végrehajtó bizottságát az elgyengült nemzetközi teljesítmények alapján, és egy kormánybiztost nevezett ki a nemzetközi futballügyek felügyeletére. Ezek a szimbolikusan ugyan Horthy Miklós vezette, azonban Gömbös Gyula

miniszterelnökségével működő jobboldali kormány tevékenységei, amely nagyrészt a magyarországi erős antiszemitizmus eredményei voltak. Végül a második világháború kitörése, amelyben Magyarország a Szövetségesek ellen harcolt, új fejezetet nyitott a futball fejlődésében. (Taylor & Jamrich, 1998)

2.12 A II. VILÁGHÁBORÚTÓL AZ 1950-ES ÉVEKIG

Nem sokat írtak a magyar futballról a második világháború alatt. Azonban a játékok folytatódtak. Komáromi kilenc nemzetközi mérkőzést sorol fel 1940 és 1944 között. Hoffer és Thaly megfigyelik, hogy a magyar válogatott gyengén teljesített a második világháború alatt, ami közvetlenül a háborús körülmények és a Magyar Labdarúgó Szövetség nem szakmai irányításának eredménye volt. A náci kormány által kiválasztott labdarúgó szövetség vezetősége kimerítette a költségvetést és csökkentette Magyarország futballkapcsolatait más országokkal. 1944-re a magyar futball a legalacsonyabb pontján állt. A háború a legtöbb sportlétesítményt elpusztította, a kormánynak és a szövetségnek elfogytak a forrásai, és a szövetség nem tudott szervezni egyetlen nemzetközi mérkőzést sem 1944-ben, amikor a Tengelyhatalmak éppen a veszteségük előtt álltak. 1945-ben a Szovjet Vörös Hadsereg „felszabadította” Magyarországot, és elkezdtek tervezni egy új, és talán jobb Magyarországot és magyar futballt. Handler azt írja, hogy „annak ellenére, hogy a háború súlyos károkat okozott a sportlétesítményeknek és a legkiemelkedőbb sportolóknak és sportvezetőknek, a sport Magyarországon gyorsan szétterjedt, és irigylésre méltó eredményeket hozott létre”. (Handler, *From the ghetto to the games*)

Valójában a sport nagyon értékes árucikk volt a Horthy kormány számára a háború előtt. Pénzt fektettek a sport fejlesztésébe, de a fejlesztéseknek várniuk kellett a háború utánra. Például a Népstadion építési tervei már a Horthy kormány alatt készültek, de csak 1948-ban valósultak meg. Az azonnali háború utáni időszakban a társadalom és a sport életének újjáépítése és átalakítása alatt gyors fejlődés következett be. Például a Magyar Labdarúgó Szövetség vezetése átstrukturálásra került, megszüntették a profi ligát, és újraélesztették a nemzeti bajnokságot. Bár csak néhány nemzetközi mérkőzés került megrendezésre főleg Ausztria ellen, ami megegyezett az internacionális sportok utáni felélesztésben a Magyar Labdarúgó Szövetség törekedett a magyar futball minőségének javítására. Ezzel összefüggésben a Szövetség szigorú szabályokat vezetett be, amelyek megtiltották a futballisták kivándorlását, és ugyanakkor a kivándorlókat arra szólították fel, hogy térjenek vissza a magyar bajnokságokba. Ezenkívül

1947-ben megalapították az első hivatalos sportfogadási intézményt „Toto” néven. Ez az intézmény három alapvető célt szolgált. Izgalmat hozott a „tippelés” formájában, lehetőséget kínált az embereknek arra, hogy egy ésszerű összeget nyerjenek, és a költségvetés számára lehetőséget teremtett, hogy a sport fejlesztésére fordítható forrásokat biztosítson. Ennek következtében Handler azt állítja: „a harc után három évvel Magyarország útjának valódi világelsővé válásában jól haladt, egy proletár teljesítmény bemutatására mutató lehetőségek megvalósításával”. (Handler, From the ghetto to the games)

Bár Handler túlbecsüli a növekedés volumenét és Magyarország szerepét a sport világában, ennek a fejlődésnek közvetlen következménye volt az, hogy a politikai rendszer nagy értéket tulajdonított a sportnak.

Az egyik következménye a második világháborúnak az volt, hogy új politikai nézetek kezdtek megjelenni és hatást gyakorolni nem csak a magyar futball fejlődésére, hanem az egész országra is. 1947-ben a Szovjetunió és a nyugati hatalmak közötti háború utáni együttműködés instabillá vált, és egy új típusú nemzetközi konfliktus, a hidegháború kezdődött. Ennek következményeként a magyar Kommunista Párt, Rákosi Mátyás vezetésével, átvette az ország irányítását, és megnyitott egy új fejezetet Magyarország, általában véve, és a futball életében különösen. 1947 októberében a nem kommunista politikai képviselőket arra kérték, hogy működjenek együtt az új koalíciós kormánnyal, vagy hagyják el az országot. 1949-ben a kormány egyetlen listás választást tartott, majd jóváhagyott egy szovjet stílusú alkotmányt. „Magyarország megegyezett a Szovjetunió karbonmásolatává”. (Handler, From the ghetto to the games)

2.13 SZOVJETIZÁLT FUTBALL

A futball a kommunista rezsim alatt Magyarországon állami ügy volt. Hasonló megközelítés volt jelen az összes kommunista államban, amelyek marginalizáltak és/vagy alárendeltek érezték magukat mind a Nyugathoz, mind a Szovjetunióhoz képest. Azonban a kommunista országok is használták a futballt kulturális és társadalmi egyenlőségük vagy felsőbbrendűségük szimbólumaként a nyugati kultúrákhoz viszonyítva. Ahogy általában a sport is, a futballnak is szimbolikus harcot kellett képviselnie a kommunista és a kapitalista ideológiák között. Mivel a kommunista országok nem tudtak versenyezni a nyugati gazdasági feltételekkel, a nemzetközi sporteseményeket használták arra, hogy bebizonyítsák ideológiai felsőbbrendűségüket. A kommunista országok komoly erőfeszítéseket tettek sportteljesítményük fejlesztése érdekében, és a sport, hasonlóan más társadalmi területekhez, egyre inkább központi ideológiák által hajtott „mindenáron nyerni” ideológiával működött. A sportolók szigorú kormányzati felügyelet alatt álltak, mivel az országukat kellett képviselniük külföldön, és a Szovjet-szimpatizáló kormány nem akarta, hogy bármelyik sportolójuk rosszul viselkedjen vagy átálljon. A kommunista blokk országainak képviselése érzékeny kérdés volt, mert az atléták nemcsak saját országukat, hanem a kommunizmust is szimbolizálták. (Beck, 2004)

A kommunista blokk folyamatosan azt akarta bemutatni, hogy a fegyelmezett, engedelmes és gépies atléták, a kommunista ideológiák termékei, felsőbbrendűek a „felszínes” kapitalista társadalmakhoz képest grandiózus sportteljesítményeken keresztül. Talán ez volt az oka annak, hogy a Magyar Labdarúgó Szövetség, erős kormányzati nyomás alatt, nagyon komolyan vette azt a tényt, hogy Puskás Ferenc 1948-ban két bolgár játékost ütött ki egy nemzetközi mérkőzésen. Puskásnak nyilvánosan bocsánatot kellett kérnie, és egy évre kitiltották a nemzetközi mérkőzésekről. Megfigyelték azt is, hogy a híres 1953-as Anglia-Magyarország labdarúgó mérkőzés előtt a Magyar Labdarúgó Szövetség elnöke (Barcs Sándor) komoly nyomás alatt állt, mivel szó szerint meg kellett ígérnie a kormánynak, hogy a nemzeti csapat legyőzi az angolokat. Ez „paranoiát mutatott, de tükrözte egy olyan rendszer aggodalmait is, amely kezdte értékelni nemzeti sport hőseinek propagandai értékét”. (Kowalski & Porter, 2004)

A kommunista rezsim minden magyar futballcsapatot megfosztott eredeti identitásától, és új, szovjet-barát identitásokkal öltöztette fel őket, ami finom módja volt az új rendszer kiépítésének. Vitathatatlan, hogy egy futballcsapatnak saját identitása van, amelyet a neve, színei, játékosai és szurkolói visznek. Amikor egy csapat elveszíti identitásának ezeket a részeit, elveszíti helyi társadalmi jelentőségének egy részét is. Például, az FTC esetében először a nevet

változtatták Élelmiszeripari Dolgozók Országos Szakszervezete Sport Egyesület-re (ÉDOSZ SE). Később, 1951-ben, a nevet Kinizsi-re módosították, és a zöld-fehér csapat színeit pirosra - a Kommunista Párt színére - és fehérre változtatták. Riordan szerint a szovjet futball is hasonló folyamaton ment keresztül a 20. század közepén. A párt nemcsak átszervezte a futball csapatokat, hanem újakat is létrehozott, más csapatok legjobb játékosait elvéve tőlük. Így jött létre 1950-ben a Honvéd (a hazát védő), amely a kommunista rendszer kedvenc csapata lett. (Hadas & Karády, 1994)

Ennek a csapatnak a neve arra utal, hogy a Honvédelmi Minisztérium ellenőrzése alatt állt, ami nagy politikai jelentőséggel bírt. A párt számításai szerint a Honvéd sikeresen képviselte a kommunizmus felsőbbrendűségét a kapitalista társadalmakkal szemben, és ebben az értelemben segíthetett a párt hatalmának megszilárdításában. Ugyanakkor a csapat és az általános sportnak is meg kellett mutatnia a társadalmi mobilitás kirakatát a kommunizmus alatt. Ezért lehetne érvelni amellett, hogy a politikai vezetők megpróbálták létrehozni és fenntartani egy olyan társadalmat, ahol látszólag mindenki számára lehetőség nyílt a társadalmi mobilitásra, ha keményen dolgozott és rendelkezett a megfelelő képességekkel családi háttértől függetlenül. Ennek a rezsimnek az irányítása alatt a társadalmi mobilitás egyik módja a kiemelkedő sportolóvá válás volt. Tehát az embereknek lehetőségük nyílt társadalmi helyzetüket megváltoztatni sporton keresztül, anélkül, hogy bizonyos szintű oktatásra lenne szükség, amíg a sportteljesítmények Magyarországot és a pártot tisztelték. Például elfogadott volt, hogy kiváló atléták, néha akár analfabétaként is, magas rangú katonai vagy politikai pozíciókat kaphattak: Kiváltságos státusz és a mellékes juttatások - jól fizető munkahelyek, amelyek sok időt biztosítottak edzésre és versenyekre, garantált felvételt egyetemekre, kényelmes lakhatás, kedvező bánásmód külföldi utakról való hazatéréskor és így tovább - valamint a sportkedvelő nemzet elismerése olyan ösztönzések voltak, amelyeket kevesen tudtak vagy akartak elutasítani. (Handler, From the ghetto to the games)

Puskás volt ennek a rendszernek a megtestesítője, amelynek segítségével a munkásosztály alázatos fia országosan híressé és katonai tisztté vált kizárólag kiemelkedő sportteljesítményei alapján. Ez az egyik oka annak, hogy Magyarországon 1953 és 1956 között hivatalosan 147 000 futballista volt regisztrálva. (Ez majdnem a jelenleg hivatalosan regisztrált futballisták számának kétszerese Magyarországon.) Ezen felül minden futballcsapat átfogó változáson ment keresztül a vezetésében is. Az összes futballcsapatot különböző kommunista vezetők irányítása alá rendelték, akik magas rangú politikai pozíciókat töltöttek be. A kommunista rezsím így hatékonyan felügyelhetette az összes fontos futballcsapat és sportszervezet megfelelő

ideológiai működését. Ez a jelenség először Budapesten jelentkezett, majd lassan kezdett bejutni a vidékre. A legtöbb vidéki csapatnak kommunista szimpatizáns neveket és színeket kellett felvennie. Így azok az idősebb, nem kommunista identitások és nevek olyanokká váltak, amelyek könnyen az uralkodó párt ideológiáival azonosíthatók. (Hasonló változásokat lehet megfigyelni a Szovjetunióban is a futballcsapatok átszervezésével kapcsolatban. A szovjetizáció igazolásaként hasonló minta jelent meg a szovjetuniói sportélet szervezésében és az emberek számára ezen országokban a sport jelentése kapcsán. (Molnár, Hungarian Football: A Socio-historical Overview, 2007)

A kommunista rendszer alapvetően centralizált volt, a központot részesítette előnyben a perifériával szemben, ami tükröződött az első osztályban szereplő futballcsapatok rangsorában. A kommunista korszakban tizennégy csapat szerepelt az első osztályban (nyolc vidéki és hat fővárosi csapat), de alig fordult elő, hogy egy vidéki csapat magas helyet ért el a bajnoksági tabellán. A Komáromi által nyújtott statisztikai adatok bemutatják, hogy a Kommunista Párt ellenőrzése hogyan csökkent a futballbajnokság eredményeire, ahogy a kommunizmus gyengülni kezdett, és a futball politikai fontosságát elvesztette. Például a második világháború és a Kádár rendszer között a vidéki csapatok legjobb eredménye az ötödik hely volt (Dorog 1950-ben és 1955-ben). Később, a 70-es évek második felétől kezdve, a Videoton (1975-6) elérte a bajnokság második helyét. Az 1980-as években, amikor a kommunizmus kezdte hatalmát veszíteni Magyarországon, és a párt kevésbé tudta manipulálni a mérkőzéseket, megnőtt a vidéki csapatok száma a magas pozíciókban. Például a Rába ETO megnyerte a bajnokságot a 1981-2 és 1982-3 szezonokban. Ez az elemzés illusztrálja, milyen mértékben volt összekapcsolva a sport és a politika Magyarországon a kommunizmus idején. A kormány is jelentős összegeket fektetett be új stadionok építésébe és régiók felújításába. Ez a fejlesztés az 1950-es évek első felében történt, amikor a kormány fejlesztette az első osztályban szereplő csapatok által használt stadionok többségét. Például ebben az időszakban Magyarország rendelkezett Európa egyik legmodernebb és legjobban felszerelt stadionjával, a Népstadionnal. Ezeknek a sportlétesítményeknek a felújításának a fő oka az volt, hogy több embert lehessen becsalogatni a futballba, amellyel a rezsim növelhette a kommunista propagandával való nagyobb hatás gyakorlását a magyar társadalom szélesebb rétegeire. A kormány nagy erőfeszítéseket tett annak érdekében, hogy fenntartsa egy jó nemzeti csapatot, amely képviselhette Magyarországot külföldön, és kiemelkedő eredményeket érhetett el nemzetközi szinten. Taylor és Jamrich helyesen állítják, hogy „a kommunista rezsim alatt ... a nemzeti csapat magas prioritást élvezett a Párt és hivatalnokai számára”. Ez a központosítási törekvések

közvetlen következménye volt az állam részéről, és valójában „1951-ben az állam a társadalmi és kulturális élet szinte minden területén meghosszabbította a hatáskörét”. (Taylor & Jamrich, 1998)

Érdekes módon 1954-ben a futball nevelése és a nemzeti futballcsapat gondozása visszaüthetett a párt ellen, és majdnem formális lázadáshoz vezetett. A zavargás azt is kiváltotta, hogy a magyar nemzeti futballcsapat nagyon sikeres volt. 1952-ben az „Aranycsapat” megnyerte az olimpiai játékokat. Egy évvel később legyőzték az angol nemzeti csapatot hazai pályán, amit még soha egyetlen kontinentális csapat sem ért el korábban. Ez a sikersorozat váratlanul megszakadt a 1954-es Labdarúgó-világbajnokság döntőjében, amikor Magyarország az NSZK ellen vesztett. Ezt az összecsapást különféle mitikus magyarázatok övezik. Azonban a legvalószínűbb és logikusabb magyarázat az, hogy a magyar válogatott kimerült volt a testileg megterhelő mérkőzések miatt Brazília (a „berni csata”) és Uruguay ellen; Puskás sérülésből lábadozott; a német szövetségi kapitány, Josef Herberger, stratégiai zseni volt; és egy kipihent és nagyon képzett, erős német csapat legyőzte a magyarokat. Ez az esemény furcsa helyzetet teremtett, amit „a bumeráng-hatásnak” neveznek. A csalódott és dühös futballszurkolók a vereség miatti keserűségüktől vezérelve szinte felkelést szítottak a kommunista rezsim ellen. A párt úgy döntött, hogy letagadja a lázadást, és nem szankcionálja azt. Ez volt az első alkalom, hogy a kommunista rezsim tüntetés vagy zavargás esetén nem használt erőszakot, és engedte a tüntetőknek, hogy sajátos módon kifejezhessék nézeteiket. A labdarúgás és az eredményes nemzeti csapat végül lehűtötte az indulatokat a nép körében, és a párt úgy döntött, hogy továbbra is támogatja a sportot. Az összecsapások és a sikersorozat világszerte széles körben beszédtema lett, és a magyar futballcsapat hírneve megalapozott lett. (Molnár, Hungarian Football: A Socio-historical Overview, 2007)

2.14 A FORRADALOM UTÁN

A 1956-os forradalom után a „Kádár rendszer” leváltotta a „Rákosi korszakot”, de továbbra is megőrizte a korábbi rendszer sajátosságait a futball propagandacélokra való felhasználása terén. Függetlenül a politikai rendszerek közötti hasonlóságoktól, például a központosítás erős érzésétől, a szovjetizációtól és a kommunista dogma terjesztésétől, Kádár egyedi megközelítést alkalmazott az ország kormányzásában és a futball szervezésében. Amíg Rákosi irányította Magyarországot, nyíltan törekedett arra, hogy totalitárius rendszert hozzon létre (és hozott is). Másrésztől Kádár rájött, hogy ez a vezetési forma nem volt sikeres Magyarországon, és ezért más megközelítést választott, amit szociális pluralizmusnak lehet leírni. Azaz „az egyének és intézmények relatív autonómiája megnövekedett a politikai közömbösség és engedelmség fejében”. Ami a sportot, általában a futballt illeti, a Kádár korszak „finomabb és közvetettebb manőverekkel manipuláló, kifinomultabb sportpolitikát eredményezett”. (Hadas & Karády, 1994)

Kádár rájött, mi vezetett a Rákosi rendszer bukásához és a 1956-os forradalomhoz, és megértette, hogy egy nyíltan autokratikus rendszer nem működhet Magyarország társadalmában sporadikus lázadások és visszatérő titkos ellenállás nélkül. Ezért gyakorlatilag megszabadult a szovjet igától annak érdekében, hogy megszilárdítsa a hatalmat. A rezsim azonnali intézkedése között szerepelt a szovjetizált futballklubok eredeti neveinek és színeinek visszaállítása. Ezenkívül a tartományi kluboknak több lehetőségük volt helyreállítani, megőrizni és kifejezni helyi/régiós sajátosságukat, és versenyképesebbekké válni a bajnokságban. A Kádár korszak egyik sajátossága volt, hogy a tartományi csapatok magasabb helyezéseket értek el az első osztályban. Kádár jelentős figyelmet fordított a Ferencvárosi Torna Club (FTC) szurkolóira, mivel ők képviselték az ország legnagyobb összetartó szurkolótáborát. Hadas azt állítja, hogy: Ezt a konszolidációs folyamatnak egy finom mutatójaként lehet értelmezni, hogy a Fradi (FTC) megnyerte a bajnokságot 1963-ban, ugyanabban az évben, amikor a 1956-os politikai foglyok nagy részét szabadon engedték. Nem véletlen, hogy a győztesek szurkolói skandálták: A bajnok a Ferencváros, a főember Kádár János! (Hadas & Karády, 1994)

Ezen előnyös politikai helyzetben az FTC stadionját 1974-ben újjáépítették, ez volt a legnagyobb futballberuházás az 1960-as és 1970-es években. A fenti futballal kapcsolatos intézkedések és futballal kapcsolatos újjáépítések ellenére maga a futball fokozatosan elvesztette politikai jelentőségét. A futball politikai hanyatlásának megértéséhez figyelembe

kell venni három fő tényező egyedi konstellációját, amelyek elősegítették ezt a változást a Kádári Magyarországon. Ezek egyike volt a konszolidálódó politikai és társadalmi rendszer, amely egyre kevésbé igényelte a futball jelenlétét politikai ügyek elrejtésének eszközeként. Az emberek biztonságos és stabil, de még mindig valamennyire korlátozott körülmények között éltek, amelyek kezdték tükrözni a „fogyasztói szocializmus” jellemzőit. Más szavakkal, „a futball szerepe a rezsim legitimitásának tényezőjeként elveszítette súlyának nagy részét a megélhetési színvonal emelkedésével”. Egy másik aspektusa ennek a változásnak a hidegháború hanyatlása volt, ami tovább csökkentette a sport, általában a futball, nemzetközi fontosságát a legtöbb kommunista országban az ideológiai fölény mutatójaként. Hadas megfigyeli, hogy „egy békésebb nemzetközi klímában kevesebb volt a jogosítvány a szimbolikus fölény kifejezésére tett beruházások számára”, és így a rendszer kevesebb figyelmet fordított a futballra. Végül Kádár korán felismerte a futball kettős élesélű természetét, és gondoskodóan kezelte, mivel „a spontaneitás az összes sportverseny elkerülhetetlen eleme”. (Edelman, 1993)

Így, mivel a sporteseményeket és azok eredményeit sosem lehetett teljesen ellenőrizni, „a sportvilág nem bizonyult alkalmasnak a párt és az állam pontos eszközének”. Kádár rájött, hogy a futball a Rákosi rendszer számára visszalőtt, mint egy eszköz a társadalmi konszolidáció elősegítésére, és ezért amint Kádár politikailag nem tudott belőle előnyt kovácsolni, egyszerűen, de titokzatosan eltávolodott a futballtól. Első lépésben úgy tűnhet, hogy az állam ezen cselekedetből a futball is hasznot húzhatott volna. Azonban egy közelebbről történő vizsgálat a kommunista Magyarország pénzügyi szerkezetének fényében rávilágít, miért volt ez a magyar futball hanyatlásának kezdete.

Ahogy a futball politikai funkciója hanyatlott, és a futball, mint intézmény kevésbé központi irányításúvá vált, az állam fokozatosan visszavonta a támogatásokat. A futball egy lassú hanyatlásra lett ítélve. Hadas szerint, ha a futball nem tűnt volna annyira fontosnak a kormány számára, akkor nem várhatta volna, hogy magas prioritást élvezzen az állami beruházásoknál. Más szavakkal, „a futball funkcionális súlya fordított arányban állt a növekvő autonómiájával, és belső elrendezése egyre inkább a helyi és akár személyes érdekek hatalmi viszonyainak határozta meg”. (Hadas & Karády, 1994)

Mivel a magánszféra gyakorlatilag nem létezett a szocialista államban, az a réteg, amely alternatív finanszírozást biztosított volna a futball számára, egyszerűen nem volt jelen. Habár az 1960-as évek végén a kereskedelem és ipar reformja új gazdasági környezetet hozott létre,

ami alapvetően a nyugati típusú kereslet-kínálat orientált piaci gazdaságot használta, ezek a progresszív pénzügyi rendelkezések csak néhány évig (1968-73) tartottak, majd visszaállt az eredeti, konzervatív gazdasági rendszer. Ezért a futball elhanyagoltta vált, és olyan problémákat kezdett megélni, amelyek jelen voltak a Kádár korszakban, de később egyre látványosabbá váltak. A politikai és gazdasági konszolidáció, amely részben a magyar futball hanyatlásához vezetett, egybeesett a kommunizmus gyökereinek szétesésével a Keleti Blokkban. A Szovjetunió különös helyzetbe került, mivel egyszerre volt belső és külső politikai és pénzügyi nyomás alatt. A Szovjetunió nem látta (nem akarta látni) ennek a problémáknak a hatását a kommunizmusra, és így nem tudta csökkenteni a feszültség forrásait. Ezenkívül a Szovjetunió külpolitikai ügyeinek kezelése, például az olyan független nemzetállamok annektálása, mint Afganisztán, nem segítette elő a kommunisták közötti egység fenntartását. Ez az agresszív integrációs politika nacionalista érzelmeket váltott ki, és az egyesült nemzeteket felbujtotta a lázadásra. Végül az 1980-as évek végére ezek a feszültségek és gazdasági hibák vezettek a kommunizmus „erős bástyájának” bukásához. (Molnár, Hungarian Football: A Socio-historical Overview, 2007)

2.15 NAPJAINKIG

1989-ben összeomlott a kommunista rezsim Magyarországon, a országot elavult gazdasági és társadalmi viszonyokkal hagyva maga után, amelyek a 90-es években pénzügyi instabilitást eredményeztek az ország minden területén. A sportklubok elvesztették jelentős részüket az állami támogatásból, és szponzorokat kellett találniuk túlélésükhöz. Még ma is „a közép-kelet-európai szervezett sport ugyanazokkal a geopolitikai és gazdasági kihívásokkal néz szembe, mint ezek a társadalmak egésze”. A magyar sportéletnek és Magyarországnak is újra kellett alkotnia magát a posztkommunista körülményekben való túléléshez és a hagyományos nemzeti hagyományok megőrzéséhez. Ez új és kiszámíthatatlan futballkörülményeket teremtett a magyar sportklubok és a nyugati típusú szponzorsportklubok kapcsolatainak módosítása és részleges integrációja által, ami hibrid módokhoz vezetett a magyar sportszakmai piac szervezésében. Ennek ellenére megjegyzendő, hogy ez az időszak (1990-2004) kulcsfontosságú átmenetet képvisel Magyarország számára: a kommunizmusból a kapitalizmusba és az SZU-ból az EU-ba történő átmenetet. (Molnár, Hungarian Football: A Socio-historical Overview, 2007)

A posztkommunista átmenet során, a magyar labdarúgás nem tudott feléledni. Sem az internacionális, sem a regionális fontosságát nem tudta visszaszerezni. A magyar labdarúgó szövetség, gyakran politikusok bevonásával, megpróbálta javítani a nemzeti csapat teljesítményét, beleértve az új szövetségi kapitányok hetvenszeri kinevezését és az szövetségi elnökök tízszeri cseréjét 1986 és 2004 között. Hammond megjegyzi a magyar válogatottal kapcsolatban, hogy „éveken keresztül olyan volt, mint egy körhinta. Különböző játékosok és menedzserek léptek fel és le, de még mindig körbe-körbe forogtak, sosem jutottak sehova”. Egy profi labdarúgó liga is indult az 1999-2000-es szezonban, kezdetben tizennyolc klubbal, de „a liga első osztályú klubjainak pénzügyi nehézségei annyira súlyosbodtak, hogy a kampány végére akár négy a 18 csapat közül... vagy tönkrementek, vagy az alsó ligákba kerültek”. Ezek a rendelkezések nem javították a magyar futball állami és nemzetközi hírnevét. Az sem javította a helyzetet, hogy a Fialok és Sportminisztere (Deutsch Tamás) beavatkozott a magyar labdarúgó szövetség ügyeibe, és felfüggesztette a szövetség elnökét (Kovács Attila) 1999-ben. Ennek következtében jelentős feszültség halmozódott fel a kormány és a szövetség között, ami annyira fokozódott, hogy a FIFA közbelépett. Ennek eredményeként új szövetségi adminisztrációt kellett választani, ami 1999. augusztus 9-én történt meg. Azóta a jogi kérdések száma csökken és a magyar futball szövetség konszolidációs állapotban van. Azonban a magyar

futball problémái továbbra is megoldásra várnak. (Molnár, Hungarian Football: A Socio-historical Overview, 2007)

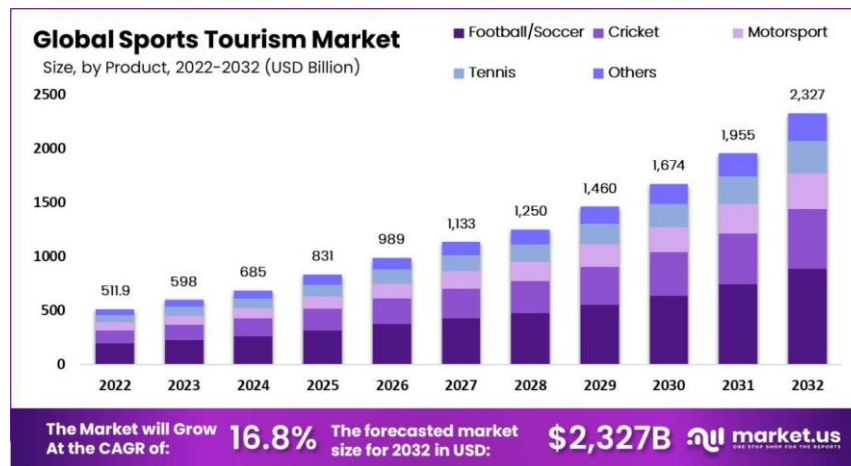
Ezeknek a problémáknak jelenléte egyszerűen azoknak a problémáknak az anyagiasodását és érését jelentheti, amelyek először a Kádár korszakban jelentek meg. Válogójában a magyar válogatott rekordja azt mutatja, hogy ez a hanyatlás a 70-es években kezdődött, és bár jöttek jobb évek, még mindig nem fordult meg. Például a magyar válogatott először 1970-ben nem jutott be a világbajnokságra. Ezt megismételték 1974-ben, és bár Magyarországnak sikerült kvalifikálnia magát a következő három világbajnokságra, az első körben búcsúzott. A magyar futball hanyatlása még inkább látható, amikor az ember rájön, hogy a válogatott nem jutott be a világbajnokságra 1986 óta, és az Európa-bajnokságra 1972 óta. Mindazonáltal, miközben nem csökkent a kommunizmus hatását a sportra általában, és a futballra különösen, ez az érv csak részben helyes, és ahhoz, hogy teljesen feltárjuk az utat, amely a magyar futball jelenlegi állapotához vezetett, figyelembe kell venni a futball növekvő globális népszerűségét is. A kommunizmus nem egyedül felelős a magyar futball hanyatlásáért. Azaz az alulfejlett futball infrastruktúrát és a sportok és sportolók alacsony társadalmi státuszát, amellyel a kommunizmus hátrahagyta Magyarországot, azon kívül is figyelembe kell venni, hogy napjainkban a futball sokkal népszerűbb, és több ország vesz részt nemzetközi futballversenyeken, mint az 1950-es és 1960-as években. Más szavakkal, a világ többi része utolérte a magyar futballt a 70-es és 80-as években, és még nem sikerült újra megszereznie a nemzetközi versenyképességét. Ráadásul megfigyelték, hogy a posztkommunista átmenet éveiben a „maradék és felbukkanó gyakorlatok folyamatos harca új és régi sportkultúrák között” figyelhető meg, ami az átmeneti időszakokra jellemző. Ezek a válságok és harcok a múlt számára a jelen problémáit készítették elő, és mindez a magyar futballra is igaz. (Molnár, Mapping migrations: Hungary related migrations of professional footballers after the collapse of communis, 2006)

2.16 GAZDASÁGI HATÁS

A sportturizmus globális piacának értéke 2022-ben 587,87 milliárd USD volt, és 2023 és 2030 között várhatóan 17,5%-os összetett éves növekedési rátával (CAGR) bővül. A sportesemények, például az olimpiai játékok, a FIFA-világbajnokság, az NBA és más sportesemények népszerűségének jelentős emelkedése világszerte az egyik fő tényező, amely az iparág növekedését ösztönzi. Emellett a különböző országok kormányai által a sportinfrastruktúrára fordított kiadások növekedése várhatóan tovább serkenti a növekedést.

A sportipar folyamatos növekedése világszerte várhatóan az előrejelzési időszak alatt a piac terjeszkedését fogja elősegíteni. A sportipar a legnagyobb szórakoztatóipar az egész világon, a legnépszerűbb sportágak és csapatok pozitív hatást gyakorolnak a gazdaságra. A futball, a kosárlabda, a baseball, a jégkorong, a krikett és a labdarúgás a legnépszerűbb sportágak, amelyeket világszerte játszanak és néznek. Ezenkívül a sportturisztikai cégek által nyújtott reklámok és ajánlatok jelentős növekedése létfontosságú szerepet játszik egy adott régióba vagy sportágba irányuló turizmus növelésében, ami az előrejelzési időszakban tovább segíti a növekedést. (Grand View Research, 2022)

A COVID-19 világjárvány hatással volt a sportturizmus piacára, mivel a 2020-as évben a legtöbb sporteseményt világszerte törölték és elhalasztották. Például a Nemzeti Kosárlabda Szövetség (NBA) és a Nemzeti Jégkorongliga (NHL) is felfüggesztette szezonját 2020-ban. A Major League Soccer (MLS) és a Major League Baseball (MLB) (kezdetben) 2-4 hétre elhalasztotta vagy felfüggesztette szezonját, a Profi Golfozók Szövetségének (PGA) Tour eseményeit pedig törölték. A világjárványra reagálva több sportbajnokság is módosította menetrendjét. Ezért a sporteseményeknek a világjárvány idején történt törlése világszerte további negatív hatással volt a sportturizmusra. Az elmúlt években számos sportversenyt vezettek be a nők számára. Például a Cricket Australia 2015-16-ban bevezette a Women's Big Bash League-et, az indiai Premier League pedig 2018-ban vezette be a női kiadást. Emellett számos már létező női sportbajnokságban és -ligában is egyre több női csapat vesz részt. A bevezetett versenyek növekvő száma és a női csapatok részvételének növekedése a különböző bajnokságokban és tornákon várhatóan tovább növeli a sportturisztikai ágazat emelkedését világszerte. (Grand View Research, 2022)



2. ábra A globális sportturizmus piaca Forrás: (Grand View Research, 2022)

A bevételeket tekintve a passzív turizmus szegmense uralta az iparágat, 2022-ben 42,29%-os részesedéssel. A világjárvány kezdete óta az embereknek nem volt lehetőségük arra, hogy kedvenc sztárjaik játékát a helyszínen nézzék, és ez növelte a vágyat az élő versenyeken való részvételre. A Sports and Entertainment Consumer Trends Report 2021 szerint a fogyasztók 82%-a számolt be arról, hogy hiányzik neki az élő események megtekintésének élménye. Az emberek minden korábbinál jobban vágnak arra, hogy egész napos élményt nyújtsanak bármilyen kirándulásra. A becslések szerint az aktív szegmens növekszik a leggyorsabban, 17,7%-os CAGR-rel az előrejelzési időszakban. Emellett a legtöbb bajnokság és liga tovább fontolgatja a résztvevő csapatok számának növelését. A 2026-os FIFA világbajnokságon például 48 csapat fog játszani, szemben a korábbi szezonokban játszó 32 csapattal. A különböző bajnokságokban és tornákon részt vevő csapatok számának növekedése növelni fogja a lejátszott mérkőzések számát, ami végső soron pozitív hatással lesz az aktív sportturizmus piacának növekedésére. (Grand View Research, 2022)

Európa tartotta a legnagyobb, 38,01%-os bevételi részesedést 2022-ben a sportolók, sportesemények és a világ minden tájáról érkező látogatók növekvő száma miatt. Emellett Európa legnagyobb piacai, köztük Németország, Franciaország és az Egyesült Királyság, jelentik a legnagyobb potenciált a régióban. Bár Ausztriában, Dániában, Finnországban és Spanyolországban kisebb a lakosság száma, ezeknek az országoknak a polgárai többet utaznak, hogy sportoljanak. Az ázsiai és csendes-óceáni térség várhatóan a leggyorsabb, 18% feletti CAGR-rel fog növekedni az előrejelzési időszakban. Kína és India pozitívan járul hozzá a növekedéshez. A növekvő sportesemény-iparág, az egy főre jutó jövedelem emelkedése, a növekvő középosztálybeli népesség és a növekvő rendelkezésre álló jövedelem néhány olyan

tényező, amely hozzájárul az iparág gyarapodásához. Továbbá a nemzetközi sportesemények, mint például a krikett világbajnokság és a tokiói olimpia népszerűségének jelentős növekedése várhatóan tovább ösztönzi a piac növekedését. (Grand View Research, 2022)

2.17 FEJLESZTÉSEK

A stadionok a sportban a vallásban a templomokhoz hasonlíthatók: ez az ipar egyik kulcsfogalma. A vallás absztrakt, és templomok nélkül is létezhetne, ugyanígy a sport is létezhetne stadionok nélkül. Azonban mindkettő fogalom olyan fizikai helyeket jelent, amelyek egyesítik az embereket, hogy kövessék szenvedélyüket és érdeklődésüket. A stadionok története az ókori Görögországban és Rómában kezdődött, vagy még korábban. Az évszázadok során, a világ legtöbb országában a stadionok változtak és fejlődtek, és ezzel együtt a hozzáállás is, valamint a látogatók és nézők élményei is átalakultak. Az ókori idők óta a stadionok a sportolók imádatának helyszínei. Az ókor eredeti építményeitől kezdve, a stadionok a leglenyűgözőbb objektumokká, a mérnöki és tervezői munka legjelentősebb alkotásaivá váltak és napjainkban nem csak sportesemények számára, hanem grandiózus koncertek és kulturális rendezvények fő rendezvények helyszínévé, valamint a városi infrastruktúra kulcsfontosságú részévé váltak. A stadionok az aktuális társadalom fejlődési állapotának és technológiai fejlődésének tekinthetők. (Glebova E. D., 2021)

Az otthoni szórakoztató rendszerek és az internetkapcsolat folyamatosan fejlődnek, így a sportrajongóknak nagyobb lehetőségük van arra, hogy olyan élményhez jussanak, amely megfelel az általuk preferált igényeiknek, bárhol és kényelmesen így akár repülőgépen, szállodában, irodában vagy a saját szobájukban tartózkodnak. „A lenyűgöző elektronikus közvetítési élmények azt jelentik, hogy egyre nagyobb a verseny a helyszínekért. A helyszíneknek még keményebben kell dolgozniuk az élő eseményekre való emberek vonzásaért, így láthatunk egy olyan tendenciát, amely szerint az új technológia segít létrehozni a szurkolók számára fantasztikus élményeket a stadionban. Stan Ross, a NAB Show nevében író Thought Gallery szerzője, leírja, hogy a Wembley Stadionban a stadion közepén található ív most már egy integrált világítási rendszerrel rendelkezik, amely reagál a játék legfontosabb pillanataira, és egy élő ívkamera is fut az alkalmazáson, amely még több eseménybevonást tesz lehetővé”. Ennek következtében a sportstadionok folyamatosan technológiai kihívás előtt állnak, hogy minél lenyűgözőbb élményt teremtsenek, kiszakítva a

nézőket a technológia által nyújtott platformokról, és bevonzzák őket a stadionokba. (Glebova, Desbordes, & Géczi, 2020)

3. HIPOTÉZISEK

Az első hipotézisnél azt vizsgálom, hogy kontinenseket összevetve miért érvényesül erőteljesebben a sportturizmus a futball által, és miért válik ez a sportág egyfajta vezető erővé ezen a területen. Valamint, hogy milyen különbségek figyelhetőek meg, mint mennyiségben, mint minőségben különböző kontinenseken. A választásom két kiemelkedő országra esett, Brazília, illetve Spanyolország első osztályú futball ligáira.

Ezen bevezetés keretében megvizsgáljuk a futball által generált sportturizmus jelentőségét az egyes kontinenseken, és elemzésünk segít megérteni, hogy miért válik a futball egy olyan eszközzé, amely gazdasági és kulturális előnyöket hoz azoknak az országoknak, ahol erőteljesen jelen van.

A sportnak mindig is kiemelkedő szerepe volt a társadalmak életében, és a sportrendezvények szerves részét képezik a világ kulturális és gazdasági tájának. Az utóbbi évtizedek során a sportturizmus olyan területté vált, amely rendkívül fontos a városok és országok számára, mivel lehetőséget teremt a gazdasági fejlődésre és a kulturális kicserélődésre. Az egyik kiemelkedő sportág, amely a sportturizmus területén különösen nagy hatást gyakorol, a futball.

A labdarúgás világszerte hatalmas rajongótáborral büszkélkedhet, és a futballmérkőzések különleges események az emberek számára. Ezen keresztül a futballstadionok olyan központi helyekké váltak, amelyek lehetőséget kínálnak a sportturizmus fellendítésére. Ennek köszönhetően a sportturisztikai fejlesztések, különösen a stadionok területén, egyre nagyobb jelentőséget kapnak.

A hipotézisnél azt vizsgálom meg, hogy miért bizonyulnak jelentősebbnek a sportturisztikai fejlesztések a futballstadionok esetében más sportágakhoz viszonyítva. Képesek-e a futballstadionok nagyobb vonzerőt gyakorolni a turistákra, és milyen hatással vannak a helyi gazdaságra és kulturális életre. Ezen kérdések körüljárása során megérthetjük, hogy miért fontosak a futballstadionok a sportturizmus terén, és milyen előnyöket hozhatnak a városok és országok számára. Az alábbiakban részletesen elemezzük a futballstadionok szerepét a sportturizmusban és az ezen területen tapasztalható fejlesztéseket, hogy teljesebb képet alkothassunk a témáról.

A harmadik hipotézisnél azt kutatom, hogy a futballnak köszönhetően miért jelentősebbek a sportturisztikai fejlesztések a stadionok területén, más sportágakhoz képest. A futball, mint sportág egyedülállóan népszerű és globális jelentőségű, és ennek következtében a futballstadionok számos előnyt kínálnak a sportturizmus fejlesztése szempontjából.

Valamint azt, hogy miért választják gyakran a futballstadionokat kiemelt célpontként a turisztikai fejlesztések során, milyen gazdasági hozadékokkal jár ez a megközelítés, és miként befolyásolja a sportturizmus egészét. A futballstadionok szerepe és hatása az országok és városok turisztikai iparágában kiemelkedő, és ennek felfedezése segít abban, hogy értékelni tudjuk, miért választják a futball alapú sportturizmus fejlesztéseket más sportágak felett.

4. SAJÁT KUTATÁS ÉS MÓDSZERTAN

A szakdolgozatom elkészítéséhez a szakirodalmi kutatás módszertant választottam, mivel a felállított hipotézisek kidolgozására ez módszer adhat a legbiztosabb magyarázatot. A dolgozat alapvetően az irodalmi források által kínált tudásra épül, és nem tartalmaz saját gyakorlati vizsgálatokat vagy kutatást. A választott téma alapos és mélyreható irodalomkutatásának eredményeképpen készült, és az egész munka célja az, hogy rendszerezze, elemelje és kritikailag értékelje a megtalált elméleteket, nézeteket, gondolatokat, modelleket és kutatási eredményeket.

A szakirodalmi áttekintés jellegű dolgozatok kiemelkedően fontosak a tudományos közösség és a szakmai gyakorlat számára, mivel azok segítenek a meglévő tudás bővítésében és továbbfejlesztésében. Az alaposan kidolgozott és kritikai szemlélettel megfogalmazott szakirodalmi áttekintés hozzájárul a szakmai fejlődéshez és a kutatás előrehaladásához. Ebben a dolgozatban részleteiben vizsgálom meg, hogy hogyan készül egy ilyen szakirodalmi áttekintés, és milyen fontos szempontokat kell figyelembe venni a kutatóknak ebben a folyamatban.

4.1 KONTINENSEKET ÖSSZEVEETVE MENNYIVEL JELENTŐSEBB A SPORTTURIZMUS A FUTBALL ÁLTAL

Az első felállított hipotézisem során arra keresem a választ, hogy milyen különbségek figyelhetők meg, mint mennyiségben, mint minőségben különböző kontinenseken. A választásom két kiemelkedő országra esett, Brazília, illetve Spanyolország első osztályú futball ligáira.

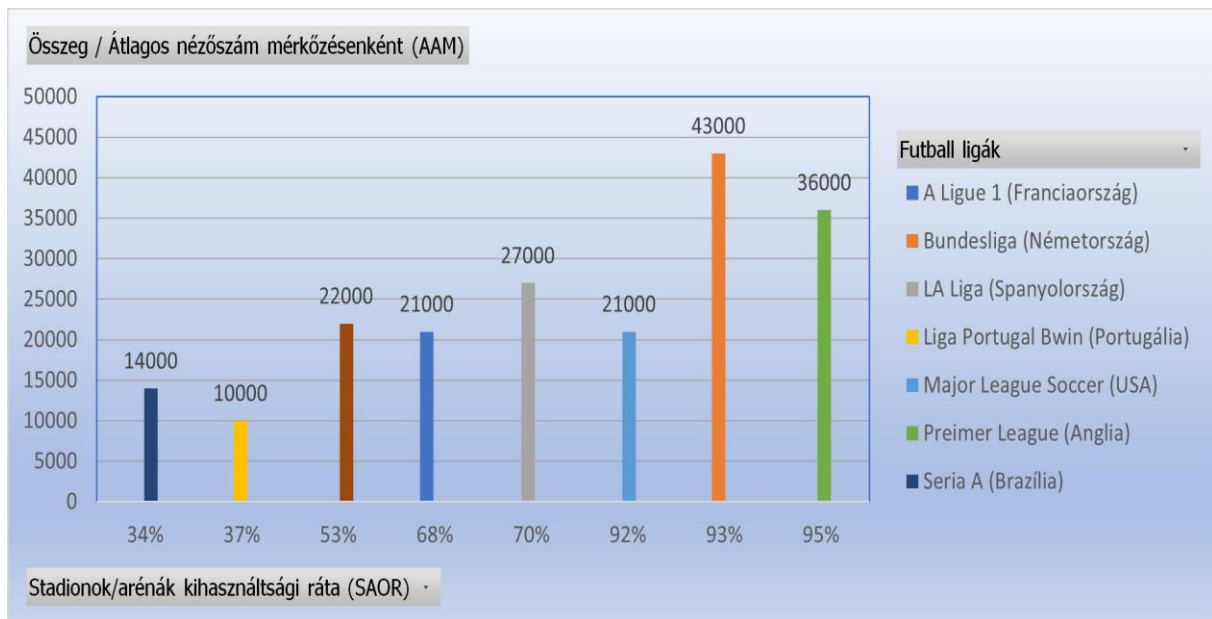
A modern labdarúgás eredete a 19. századra nyúlik vissza, amikor Angliában kialakultak a sport szervezéséhez szükséges szabályok és bürokratikus struktúrák. Azonban azt is fontos figyelembe venni, hogy Brazíliában vált a futball többé, mint egy sporttá, egy nemzeti és kulturális szenvedéllyé. Emellett ki kell emelni a futball gazdasági fontosságát Brazíliában, vagyis amit sokan a „futball országának” neveznek, a brazil futbalszurkoló jelenléte miatt. Az elmúlt évtizedekben a globalizáció és a tömegmédiá hatása olyan feltételeket teremtett, amelyek között a futbalszurkolót egyre inkább fogyasztónak tekintik. A „fogyasztó” kifejezést nem kell negatív vagy lenéző értelemben érteni. A fogyasztás jelensége, amely az egész társadalmunkat áthatja, olyasmi, ami szinte az összes létező folyamatot magában foglalja, és befolyásolja jelenlegi életkörülményeinket. Ráadásul mintázatokat alakít ki az egyének társadalmi viselkedésében, arra kényszerítve őket, hogy foglalkozzanak a hasznos, a régi, a felesleges és az új dolgokkal. A kutatások szerint többféle fogyasztó létezik, azok különböző vágyak, elvárások, életmódok és viselkedések alapján. Hasonlóképpen, a sport kontextusában is számos sportfogyasztó van világszerte, akik érdeklődnek különféle sportok, tevékenységek, termékek, események stb. iránt. (Mazzei, Moraes, de Oliviera Cruz Carlassara, & Rocco Jr., 2020)

A 2010-es években Brazília két fő sportolói gigantikus eseményt rendezett egymás után: a 2014-es FIFA Világbajnokságot és a 2016-os Riói Olimpiai Játékokat. Az egyik fő következménye ennek az, hogy a brazil sportfogyasztók új perspektívákat alakítottak ki az országban rendezett sportesemények létesítményeinek minőségével és szervezettségével kapcsolatban. A szórakozás iránti igény modern arénákban vált valósággá sok brazil sportrajongó számára. A szórakozás fogalma kapcsolódik a kulturális, szabadidős és szabadidős tevékenységekhez. A sportesemények és versenyek kontextusában ezek a tevékenységek szórakozást és izgalmas élményeket nyújtanak, kellemes érzéseket generálnak bizonyos csoportok között. Néhány amerikai szerző szerint a szórakoztatást az egyik lehetőségként lehet értelmezni, amit a sportszervezetek / ligák kínálnak a szurkolóiknak. Ma a sport szórakoztatása

már nem csak az amerikai ligákhoz kapcsolódik, hanem nemzetközi trenddé vált. Ennek ellenére a futballhoz kapcsolódó szórakozás fogalmai és tevékenységek továbbra is csak feltörekvők és túlnyomórészt a nagy versenyekre korlátozódnak (pl. az UEFA Bajnokok Ligája). Ennek az az oka, hogy maga a játék is szórakozási lehetőség a hagyományos futballszurkolók számára. (Mazzei, Moraes, de Oliviera Cruz Carlassara, & Rocco Jr., 2020)

A 2014-es Világbajnokság és a 2016-os Olimpiai Játékok számára épített új sportlétesítmények új élményeket hoztak a szurkolók, fogyasztók számára. A jelenlegi globális sportesemények trendjeinek megfelelően a sportstadionokban zajló interakciók összekapcsolják a szurkolókat a sporttal, és növelik a sportesemények fogyasztását. Az új sportlétesítményeknek meg kell teremteniük a hangulatot és be kell vonniuk a szurkolókat, akik most már fogyasztóként azonnal megosztják szórakozási élményüket virtuális barátaik és követőik közösségével. A szórakozási élmény akkor teljesült, amikor a szurkolók megosztották jelenlétüket az arénákban és stadionokban a közösségi médiában. Ezen magatartás korábban paradoxnak és ellentmondásosnak tűnt, ha azt a korábban elfogadható társadalmi minták alapján; most azonban ezek a hozzáállások a jelenlegi információs korban gyorsan fejlődő új paradigmákat képviselnek (Castells, 2009); (Giddens, 2001); (Marques, és mtsai., 2009)

Ebben a kontextusban a következőképpen lehetne jellemezni a futballszurkolók fogyasztói magatartását Brazíliában. Azzal lehet kezdeni, hogy megnézzük az átlagos nézőszámot mérkőzésenként (AAM) és a stadionok / arénák kihasználtsági rátáját (SAOR) különböző országokban 2014 és 2016 között. Ebben az időszakban a Premier League (Anglia) AAM és SAOR értékei 36 000 ember és 95% voltak. A Bundesliga (Németország) esetében az AAM 43 000 szurkoló volt, az átlagos SAOR pedig 93% volt. La Liga (Spanyolország) esetében az AAM 27 000 szurkoló volt, az átlagos SAOR pedig 70%. A Ligue 1 (Franciaország) esetében az AAM 21 000 szurkoló volt, az átlagos SAOR pedig 68%. A Serie A (Olaszország) esetében az AAM 22 000 volt, az átlagos SAOR pedig 53% volt. Portugáliában az AAM 10 000 volt, az átlagos SAOR pedig 37%, míg az Egyesült Államokban a Major League Soccer (MLS) esetében az AAM 21 000 szurkoló volt, az átlagos SAOR pedig 92% volt. Ezzel szemben 2014 és 2016 között a brazil Serie A esetében az AAM 14 000 szurkoló volt, az átlagos SAOR pedig 34% volt. (Mazzei, Moraes, de Oliviera Cruz Carlassara, & Rocco Jr., 2020)



3. ábra A különböző futballigák átlagos nézőszámai és a stadionjainak kihasználtsági rátája 2014 és 2016 között
(Forrás: (Mazzei, Moraes, de Oliveira Cruz Carlassara, & Rocco Jr., 2020))

Ez alapján elmondható, hogy Braziliában a sportturizmus a futball szempontjából nagyon minimális mennyiséget képvisel Európához képest, valamint arra utal, hogy a brazil bajnokság gyenge teljesítményt mutat, különösen a stadionokban való kihasználtság szempontjából. Braziliában a sportszervezetek (klubok, szövetségek és a konföderáció) magán szervezetek, amelyeket főként nonprofit v szervezetek működtetnek önkéntesek. Az elmúlt évtizedekben Európa eltávolodott ettől a formátumtól, ahol a futballklubok vállalatokká váltak (Spanyolország kivételével). Ezeknek a kluboknak a fő célja az, hogy megfelelő hozamot nyújtsanak a részvényesek által befektetett tőkén. Ennek az eredeti hipotézisnek a megerősítéséhez néhány tanulmány kimutatta a bevétel összetételének és a finanszírozási forrásoknak a klubokban betöltött szerepét. Az európai klubokban, ahol a professzionális megközelítés a futballban már hosszabb ideje létezik, a bevétel a következőkre oszlik meg: 1. kereskedelmi szerződések (árak, szponzorálás és más marketing és kereskedelmi tevékenységek) 2. közvetítési jogok és szerződések televízió / médiaszervezetekkel 3. jegyeladás hazai mérkőzéseken és szezonbérletek. Mindegyik elem az összbevétel 20% -ától 40% -ig terjed. Az előzetes információk arra utalnak, hogy a brazil futballklubok bevételének legnagyobb része a közvetítési jogok értékesítéséből származik kommunikációs szervezeteknek (50% felett), ezt követik a szponzorációs szerződések, játékosok eladása, és végül a jegyeladás. A bevételforrások eloszlása és a jegyeladás szerepe arra utal, hogy lehetséges „komfortzóna”

vagy pénzügyi fenntarthatóság van, amelyet a sportmarketing cselekvésekkel párosítanak meg, hogy megfeleljenek a fő fogyasztók, azaz a futballszurkolók elvárásainak. Ezek a bevezetések magukban foglalják a márkát, a klub történetét és értékeit azonosító márkafejlesztést, valamint a szórakoztató cselekvéseket, amelyek a szurkolókat közelebb hozzák a klubhoz, fokozva élményüket. Az ilyen cselekvések példái közé tartozik a zenei koncertek, játékok, és a „csók kamera” hozzáadása a mérkőzésekhez. Emellett a stadionokban szektorizálás többféle szolgáltatást kínál a szurkolók változatos profiljának megfelelően. (Mazzei, Moraes, de Oliviera Cruz Carlassara, & Rocco Jr., 2020)

A 21. század első évtizedében néhány európai TV-labdarúgó-csatorna válságát követően a különböző bevételi források diverzifikálása is része azon üzleti modellnek, amelyet a profi futballklubok bővítésének tekintenek. Ennek érdekében olyan stratégiákat dolgoztak ki, mint a sport vendéglátás vagy a stadionok elnevezési jogairól szóló tervek, hogy növeljék az éves forgalmat a klubokban. Spanyolországban, ahol az egyéni audiovizuális jogok tárgyalásai modellje 2006-ban válságot szenvedett, azon kutatási terület új megközelítése lehet, hogy hogyan alkalmazták a futballklubok a marketingstratégiáikat. (Moragas, Kenett, & Ginesta, 2011)

Jelenleg a Camp Nou és a Santiago Bernabéu felújítása része annak a stratégiának, ahol a stadionok létesítményei és a sport vendéglátás alapvető fontosságúvá válnak annak érdekében, hogy széles választékú termékeket hozzanak létre a szurkolók számára. Ezenkívül, tekintettel a két csapat fontosságára, az új stadionokat jelentős turisztikai helyszíneknek tekintik mindkét városban. Spanyolországban nyolc stadion van, amelyeket az UEFA 4. kategóriába, vagyis elit stadionokba sorol, és a következő klubokhoz tartoznak: Real Madrid, FC Barcelona, Valencia CF, RCD Espanyol, Real Sociedad, Atlético de Madrid, Athletic Club de Bilbao és Málaga CF. Ezen elemzés célja, hogy ezek a klubok hogyan maximalizálják stadionjaik használatát. Emellett meg kell fogalmaznunk a vendéglátás és eseménycsomagok létrehozását az egyes futballmárkák globális hatásával együtt. Az FC Barcelona és a Real Madrid „szórakoztató multinacionális vállalatoknak” tekinthető, azonban az ugyancsak Barcelonában lévő RCD Espanyol csapatnak túlnyomórészt helyi szurkolóbázisa van. (Eckstein & Delaney, 2002)

A stadionok használatának maximalizálása az első kulcsfontosságú változás volt ezeknek a helyszíneknek a 21. században. Azonban egy másik fontos változás a sportlétesítmények „múzeummá válása” volt. Ez azt jelenti, hogy a stadionok egyre népszerűbbé váltak turisztikai

látványosságként a spanyol városokban. Különböző tanulmányok foglalkoztak a stadionok építésének érzékelhető és szubjektív előnyeivel a helyi közösségek számára. (Ahlfeldt & Maenning, 2009)

Az új helyszínek érdekes szubjektív társadalmi előnyöket nyújtanak a közösségi tudat kialakításában, és az ikonikus stadionépítés arról szól, hogy transznacionális helyeket jelöl ki és létrehoz szimbolikus tőkét a középosztály és a felső középosztály látogatóinak vonzásához. Összefoglalva, elmondhatjuk, hogy a sportlétesítmények részt vesznek a városok globális népszerűsítéséért folyó versenyben. (Ginesta & de San Eugenio, 2014)

Jelenleg a valóban fontos tényező a „szimbolikus jelentéshez való kapcsolódás, amely a specifikus terek fogyasztásának szimbolikus értékeken keresztül történő létrehozásával jön létre a sportiparba történő befektetések révén”. Így a helyek új tranzakciós áruvá válnak, amelyek egy versenyképes és változó környezetnek vannak kitéve, ahol az elhelyezkedést főként érzékelési tényezőkkel való tárgyalás révén érik el. Ahogy Ginesta és de San Eugenio (2014: 229–230) megállapítja: „Vagyis a polgárok, turisták és vállalatok a helyek képét vásárolják meg, nem magukat a helyeket”. A 21. században a labdarúgóstadionok fontos ikonokká váltak a turisztikai szervezők útvonaltervezéseiben, a sportlétesítmények múzeummá válásának köszönhetően. (Ginesta X. , 2015)

A labdarúgó csapatok növekvő elismertsége, valamint a stadionok felújítása a vezető cégek által, társadalmi jelentőséget ad ezeknek a helyszíneknek a szponzorációs programokban és a vendéglátóiparban. Például az elmúlt években a sportlétesítmények elnevezése szponzorok után egyre gyakoribbá vált. Bár ez a szponzorálási technika nem új (1972-ben kezdődött), amikor a Rich Products Corp. összekapcsolódott a New York Buffalo Bills (NFL) stadionjával, a sportszervezetek növekvő igénye a stadionjaik használatának maximalizálása lehetővé teszi a nevezési jog vásárlását a bevétel növekedése érdekében. Mindazonáltal nem minden profi bajnokságban van aktív résztvevő az ilyen névhasználati jogokat biztosító programok kidolgozásában. Egyrészt a 70% -a az észak-amerikai profi franchise-oknak (NFL, MLB, NBA és NHL) rendelkezett nevezési jogi megállapodással 2007-ben, amelynek értéke 46 000 millió amerikai dollár volt (Alomar, 2007)

Európában a német Bundesliga vezető volt ebben a fajta szponzorációs programokban. Ez nem igaz a spanyol Liga BBVA-ra. A 4. ábra azt mutatja, hogy azok a klubok, amelyek a 2013–2014-es szezonban nevezési jogi megállapodással rendelkeztek.

Club	Stadium Sponsor	Economic sector of the sponsor	Total income (million euros)	Years
RCD Mallorca	Iberostar	Hotel company	7.2	8
CA Osasuna	Diputación de Navarra	Public Administration	12	8
RCD Espanyol	Power8	Gaming	30.5	7
Atlético de Madrid	Etihad Airways	Airline	155	10

4. ábra A spanyol futball csapatok szponzorai és bevételei

Forrás: (Ginesta X., 2015)

Ahogy az ábra mutatja, hogy csak három nevezési jogi megállapodás volt (RCD Mallorca, CA Osasuna és RCD Espanyol), és egy másik, amely az Atlético de Madrid és az Egyesült Arab Emírségek nemzeti légitársasága, az Etihad Airways közötti előzetes megállapodáson alapult. (Hidalgo, 2014)

A stadionok használatának maximalizálása magában foglalja a vendéglátó- és eseménycsomagok fejlesztését. Ráadásul az új digitális környezet lehetővé teszi a klubok számára, hogy ezeket az szórakoztatási lehetőségeket vállalati weboldalaikon keresztül népszerűsítsék. Azonban, ha elemezzük azokat a vendéglátó- és eseménycsomagokat, amelyeket a klubok kínálnak weboldalaikon, csak az FC Barcelona publikál teljes katalógust konkrét lehetőségekről, amelyeket vállalatoknak vagy magánszemélyeknek kínálnak, és teljes mértékben a klub által üzemeltetnek. Például ez az egyetlen klub, amely sportgyakorláshoz kapcsolódó motivációs tevékenységeket vagy a helyszín használatát kínál filmforgatáshoz.

Ezenkívül a weboldalon kínálnak kiegészítő szolgáltatásokat (például Camp Nou túra és múzeum, pályaszintű fotózás, ajándéktárgyak, szurkolótáncosok, audiovizuális szolgáltatások, vendéglátás, hostess- és felszolgáló szolgáltatások, élőzene szolgáltatások vagy vállalati táblareklám szolgáltatások). A mintában szereplő más kluboknak nincs ilyen széles termékkínálatuk az interneten. VIP-loungon kívül a Valencia CF és a Malaga CF esküvői és családi ünnepeket kínálnak az interneten keresztül, míg az Atlético de Madrid és az RCD Espanyol weboldalán speciális szakasz található, amelyen bejelentik találkozóikat és eseményeik szolgáltatásait, nagyon informatív stílusban. Például az Atlético de Madrid weboldala ezt magyarázza: „Lehetőséget kínálunk a pálya használatára, ahol üzletfeleikkel vagy beszállítóikkal különböző tevékenységeket oszthatnak meg: vállalati mérkőzések, koktélok, csapatépítés stb.”. (Madrid A. d., 2015)

Azonban a weboldal nem tisztázza, hogy ezeket a tevékenységeket a klub szervezi-e egy speciális programban, vagy ellenkezőleg, a klub csak a helyszínt béreli-e. A Real Madrid esete is jelentős. Bár a klub weboldala megkülönbözteti a VIP boxokkal történő vendéglátás létesítményeit és az eseményprogramot, nincs különleges katalógus ezekhez az eseményekhez. Egyrészt a látogatók megszerezhetik a VIP boxok listáját, hogy „az összes Real Madrid mérkőzést kivételes helyszínről lássák, a Santiago Bernabéu Stadion hangulatában, miközben élvezik a Real Madrid Corporate Hospitality által nyújtott egyedi szolgáltatásokat. Képzelve el magát kiváltságos tanúként ennek a izgalmas látványnak, és ossza meg vendégeivel a világ legikonikusabb stadionjának legexkluzívabb területein töltött felejthetetlen pillanatokot”. (Madrid R. , Area VIP Corporate Hospitality, 2014)

Másrészt, a Real Madrid márka globális hatása miatt fontos hangsúlyozni, hogy vállalati események palettáját csak egy statikus weboldalon mutatják be a látogatóknak, ahol olvashatják: „A helyszín alkalmas termékbemutatókra, konferenciákra, munkaértekezletre, előadásokra, gálákra, koncertekre, mérkőzésekre stb. Az ügyfél dönt. Magas ügyfél elégedettségi szintünket rugalmasságunk, időbeosztási flexibilitásunk és vendéglátásunk magas minősége miatt érezzük el, amelyet Spanyolország vezető márkái szolgáltatnak. Sok ügyfelünk ismételt vevő, akik a jövőbeli eseményeiket rendezvényeink helyszínén választják megrendezésre”. (Madrid R. , www.realmadrid.com, 2015)

Végül, a Real Sociedadnak nincs külön szakasza a weboldalán, ahol a vendéglátó- és eseménycsomagokat bemutatnák. Ennek ellenére Inaki Mendoza, a Real Sociedad sajtóosztályának munkatársa, elmagyarázza, hogy a VIP boxokat a szponzoroknak kínálják a mérkőzésnapon, és a helyszínt speciális vállalati eseményekhez, például műhelymunkákhoz vagy termékbemutatókhoz is használhatják. (Ginesta X. , 2015)

Két fontos projekt jelentősen növeli az FC Barcelona és a Real Madrid vendéglátó- és esemény lehetőségeit. Mindkét klub tervezi, hogy a következő években újraépítse stadionját. 2012-ben az FC Barcelona küldötteinek 89%-a jóváhagyta, hogy népszavazást tartsanak a Camp Nou felújításáról vagy egy új stadion építéséről a város más részén. Két évvel később az FC Barcelona igazgatósága elutasította az új stadion építésének lehetőségét, amit a „starchitect” Norman Foster tervezett, és inkább a Camp Nou felújítása mellett döntött. A klub tagjai 2014. április 5-én szavaztak erre a javaslatra. A szavazók 72%-a a 37,535 szavazótárgból - ami mintegy a klub összes tagjának harmada - jóváhagyta a klub javaslatát, amely lehetővé teszi a Camp Nou 600 millió eurós felújításának végrehajtását, amely 2017-ben kezdődött. A projekt

szerint a felújítás lehetővé tette a klub számára a vendéglátási csomagokból származó bevétel növelését. Az új stadionban 88 VIP box, egy 320 négyzetméteres étterem és egy új, 4000 négyzetméteres többfunkciós tér jött létre. Azonban a stadion újjáépítése csak egy szélesebb projekt része, a Nou Espai Barça (Új Barca tér), amely „a világ valaha látott legnagyobb és legjobb sportlétesítményt kívánja nyújtani a városközpontban”. Egy 105 000 néző befogadására alkalmas arénával, két kosárlabdapályával, egy jégpályával, egy társadalmi és kereskedelmi övezettel és 5000 parkolóhellyel. Összesen 20 hektárnyi területet szánnak az új FC Barcelona sportkomplexumra a Barcelona városközpontjában. 2014-ben a Real Madrid is bejelentette stadionjának, a Santiago Bernabéu stadionnak 400 millió eurós felújítását, amely magában foglal egy visszahúzható tetőt és egy hotelt luxus lakosztályokkal, amelyek a pályát nézik. (Ginesta X. , 2015)





















Mindkét stadion (Camp Nou és Santiago Bernabéu) átépített stadionok, összehasonlítva néhány olyan klubbal, amelyek vendéglátás céljából építettek stadionokat. A legérdekesebb eset az RCD Espanyol, amely 2009-ben kezdett el játszani új, városon kívüli monofunkcionális stadionjában. Habár az eredeti neve Cornellá-El Prat Stadion volt, jelenleg a spanyol labdarúgásban a legjobb nevezési jogi megállapodással rendelkezik, és Power 8 Stadionnak hívják. Az RCD Espanyol, amely korábban Barcelonában a Lluís Companys Olimpiai Stadionban játszott, most jobb vendéglátási csomagokat kínál az új monofunkcionális stadionjában rendelkezésre álló létesítmények alapján. Az új aréna fontos következménye az volt, hogy szignifikánsan megnőtt a márka iránt érdeklődő szponzorok száma az „Espanyol” névvel kapcsolatban. Jelenleg a klub stabilizálta szponzorainak számát 85 vállalatra, ami jelentős javulás, ha figyelembe vesszük, hogy a klub szponzorainak száma a régi stadionban csak 25 szervezet volt. „(Nekünk) egy élményt kell nyújtanunk nekik. Az ügyfeleink azt mondják, hogy a stadionban való részvétel élménye nagyon nehezen található meg más spanyol stadionokban. Maximalizáljuk a szolgáltatásunkat, a kezelésünket és az élményt. Például az ügyfelek részt vehetnek egy élő sajtótájékoztatóon, sétálhatnak a pályán a bemelegítés során, vagy a mérkőzést követően a pálya mellett ülhetnek. Olyan dolgokat kell kínálnunk a vállalatoknak, amelyek eltérnek attól, amit normál esetben vásárolhatnak, amikor egy mérkőzésen vesznek részt”. „Korábban más nevezési jogi programoknak politikai okai voltak a spanyol futballban. Megállapodásunk azt mutatja, hogy stadionunknak aktív mindennapi élete van, a hétvégéken kívül is”. Néhány adat lehetővé teszi, hogy megértsük ezt az állítást: a klub évente 100 eseményt szervez, az a bevásárlóközpont, amely a Power 8 Stadionhoz csatlakozik, évente 13 millió látogatóval rendelkezik, és az autópálya, amely a stadiont a Barcelona

városközpontjához köti, napi 200,000 járművet számlál (Punsoda, 2014, személyes kommunikáció). (Ginesta X. , 2015)

Korábbi kutatásokban megfigyelték, hogy a stadionok várossal kapcsolatos építészeti referenciapontokká váltak, és „a sztárépítészek nagyobb szerepet játszanak a városok tervezésében és építésében”. Az információ mennyisége (társadalmi, politikai, várostervezési stb.), amit a Camp Nou és a Santiago Bernabéu felújítása generál, lehetővé teszi számunkra, hogy megértsük ezeknek a projekteknak a városi tervezés szempontjából betöltött jelentőségét. Mindazonáltal mindkét projekt a stadionok mellett található területek felújítását is magában foglalja annak érdekében, hogy ezeknek a helyeknek a hangulatát, egy szélesebb értelemben véve, javítsa. (Ginesta X. , 2015)

Ezért vált elengedhetlenné a város footballstadionjainak meglátogatása a szurkolók számára. Jelenleg a „sportturizmus” nemcsak a „sportesemény-turizmusra” vonatkozik, hanem magában foglalja a sportlétesítményeket, mint turisztikai látványosságokat is. Hasonlóan, ahogyan azt az elméleti keretünkben magyaráztuk, a stadionok „múzeumosítása” egy kortárs globális jelenség. Például Barcelonában, ahol az RCD Espanyol és az FC Barcelona ismert stadionokkal rendelkezik, Európa-szerte mindkét klub megállapodást kötött arról, hogy ne játssza a rendszeres szezonbeli hazai mérkőzéseket ugyanazon a napon. „Ennek a megállapodásnak köszönhetően lehetővé tesszük az utazásszervezőknek, hogy jobban tervezhessék tevékenységeiket, és legalább egy stadiont látogathassanak meg hétvége” (Punsoda, 2014, személyes interjú). Konkrétan az FC Barcelona múzeumában és stadionjában évente 1,5 millió látogató fordul meg, ami az egyik legfontosabb turisztikai látványosság Barcelonában, a Sagrada Família bazilika, a les La Rambla sugárút és a Güell Park mellett (FCB Marketing & Meetings Events, 2014, személyes interjú). (Ginesta X. , 2015)

Ezen ismeretek alapján a 2022-23-as évi nézőszám adatok így alakultak a két ország, Brazília, valamint Spanyolország tekintetében. Mindkét országnál az első osztály futballcsapatait vettem példának.

Home matches		Away matches		» overall		2022/2023	
#	Team	sum	Matches	average			
1	 FC Barcelona	2.083.248	37	56.304			
2	 Real Madrid	1.686.470	38	44.381			
3	 Atlético Madrid	1.632.814	38	42.969			
4	 Real Betis	1.512.006	38	39.790			
5	 Athletic Bilbao	1.403.672	38	36.939			
6	 Valencia CF	1.334.955	38	35.130			
7	 Sevilla FC	1.233.880	38	32.471			
8	 Real Sociedad	1.169.575	38	30.778			
9	 Espanyol Barcelona	974.688	38	25.650			
10	 Real Valladolid	959.896	38	25.260			
11	 CA Osasuna	926.649	38	24.386			
12	 Elche CF	911.159	38	23.978			
13	 Cádiz CF	878.515	38	23.119			
14	 Villarreal CF	867.958	38	22.841			
15	 Celta Vigo	836.181	38	22.005			
16	 UD Almería	813.544	38	21.409			
17	 Girona FC	781.495	38	20.566			
18	 Getafe CF	776.398	38	20.432			
19	 Rayo Vallecano	772.124	38	20.319			
20	 RCD Mallorca	750.929	37	20.295			
overall		22.306.156	758	29.428			

5. ábra Spanyol 1.osztály futball liga nézettségi adatai a 2022-23-as szezonban

Forrás: <https://www.worldfootball.net/attendance/esp-primera-division-2022-2023/3/>

Az FC Barcelona Igazgatósága bejelentheti, hogy az 2022/23. pénzügyi év nettó nyereséggel tehát adózás után 304 millió euróval zárult, ami magasabb eredmény, mint amit az előző szezon költségvetésében jóváhagytak. Az 2022/23 szezon során a FC Barcelona konszolidált szinten 1.259 milliárd euró működési bevétele mellett 1.165 milliárd euró működési költséget ért el. Ezeket az eredményeket olyan szezonban sikerült elérni, amely beírta magát a történelembe a kereskedelmi és helyszínüzemeltetési területek rekord üzleti mutatói miatt. A klub minden üzletágban javulásokat ért el, és mindenhol magasabb eredményeket ért el, mint amit vártak. Kereskedelmi szinten a klub rekordbevételeket ért el, 351 millió eurót (+43% az előző évhez képest), amely minden idők legmagasabb mutatója. A szponzorációs terület közel 200 millió eurót ért el, és a Barca üzletek értékesítése elérte a 100 millió eurót, ami szintén abszolút rekord. A helyszínüzemeltetés 2022/23. pénzügyi évét június 30-án 229 millió euró teljes bevétellel zárta, ez 14%-kal magasabb összeg, mint a költségvetésben előirányzott, és 8%-kal több, mint amennyit az 2018/19. szezonban rögzítettek, az utolsó teljes szezon a Covid előtt. Különösen figyelemre méltó a Spotify Camp Nou bevételének jelentős növekedése, amely 121 millió eurót hozott az első szezonban, amikor először adtak el egy millió jegyet az első férfi csapat meccseire, és rekord jegybevételt is elértek a női futball, 2,7 millió eurót és a kosárlabda esetében is, 4,5 millió eurót (ez 126%-kal több, mint az 2018/19-es elő-Covid szezonban). A

Barca Múzeum utolsó évét hagyományos helyén 39,9 millió eurós forgalommal zárta. Az FC Barcelona 2022/23 szezonban rekordszámú új szponzorációt hozott létre, 20-at, amelyek 97,6 millió eurót generáltak, beleértve a Spotifyt, a Bimbo és a Whitebit-t, valamint új megállapodásokat kötöttek a ScotiaBank és a Stanley-vel, többek között. (Barcelona, 2023)

Home matches		Away matches		» overall		2022
#	Team	sum	Matches	average		
1	Flamengo RJ	1.585.728	38	41.730		
2	Corinthians SP	1.246.935	38	32.814		
3	Palmeiras	1.170.876	38	30.813		
4	São Paulo FC	1.072.600	38	28.226		
5	Fortaleza	1.022.163	38	26.899		
6	Atlético Mineiro	1.002.223	38	26.374		
7	Ceará - CE	953.336	38	25.088		
8	Fluminense RJ	941.186	38	24.768		
9	Botafogo - RJ	828.813	38	21.811		
10	Internacional	816.657	38	21.491		
11	Coritiba - PR	738.568	38	19.436		
12	Athletico Paranaense	677.776	38	17.836		
13	Cuiabá - MT	670.291	38	17.639		
14	Santos FC	656.917	38	17.287		
15	Goiás - GO	614.726	38	16.177		
16	Avaí - SC	580.738	38	15.283		
17	Atlético Goianiense	507.733	38	13.361		
18	Red Bull Bragantino	443.366	38	11.668		
19	Juventude - RS	427.195	38	11.242		
20	América - MG	398.617	38	10.490		
overall		16.356.444	760	21.522		

6. ábra Brazil 1. osztály futball liga nézettségi adatai a 2022/23-as szezonban

(Forrás: <https://www.worldfootball.net/attendance/bra-serie-a-2022/3/>)

A brazil Flamengo klub továbbra is rekordokat dönt. 2022-ben a Rio-i csapat bevételei először érték el az 1 milliárd real bevétel mérföldkövét. A 192 millió eurós rekordbevétel lehetővé tette a Flamengo számára, hogy felkerüljön a Deloitte Football Money League világban rangsorolt főbb klubok top 30-as listájára. A Flamengo a 26. helyen szerepel a rangsorban, maga mögött hagyva a Crystal Palace-t, az Ajax Amsterdamt, a Sevillát és a Villarealt. A 192 millió euró tartalmazza a mérkőzésnapit, valamint a kereskedelmi és közvetítési jövedelmet, de nem tartalmazza a játékosok eladását. A bevétel kissé több mint felét a mérkőzésnapit és a kereskedelmi jövedelem tette ki. A Flamengo győzelmei mind a Copa do Brasil, mind a Copa Libertadores során hozzájárultak a hatalmas bevételhez. A klub azonban további közvetítési bevételek bővítését tervezi a Liga létrehozásával, amely a brazil labdarúgás szövetségétől független brazil liga. Az elmúlt tíz évben nyolcadik alkalommal rögzített pozitív mérleggel zárt az FC Flamengo, 24,7 millió euró (136 millió real) nyereséggel, amely növelte a klub saját tőkéjét 59,4 millió euróra (335 millió real). (Football, 2023)

4.2 A FUTBALLNAK JELENTŐSEBB HATÁSA VAN EGYÉB SPORTOKKAL SZEMBEN A SPORTTURIZMUSBAN MAGYARORSZÁGON

Hivatkozva a szakdolgozat „a magyar futball és stadion történelme” fejezetére, kijelenthető, hogy az ország igen hosszú múlttal rendelkezik a labdarúgást illetően. Olyan múlttal, ami nem elhanyagolható, hiszen az Aranycsapat fogalmát mindenki ismeri az országban, még akkor is, ha a sport az érdeklődési körén kívül esik.

A professzionális sportolók kivételével az átlagos emberek szabadidejükben sportolnak és rekreációs tevékenységeket végeznek - ezek a legnépszerűbb időtöltések közé tartoznak. Azonban kérdéses, hogy ez az aktivitás, amely általában a fiatalokhoz társul, milyen mértékben jelenik meg az idősebb generációk mindennapi rutinjában vagy fogyasztói viselkedésükben. Ide tartozik nemcsak az aktív és rendszeres mozgás beillesztése az életükbe vagy a sporttal kapcsolatos vásárlások (például szezonbeli bérletek fitnesztermekbe, felszerelések, médiatartalmak), hanem a sportmotivációval végzett utazások is, amelyek az aktív sportturizmus alapfeltételei. A sportturizmus területe interdiszciplináris megközelítést igényel, egyrészt az állandóan változó trendek miatt, másrészt az átívelő iparági igények miatt, amelyek nemzeteken átívelnek. Ami a fogyasztói keresleti trendeket illeti, a sport mind aktív, mind passzív formájában alapvető utazási motivációként jelenik meg, amely alternatív utazási célok, turizmus típusok és turisztikai termékek fejlesztését igényli. Hasonlóan a senior marketinghez, a senior turizmus is lassú, de jelentős átalakuláson ment keresztül az elmúlt évtizedekben, amikor a nyugdíjas állampolgárok gazdaságilag egyre fontosabb szereplőkké váltak a turizmusiparban, ellentétben a korábbi elképzelésekkel (Hegedűs, Csóka, & Törőcsik, 2020)

Az idősebb generációk bevonása az aktív sportturizmusba új kihívás és piac azért is, mert Magyarország lemarad az európai átlagtól a lakosság sporttevékenysége terén, így a generációs problémák enyhítése is megközelíthető a passzív sportlehetőségek irányában, az aktív mellett. A hipotézisnél a szabadidős sportturistákra összpontosítók, akik motivációjukban tolóerőként jelentkeznek, ilyen esetekben fő motivációjuk az, hogy elszakadjanak a mindennapi napoktól, tartozzanak (egy közösséghez), ápolják a barátságokat és lehetőséget teremtsenek arra, hogy olyasmit tegyenek, amit másképp nem tennének meg. A szerzők kutatási kérdése az 50-70 év közötti generáció hozzáállása a sport és a sporttevékenységek iránt, valamint, hogy ezek az attitűdök és érdeklődések, vagy az, hogy miért nem sportolnak, hogyan befolyásolják az aktív vagy passzív sportmotivációjú utazásokat. 2018. május-júniusában 2 000 ember közvetlen

megkérdezése történt annak érdekében, hogy megvizsgálásra kerüljön a magyar lakosság viselkedése és attitűdje több olyan kérdéssel kapcsolatban, amelyek a sportfogyasztással kapcsolatosak. A megkérdezés a magyar lakosság képviselőjére irányult 15-74 év közötti korosztályban, nemek, életkor csoportok (10 éves intervallumok) és lakóhely régiója szerint. A kvantitatív felmérés célja az volt, hogy érvényes képet kapjunk a magyar lakosság sportfogyasztási szokásairól. A sportfogyasztással kapcsolatban a kérdőívben különös figyelmet fordítottak a sportmotivációs fogyasztás és utazás kérdésére, amelynek néhány eredményét ebben a tanulmányban mutatják be. A tanulmány a sportfogyasztással kapcsolatos kérdések gyakoriságelemzéséről szól, a demográfiai háttéranalízisről nemek és generációk szerint - különös tekintettel azokra, akik 50-70 év közöttiek (n = 680 fő), valamint összehasonlításokat végez más sportfogyasztási kategóriákkal. (Hegedűs, Csóka, & Töröcsik, 2020)

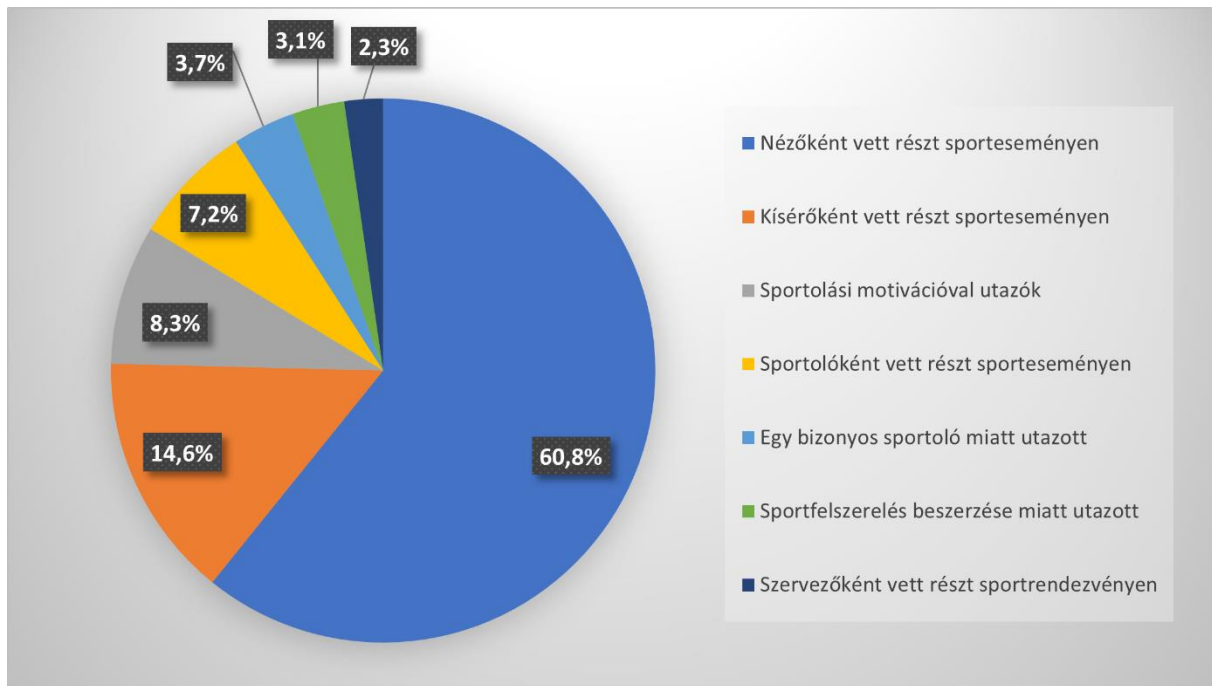
A sportfogyasztási kategóriák tekintetében az alábbi témák kerültek elemzésre: aktív részvétel, sportesemények élményfogyasztása, sportrelatív termékek és szolgáltatások fogyasztása, valamint a sport mentes életmód kérdése. Generációs szempontból a válaszadókat klasszikus kohorsz módszerrel osztották meg életkori csoportokra - fiatal generáció (29 év alatti), középgeneráció (30-59 éves) és seniorok (60+) összehasonlítva az 50-70 év közöttiekkel. Amikor a sporttevékenységekkel és a sportfogyasztással kapcsolatos attitűdöket vizsgáljuk, fontos kérdés a megkérdezett fogyasztói csoport véleménye és érzései az „sport”, „sporttevékenység” kifejezéseket hallva. Az összes válaszadó mintáját figyelembe véve elmondható, hogy a „sport” kifejezés összességében és alapvetően - minden generációban pozitív érzéseket vált ki a válaszadókból, de a pozitív attitűd intenzitása valamelyest csökken az idősebb válaszadók esetében. A senior generáció tagjainak negatív érzéseik vannak több mint 20% -kal a fiatalokhoz képest, és 10% -kal rosszabb véleménnyel rendelkeznek a középkorúakhoz képest. A graduális romlást évente is észlelni lehet. Az 50-70 év közötti válaszadók véleménye arról tanúskodik, hogy több mint 50% -uk pozitívabb véleménnyel van a kifejezésről (7-10 értéket képvisel a skálán), de meg kell említeni, hogy sokan egyetértenek az állítással, amely szerint a „sport a fiataloknak való” ötös skálán mérték, ahol az 1 a teljes ellentmondást, a 5 pedig a teljes egyetértést jelentette. Több mint 13% teljesen egyetért ezzel, és az összes válaszadóhoz képest 10% -kal hajlamosabbak az egyetértésre. A megfelelő korosztály esetében is azt lehet mondani, hogy az érdeklődők (35,7%, 7-10 értékenként) és az érdektelenek (37,1%, 1-4 érték) aránya nagyjából azonos. Általánosságban elmondható, hogy a csoport kicsit több mint felénél inkább nincs érdeklődés a sport iránt (sportágak és sportolás

tekintetében) (egy tízpontos Likert-skála szerint: 1 - egyáltalán nincs érdeklődés, 10 - nagyon érdeklődik), és nincs jelentős különbség az életkor tekintetében az ötvenes és hatvanas éveik között lévők között. (Hegedűs, Csóka, & Törőcsik, 2020)

A szerzők úgy vélik, hogy az érdeklődés a sport iránt inkább az attitűdök közötti különbségekből, mint a válaszadók életkorából származik, ellentétben a három generációs felosztással, ahol a fiatalok kétségtelenül érdekli a sport. A kép tovább árnyalt, ha ezen ugyanazon generáció sportos szokásaira is tekintettel van: 68,2% -uk nem sportol, és további 22% sportolt, de már abbahagyta. Sajnálatos módon csak 67 ember aktív sportol ebben a korcsoportban. Azoknak az okai, akik nem sportolnak - a válaszadók nyilatkozatai szerint - az egészség (32%), az életkor (31%) és az idő hiánya (30,5%) voltak (1. ábra). Az egészségi okok és az életkor tekintetében jelentős különbségek figyelhetők meg az 50-59 éves és a 60-70 éves szegmens között, nem meglepő módon „kedvező” a későbbieknek. Ellenkezőleg, az idő hiánya indokként az ötvenes éveiben járók gyakrabban említették. Azok között, akik a lustaságot említették, az ötvenes éveikben járók előnyben vannak több mint 60% -kal. Mivel az 50-70 év közötti generációnak csak 9,9% -a sportol valamilyen szinten, érdekesebb más sportmotivációs indokokra összpontosítani a nem sportoló válaszadók részéről: érdemes megvizsgálni többek között a sportmotivációk általános jellemzőit, a sportmotivációs utazások hazai vagy nemzetközi jellegét, valamint gyakoriságukat és céljaikat. A tény, hogy az idősebb generáció nagy része inaktív a sportban, nem jelenti azt, hogy nincsenek passzív érdeklődésük; akár új hobbiként is számítaniuk lehet a sportot. Ezzel összefüggésben, amikor ezen generáció sportmotivációs utazásait vizsgáltuk általánosan, azt találtuk, hogy az 50-70 év közötti korosztály 92% -a nem utazik, szemben a megkérdezett összes magyarral közül, akiknek csak 87,2% nem utazik. (Csóka, Gerdesics, & Törőcsik, 2019)

A sporttevékenységek növelik a sport iránti hajlandóságot ebben a generációban is, mivel azok közül, akik még mindig aktívak sportolnak, 25% sportmotivációval utazik, szemben azokkal, akik már nem aktívak a sportban; arányuk azonban elhanyagolható a nem utazók arányához képest. Ez azt jelenti, hogy a sportmotivált utazások népszerűsítését és terjesztését a seniorok számára nem a sportolás iránti hajlandóság alapján kell megközelíteni. Azok az indokok, amelyeket az ötvenes éveikben járó és hatvanas éveikben járó válaszadók mondtak el, miért nem utaznak sportmotivációval, abban különböznek egymástól, hogy van-e vagy nincs érdeklődésük a sport iránt, és az érdeklődés a sport iránt a sportmotivált utazások szempontjából a véleménykülönbségekből, nem pedig a válaszadók életkorából származik. Az 50-70 év közötti válaszadók sportmotivációs utazásai kapcsán megkérdeztük, hogy hazai vagy külföldi

utaztak-e sport céljából a kérdőív felmérését megelőző évben (2017). Azoknak akik valóban sportmotivációból utaznak, a legtöbbjük résztvevő vagy látogató volt az adott eseményen. (Hegedűs, Csóka, & Törőcsik, 2020)



7. ábra Mi volt az oka annak, hogy az elmúlt egy évben sportutazást tett Magyarországon? Forrás: (Hegedűs, Csóka, & Törőcsik, 2020)

Mivel a sport iránti általános érdeklődés és a sportágak iránti érdeklődés, valamint a sportesemények nézőként való részvétele pozitív hatást gyakorol a sport motivált utazásokra ebben a korcsoportban, megvizsgálásra került, hogy mely sportok eseményei gyakorolják a legnagyobb hatást az utazási szándéokra. A 3. ábrán csak azok a sportok láthatók, amelyek között szignifikáns különbségek mutatkoznak, a sportmotivált utazások százalékos arányának csökkenő sorrendjében. Az 50-70 év közötti válaszadók leginkább a labdarúgást (43,4%), az úszást (37,4%), a kézilabdát (34,6%), a vízilabdát (31,3%) és a motorsportot (26%) preferálják a sportmotivált utazások során. Annak ellenére, hogy ezek a sportágak Magyarországon általánosan népszerűek, az ebben a korosztályban vizsgált válaszadók aránya mindegyik esetben 50% alatt marad. Az ábra azt mutatja, hogy a legtöbb embert a labdarúgás vonzza, és ez a sport az utazások fő motivátora is (5,9%). Ezt a kézilabda követi 34,6% népszerűségi aránnyal, amelyből valóban 5,3% utazik. Érdekes módon az úszás nagyobb számú embert vonz be és mégis kevesebb embert vonz utazásra, mint a kézilabda. A legkevesebb lelkesedést kiváltó sportok közé tartozik a fitnesszterem (5,4%) és az e-sport (2,4%), de az idősebbek felé nyitás

ezek iránt a legújabb fejlemények iránti érdeklődésükből is látszik, mivel néhány válaszadót ezek is motiváltak, bár elenyésző számokban. (Hegedűs, Csóka, & Töröcsik, 2020)

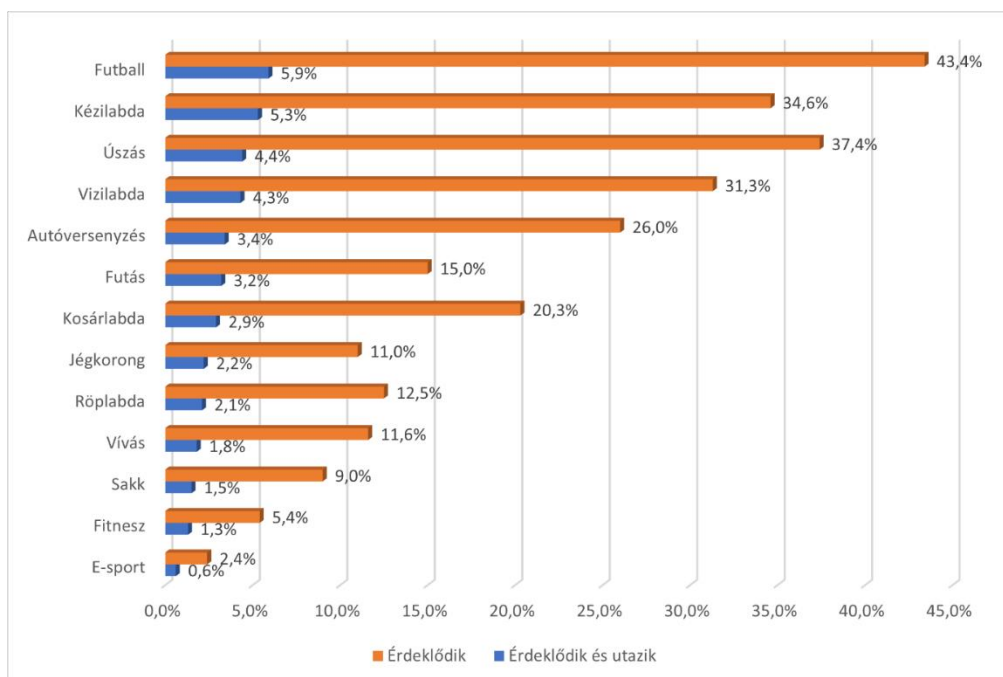
Azért, hogy jobban megértsük az előbb felsorolt adatokat elemezném a két főbb sportot hazánkban a két legnagyobb sportlétesítmény szempontjából. Példának említhető a nemrég megszervezett sportesemény hazánkban. 2022 telén megrendezésre került a férfi kézilabda európa bajnokság, amelynél Magyarország társrendező volt Szlovákiával.

Az MVM Dome a 7. legnagyobb fedett rendezvényhelyszín Európában. Befogadóképessége sportesemények és koncertek esetén is lényegesen nagyobb, mint a Budapest Sportarénáé. 2022 férőhely, 50.000 m² alapterület, innovatív, változatosan variálható terek, melyek különféle teremsportágak (kézi-, kosár- és röplabda, futsal, jégkorong, tenisz, korcsolya), valamint bizonyos atlétikai, lovas- és motoros versenyek, mobil medencében pedig akár úszóversenyek és vízilabdamerkőzések lebonyolítására is alkalmasak. Az épületbe 6 bejáraton keresztül, 8 mozgólépcső segítségével juthatnak el a nézők az arénatérbe a 3 szinten kialakított átjárható tribünökhöz. Az épület tagolása kívülről az izomrostokra emlékeztet: a kifelé dőlő, ellipszis alapú hasábokra felhelyezett fényszalagok nem csak körbeölelik az épületet, de különféle színekkel, programozott fényjátékokkal az egész épület mozgásba is hozható. Az épület homlokzatán egy kb. 600 m²-es kijelző található. A Főbejáratnál impozáns előcsarnok (foyer) érkeznek a vendégek, melyben egy grandiózus, 848 darab kézzel készített üvegcsőből álló függesztett fényinstalláció fogadja a látogatókat. A szabályozható sportvilágítás a legmagasabb fokú világversenyek HDTV-közvetítéseire, valamint a flicker free technológia miatt szuperlassított felvételekre is alkalmas. A világítási rendszer rendezvények, koncertek lebonyolításánál is fontos szerepet tölt be, alkalmas a nézőtér színhőmérsékletének változtatására, amivel a nézőtér világítása a csarnok átalakítása nélkül, pusztán a világításvezérlésen keresztül, programozott módon képes funkciót váltani. Mindez, ilyen teljesítményű lámpatestek esetében, európai szinten is első és egyedülálló. (MVM Dome, 2022)

A Dome jelenleg a Magyar Kézilabda válogatott otthona, és 2027-ben itt is megrendezésre kerül a Női Kézilabda Világbajnokság. (Nemzeti Sport, 2020)

A Puskás Aréna szintúgy Budapesten található és a második UEFA 4.szintjébe tartozó stadion Magyarországon a Groupama Aréna után. A stadion nevét a legendás magyar labdarúgó, Puskás Ferenc tiszteletére viseli, aki az egyik legnagyobb labdarúgó az idők során. Az épület a magyar labdarúgó válogatott otthona, és komoly sportesemények, koncertek és egyéb nagy rendezvények színhelye is. A stadion labdarúgó mérkőzésen 67 155, koncerten akár 80 ezer

férőhelyet tud biztosítani. Emellett 4 000 fős VIP-terület, 80 db Skybox és 4 darab Skyclub-ot alakítottak ki. 12-60 férőhelyes páholyok, minőségi közönségszolgálat. Több, mint 50 kereskedelmi egység (összesen 1 km-es pulthossz), teljes wifi-lefedettség, a legkorszerűbb LED-világítás (sportvilágítás, díszvilágítás, belső világítás), valamint beléptetőrendszer, amely az elektronikus jegyeket QR-kóddal beolvasására képesek. A Puskás Aréna jelenleg a magyar válogatott otthona, így a legtöbb esemény sportesemény ehhez köthető. A legnagyobb sporteseményeknek ad otthont, mint például a 2021-ben megrendezett Európa Bajnokságnak. (Puskás Aréna, 2019)



8. ábra Kapcsolat a sportmotivált utazás és a sportágak iránti érdeklődés között Forrás: (Hegedűs, Csóka, & Törőcsik, 2020)

Magyarország számára a futball valóban nagyobb jelentőséggel bír a sportturizmus szempontjából, összehasonlítva más sportágakkal, például a kézilabdával. Összességében a sportág népszerűsége, infrastruktúrája és története erősítik ezt a pozíciót. Az ország képes kihasználni ezt a lehetőséget a turizmus fejlesztése és a gazdasági növekedés elősegítése érdekében.

4.3 A FUTBALLNAK KÖSZÖNHETŐEN A SPORTTURISZTIKAI FEJLESZTÉSEK MÁS SPORTÁGAKKAL ÖSSZEVETVE JELENTŐSEBBNEK BIZONYULNAK A STADIONOK ESETÉBEN

Ahogy a városok decentralizálódtak, úgy tették a sportlétesítmények is. A sportlétesítmények elmozdítása a városi helyszínekre újabb korlátozást jelent, ami a rendelkezésre álló földterület elérhetőségétől függ. Az új generáció sportlétesítményei megváltoztak. Ennek az az oka, hogy nőtt a munkanélküliség az ipari városokban, amelyeket általában nem tartottak fő turisztikai célpontnak. Emellett lehetővé tette a sportlétesítmények elmozdítását a városi területre. Az Egyesült Királyságban a sportra fordított második hullám hasonlóan kezdődött. A brit kontextusban a stratégiát követő városok nagy része ipari városok voltak. A különbség Európa többi része és Ausztrália, valamint a brit és amerikai területek között az, hogy már önmagukban is fontos turisztikai célpontok voltak az olimpia rendezésének és az új stadionok építésének megelőző időszakában. Ők nem szembesültek az ipari hanyatlás ugyanazzal a problémájával. Az itt kitűzött cél az volt, hogy átalakítsák ezeknek a városoknak az imázsát, és nagy világvárossá tegyék őket. Fontos megjegyezni, hogy a stadionok főként monofunkcionális szerepet töltek be a posztmodern stadionok megjelenése előtt. Az érvelést követve, miszerint egy stadion hangulata jóval jobb, mint egy többfunkciós létesítményé és a nézők is jobban kedvelik ezt a hangulatot, sok régi európai multifunkciós stadiont átalakítottak arénává az elmúlt 10-20 év során. (Barghchi, Dasimah, & Mohd Salleh, 2009)

Ennek a fejezetnek az a célja, hogy mérje a monofunkciós stadion hatását, amely kifejezetten a labdarúgáshoz készült, a német labdarúgó-mérkőzések nézőszámaira. E célból az összes stadionépítési projektet feldolgozásra került a Bundesliga indulásától kezdve a 1963-1964-es szezontól, és az összes 13 100 lejátszott mérkőzés adatait felhasználva a 2005-2006-os szezon végéig. A multivariáns panel regressziók, amelyek a „tisza labdarúgó stadion” -t ábrázoló dummy változó mellett további befolyásokat vizsgáltak a nézői viselkedésre, kimutatták, hogy a klubonkénti átlagos nézőszám évente körülbelül 2 800 nézővel nő egy ilyen monofunkciós arénában. Ez jelentős növekedést jelent, körülbelül 10,7%-kal a Bundesliga mérkőzéseinek 25 602 nézői átlagához képest. Ez az hatás magasabb, mint az újszerű hatásé. Ellentétben az újszerű hatással, amely csak néhány évig tart, a „tisza labdarúgó aréna” hatása tartós. Az extra nézőkből származó bevételek jelentős hozzájárulást jelenthetnek a stadionok pénzügyeinek. A „borítékhatárú” típusú számítások alapján a 2 773 néző „aréna hatása” szezononként 47 141 további nézőt eredményez, tekintettel az év során játszott 17 hazai mérkőzésre. Feltételezve egy

átlagos jegybevételt 16,81 euró (Deutsche Fußball Liga, 2006), ez további évi bevételek körülbelül 0,8 millió eurót eredményez. Feltételezve egy stadion átlagos élettartamát (30 év), az „aréna hatás” miatt további bevételek várhatóak, mintegy 24 millió euró, ami megfelel a stadionok átlagos befektetési volumenének 20%-ának. Ez arra utal, hogy a stadionok tőkekiadásainak jelentős részét az „aréna hatás” finanszírozhatná. A megaesemények rendezése rendkívül költséges a városok számára, ami nem lehetséges a nagy közmegeelőző támogatás nélkül. Magdalinski és Nauright (2004) azt állítják, hogy a késői huszadik században a leggyakoribb stratégia az volt, hogy „jellegzetes” vagy „mega-eseményeket” szervezzenek, hogy előmozdítsák a turizmust, valamint a közberuházásokat az infrastruktúrába az ilyen stadionokban. (Barghchi, Dasimah, & Mohd Salleh, 2009)

A körforgó gazdaság (KG) megközelítés egyre nagyobb elismerést és figyelmet kap a multinacionális vállalatok részéről is (Lacy és mtsai., 2014). Egyre több kutatás is készül erről mind a természettudományok, mind a társadalomtudományok területén. Az elmúlt évtizedben növekvő kutatásokra lehet találni ezen a területen, ami talán az 2012-es Ellen MacArthur Foundation jelentésnek köszönhető, amely egy új gazdasági modellt szorgalmazott a világszerte tapasztalható erőforrás kiürülés problémájának kezelésére (Ellen MacArthur Foundation, 2012). A KG szélesebb értelemben véve egy olyan gazdasági rendszer, amelyben mindenféle hulladékot a források folyamatos felhasználásával csökkentenek. Az Ellen MacArthur Foundation (2021) szerint a KG helyettesíti a hagyományos lineáris gazdaságot, amely a forrásokat használat után elpazarolja. A KG alapja a természeti tőke megőrzése és fejlesztése, a hulladék kiszűrése, valamint az anyagok és termékek körkörös mozgásának meghosszabbítása. A KG-t konkrét intézkedések és gyakorlatok határozzák meg, mint például az ökotervezés, a felhasználás, a felújítás, az újra gyártás, a javítás és a termék megosztása. Az urbanisztikai fejlesztési szempontból a körkörös gazdaság koncepcióját úgy határozta meg, mint egy rendszerszemléletű megközelítést az urbanisztikai fenntarthatósági problémák kezelésére az anyagok és az energia optimalizálásával. (Kirchherr és mások, 2017) szerint a KG az energia és anyagáramok megőrzésén alapul a fogyasztás és a termelés során, hosszantartó tervezés, anyag- és energiahatékonyság, újrafelhasználás és újragyártás felhasználásával, az újrafelhasználás helyett. Az újrafelhasználás azt jelenti, hogy egy terméket többször használnak fel, anélkül, hogy megváltoztatnák a tervezést vagy az anyagot, míg az újragyártás magyarázza, hogyan újragyártják vagy karbantartják egy használt terméket az eredeti termékkel azonos minőségben. Az újrafeldolgozás azt jelenti, hogy egy terméket megsemmisítenek, hogy az új termékek gyártásához használják fel. Az urbánus építőipar az

egyik legnyilvánvalóbb terület, amely negatív környezeti hatásokhoz járul hozzá, és a kutatások szerint a KG koncepciók, például a meglévő, elhagyott és történelmi épületek alkalmazkodó átalakítása előnyös a környezet és a városrész revitalizációja szempontjából. Az adaptív újrafelhasználás és karbantartási építészet koncepcióiból kiindulva arra a következtetésre jutottak, hogy a futballstadionoknak van potenciáljuk a körköröségre, ha a szélesebb sportközösség hajlandó megőrizni az építészeti örökséget. Ehhez további befektetésekre van szükség a stadionfelújításba annak érdekében, hogy korlátozzák a történelmi stadionok lerombolását, miközben jogszabályi változtatásokra van szükség és a meglévő sportlétesítmények módosítását könnyebbé tenni. (Barry & S. Mason, 2022)

Kevesebb tanulmány foglalkozik a sport stadionok körforgásos megközelítéseivel. Al-Hamrani és mtsai. (2021) hozzájárultak a körforgó alkalmazás első gazdasági hatásvizsgálatához a Katari 2022 FIFA Világkupa számára épült Education City stadionban. A stadion alapozásához nem hagyományos betonöntési módszert alkalmaztak, hanem egy alternatív, alacsony költségvetésű anyagot használtak a meglévő hulladéktermékekből. Az eredmények szerint az élelciklus-elemzés során az üvegházhatású gázok 32%-os csökkenése mutatkozott. Kucukvar és mtsai. (2021) átfogó elemzést végeztek a Ras Abu Aboud (RAA) stadionról, amely a 2022 FIFA Világkupára készült, és moduláris konténerekből készült, amelyek szétszerelhetők és áthelyezhetők a rendezvény után. A szerzők megállapították, hogyan lehet a körforgó gazdaság társadalmi fenntarthatósági szempontjait az esemény utáni örökséggel egyesíteni, és azt sugallták, hogy a körforgásos tervezés akár 60%-kal is csökkentheti az emberi egészségügyi hatásokat és csökkentheti az importált építőanyagok iránti függőséget. (Barry & S. Mason, 2022)

Az Education City stadion Katarban ékes példája annak, hogy az újrahasznosított stadionok hogyan szolgálhatják a gazdaságot és a fenntartható fejlődést. Az ilyen megközelítés nemcsak pénzt takarít meg, hanem környezetvédelmi előnyökkel is jár, és hosszú távon rugalmas és fenntartható rendezvényhelyszínt teremt a jövőre nézve. Az Education City stadion az újrahasznosított stadionok értékét és előnyeit demonstrálja, és inspirációt nyújt más városoknak és országoknak, hogy hasonló megközelítést alkalmazzanak stadionfejlesztéseik során.

A futballstadionok fejlesztései egyedülállóak és különlegesek a sportlétesítmények világában, és számos szempontból kiemelkednek más sportágakhoz képest, mint például múzeumok, túrák vagy éttermek. A stadionfejlesztések mérete, hatása és sokoldalúsága olyan tényezők, amelyek

miatt a footballstadionok számítanak a legjobb beruházásoknak az alábbi bevezetésben részletezett okok miatt.

A sportmúzeumokban szerzett örökségi élményeket vizsgáló, egyre növekvő szakirodalomra építve, az első dimenzió a footballstadion múzeumként való látogatásának eddig elhanyagolt gyakorlatára vonatkozik. Az olyan szavak, mint a túra, a múzeum, a stadion és a terem a stadionnak, mint az oktatás, a család és a szocialitás helyének növekedéséről árulkodnak, igazodva Ramshaw (2019) azon megfigyeléséhez, hogy a sportörökségi élmények tájékoztathatnak, szórakoztathatnak és nevelhetnek. Ez tükrözi a stadionok növekvő kommercializálódását és multifunkcionalitását, amelynek során a klubok egyre inkább a labdarúgó-mérkőzéseken túl is kínálnak eseményeket, szolgáltatásokat és tevékenységeket a rendszeres helyi szurkolók, az alkalmi látogatók és a sportturisztikai élmény részeként ide látogatók számára. Az online véleményekből kiderül, hogy a klubmúzeumok és a sajtótermek, pályák, alagutak, öltözők és trófeaszekrények megtekintése gyakran a családi ünnepek, születésnap események és karácsonyi ajándékok részt képezik: „Micsoda élmény volt az elejétől a végéig; nagyon ajánlom ezt a túrát. A fiam nagy Manchester United rajongó és a Manchester United vs Swansea mérkőzésen voltunk először, mivel ez volt a fiam karácsonyi ajándéka” (Old Trafford, 2017. május). Amellett, hogy a szurkolók megismerhetik a klub (szelektív) történetét, amelyet ezeken a vezetett túrákon keresztül mesélnek el, ahogy Gammon és Fear (2013, 247. o.; eredeti kiemelés) megjegyzi, ezek a túrák „nem csak azt az élményt nyújtják, hogy valóban ott vagyunk, hanem azt is, hogy megtapasztaljuk, milyen itt hátul lenni”, mivel a „színpad mögötti” területek, például az öltözők, általában nem nyitottak a turisták előtt a „színpadi” meccsnapokon. Az ilyen turisztikai élmények így a látogatók számára a sportággal, a klubbal, a játékosokkal és a helyszínnel való szorosabb kapcsolat érzését nyújthatják, ami a meccsnapon általában nem valósulna meg. Ahogy az egyik online véleményező megjegyezte: „A gyerekek imádták, hogy olyan területekre jutottak be, ahová a játékosok valójában járnak!” (Goodison Park, 2019. február). Ez a dimenzió tágabb értelemben azt mutatja, hogy a családi turizmust gyakran elhanyagolják a kutatásban a magányos utazók javára. Ennek ellenére a footballstadionok vezetői kihasználják a családok ellátásában rejlő lehetőségeket a turisztikai élmények fejlesztésében. Az ilyen élmények jól példázzák az egyes területek egyre szélesebb körű befogadását a turizmus körpályájára, és rávilágítanak arra, hogy a stadion- és múzeumtúrák a befektetett footballrajongók érdeklődési körén túlmenően is vonzóak lehetnek a turisták számára: „Elvittem a 6 éves lányomat a születésnapjára. Csak 6 évesen nem voltam biztos benne, hogy érdekelni fogja - egész idő alatt megbabonázott! Mivel

magam nem vagyok focirajongó, nem számítottam arra, hogy élvezni fogom - azonban imádtam, és bárkinek ajánlanám (Stamford Bridge, 2017 november)”. (Edensor, Millington, Steadman, & Taucharungroj, 2021)

Azt az elképzelést, hogy egy footballstadion családi napok helyszínéül szolgálhat mind a szurkolók, mind a nem szurkolók számára, egy kritikus még jobban példázza, aki kifejti: „Magammal rángattam a barátnőmet, aki nem volt annyira izgatott, de amikor elkezdtük, a túra minden percét imádta” (Villa Park, 2014. december). Egyre több stadion hasonlít tehát múzeumhoz vagy örökségi helyszínhez, amelyek magukban foglalják a más turisztikai látványosságoknál színpadra állított merítő, dramaturgiai és audiovizuális elemeket, tükrözve az „új muzeológia” (Ramshaw, 2010) korszakát, és kiterjesztve a látogatók affektív és érzelmi elkötelezettségét (Edensor, 2001). Ramshaw (2019) valóban ragaszkodik ahhoz, hogy az örökségi sportturizmus fejlesztését az élményturizmus és az aktív sportturizmus körül kialakuló tendenciák határozzák meg, ahelyett, hogy pusztán a passzív fogyasztást népszerűsítsék. Ezeket a távolságtartó „turista tekinteten” túli interaktív aspektusokat tovább fokozzák az idegenvezetők teljesítményei - sőt, az „idegenvezető” szó az egyik legmeghatározóbb jellemzője ennek a dimenzióknak. A Villa Park egyik látogatója megjegyezte, hogy „Keith, az idegenvezető nagyon tájékozott volt” (Villa Park, 2019. március), míg a Chelsea Stamford Bridge egyik látogatója arra összpontosított, hogy „Mandy [az idegenvezető] nagyon pezsgő és megnyerő volt” (Stamford Bridge, 2017. február). Ezek a megjegyzések alátámasztják Gammon és Fear (2013) meglátásait arról, hogy az ilyen idegenvezetők egyszerre szórakoztatóként és oktatóként is fellépnek, kiemelve a turisztikai szolgáltatások szélesebb körű tendenciáit, amelyek egyre inkább mindkettőt kínálják. (Edensor, Millington, Steadman, & Taucharungroj, 2021)

Ezt követően ez a dimenzió hangsúlyozza, hogy a footballstadionok egyre inkább a sporteseményeken túlmutató élményeket kínálnak, és nemcsak az egyedül utazók vagy szurkolók számára vonzóak, hanem társadalmi vagy családi kirándulások keretében is kínálnak tevékenységeket. A stadionok és a turizmus vezetői továbbá egyre inkább mérlegelik, hogy az ilyen tevékenységek hogyan illeszthetők be egy szélesebb körű turisztikai kínálatba, maximalizálva a közös jegyértékesítési vállalkozások vagy a stadionok közötti, városok közötti múzeumi túrák lehetőségét.

A labdarúgó stadionok zarándokhelyként való megközelítését, a sportörökség A stadion hangulat és a szurkolói identitás fogalmait és központi témáját is fontos figyelembe venni.

Bizonyos turisták számára, akiknek nincs helyi térbeli kapcsolatuk, de mégis erős érzelmi kötődésük van a klubhoz, az ilyen látogatások a mérkőzésnapokon hasonlíthatnak a zarándoklatokhoz, egy eszköz a szurkolói identitásuk megerősítéséhez és a hűség érzésének kialakításához. Valójában Gibson, Willming és Holdnak (2003, 185. o.) azt találta, hogy azok a szurkolók, akik a Floridai egyetemre utaznak, hogy megnézzék az amerikai futball mérkőzéseket, gyakran úgy tekintik ezeket a turisztikai utakat, mint „zarándoklatokat a Gator futball mekkájába” és az egyetemi futball „spirituális központjába”. Hasonlóképpen, egy Manchester United szurkoló megjegyezte: „Az Old Trafford történelmet sugároz; mindenütt, amerre nézel, emlékek vannak arról, mi teszi őket a legbüszkébb hagyományokkal rendelkező klubnak a brit futballban” (2015. szeptember). Az ilyen vélemények megerősítik, hogy a stadionok emlékeztető minőséggel rendelkezhetnek a szurkolók mérkőzésnapjainak emlékeiről és megerősítik a futball klub hagyományairól szóló mitológiai történetek körül kialakult közös történeteket. Valójában a hagyományos stadionok gyakran nosztalgikus érzelmeket keltenek, ahogy egy látogató megjegyezte, hogy a Sheffield Wednesday Hillsborough stadionja „történelemmel átítatott és megtartja a hagyományos futballstadion jellegét”. Még a neutralitásra törekvő turisták is kifejezhetik a stadion történelmi patinájával szembeni romantikus elragadtatásukat, ahogy egy látogató írta a Everton Goodison Parkjáról. „Nem támogatom az Everton-t, de micsoda fantasztikus és barátságos hely. Történelemmel átítatott. Az Everton az egyetlen csapat, amely már több mint 100 éve tagja Anglia legjobb ligájának!! Nagyszerű látogatás az egyik futball katedrálisban.” (2013. június). Ez a hivatkozás arra, hogy a Goodison Park hasonló egy „katedrálishoz”, megerősíti a történelmi sportstadionokkal kapcsolatos „spirituális otthonok” kapcsolatát - helyek, ahol az emlékek és rétegek felhalmozódnak. Például Ramshaw és Gammon (2010) beszámolnak arról, hogy a Twickenham-t az angol rögbi „szellemi otthonaként” tartják számon, az angol rögbi válogatott otthonaként és az angol identitás otthonaként. Az újabb stadionok esetében ezek a helyhez kötött emlékek, mítoszok és történetek csak most kezdenek kibontakozni, és nem feltétlenül generálhatják ugyanazt a hagyomány és romantika érzését, ahogyan egy látogató megjegyezte a Chelsea Stamford Bridge-jéről, hogy „...sok új aréna nem rendelkezik ugyanazzal a történelemmel és érzéssel, mint az régiek” (2014. november). Hasonlóképpen, 2018. februárjában egy látogató a Goodison Parkhoz megjegyezte, hogy „a karakter nélküli beton tálakhoz képest” ez a stadion „történelemmel és emlékekkel átítatott”. Itt előtérbe helyezzük, hogy azok a klubok, amelyek még nem (még) fejlesztettek ki célra készült új stadionokat, jobban felkelthetik a romantikus, örökséggel teli turista impulzusokat annak érdekében, hogy

egy „autentikusabb” futball helyet élhessenek át. (Edensor, Millington, Steadman, & Taecharungroj, 2021)

Az atmoszféra - az érzelmek, hatások és érzések változó áramlásából álló (Edensor, 2015) - szintén központi szerepet játszik a futball zárandokok számára, akik lelkesen hivatkoznak a mérkőzésnapok élményének atmoszférikus minőségére. Egy fan például így nyilatkozott az Old Trafford megtekintése után 2016. márciusában: „Fantasztikus élmény volt az első mérkőzést nézni. Lenyűgözött ez a fantasztikus aréna, könnyen megközelíthető és nagyon jó atmoszféra”. Ugyanakkor az „otthon” fogalmát előtérbe helyezve az online vélemények inter-szurkolói ellentéteket is felfedeznek a rivális stadionok atmoszférájával kapcsolatban, építve a futballstadionokon belüli szurkolói feszültségekkel kapcsolatos munkára (Steadman és mtsai, 2020). Például a negatív egy csillagos vélemények az atmoszférával kapcsolatban gyakran a rivális turista-szurkolóktól származnak: „Itt játszik a Reading, mit kell még mondanom, több atmoszféra van a Holdon. Egy dal? Még azt sem éneklik.” (The Madejski Stadium, 2014. február 9.). Az ilyen lenézés gyakran azzal az állítással társul, hogy a hazai szurkolók nem képesek megteremteni a szükséges atmoszférát. Például egy látogató megjegyezte az Old Traffordban 2013 szeptemberében: „Ezt az Álmodó Színházának hívják, talán azért, mert a hazai szurkolók alszanak a 90 percen át?”. Az ilyen preferenciák szintén kapcsolódnak az előbb említett „más” stadionokkal kapcsolatos inautentikus észrevételekhez, például egy Nottingham Forest szurkoló, aki azt mondta a City Groundról, hogy az „igazi futballstadion”, ellentétben más „lélek nélküli lapos stadionokkal”. Másrészt, azok a vélemények, amelyekben az életük során szurkoltak, gyakran kifejezik feltétel nélküli lelkesedésüket a klub „otthonának” atmoszférája iránt, és nyilvánosan védik klubjuk „otthonának” atmoszféráját. Például egy Manchester United szurkoló megjegyezte, hogy az „Old Traffordnak lenyűgöző és különleges érzése van minden látogatás során. A futballrajongók számára kötelező meglátogatni, ott fent van a világ legnagyobb klubstadionjaival”, míg egy Liverpool szurkoló 2015 decemberében írta: „Mint hűséges Liverpool szurkoló, nyugodtan mondhatom, hogy más stadionok nem közelítik meg az Anfieldet atmoszféra, karakter és érzelem tekintetében”. (Edensor, Millington, Steadman, & Taecharungroj, 2021)

Összefoglalva, ez a dimenzió tanúsítja a távoli szurkolók és turisták számának növekedését, akik mérkőzésnapokon szekuláris zárandoklatokként látogatnak stadionokba. A történelem, az emlékezet és az atmoszféra fontos szerepet játszanak a stadion turizmus és stadion menedzsment területén, a történelmi stadionok örökségének megőrzése és a történelem, az otthon és az atmoszféra érzésének kialakításával kapcsolatos kihívásokra való figyelemmel.

Bár ez a dimenzió az stadionturizmus érzelmi és látványos minőségeit hívja elő, most megvitatjuk a funkcionalitással kapcsolatos funkcionális szempontokra való figyelem fontosságát.

Sok nagy stadiont egyre gyakrabban használnak társasági és vállalati események helyszínéként (S. Lee et al., 2015), kiterjesztve a bevételt és kihasználva a mérkőzésnapokon nem kihasznált kapacitást (Zinganel, 2010), és olyan látogatókat vonzva, akiknek lehet, hogy nincs klubhoz való kötődésük. Ugyanakkor, bár a nem sportesemények, például a zenei koncertek erőteljes élményeket hoznak létre, felülvizsgálatainkban gyakran kritikus értékeléseket találunk erre példa azoknak a látogatóknak a véleménye, akik egy koncert látogatása után június 2017-ben írták meg a Manchester City Etihad Stadionjáról: „A stadion friss információkat közölt a Twitteren az érkezésünk előtt. A helyszínen a parkolás jól ki volt táblázva és könnyen megtalálható volt. Manchester belvárosa 10 percnyi villamosútra volt, amelyek néhány percenként jártak 3 fontos retúrjáratért. Biztosan újra fontolóra venném egy zenei koncerten való részvételt.” Ezek az aggodalmak egybevágóan azzal, amit Fernandes és Neves (2014) találtak, miszerint a stadionok szolgáltatásminőségét jó megközelíthetőség, tisztaság és hatékony elrendezés befolyásolja. Egy látogató, aki 2017 júniusában részt vett egy Gun's and Roses koncerten a West Ham United londoni stadionjában, azt írta, hogy „Nagyszerű új stadion minden modern létesítményt kínál, amit elvárhatnál”. Ezek a látási és megközelíthetőségi tulajdonságok felújított és új stadionok esetében egybevágóan a szurkolók értékeléseivel a labdarúgó mérkőzések során; például egy szurkoló megjegyezte, hogy az Etihad Stadion „modern stadion, tiszta és tágas... a modern építésnek köszönhetően minden ülés jó ülés, nincsenek korlátozott kilátások”. Ezek az előnyök egyaránt elégedettséget szereznek a labdarúgó szurkolóknak, turistáknak és koncertlátogatóknak is, tanúsítva a kortárs stadionok sokoldalúságát. (Edensor, Millington, Steadman, & Taecharungroj, 2021)

Ugyanakkor, amikor a létesítmények és a működés nem felelnek meg az elvárásoknak, a látogatók gyakran elégedetlenek. A negatív egy csillagos vélemények tartalmazzák a kritikákat az elérhetőséggel kapcsolatban, ideértve a hatékony közlekedést és a stadionba való belépést is. Az előbbi esetben egy véleményező panaszkodik: „A stadionhoz való hozzáférés borzalmas volt. Ami egy 30 perces autóútnak kellett volna lennie a stadionhoz (Amex), az egy másfél órás út lett... Ez a stadion nem épült volna meg az előzőleg elégtelen közúthálózat fejlesztése nélkül Brighton környékén” (2014. június). A stadionbelépés tekintetében más véleményezők a lassan mozgó sorokról panaszkodnak: „Nem volt szervezés a tömegnél vagy a soroknál, a biztonsági személyzet nem volt könnyen azonosítható, és azok, akik azok voltak, nagyon keveset tudtak,

mi történik” (John Smith's Stadium, 2019. június). Valójában a sorban állás jelentős mértékben hozzájárulhat a negatív turisztikai élményekhez (Pearce, 1989) általánosságban, és ez megerősíti a Steadman és mtsai (2020) megfigyelését, miszerint a stadion elérhetőségi problémái negatívan befolyásolhatják a látogatói élményt. (Edensor, Millington, Steadman, & Taecharungroj, 2021)

A látogatók követik a turisták elvárásait, hogy jól karbantartott WC-eket és más létesítményeket használjanak (Catahan & Woodruffe-Burton, 2019). Egy véleményező panaszkodik például: „Az étel és a mosdók területei, és általában a folyosó túl kicsik voltak a sok ember számára. Veszélyes. Kiábrándító volt” (The Hawthorns, 2018. szeptember). Az idősebb stadionok funkcionális színvonalra gyakran hevesen elítélt, ha új arénákhoz hasonlítják: „Az istenit, mintha visszaléptünk volna a sötétségbe, túlsorduló WC-k, sok patkány, egyszerűen rettenetes hely” (St. Andrew's Stadium, 2016. november). Míg a meglévő irodalom a stadion meccsnapok szolgáltatásainak minőségére összpontosít, ez ugyanolyan fontos a nem futball események látogatói élményei szempontjából is. Ezek az adatok azt mutatják, hogy mennyire fontosak a szolgáltatások minőségéhez kapcsolódó hétköznapi elemek. Bár az új stadionok valószínűbb, hogy magasabb minőségű létesítményeket biztosítanak, fontos, hogy minden stadion jól menedzselje a működését. Az ilyen eredmények kihívást jelentenek a stadionkoncertek látogatóinak elvárásainak kezelésében, akik valószínűleg jártak már a célzott zenei helyszínekhez. Az ilyen eredmények ellensúlyozzák azokat a meglévő tanulmányokat, amelyek elsősorban a stadionok látogatásának látványos jellegére vagy az atmoszféra drámájának helyszínére összpontosítanak, és felhívják a figyelmet arra, hogy a szürke tulajdonságok fontosak a stadionélmény szempontjából. (Edensor, Millington, Steadman, & Taecharungroj, 2021)

Az utolsó dimenzió az étteremként működő stadionra összpontosít, ahol az étel, ital és vendéglátás nyújtásának fontossága kulcsfontosságú. Míg a meglévő kutatások elismerik az éttermek közelében található éttermekben történő sportrendezvényekhez kapcsolódó másodlagos turisztikai kiadások létrehozásának fontosságát, az ételnyújtás a stadionokban magukban nem kapott kellő figyelmet. Ellentétben a hagyományos meccsnapokon kínált ételekkel, ahol az ikonikus „pite és sör” a standardizált egyszerű ellátás sztereotípiája sok látogató kiemelte az étel és a szolgáltatás minőségét elsődleges vágyként, kiemelve a mérkőzésnap élményének növekvő összetettségét. Ez különösen igaz a vállalati dolgozók és vendégek számára, akik a hagyományos szurkoló osztálystruktúrák eltolódása és elmosódása miatt látogatják a mérkőzéseket. Az ilyen látogatások gyakran vendéglátási csomagokat

tartalmazzák, kiterjesztve a szolgáltatást a sportszórakozáson túl. Ez kapcsolódik az ételturizmus fontosságának növekvő felismeréséhez, sok látogató kizárólag az étel és a szolgáltatások említését említette, nem pedig a játék eredményét. Egy látogató például a Leicester City King Power Stadiumában 2017 áprilisában írta: „Az étel egyszerűen fantasztikus, fizetett egy 3 fogásos ételt a mérkőzési jegyekkel. A pincérek gyorsak voltak, kiváló étel, drága, de megéri”. Hasonlóképpen, egy látogató a Leeds United Elland Road Stádiumából megjegyezte: „Miután befejeztem egy másik szezont vendéglátóként. Dicséretet kell mondani Andynek és a vendéglátói csapatának. Minden hazai meccsen fantasztikus 5 fogásos étkezést kaptunk”. Ezenkívül a vélemények gyakran részletezik a fogyasztott konkrét ételeket és italokat, hangsúlyozva az ételnek a stadionélményre gyakorolt fontosságát: „Három fogásos étkezést kínáltak, amely tartalmazott, sült húsokat, halat, tésztákat és vegetáriánus lehetőségeket. Az desszert önkiszolgáló torták és sütemények voltak tejszírral vagy sajttal és gyümölcscsel” (Anfield, 2016. január). Emellett sok véleményező kiemelt hagyományos angol ételeket, amelyek azt sugallják, hogy az ételek iránti észlelt gasztronómiai hagyomány vagy „autentikusság” után kutatnak: „Az étlapon egyszerű kocsmáétel volt, például pite és burgonya, kolbász és püré stb., És azt hiszem ujjas büfé is volt. Két barátom választotta a pitét és a burgonyát, én pedig a kolbászt és a pürét” (Molineux Stadium, 2017. december). Az ételminőség szolgáltatás szintén jelentősen befolyásolja az éttermi vendégek élményét. (Mathayomchan & Taecharungroj, 2020)

Egy látogató például így írt az Etihad Stadiumról 2017 májusában: „A bejáró személyzet nagyon kedves volt. Az asztalhoz vezettek minket, és utasításokat kaptunk a büfé szolgáltatásáról. Az étel kiváló és bőséges volt, a pincérszolgálat egy kicsit lassú volt, de sikerült kiszolgálniuk minket a mérkőzés előtt. Félidőben desszertek és sajtok, valamint tea és kávé voltak kiszolgálva. A teljes játék után teljes bárszolgálat volt elérhető”. Ugyanakkor, ahogy Lee és mtsai (2015) kutatásából kiderült, a sportstadionokon rendezett konferenciarendezvények esetében az éttermi ellátás korlátozottabb és alacsonyabb minőségű lehet más helyszínekhez képest, például szállodákhoz képest. Ahol az ételkínálat az elvárások alatt marad, például étteremvélemények esetében, az értékelések a stadionélményről szóló ítéletek is lehetnek: „Alig vártam egy karácsonyi éjszakai kikapcsolódást a munkatársaimmal és egy étkezést a stadionban. Az étel szörnyű volt. Mindenki az étel miatt volt felháborodva. Nagyon kicsi adag, de ez nem számított, mert [az étel] úgysem volt ehető” (John Smith's Stadium, 2018. december). Ez a példa azt mutatja, hogy a mérkőzésnapon kívül, étel- és szolgáltatásnyújtásokat kínálnak kisebb esküvői fogadások, vállalati események és karácsonyi

buliknak is a nagy stadionokban. Egy konferencián résztvevő írta 2015 decemberében a DW Stadionból: „Néhány alkalommal használtuk az üzleti reggelik és az ebédek szolgáltatására, nagyszerű szolgáltatás. Nagyszerű hely kis- és nagy konferencia típusú találkozókhoz”. Az étel és vendéglátás szolgáltatásainak minősége kritikus fontosságú a vendéglátásos látogatók és más események látogatói elégedettségéhez egyaránt. A hasonlóság a footballstadion és étteremlélmények között lehetőséget teremt a stadionok és turisztikai menedzserek számára, hogy tanuljanak az étterem és vendéglátás menedzsmentről szóló kutatásokból, és javítsák a látogatói élményt a magas minőségű étel, szolgáltatás és érték nyújtásával. (Mathayomchan & Taecharungroj, 2020)

5. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A kidolgozott hipotézisek alapján válaszokat kaptunk a következtetésekre is. Ebben a fejezetben a kifejtett hipotézisekre a következtetéseket és javaslatokat fejtem ki. Az első hipotézis miszerint a kontinenseket összevetve mennyivel jelentősebb a sportturizmus választ kaptunk arra, hogy Európában, pontosabban Spanyolországban a footballklubok bevételei, nézőszámai mennyivel magasabbak a dél amerikai Brazíliával szemben, amelyet a football egyik hazájának tartanak, Anglia mellett.

A hipotézis feltárása közben sikerült megállapítani, hogy a spanyol footballklubok annak köszönhetik a magasabb nézőszámot, valamint bevételeket, hogy szponzorokkal, múzeumokkal, túrákkal, konferenciatermekkel, valamint éttermekkel bővítik létesítményeiket, ahogyan azt a harmadik hipotézis, ami a sportturizmus fejlesztésekre mutat rá a footballnak köszönhetően. Az ismeretek alapján azt a javaslatot lehet tenni, hogy Brazíliában az európai minta alapján kell megkezdeni a fejlesztéseket. A stadionokat „múzeumosítani” kell a brazil labdarúgócsapatoknak, mivel így elérhetik azt, hogy a rajongók ne csak a jelenlegi korszakra gondoljanak amikor meglátogatják a stadiont egy mérkőzés, vagy más esemény esetén. Az emberek számára azok a létesítmények mindig is többet jelentettek, amelyek hosszú időkre visszanyúló múlttal rendelkeznek, ellentétben az új építésű stadionokkal. Tekintve, hogy Brazília népesség szempontjából a négyszerese a spanyolországi népességnek, az intézkedéseket véleményem szerint először is egy közvéleménykutatással kellene megkezdeni az első osztályú labdarúgócsapatok szurkolói, illetve a lakosság között.

Magyarország szempontjából, fontos lenne, hogy minél több eseményt szervezzenek az újonnan épített sportlétesítményekbe. Ez a 2022-es évtől elkezdődött, azonban a tavasztól nyári időszakra a programok a 2022-es és 2023-as évben havonta, kéthavonta kerültek megrendezésre. A javaslatom az lenne, hogy az eseményeket szorosabban kellene megrendezni, amely a bevételek még nagyobb növekedésével járna.

A sportturisztikai fejlesztések, amelyek jelenleg főként a labdarúgó stadionoknak, jelen lehetnének a jövőben más sportágok mellett is. Ahogyan a dolgozat során említettem az MVM Dome jó példa lehet Magyarországnak, hogy más sportágakhoz is készülhet olyan sportlétesítmény, amely a sportturisták tömegét vonzza.

6. ÖSSZEFOGLALÁS

A szakdolgozatom elkészítése során bebizonyosodott, hogy a sportturizmus elsősorú sportja a kutatás alapján valóban a labdarúgás tekinthető hazai és nemzetközi szinteken is, azonban ahogyan a közvetítések minősége és mennyisége a különböző televíziós, illetve streaming csatornáknak köszönhetően megnőtt, más sportágak is az élre fognak törni a közeljövőben. A stadionok fejlődésének története segített abban, hogy megértsük, hogy ezek a létesítmények milyen hatalmas szereppel rendelkeznek a sportturisták számára. A magyarországi lakosok számára is a labdarúgás a legjelentősebb, és ezt mi sem mutatja jobban, mint az, hogy a 2010-es években több sportlétesítmény is létrejött. Azonban megállapítható, hogy ezek a hatalmas komplexumok Magyarországon és a világon már minden esetben multifunkcionális működéssel bírnak.

Véleményem szerint ez a téma alaposan mutatja, hogy milyen potenciális lehetőségek vannak a sportturizmusban köszönhetően a stadionok jelenlétének. Azért, hogy jobban megértsük ezt a komplex témát további kutatások szükségesek. A sportturizmus egy igen jövedelmező ág a turizmuson belül, még sem rendelkezik elég figyelemmel. Ezen szakdolgozat azért készült többek között, hogy rávilágítson erre a hiányosságra.

7. IRODALOMJEGYZÉK

- (FIFA), F. I. (1995). *Technical Recommendations and Requirements for*. Zürich: Spillman Druck AG.
- Ahlfeldt, G., & Maenning, W. (2009). Arenas, arena architecture and the impact on location desirability: The Case of 'Olympic Arenas'. *Urban Studies*, 1343-1362.
- Alomar, R. (2007. szeptember 13). *Naming Rights*. Forrás: www.eusport.es: www.eusport.es
- Amin,Harvey. (1989;1994). *For a revision of the discussion of the new phase of capitalism and its effects, see, for example, Harvey. The*. Cambridge: Blackwell Publishers Ltd.
- Ares, E. (1952). *Libro de Oro del Real Madrid, 1902-1952*. Madrid: Libros de Papel.
- Bale. (2003). In explaining the stadium development in Europe, Bale (1993, 2003) refers to four distinctive periods, while. *Sports Architecture*, 49-56.
- Bale, J. (1993). 'The Spatial Development of the Modern Stadium'. *International Review For The Sociology Of Sport*, old.: 130.
- Bale, J. (1993). "The Spatial Development of the Modern Stadium". *International Review of Sociology of Sport*, 130.
- Bale, J., & Sheard. (2003,2001). *Sports Geography*. London: Routledge.
- Bale, J., Inglis, John&Sheard, & Heatley. (2003,1989,1990,2005,2001). *European Football Stadiums*.
- Barcelona, F. (2023. szeptember 28). *FC Barcelona*. Forrás: www.fcbarcelona.com: <https://www.fcbarcelona.com/en/club/news/3703615/fc-barcelona-announces-after-tax-net-profit-of-304-million-euros-in-202223>
- Barghchi, M., Dasimah, b., & Mohd Salleh, A. (2009). Cities, Sports Facilities Development, and Hosting Events. *European Journal of Social Sciences*.
- Barry, T., & S. Mason, D. (2022. július 5). Shadow Stadia and the Circular Economy. Kanada.
- Beck, P. (2004). Losing prestige on and off the field: England versus Hungary 1953-54. *Sport in History*, 10-26.
- Campos, C. (2005). 'Spanish Stadia Revolt'. *Sport Business Review*, 6-13.
- Castells, M. (2009). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture*. Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Chapin, T. (2002). Beyond the Entrepreneurial City: Municipal Capitalism in San Diego. *Journal of Urban Affairs*, 565-581.
- Csóka, L., Gerdesics, V., & Törőcsik, M. (2019). Sports tourism and sports tourists: The Hungarian characteristics of sports related travels. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 47-66.
- Documentation, T. D. (2007. March). Forrás: Manchester United Football Club.
- Downs, P. (2007. április 14). Hogyan javítsuk a stadionok létesítményeit. (J.-L. Paramio, Kérdező:)
- Eckstein, R., & Delaney, K. (2002). New sports stadiums, community self-esteem, and community collective conscience. *Journal of Sports and Social Issues*, 235-247.

- Edelman, R. (1993). *Serious fun: a history of spectator sport in the USSR*. Oxford: Oxford University Press.
- Edensor, T., Millington, S., Steadman, C., & Taecharungroj, V. (2021). Towards a comprehensive understanding of football stadium tourism. *Journal of Sport & Tourism*, DOI: 10.1080/14775085.2021.1884589.
- Football, I. W. (2023. április 3). *Inside World Football*. Forrás: www.insideworldfootball.com: <https://www.insideworldfootball.com/2023/04/03/flamengo-break-revenue-records-target-growth-new-league/>
- Gibson, H. (2003). *Sport Tourism*. London: Human Kinetics.
- Giddens, A. (2001). *Sociology*. Oxford: Polity Press.
- Ginesta, X. (2015). *The business of stadia: Maximizing the use of Spanish Football venues*. Vic: University of Vic – Central University of Catalonia.
- Ginesta, X., & de San Eugenio, J. (2014). The use of football as a country branding strategy. *Communication and Sport*, 225-241.
- Glebova, E. D. (2021). *Innovation and Entrepreneurship in Sport Management*. Párizs: Párizs-Saclay Egyetem.
- Glebova, E., Desbordes, M., & Géczi, G. (2020). Changes in Stadium Sports Spectators Customer. .
- Gonzales, T. (2004). "New Facilities of Real Madrid C.F". *Ingeniería y Territorio*, 91.
- Grand View Research*. (2022. December 22). Forrás: www.grandviewresearch.com: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/sports-tourism-market-report>
- Gyóri, F. (2020). *HEALTH – SPORTS – TOURISM with the Prospects of Hungary*. Szeged: Foundation For Youth Activity and Lifestyle.
- Hadas, M., & Karády, V. (1994). Futball és társadalmi identitás. *Actes de la recherche en science sociale*, 90-102.
- Handler, A. (From the ghetto to the games). 1985. Budapest: East European Monographs.
- Heatley, M., & Mason, C. (2004). *Football Grounds Fact Book*. Leicester: Ian Allan Publishing.
- Hegedűs, R., Csóka, L., & Törőcsik, M. (2020). THE ATTENDANCE ABOUT SPORT EVENTS OF THE 50+ COHORTS. *Acta Carolus Robertus*, 69-80.
- Hidalgo, D. (2014. január 3). *Diario AS*. Forrás: www.as.com: http://futbol.as.com/futbol/2014/02/10/mas_futbol/1392053788_473557.html
- Hinch T. D., & Hingham, J. (2001). Sport Tourism: a Framework for Research. *International Journal of Tourism Research*, 45-58.
- Hoffer, J. (2000). *A Magyar Labdarúgó Szövetség története*. Budapest: Magyar labdarúgó Szövetség-Szókingcs Kiadó.
- Holzmeister, A. (2014). A brief history of soccer stadiums in Brazil. *Soccer & Society*, 65-80.
- John, G., & Sheard, R. (2001). A design and development guide. *Architectural Press*, 12.

- Kiss, R. (2013). *A golfturizmus rendszere, a nemzetközi és hazai*. Pécs: PTE.
- Kitching, G. (2011). 'Old' Football and the 'New' Codes: Some Thoughts on the 'Origins of Football' Debate and Suggestions for Further Research. *The International Journal of the History of Sport*, 1733-1749.
- Kowalski, R., & Porter, D. (2004). England's world turned upside down? Magical Magyars and British football. *Sport in History*, 35.
- Madrid, A. d. (2015. január 2). *Atlético de Madrid*. Forrás: www.clubatleticodemadrid.com: <http://www.clubatleticodemadrid.com/atm/meeting-events>
- Madrid, R. (2014). *Area VIP Corporate Hospitality*. Madrid: Real Madrid CF.
- Madrid, R. (2015. január 3). *www.realmadrid.com*. Forrás: Real Madrid CF: <http://www.realmadrid.com/en/santiago-bernabeustadium/>
- Marques, R.F.R., Gutierrez, G.L., Montagner, & P.C. (2009). New socio-economic configurations of sport in the age of globalisation. *Journal of Physical Education*, 637-648.
- Mathayomchan, B., & Taecharungroj, V. (2020). How was your meal?" Examining customer experience using Google maps reviews. *International Journal of Hospitality Management*, 90.
- Mazzei, L., Moraes, I., de Oliviera Cruz Carlassara, E., & Rocco Jr., A. (2020). Football in Brazil: what brings fans/consumers to. *Int. J. Sport Management and Marketing*, 193-210.
- McPherson, K., & Brooke, S. (2012). Global Football: Introduction. *Histoire sociale/Social history*, 217-219.
- Molnár, G. (2006). Mapping migrations: Hungary related migrations of professional footballers after the collapse of communis. *Soccer and Society*, 464.
- Molnár, G. (2007). Hungarian Football: A Socio-historical Overview. *Sport in History*, Vol. 27. 293-317.
- Moragas, M., Kenett, C., & Ginesta, X. (2011). Football and media in Europe. A new sport paradigm for the global era. *Sport and the Transformation of Modern Europe. States, Media and Markets 1950–2010.*, 128-149.
- MVM Dome*. (2022). Forrás: www.mvm-dome.hu: <https://mvm-dome.hu/dometitkai.php>
- Nemzeti Sport*. (2020. 02 28). Forrás: www.nemzetisport.hu: <https://www.nemzetisport.hu/kezilabda/noi-kezi-2027-ben-magyarorszag-rendezi-a-vb-t-2750151>
- Paramio, J.-L., Buraimo, B., & Campos, C. (2008). From modern to postmodern: the development of football stadia in Europe. *SPORT IN SOCIETY*, 517-534.
- Puskás Aréna*. (2019). Forrás: www.puskasarena.com: <https://puskasarena.com/bemutakozas>
- Searle, G. (2002). Uncertain Legacy: Sydney's Olympic Stadiums. *European Planning Studies*, 845-860.
- Suzuki, N. (2007). *Sports and Neighborhood Regeneration: Exploring the Mechanisms of Social Inclusion through Sport*. Glasgow: University of Glasgow.
- Szegedi. (2003). A magyar futball európai expanziója. *Szociologiai Szemle*, 3-41.

Szymanski, & Kuypers. (1999). *Winners and Losers. The Business Strategy of Football*. London: Viking Books.

Taylor, R., & Jamrich, K. (1998). *Puskas on Puskas: The life and times of a footballing legend*. London.

8. ÁBRÁK ÉS TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

1. ábra Látogatók száma a stadionok múzeumaiban Forrás: (Documentation, 2007)	22
2. ábra A globális sportturizmus piaca Forrás: (Grand View Research, 2022)	41
3. ábra A különböző futballigák átlagos nézőszámai és a stadionjainak kihasználtsági rátája 2014 és 2016 között	47
4. ábra A spanyol futballcsapatok szponzorai és bevételei	50
5. ábra Spanyol 1.osztály futball liga nézettségi adatai a 2022-23-as szezonban	54
6. ábra Brazil 1. osztály futball liga nézettségi adatai a 2022/23-as szezonban	55
7. ábra Mi volt az oka annak, hogy az elmúlt egy évben sportutazást tett Magyarországon? Forrás: (Hegedűs, Csóka, & Töröcsik, 2020)	59
8. ábra Kapcsolat a sportmotivált utazás és a sportágak iránti érdeklődés között Forrás: (Hegedűs, Csóka, & Töröcsik, 2020)	61

1. FÜGGELÉKEK

1. számú függelék: Hallgatói és konzulensi nyilatkozat

NYILATKOZAT

_____Horváth Máté_____ (név) (hallgató Neptun azonosítója: ___V3DOTL___)
konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot¹ áttekintettem, a hallgatót az
irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól
tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő
védésre javaslom / nem javaslom².

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem^{*3}

Kelt: ___2023___ év ___11___ hó ___10___ nap



belső konzulens

NYILATKOZAT

a szakdolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve:	Horváth Máté
A Hallgató Neptun kódja:	V3DOTL
A dolgozat címe:	A stadionok gazdasági és sportturisztikai hatásai hazai és nemzetközi szinteken
A megjelenés éve:	2023
A konzulens intézetének neve:	Fenntartható Fejlesztés és Gazdálkodás Intézet
A konzulens tanszékének a neve:	Fenntartható Turizmus Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlant állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelté után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: _____2023_____ év _____11_____ hó ____10____ nap


Hallgató aláírása

A SZAKDOLGOZAT TARTALMI KIVONATA

Szakedolgozat címe:

A stadionok gazdasági és sportturisztikai hatásai hazai és nemzetközi szinteken

A dolgozatot készítő hallgató neve:

Horváth Máté

Turizmus-Vendéglátás

Alapképzés

Nappali tagozat

Tanszék/Intézet:

Fenntartható Fejlesztés és Gazdálkodás Intézet

Fenntartható Turizmus Tanszék

Belső témavezető:

Dr. Dávid Lóránt Dénes

kutatóprofesszor

Szakedolgozatom témája a stadionok gazdasági és sportturisztikai hatásai voltak hazai és nemzetközi szinteken. Elsődleges célom az volt, hogy kutatásommal megismerhetővé váljon a sportturizmus, amelyet a labdarúgás és a stadionok kapcsolat okoz.

Munkámat a témához kapcsolódó szakirodalmak megismerésével és feldolgozásával kezdtem, majd három hipotézist állítottam fel. Kutatási kérdéseim megválaszolására a szakirodalmi kutatás módszertant választottam, mivel a felállított hipotézisek kidolgozására ez módszer adhat a legbiztosabb magyarázatot. A dolgozat alapvetően az irodalmi források által kínált tudásra épül, és nem tartalmaz saját gyakorlati vizsgálatokat vagy kutatást. A kutatás során képet kaphattam arról miként is vesznek részt ezek a sportlétesítmények a sportturizmusban, és a jó példák alapján miként lehet ezeket a létesítményeket fejleszteni a jövőben.