

NYILATKOZAT

Alulírott Demeter Alex büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a szakdolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A szakdolgozatban felhasznált adatokat a szerzői jogvédelem figyelembevételével alkalmaztam.

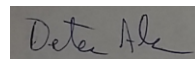
Ezen szakdolgozat semmilyen része nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén diplomaszerzés során.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozatomat az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá.

Budapest, 2020 év december hónap 04 nap

Demeter Alex

hallgató aláírása



SZAKDOLGOZAT

DEMETER ALEX

2020



BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM
KÜLKERESKEDELMI KAR
NEMZETKÖZI GAZDÁLKODÁS SZAK
NAPPALI TAGOZAT
NEMZETKÖZI DIPLOMÁCIA SZAKIRÁNY

AZ NFL MARKETINGSTRATÉGIÁJÁNAK, GAZDASÁGI MŰKÖDÉSÉNEK ÉS
EGY POTENCIÁLIS LONDONI CSAPAT LEHETŐSÉGÉNEK
VIZSGÁLATA

Belső konzulens:

Dr. habil. Szabó Zoltán PhD MBA

Készítette:

Demeter Alex

Budapest, 2020

Tartalomjegyzék

Táblázatjegyzék	6
Ábrajegyzék	7
Bevezetés	8
1. Az NFL	9
1.1. Az NFL története.....	9
1.2. Az NFL szervezeti felépítése/Roger Goodell.....	11
1.3. Az NFL gazdasági működése	14
1.4. Az NFL mérkőzések látogatottsága	16
1.5. Az NFL nézettségi adatai	18
1.6. Az NFL térhódítása a világban (SWOT)	19
2. Az NFL marketingmixe (7P)	26
2.1. 4P.....	26
2.2. +3P.....	28
3. Külföldi tejeszkedés	30
3.1. Az amerikai foci Amerikán kívüli népszerűsége	30
3.2. Külföldi mérkőzések	32
3.3. Franchise Londonban	33
3.4. Régióra gyakorolt hatások.....	34
3.5. Potenciális lehetőségek.....	35
3.6. Nehézségek	36
4. Primerkutatás	38
4.1. A kutatás módszertani háttere.....	38
4.2. Hipotézisek megfogalmazása	39
4.2.1. Kvalitatív kutatás hipotézisei.....	39
4.2.2. Kvanitatív kutatás hipotézisei.....	39
4.3. Kvalitatív kutatás	39
4.3.1. Interjúk elemzése	39
4.3.2. Háttér-információ.....	40
4.3.3. 4P-vel kapcsolatos kérdések.....	41
4.3.4. 3P-vel kapcsolatos kérdések.....	43
4.3.5. NFL Európában	45
4.4. Kvanitatív kutatás	47

4.4.1.	Kérdőívelemzés módszere.....	47
4.4.2.	Demográfiai kérdések.....	48
4.4.3.	Fogyasztói szokások.....	50
4.4.4.	Vásárlási szokások	51
4.4.5.	Elégedettségrel kapcsolatos kérdések.....	52
4.4.6.	Londoni franchise	53
4.5.	Kvalitatív és Kvanitatív hipotézisek értékelése	57
5.	Következtetések, javaslatok	58
	Összefoglalás	60
	Irodalomjegyzék	61
	Melléklet.....	68

TÁBLÁZATJEGYZÉK

1. Táblázat: NFL SWOT elemzés,	20
2. táblázat: Hipotézisek értékelése	57

ÁBRAJEGYZÉK

1. Ábra: Az NFL fizetési sapka alakulása a 2011-es szezontól a 2020-as szezonig	15
2. Ábra: Összes, illetve átlag NFL alapszakasz néző szám a 2015-ös szezontól a 2018/19-es szezonig	16
3. Ábra: A Super Bowl televíziós nézettsége az USA-ban 2011 és 2020 között	18
4. Ábra: az NFL londoni meccseinek látogatottsága (fő),.....	32
5. Ábra: Az életkor megoszlása az NFL rajongói közt,	48
6. Ábra átlagos kereset megoszlása a kitöltők között,	49
7. Ábra: Az NFL követési idejének megoszlása a kitöltők között,.....	50
8. Ábra: Az NFL Game Pass minősége a megadott szempontok alapján a kitöltők szerint.....	51
9. Ábra: Az NFL termékek minősége az adott szempontok alapján a kitöltők szerint.	52
10. Ábra: Az NFL social media oldalainak minősége az adott szempontok alapján a kitöltők szerint.	53
11. Ábra: A kitöltők véleménye arról, hogy egy csapat áthelyezze székhelyét vagy egy új csapatot alapítsanak.....	54
12. Ábra: A kitöltők véleménye a csapat versenyképességét illetően	55
13. Ábra: A csapat gazdaságra gyakorolt hatása a válaszadók szerint.....	56

BEVEZETÉS

2020-ban szokatlan időket élünk. A COVID19-világjárvány a legtöbb ember számításait erre az évre teljesen keresztbe húzta. Emberek veszítik el napról-napra munkájukat, megélhetésük kulcsát, ám ami még ennél is sajnálatosabb, szeretteiket. Napi rutinunkat fenekestül felforgatta a járvány, legtöbbünk otthoni izolációban tengeti mindennapjait és csak akkor merészkedik ki a ház oltalmából ha nagyon muszáj. A sok változás ellenére, egy dolog van ami mindig, volt, van és lesz is az pedig nem más mint a **sportok**. 2020-ban a sport már nem csak arról szól, hogy az emberek az egészséges testmozgás mellett, jól érzik magukat, kieresztik a fáradt gőzt, -nyílván ez a része is megmaradt -, hanem a legtöbb sportágra mára már ráhúztak egy üzleti modellt, amellyel a legmasgasabb színvonalú eseményeket értékesítik. Nekünk, európaiaknak, -főleg magyaroknak-, az első ilyen sportág ami eszünkbe jut az a labdarúgás. A tengerentúlon a legnépszerűbb sport szintén a foci, csak éppen nem az itteni változata, hanem az amerikai football, melyet azzal a bizonyos tojás alakú labdával játszanak. Az amerikai foci legnagyobb képviselője az NFL, mely minden évben hatalmas bevételt tud elkönyvelni a mérkőzések közvetítéséből valamint különféle termékeivel, amiket a világ minden pontjára eljuttatnak. Évről-évre felvetődik a liga vezetői közt az ötlet, hogy létrehozzanak egy olyan csapatot, melynek székhelye nem az Egyesült Államokban található, hanem Európában. Vajon ez megvalósítható ötlet? Az európai lakosok egyáltalán örülnének annak, hogy egy igazi amerikai sportot láthatnak hétről-hétre testközelből? Milyen marketingstratégia kell egy ilyen szintű terjeszkedéshez?

Kutatásom fő szempontja az NFL marketingstratégiája és a londoni csapat eshetősége, de a liga gazdasági működéséről is lesz szó. Első körben az NFL-t kívánom bemutatni. Ezt a liga marketingstratégiája fogja követni 7P szerinti rendezésben. A szekunder kutatásom utolsó elemeként, azt kívánom szemléltetni, hogy mi szükséges az európai terjeszkedéshez, valamint, hogy milyen próbálkozások voltak eddig erre. Primer kutatásom kezdetén felállítok három hipotézist, melyeket interjúk és kérdőívelemzés alapján fogok értékelni.

1. AZ NFL

Az amerikai football minden kétséget kizárólag az Egyesült Amerikai Államok legnépszerűbb sportja. A legnagyobb televízió társaságok versenyeznek azért, hogy az NFL meccseit közvetíthessék. Minden kisgyerek, akinek „disznóbőrt” adnak a kezébe eljátszadozik azzal a gondolattal, hogy egyszer a magasba emeli a Vince Lombardi trófeát. Ezen fejezetben, kívánok beszélni az NFL múltjáról, gazdasági működéséről, nézettségi adatairól valamint erősségeiről, gyengeségeiről.

1.1. Az NFL története

A sportág eredete az 1820-as évig vezethető vissza, ahol is a new jerseyi Princeton egyetem tanulói egy rendkívül erőszakos játékot játszottak melynek a „ballown” nevet adták. 1827-ben megrendezésre került az első „bloody Monday” mely során a Harvard egyetem első évesei egy a „ballownhoz” hasonló „sportban” mérték össze erejüket a felsőbbévesekkel, ez a hagyomány egészen 1860-ig tartott, hiszen ebben az évben a helyi rendőrség és az egyetem vezetése betiltotta azt. (Weathersby, 2016) 1876-ban a Yale, Princeton, Harvard és a Columbia egyetem hallgatói a massachusettsi Springfieldben találkoztak, hogy megalkossanak egy egységes szabályzatot a szeretett játékukhoz. A felek megegyeztek arról, hogy a szabályokat a rugby alapjaira helyezik, az Európában már ekkor is nagy sikereknek örvendő football ellenében. 1892-ben bizonyos Walter Heffelfinger lett az első profi játékos aki a teljesítménye ellenében 500 dolláros pénzjutalomban részesült, ezzel elindítva a játékot a profi sport irányába. 1897-ben a Latrobe Atlétikai Szövetség minden egyes játékosának fizetséget adott, ezzel létrejött az első profi csapat. A következő évszázad elején 1902-ben kezdetét vette az első profi liga, a Nemzeti Football Liga, mely nem keverendő össze a ma is jelen lévő névrokonával. Ez a liga még csak 3 csapatot tartalmazott, 2 Philadelphia városából és 1 Pittsburghból. 1912-ben a szabályokat tovább finomították, ekkor egyeztek meg abban, hogy a touchdown értéke a 6 pont legyen, ami a mai napig így van. 1919-ben Earl Lambeau megalapította a wisconsini Green Bayben a Packers csapatát amely a mai napig a liga egyik legsikeresebb csapata, valamint fontos kiemelni, hogy a csapat a mai napig köztulajdonban van. A

sportág elképesztően fejlődött ezen időkben, mind a játék terén, mind pedig ami a népszerűségét illeti, ennek köszönhetően megnőtt az igény egy egységes profi szervezetre amely utat mutat a sportnak.

Az Ohio állambeli Cantonban 1920-ban megalapították az Amerikai Professzionális Futball Konferenciát (American Professional Football Association), amelyben 14 csapat képviselte magát. (profootball.com, 2005) 1922-ben ebből a szervezetből alakult meg a Nemzeti Futball Liga. 1932-ben a Chicago Bears és a Portsmouth Spartans csapata ugyanolyan mérleggel állt a szezon végén ennek köszönhetően rájátszást tartottak a ligában, ez annyira sikeresnek bizonyult, hogy 1933-ban a bajnokságot két részre, úgynevezett konferenciákra osztották. Ennek a két konferenciának a győztese mérkőzik meg egymással a végső bajnoki címért a mai napig. Az első draftot mely során a profi csapatok játékosokat választanak ki az egyetemi csapatok közül 1936-ban tartották meg Philadelphiában. 1946-ban színre lépett az NFL vetélytársának szánt All-America Football Conference, mely az 1950-es évig bírta az iramot ugyanis ebben az évben csődbement, azonban olyan csapatokat adott a ligának mint a San Francisco 49ers vagy a Cleveland Browns. Továbbá 1950-ben a Los Angeles Rams lett az első csapat melynek minden meccsét közvetítették, amely egy fontos mérföldkő volt az amerikai football és a televíziózás kapcsolatában. 1956-ban vált elérhetővé mindenkinek aki televízióval rendelkezett a liga meccseinek megtekintése a CBS országos közvetítésének köszönhetően. A sport 1958-ban vált Amerika legkedveltebb sportjává köszönhetően a „legjobb valaha játszott meccsnek” melyet az NBC az egész országban közvetített. 1963-ban Cantonban, ahol a liga született, megalapították a hírességek csarnokát ahová azokat a játékosokat, edzőket iktatják be akik mindent megtettek a liga hírnevének öregbítésében. Ilyen hírességek például: Joe Montana, Walter Payton, Mike Ditka vagy Vince Lombardi. 1959-ben Lamar Hunt alapításával létrejött az American Football League (AFL) (Gulizia, 2019), amely az eddigi legkomolyabb kihívója lett az NFL-nek. Habár az AFL mindent megtett annak érdekében, hogy háttérbe szorítsa az NFL-t, mint például tehetséges játékosokat vitt el a draftról avagy televíziós szerződést kötött az ABC-vel, ez még mindig nem volt elég arra, hogy háttérbe szorítsa riválisát. A két liga párhuzamos működésének köszönhetően a 60-as években, egy kérdőív szerint a válaszadók 40%-nak a kedvenc sportja az amerikai foci volt. A sok éves rivalizálás után 1966-ban mindkét fél belátta, hogy együtt sokkal nagyobb dolgokat érhetnek el ezért elkezdtek együttműködni. Ebben az évben közös draftot tartottak továbbá 1967-ben, a két liga közti döntőt

ami a Super Bowl elődje, majd 1969-ben kezdetét vette a modern „labdarúgás” időszámítása az első hivatalos Super Bowl-lal. 1970-ben a két liga hivatalosan is összeolvadt ezzel létrehozva a ma is ismert 2 főcsoportot az AFC-t és az NFC-t. A kezdetekben jogi problémák merültek fel, hiszen a két liga különböző televíziós társaságokkal volt leszerződve, azonban ezeket az akadályokat elhárították, ezzel kikövezve az utat annak, hogy az NFL a mai napig a legnépszerűbb közvetítésekkel rendelkezik a világon. Népszerűségét mi sem mutatja jobban, hogy múlt századbeli meccset, mint például az „Ice Bowlt” vagy a már korábban is említett „valaha volt legjobb meccset” a mai napig ismétlik a TV-s társaságok, továbbá elérhető az NFL saját platformján is.

1.2. Az NFL szervezeti felépítése/Roger Goodell

Egészen 2015-ig az NFL egy önálló jogi személyiséggel nem rendelkező nonprofit szervezet volt, azonban ez a 2015-s évben megváltozott (washingtonpost.com, 2015), amikor is kereskedelmi társulássá (trade association) alakították át a csapatok tulajdonosai. Amíg a liga nonprofit szervezetként működött, addig az Amerikai Egyesült Államok Adókodeksének (internal revenue code) 501(c)(6) számú cikkelye alapján, a liga adómentességet élvezett. Ezt az adómentességet adta fel 2015-ben. Hogy miért adta fel ezen jogát a liga? Ezt a lépést nem azért hajtották végre, mert túltengett bennük az adakozószellem, ez is pusztán egy üzleti döntés volt. Ennek köszönhetően a liganak körülbelül évi 10 millió dollárt kell adóznia, amely eltöri a bevételei mellett, amelyekről később kívánok beszélni. (Lee, 2015) Ezzel ki tudják küszöbölni az ellenőrzéseket avagy az esetleges kongresszusi „támadásokat”. A legfontosabb viszont mindenképpen az, hogy így nem kell nyilvánosságra hozniuk a bevételeiket, valamint annak a Roger Goodellnek sem a fizetését, akit igen gyakran kritizáltak, amiatt, hogy hatalmas összegeket vett fel fizetés gyanánt.

Itt elérkeztünk ahhoz a ponthoz, hogy az NFL legfőbb döntéshozójáról beszéljünk, aki nem más mint a már fentebb is említett Roger Goodell, aki úgymond „élet és halál” ura a ligában. Goodellt 2006-ban választották meg Főbiztosnak (commissioner) egy többkörös szavazás után. Ez a döntés

gazdasági szempontból elképesztően javadalmazónak bizonyult a későbbiekben. Az NFL 2006-ban átlépte a 6 milliárd dolláros bevételt, ezt a számot 2015-ben Goodell megduplázta, azaz a liga 12 milliárd dollár bevételt ért el. Feltehetjük a kérdést, hogy mit tett az új főbiztos annak érdekében, hogy ekkora növekedést érjen el. Először is újra tárgyalta a már meglévő televíziós szerződéseket, továbbá rájött arra, hogy az egyesült államokbeli piacon már nem igazán tud sehohy se terjeszkedni a liga, ezért elkezdett északi és déli szomszédjaik: Kanada és Mexikó, irányában, továbbá Európa fele nyitni. Már ez előtt is voltak kezdeményezések Európa meghódítására. Ilyen volt az NFL Europa nevű bajnokság melyet 1989-ben hoztak létre, annak érdekében, hogy népszerűsítse a sportot az öreg kontinensen. Az első szezont 1991-ben játszották, azonban 2007-ben leállították ezt a programot. Ez elsősorban annak volt köszönhető, hogy a bajnokság egyáltalán nem volt nyereséges, sőt mi több évi 30 millió dolláros veszteséget realizált. (Brody , 2014)

Goodell 2 célt tűzött ki maga elé, az első az a játékosok védelme, hiszen ebben az elképesztően kemény, olykor már durva sportágban ők a legfontosabb elem és nem szép kifejezéssel élve ők termelik a profitot is. A második célja pedig, hogy 2027-re a liga átlépje a 25 milliárd dolláros bevételt, amelyhez jó úton halad a liga. A főbiztos egyik feladata a brand értékének megőrzése, mely nem egy könnyű feladat, hiszen a liga nem botrányoktól mentes. Ezekben az esetekben Roger Goodell egymaga dönt, amiért sokan kritizálják őt. Kinevezése után számos ilyen botrányal kellett megbírkóznia.

2007-ben a New England Patriots csapatát és vezetőedzőjét Bill Belichciket rajtakapták egy New York Jets elleni meccsen, hogy azokat a kézjeleket, amelyeket az ellenfél edzői használnak felveszik ezzel hátrányba hozva őket. Bill Belichick nyilvánosan elnézést kért a történetekért, azonban addigra a botrány túl nagy méreteket öltött ahhoz, hogy egy bocsánattal el tudják intézni az egészet, ezért Roger Goodellnek is be kellett avatkozni. A főbiztos a legnagyobb kiszabható pénzbírsággal sújtotta a főedzőt, 500 ezer dollárral, továbbá a csapatot is megbüntette 250 ezer dollárra. A pénzbüntetéseken felül elvették a Pats jövő évi első körös draft cetlijét is, valamint felvetődött az eltiltás lehetősége is, ám az előnytelen lett volna mindenki számára. (nflhistory.blog.hu, 2013)

Újabb csorba esett az NFL hírnevén 2012-ben, ekkor a New Orleans Saints csapatát kapták rajta azon, hogy agresszív/durva játékért cserébe a játékosok extra fizetést kapnak. A csapat akkori védelmi koordinátora, Gregg Williams nagyobb összegeket utalt azon játékosai számára akik sérülést tudtak okozni az ellenfél játékosainak. A játékosok annál nagyobb fizetségben részesültek, minél nagyobb volt az okozott sérülés. Ezzel a Saints és az edzők az NFL alap értékét támadták, mely szerint nem az a játékosok célja, hogy az ellenfeleknek sérülést okozzon durva játékaival. Ez Roger Goodell fentebb említett céljával se volt összeegyeztethető, mely szerint a játékosokat meg kell védeni. Ennek fényében a főbiztos soha nem látott mértékű büntetést zúdított a szentek csapatára, a védelmi koordinátort határozatlan időre felfüggesztette, a vezetőedző Sean Payton-t a következő szezonra felfüggesztette, valamint a csapat general manager-ét eltiltotta 8 meccsre továbbá 500 ezer dolláros büntetéssel sújtotta a csapatot.(Reed, 2012)

A fentebbi két példából kiderül, hogy Goodell nem fél egyedül meghozni hatalmas döntéseket. Robert Kraft a New England Patriots tulajdonosa szerint Goodell úgy irányítja az NFL-t mintha a sajátja lenne.(van Natta jr., 2013) 2013-ban egy felmérés szerint a játékosok 61% alkalmatlannak találta Goodell-t a munkájára.(CBSNewYork, 2013) Minek köszönhető ez, ha tudjuk, hogy a Főbiztos egyik fő feladatának a játékosok védelmét tűzte ki? Ez azért van mert minden egyes kihágást sokkal súlyosabban büntet mint elődei. Minden illegális szer használata avagy durva szabálytalanságok, elkésett szerelések pénzbüntetést vonnak maguk után avagy eltiltást, mely még rosszabb a játékosoknak, hiszen általában a szerződésük szerint akkor kapnak fizetést, ha játszanak.

Véleményem szerint, Goodell tartja magát ígéreteihez. Valóban mindent megtesz annak érdekében, hogy a játék biztonságos legyen, még akkor is ha ezért pont a játékosokat kell komolyabban megbüntetnie. Első sorban azért nevezték ki, hogy növelje a liga bevételeit és ez az amiben Goodell igazán jó, pénzt hoz a házhoz. Mint azt már említettem, célja, hogy 2027-re átlépjék a 25 milliár dolláros álomhatárt, amelyhez jó úton halad a liga. Mivel 2015-ben a liga feladta nonprofit mivoltát, sajnos nem adnak ki adatokat arról, hogy mennyin is állnak a liga bevételei. Azonban mivel a Green Bay Packers nem magán kézben van, ezért az ő pénzügyi kimutatásaikból nagyjából le lehet szűrni, hogy a liga mennyi bevételt realizált. A 2019-es szezonban a bevételek majdnem elérték a 16 milliár dollárt.(Colangelo, 2019) Goodell 2006-os beiktatása óta ez 10 milliárdos növekedés. Ezek a számok jól mutatják, hogy a 2027-re kitűzött cél egyáltalán nem lehetetlen,

főleg annak fényében, hogy 2021-ben lejárnak a televíziós szerződések és ezeknek az újratárgyalásával Goodell a csillagos égitestig repítheti a liga bevételeit. (Canfora, 2020)

1.3. Az NFL gazdasági működése

Az összes major liga így az NFL-en kívül, az NHL-nek, az MLB-nek és az NBA-nek is az alapja a Kollektív Pénzügyi Szerződés (collective bargaining agreement azaz CBA). Ez a szerződés szabályoz mindent: a draftokat a, Főbiztosnak (commissioner) a jogait, a fizetési sapkát, szabadügynök piac lebonyolítását, a kiszabható büntetések mértékét és még sok más dolgot. Fontos megjegyezni, hogy az idei 2020-as évben a játékosok szakszervezete és a liga tulajdonosai új CBA-t fogadtak el egy igazán kiegyezett szavazáson, ahol 1019 támogató és 959 ellenző szavazat érkezett a felektől. Az új szerződés több mindent tartalmaz, kezdetben az idei, 2020-as szezonra, 1-1 fővel növelte a playoffba jutó csapatok számát a két főcsoportból, így nem 6, hanem 7 csapat jut be a rájátszásba. A 2021-es szezontól, amennyiben a csapatok tulajdonosai megszavazzák, a liga 17 fordulóra bővíthető a jelenlegi 16 helyett. A játékosok nagy része nem akar +1 fordulót játszani, hiszen fizikailag rettentően megterhelő lenne számukra. Feltehetjük a kérdést, hogy miért volt ilyen szoros a szavazás és miért szavazták meg a játékosok, ha pont nekik kellene a saját testi épségüket kockára tenni? Természetesen a pénz miatt. Ugyan nem minden játékosnak kedvez az új szerződés pénzügyileg, azonban a liga játékosainak körülbelül 60%-a „minimálbérért” játszik. Az új CBA ezeknek a játékosoknak kedvez pénzügyileg, hiszen akár 20%-val is növekedhet így a bérük. Nem elhanyagolható az sem, hogy a marihuána használatát az új egyezmény nem bünteti eltiltással, csupán pénzbírság szabható ki a játékosokra. Ezen két utóbbi tényezőnek köszönhető az, hogy a szerződést sikeresen elfogadták. (Graziano, 2020)

A bevételeket a CBA 2 részre osztja. Az egyik a nemzeti bevételek, míg a másik a lokális bevételek. A nemzeti bevételeket maga az NFL osztja szét a televíziós szerződések, licenz szerződések és merchandising alapján. Már említettem, hogy ezeket a bevételeket csak a Green Bay Packers pénzügyi kimutatásaiból tudhatjuk meg. Ezen kimutatás szerint az NFL 296 millió dollárt osztott szét a csapatok között, ebből az következik, hogy a liga összesen 9,47 milliárd dollárt könyvelhetett el a 2019-es pénzügyi évben, hiszen az összes bevételt egyenletesen osztják szét a 32 csapat között.

A második bevételi fajtát a csapatok maguknak keresik meg különböző szponzorszerződésekből valamint jegyeladásokból. Itt ugyan csak a Packers adataira fogok támaszkodni. A sajtófejük 210,9 millió dollár lokális bevételt termeltek amely a 9. legmagasabb volt a csapatok között. (Katona, 2020) Bár az előző évhez képest a bevételek 6,1%-val növekedtek a csapatnál, a CEO Mike Murphy azt nyilatkozta, hogy az idei évre a koronavírus pandémia miatt valószínűleg nem lesz ekkora növekedés az elkövetkezendő évben. (the associated press, 2020)

A CBA szabja meg a fizetési sapkát is. A fizetési sapka (salary cap) egy olyan mechanizmus amely limitálja a csapatokat, abban a tekintetben, hogy összesen mennyi pénzt adhatnak a játékosoknak. Ez a major ligákban eltérően működik, az NFL-ben egy úgynevezett „hard salary cap” van, melyet semmilyen körülmények között nem lehet átlépni. A 2019-es szezonban ennek a sapkának a felső limitje 188,2 millió dollár volt, a 2020-as, idei szezonra azonban elérte a 198,2 millió dollárt, ezáltal a csapatoknak 10 millió dollárral több áll rendelkezésükre, hogy kialakítsák a játékosok szerződéseit.



1. Ábra: Az NFL fizetési sapka alakulása a 2011-es szezontól a 2020-as szezonig (millió USD)

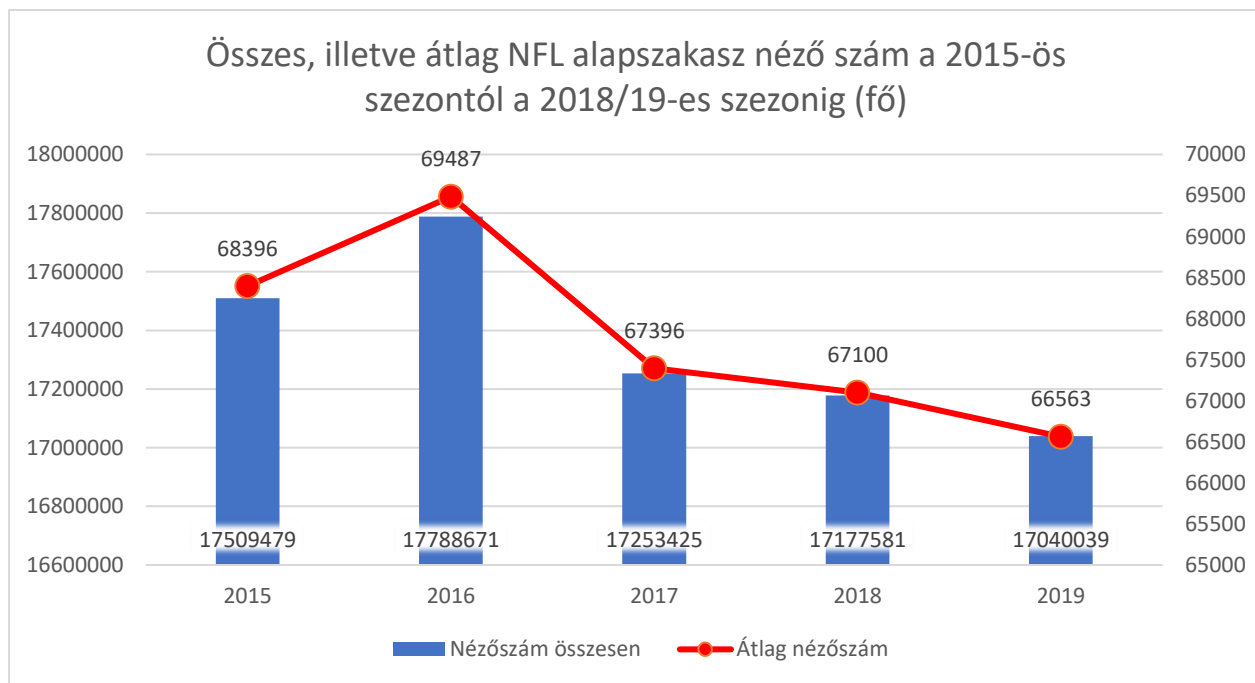
Forrás: saját szerkesztés, <https://www.statista.com/chart/16407/nfl-salary-cap/> ,

<https://overthecap.com/salary-cap-space/> alapján

A fizetési sapka jól láthatóan minden évben növekszik, a 2013-as szezon óta minden évben legalább 10 millió dollárral. Ez a növekedés mindenképpen annak tudható be, hogy az NFL bevételei is növekednek, a játékosok pedig azt gondolják, hogy ebből nekik is részesedniük kell, ezért megnőtték a fizetési igényeik.(Freeman, 2018) Ennek köszönhetően jöhetnek létre olyan gigászi szerződések, mint a korábbi MVP Patrick Mahomesé, mellyel 10 év alatt akár 450 millió dollárt is kereshet az irányító.(Fűzővel kifelé, 2020)

1.4. Az NFL mérkőzések látogatottsága

Az első 1969-es szezonban az átlagos nézőszám 54.430 fő volt míg összesen 6.096.127 ember volt kíváncsi akkoriban a meccsre, amely véleményem szerint elég sok főleg ha az az évi Super Bowlt is megvizsgáljuk, melyet 80.562 ember tekintett meg. Azonban fontos kiemelni, hogy ebben az időben még csak 112 meccset játszottak le az alapszakaszban a csapatok. A tavalyi szezonban 256 alapszakasz meccset rendeztek melyre összesen 17.040.039 ember látogatott el, az átlagos nézőszám pedig 66.563 volt.



2. Ábra: Összes, illetve átlag NFL alapszakasz néző szám a 2015-ös szezontól a 2018/19-es szezonig (fő)

Forrás: saját szerkesztés

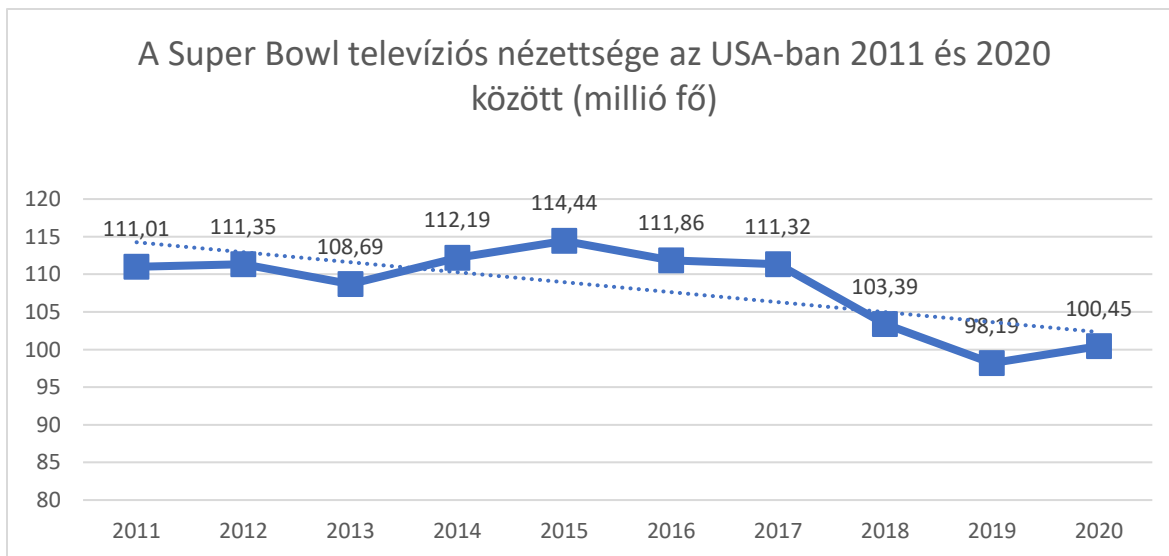
<https://www.pro-football-reference.com/years/2015/attendance.htm>
<https://www.pro-football-reference.com/years/2016/attendance.htm>
<https://www.pro-football-reference.com/years/2017/attendance.htm>
<https://www.pro-football-reference.com/years/2018/attendance.htm>
<https://www.pro-football-reference.com/years/2019/attendance.htm> alapján

Ebből a diagrammból egyértelműen megállapítható, hogy a 2016-os szezonban tudott a legtöbb nézővel büszkélkedni a liga. Feltehetjük azonban a kérdést, hogy miért fordult át csökkenő tendenciává a nézők száma? Ennek számos oka van. 2016 szeptemberében Colin Kaepernick úgy tüntetett a rendőri túlkapások valamint a rasszizmus ellen, hogy letérdelt a himnusz alatt, ezzel kivívva rengeteg amerikai állampolgár, de még az amerikai elnök Donald Trump ellenszenvét. Több játékosársa is követte a 49ers játékosát, felborzolva ezzel az igen hazafias amerikai népet. További okok lehetnek csapatok melyek megváltoztatták székhelyüket, ilyen lehet a Rams amely ST.Louis-ból Los Angelesbe költözött avagy a Chargers amely San Diegoból szintén az angyalok városába helyezte át főhadiszállását. Ezeknek a csapatoknak időbe telik kialakítani azt a szurkolótábort amellyel már korábban rendelkeztek előző állomásuk helyszínén. A Chargers ráadásul nem is rendelkezett saját stadionnal, így egy jóval kisebb stadionba kényszerült lejátszani meccseit. Valamint fontos megjegyezni azt is, hogy vannak csapatok melyek nem jeleskednek mostanában legalábbis ami az eredményeiket illeti, ezen csapatok meccseit nyilván valóan kisebb érdeklődés övezi, ilyen csapatok a Giants, Bengals vagy akár a Jets. (Finnell, 2019)

Érdeemes lehet az elkövetkező években megvizsgálni az NFL nézőszámait, ha majd valaha kilábal a világ a koronavírus járványból, hiszen a nézők száma minden tekintetben a 0-hoz közelít majd az idei évben. Ugyan vannak olyan csapatok melyek beengednek nézőket a meccseikre, de ott is csak korlátozott számban lehetnek fanatikusok.(ESPN NFL nation, 2020) Az NFL csapatoknak kardinális kérdés lehet a jövőben, hogy visszatérnek e majd a nézők a stadionokba és éves szinten visszaáll e majd a számuk 17 millió körülire, azonban erre a kérdésre még semmilyen szakértő sem tud választ adni.

1.5. Az NFL nézettségi adatai

Jelenleg 4 televíziós csatorna a CBS, FOX, ESPN, és az NBC, plusz az NFL hivatalos szolgáltatója az NFL network közvetíti a liga meccseit. Mint minden mást, ezt is igen szigorúan szabályozzák. A vasárnap délutáni meccsek közvetítéseit a FOX és a CBS végzi. A vasárnap és hétfő esti prime time (főműsor idő) meccseken az NBC és az ESPN osztozik. Az NFL network pedig a csütörtök esti rangadó közvetítéséről gondoskodik. (American Football Database, 2020) Az idei 2020-as év elején a nézettségi adatok a csütörtöki és vasárnap esti rangadókon 12%-val visszaestek, valamint a hétfő esti meccset is 17%-val kevesebben tekintették meg a megszokottnál. (Feller, 2020) Ennek több oka is van. A koronavírusnak köszönhetően több Major liga meccseit, rájátszását el kellett tolni. Az NFL-nek így versenyeznie kell az NBA és NHL rájátszással, valamint a baseball liga maradék meccseivel. (Wolken, 2020) Továbbá a már korábban említett himnusz alatti térdelés 2016-ból, reneszánszát éli, köszönhetően a mostani ember jogi tüntetéseknek, amely nem mindenki tetszését nyeri el a térségben. (Skysports, 2020)



3. Ábra: A Super Bowl televíziós nézettsége az USA-ban 2011 és 2020 között (millió fő) Forrás: Saját szerkesztés <https://www.sportsmediawatch.com/super-bowl-ratings-historical-viewership-chart-cbs-nbc-fox-abc/> alapján

Ezen grafikonnal fogom demonstrálni az utóbbi 10 év Super Bowl-jainak nézettségét, már ami az amerikai televíziós társaságokat illeti. A grafikonon ugyan nem került ábrázolásra, hiszen eltörpülne ezen hatalmas számok mellett, de évről-évre többen követik a nagy döntőt az NFL

streaming szolgáltatásán keresztül. A 2020-as meccset 3,4 millióan nézték ilyen formában. Attól függetlenül, hogy már nem nézik annyian a Super Bowl-t mint régebben, még így is torony magasan a legnézettebb esemény az Egyesült Államokban. Amerikai újságírók szerint nem igazán jelentős, hogy 2019-ben 100 millió fő alá csökkent a nézettség, ezt rengeteg dologgal magyarázzák, mint például a streaming előretörését, vagy azt, hogy Louisiana államban úgymond „bojkottálták” a meccs megtekintését egy az „elődöntőben” elkövetett bírói hiba miatt, ilyen ok lehet akár az unalmas half time show (félidei műsor) is.(Korman, 2019)

1.6. Az NFL térhódítása a világban (SWOT)

Annak szemléltetése érdekében, hogy az NFL miért örvend elképesztő sikereknek a tengerentúlon, valamint már a világ többi részén is a SWOT elemzést találtam legalkalmasabbnak. Azért ezt a fajta módszert választottam, mivel így nem csak azokra a dolgokra világíthatok rá melyek egyeduralmuk teszik a ligát többi vetélytársával szemben, hanem például arra is, hogy milyen potenciális veszélyekkel szembe nézniük azoknak akik az NFL brand nevét védik.

Az alább található táblázat segítségével fogom szemléltetni az NFL, mint brand erősségeinek, gyengeségeinek. Minek köszönhető az, hogy a liga jó úton halad a már korábban is említett 25 milliárd dolláros álom felé? Hogyan lehet még népszerűbbé tenni a sportot a világ minden táján avagy, hogy milyen nehézségek adódhatnak, miközben az NFL arra törekszik, hogy megőrizze piacvezető szerepét

<p style="text-align: center;">AZ NFL</p>	<p style="text-align: center;">Erősség:</p> <p>Az amerikai foci egy igen egyedi, látványos sport. A legnépszerűbb liga egyértelműen az NFL melynek döntőjét több száz millió ember követ világszerte. Rengeteg embert érdekel a játék, amit több óriási cég is felismert, így az NFL csatornáin keresztül hirdetik termékeiket. Annak ellenére, hogy a szezon kb. 5 hónapig tart a liga mindig szolgáltat beszédtemát magáról, így nem hagyja magáról elterelődni a figyelmet.</p>	<p style="text-align: center;">Gyengeség:</p> <p>Az amerikai focinak az Egyesült Államokon kívül nincs igazán nagy „kultúrája”. Az egyedége miatt a szabályok megértése nehéz lehet. Az ázsiai piac fele eddig nem igen tudott nyitni. A liga a megbízhatóság terén, már többször megbukott, továbbá a játékosok sem nézik jó szemmel, hogy a játékon kívül egyre több mindenre kötelezi őket szerződésük.</p>
<p style="text-align: center;">Lehetőség:</p> <p>A csapatok bármikor csökkenthetnek a jegyárakon, hogy új szurkolókat vonjanak be. A régi szurkolókat akik hitüket veszítették az NFL-ben valamilyen botrány miatt, vissza lehetne csalogatni egy rendesen kidolgozott szabállyal. A liga egyre több és színvonalasabb meccset visz külföldre.</p>	<p>A sport egyedi jellegét tekintve, valamint a jegyárak esetleges csökkenésének köszönhetően még több szurkolót sikerülhet becsalogatni a stadionokba. A szponzoroknak köszönhetően, egyre több és színvonalasabb meccset sikerül külföldre vinni, ezzel is növelve a sport szeretőinek a számát.</p>	<p>Amennyiben a liga még több meccset tudna külföldre vinni vagy akár egy amerikai kívüli franchiset létrehozna, úgy mindenképpen nagyobb sikere lenne a külföldi fogyasztóknál. Az évek során hiteltelenné váló vezetés, elgondolkodhatna a terv kidolgozásán, mellyel kőbe vésik az esetleges szabály szegések, bizalmatlan kezeléseket büntetéseit.</p>
<p style="text-align: center;">Veszély:</p> <p>Amerikában a Major sportok egymással versenyeznek a nézők kegyeiért. Évekkel ezelőtt senki se gondolta volna, hogy a labdarúgás is versenybe száll ezekkel a ligákkal. Az NFL játékosok hatalmas kockázatot vállalnak minden egyes meccsen, testi épségüket kockáztatva, talán a legnagyobb visszhangot kiváltó sérülések, a fejet erő ütések</p>	<p>Egyediségének köszönhetően, még mindig az NFL a legnézettebb sport. A labdarúgás gyerekcipőben jár még azon a féltekén az NFL-hez képest. Annak érdekében, hogy az „uborkaszezonban” se maradjanak, amerikai focis tartalom nélkül a nézők, lehetne több Hard knocks (Hanzus,2020) jellegű műsor, bár ezt a csapatok nem igen díjaznák. A játékosok testi épségének védelmében, a liga szigoríthatna a szabályzásán.</p>	<p>A játékosok termelik a profitot, hiszen velük lehet eladni a meccset, ezért egy olyan szabályrendszerre van szükség mely óvja őket. Nyilvánvaló, hogy a sérülések nem küszöbölhetőek ki teljesen, azonban például a fejre menő szerelési kísérleteket büntethetné a liga sokkal szigorúbban. Amennyiben az NFL nem nyit még jobban külföldi irányba, úgy alul fog maradni a többi Major ligás sportággal szemben.</p>

1. Táblázat: NFL SWOT elemzés,
Forrás: saját elemzés, 2020

- *Erősségek*

A Super Bowl a világ legnézettebb eseménye, a korábbiakban már bemutattam, hogy csak az USA-ban a nézettsége 100 millió fő körül van. Szokás mondani, hogy a döntő alatt leadott reklámok a világ legdrágább másodpercei, ugyanis a 2020-as esemény félidejében egy fél perces reklám 5,6 millió dollárba került ami azt jelenti, hogy 1 másodpercért 186.666 dollárt kellett fizetnie egy cégnek azért, hogy leadják a reklámát főműsoridőben.(Su, 2020) A cégóriások előszeretettel lovagolják meg az NFL hatalmas népszerűségét. Ez amolyan win-win szituáció, hiszen ezek a cégek rengeteg emberhez tudják eljuttatni promóciójukat az NFL csatornáin keresztül, míg a liga szponzorációs szerződésekkel elképesztő összegeket tud házhoz vinni. Ilyen brandek például a Nike, Bud Light vagy a Pepsi.

Az amerikai foci egy rettentő egyedi sport. Ötvözi az elképesztően kemény fizikai küzdelmeket a pálya széléről vívott stratégiai csatával, hiszen nem csak a játékosoknak kell tisztában lenniük azzal, hogy mikor mit, hogyan csináljanak, hanem az oldalvonal mellett lévő stábnak is arra kell törekednie, hogy egy lépéssel az ellenfél előtt legyen mindig. Minél izgalmasabb, egyedibb a játék, annál több nézőt fog a készülékek elé ültetni, ezzel növelve a liga bevételeit.

Bár a szezon szeptembertől a februári döntőig tart, az NFL gépezete nem hagyja, hogy a rajongók az év bármely részén foci nélkül maradjanak.(Nantais, 2019) A Super Bowl után nem áll meg az élet, tavasszal beindul az átigazolási szezon, ahol minden szurkoló izgatottan várja, hogy csapata milyen poszton tud erősíteni. Az NFL Draft -ahol az egyetemekről szerződtetnek a profi csapatok játékosokat- ma már egy külön „ceremónia”, melyet minden évben hatalmas hype övez a média és a szurkolók által.(Kirwan, 2013) Nyár elejével pedig beköszönt az edzőtáborok időszaka, ahol a játékosok felkészülnek a szezonra. Az újságírok pedig minden eseményt árgus szemekkel figyelnek, hogy tudósítsanak minden apró eseményről, ezzel is folyamatos beszédtemát szolgáltatva az NFL-ről.

- *Gyengeségek*

Az NFL-nek igen nehéz globálisan terjeszteni mind a termékeit, mind magát a sportágat, hiszen több tényező is megnehezíti azt, mint például a logisztika, bevételek elosztása, maga a helyszín és még sok más is amelyekről később kívánok bővebben beszélni. Ez egy olyan tényező melyben az NFL el van maradva major ligás társaitól, hiszen minden ligában van legalább egy külföldi, pontosabban fogalmazva kanadai csapat.(Canadianaffair, 2020) Bár visz meccseket külföldre a liga, hiszen minden évben rendeznek meccseket Londonban, valamint Mexikó felé is terjeszkedik a liga, ez azonban nem elég ahhoz, hogy felvegye a versenyt a többi major ligával, melyekben külföldi székhelyű csapatok versenyeznek és érnek el jó eredményeket.(Westoll, 2019)

Az egész világon Ázsiában ismerik a legkevésbé az amerikai focit annak ellenére, hogy a világ népességének nagy része arra felé található.(Fedotin, 2019) A kulturális valamint társadalmi különbségeknek köszönhetően, igen nehéz a sport népszerűsítése, továbbá az idő eltolódás is egy olyan probléma, melyet nehéz kiküszöbölni. De akkor minek köszönheti például az NBA azt, hogy Kína a második legnagyobb „fogyasztója”? Az olyan játékosoknak mint Yi Jianlian vagy az óriás Yao Ming.(Chairmansbao, 2019) Az NBA felismerte, hogy ha van kivel azonosulni a nézőnek, úgy sokkal könnyebben eladható maga sport, valamint a social mediában is sokkal inkább jelen vannak mint az NFL.

Az NFL szavahihetőségét nehéz elhelyezni a táblázatban véleményem szerint mivel, elkönnyvelhető a gyengeségen felül veszélyeztető tényezőnek is, azonban én ideraktam, mivel már gyengítik a brand imázsát. A himnusz alatti tüntetésekről már beszéltem, így nem kívánok itt is részletesebben beszélni róluk, ám mindenképpen idetartoznak. Csakugyan ide sorolható a játékosok doppingolásával kapcsolatos kérdések. A szurkolók többnyire tisztába vannak azzal, hogy a játékosok tiltott szereket használnak, hiszen ezt a sűrű menetrendet valamint azt, hogy fizikailag „tönkreteszik” egymást hétről-hétre nem igazán lehet máshogy bírni. Azonban a szurkolók nem nézik jó szemmel, hogy „gladiátoraik” használják ezeket a szereket.(McCarthy, 2019) Kiskapuk mindig voltak és lesznek is, azonban Roger Goodell még soha nem látott szigorúsággal bünteti azokat a játékosokat akik megszegik az előírásokat és ezen szerek segítségével akarják teljesítményüket még egy polccal feljebb tenni avagy csak lábra akarnak állni másnap egy meccs után, fájdalom nélkül. A liga egyre komolyabban kezeli a családon belüli erőszakot is, melyben

sajnos jó pár játékos bűnös.(Axon, 2019) Rengeteg eltiltást eredményeztek az ilyen fajta esetek, azonban a szurkolók, véleményem szerint jogosan, keveslik ezeket a büntetéseket. Összefoglalva a liga nem bünteti kellően azokat a játékosokat akik megszegik a szabályokat, gyakran csak becsukja a szemét és átsiklik a problémák felett. Ez a trend nem tartható fenn a liga részéről, hiszen ezzel mind szurkolókat, nézettséget és pénzt veszít.

A liga mind fizikailag mind szellemileg kihasználja játékosait. A fizikai rész véleményem szerint egyértelmű, a szellemi rész már annyira nem. Régebben a játékosoknak csak a játékkal kellett foglalkozniuk, a mai világban ez már nem így van. Minden játékos kötelezhető arra, hogy interjút adjon meccsek illetve edzések után, amennyiben ezt a kötelességét nem teljesíti pénzbüntetés szabható ki rá.(Florio, 2014) Továbbá különböző média szerepléseken kell részt venniük ,reklámokat forgatnak velük, különböző eseményeken való részvételre kötelezi őket csapatuk melyet nem néz minden játékos jó szemmel. Nem biztos, hogy így a játékosok csak a játékra tudnak koncentrálni és így elképzelhető, hogy romlik a teljesítményük, ami vereséghez vezet. A vereség pedig nem villanyozza fel túlzottan a szurkolókat, így a csapat valamint a liga is veszít népszerűségéből, ezáltal pedig csökkennek a bevételek is.

- *Lehetőségek*

Bár az idei évben a csapatok nem számíthatnak valami nagy bevételre az értékesített jegyekből a világvilágjárvány miatt, a jövőben mégis egy lehetőség lehet számukra ha ezeket az árakat csökkentik. Véleményem szerint 252 dollárt fizetni egy közepesen jó helyért annyira nem éri meg, ezt valószínűleg nem csak én gondolom így, hanem az átlagos amerikai néző is.(Scottey, 2020) Azt már mi is megszokhattuk, mint labdarúgásért rajongó nemzet, hogy a stadionokban busás összeget kell fizetni annak, aki enni inni is szeretne, azonban az amerikai népnek még mindig szokatlanul magasak ezek az árak, hiszen nekik mindig is amolyan ünnepnek számítottak a meccsnapok. Amennyiben a csapatok hajlandóak lennének áraikon csökkenteni, lehetséges, hogy több nézőt és új rajongókat is ki tudnának csalogatni a mérkőzésekre, növelve a sport népszerűségét.

Annak érdekében, hogy a liga visszanyerje szavahihetőségét, ezáltal visszacsalogatva azokat a nézőket akik anno imádták a sportot, de a liga hozzáállásával valamely kényes témában nem tudtak

egyérténi, jó lehetőségnek tartom egy olyan terv kidolgozását mely ezen problémákkal foglalkozik. A ligának nyitnia kell a közössége felé, elismerni, hogy nincs még semmilyen meghatározott terv, de felállítanak egy szabályzatot minden egyes lehetségesen felmerülő problémára. Ez egy jó módja lenne annak, hogy az NFL megmutassa, hogy igen is érdeklik azok a problémák amik a játékosokat érintik vagy csak éppen a világban zajlanak.

A kitűzött 25 milliárdos cél elérésének érdekében, a ligának még inkább nyitnia kell külföldi irányokba. Többször is említésre került már a kiaknázatlan európai vagy ázsiai piac és bár rendeznek meccseket Mexikóban vagy az Egyesült Királyságban is. A ligának szüksége van egy olyan pontra ahonnan feltérképezheti ezeknek a piacoknak a lehetőségeit, ezért is tartom jó ötletnek egy Amerikán kívüli franchise létrehozását.

- *Veszélyek*

Mivel másik profi amerikai football liga nincs az országban, így az NFL-nek csak más sportoktól kell tartania. Az NFL fő szezonja augusztustól februárig tart. Ebben az időszakban más már korábban említett sport események is játszódnak, gyakran egy időben az amerikai foci meccsekkel. Ilyenkor a meccseket személyesen látogatóknak dönteniük kell, hogy melyiket részesítik előnyben, valamint a TV előtt szurkolóknak is, hiszen igen egyszerűen megtörténhet, hogy a szeretett „csapatai” éppen egy időben hajtanak a győzelemért.

Nem csak az amerikai football kezdi megvetni a lábát Európában, hanem a labdarúgás is évről évre népszerűbb sportágnak számít az Egyesült Államokban. Bár még közel sincs olyan szinten a Major League Soccer (Egyesült államokbeli profi liga), mint például egy európai liga, mint a Bundesliga vagy a Ligue 1, de a fejlődése a sportnak megkérdőjelezhetetlen.(Vocal, 2020) Annak köszönhetően, hogy sikerült olyan sztárokat leszerződtetnie az ottani csapatoknak mint Thierry Henry vagy Zlatan Ibrahimovic, igen gyakran előfordul, hogy csordultig meg tudják tölteni a stadionokat a szervezők. Ez pedig az NFL számára nézve nem igazán előnyös, hiszen a különböző sportágak egymás elől vonják el a nézőket.

Sérülések mindig is voltak és lesznek is minden sportban, különösen az amerikai fociban, azonban az elmúlt években egyre több és komolyabb sérülés történik. Az NFL minden évben igyekszik tenni azért, hogy a sport biztonságosabb legyen, azonban az eredmények valamiért nem őket igazolják.(Lauletta, 2020) Egyre több a súlyos sérülés mint az izom vagy szalag szakadások, továbbá a törések is, ezeknek köszönhetően a liga olyan sztárokat veszít mint a legértékesebb csapatnak számon tartott Dallas Cowboys sztár irányítója Dak Prescott.(Barnwell, 2020) Egy ilyen szintű sérülés tönkretetheti egy franchise egész évét játékbeli szempontokból és visszaveti a csapat bevételeit is.

Több orvos is kimutatta azt, hogy a visszavonult játékosok egy része komoly agykárosodást szenved játékos karrierje végére, köszönhetően annak, hogy a fejüket folyamatos ütések érik. Az elmúlt években több visszavonult játékos is öngyilkosságot követetett el a szellemi leépülésének következtében.(NBC, 2017) A liga ezt az egész témát megpróbálta „eltusolni”, ez azonban nem sikerült nekik, így most rengeteg volt játékos perelte be őket és pereli a mai napig, azért mert egy életre „megnyomorította” őket a játék.(NFL, 2013)

2. AZ NFL MARKETINGMIXE (7P)

Az NFL sajátos marketingstratégiáját a az úgynevezett marketingmix segítségével kívánom bemutatni dolgozatomban. „Marketingmixnek azon marketingeszközök összességét nevezik, amelyeket a vállalat a piacra vonatkozó terveinek a megvalósításához használ fel.”(Papp, 2017) Amennyiben ezeket az eszközöket jól használják az adott vállalatnál, abban az esetben nagy valószínűséggel sikeres évek állnak előtte, azonban ha ezeket az elemeket nem hozzák összhangba, akkor több évre visszavetheti a vállalat fejlődését, sikereit. Az alábbiakban fogom bemutatni a 7P egyes elemeit először, majd azokat az NFL-re vonatkoztatva.

2.1. 4P

- *Termék és termékpolitika (product)*

A termék egy olyan dolog amelyet a piacon felkínálnak annak érdekében, hogy fogyasztói szükségleteket elégítsen ki. A termék lehet egy kézzel fogható áru, de akár egy szolgáltatás vagy információ is. A termék kapcsán foglalkozni kell a technológiával, dizájnnal, garanciával valamint a csomagolással és a címkézéssel. (Hlédik, 2019)

Az NFL elsődleges termékei egyértelműen magák a mérkőzések. Ezen mérkőzések közvetítéséből származik bevételük, legyen az a televíziós szerződésekből, a jegyeladásokból vagy akár a mostanában egyre népszerűbb streaming szolgáltatásokon keresztül. A liga árul kézzel fogható termékeket is, melyet „merch”-nek hívunk. Ezekből úgy származik bevételük, hogy eladják vállaltoknak, ezen termékek eladási jogait. Az NFL 2018-ban kötött egy 10 éves szerződést a NIKE-kal, hogy az forgalmazhassa az NFL illetve, annak csapatai lógójával ellátott termékeket.(Eckstein, 2019)

- *Ár és árpolitika (price)*

Ár alatt az az összeg értendő, melyet ki kell fizetnünk azért , hogy a termékhez -legyen az egy kézzelfogható tárgy, szolgáltatás vagy információ- hozzájuthassunk. Az ár a marketing stratégia egy igen fontos pontja, hiszen ez határozza meg a cég bevételét. A megfelelő árazás nagyban

befolyásolja az egész cég stratégiáját, mivel nagy hatással van a termék eladásaira és keresletére.(TheMarketingMix, 2020)

A liga csapatainak minden meccsét hatalmas érdeklődés övezi, ezáltal a mérkőzéseket majdnem minden esetben teltház előtt játsszák le. A jegyek ára átlagosan 7%-val emelkedett évente 2000 óta. 2000-ben a jegyeket 30 dollár körül értékesítették, míg ez a szám 2019-ben körülbelül 100 dollár volt.(Gough, 2020) Azonban ez a bevétel növekedés elhanyagolható a televíziós közvetítésekből befolyó összegekhez képest. 2015-ben bevezetésre került a jegyek dinamikus árazása, amely azt jelenti, hogy a mérkőzések jegyeit minden héten változtatják, az alapján, hogy a csapat milyen formában van, milyen ellenféllel játszik, milyen lesz az időjárás a meccs napján vagy a többi stadionban eladott jegyek árát.(Kaplan, 2015)

- *Értékesítés, termékelhelyezés (place)*

Az a hely, legyen az fizikai vagy nem fizikai, ahol a vevő hozzájuthat a kívánt áruhoz, szolgáltatáshoz vagy információhoz. Fontos, hogy a fogyasztók vásárlási szándékát minél egyszerűbben, gyorsabban és kényelmesebben ki tudjuk szolgálni. Elengedhetetlen egy vállalat sikerességéhez, hogy megfelelő helyen legyen a célközönség számára.(Luenendonk, 2019)

Az amerikai foci egyértelműen Amerika legimádottabb sportja, mi sem bizonyítja ezt jobban, mint, hogy a 20 legnézettebb televíziós adásból 19 egy Super Bowl volt az Egyesült Államok története során. Az alapszakasz meccseket hétfőn, csütörtökön és vasárnap adják a CBS, NBC, FOX, ESPN televíziós óriások, azonban az idei 2020-as évben volt egy kirívó eset a koronavírus miatt, mely során kedden került lejátszásra egy mérkőzés.(Gray, 2020) Évek óta a legnézettebb műsorok közé tartoznak az NFL meccsei, melyeket már online, streaming formájában is megtekinthetünk. A ligának nincs hivatalos boltja, csak online webshopja van, melynek elosztási központja az Egyesült Államokban található.(Eckstein, 2019)

- *Hirdetés és reklámpolitika (promotion)*

Egy bizonyos termék promóciójának a célja az az, hogy a fogyasztók számára egyértelművé tegye, hogy miért van szükségük erre a bizonyos áruira, szolgáltatásra vagy információra, valamint, hogy miért kell a megadott árat kifizetni érte. A promóció magába foglalja a PR-t, a márkaépítést, vállalati identitást vagy különleges ajánlatokat.(Anderson, 2020)

Az NFL amerika történetének legsikeresebb Major Ligája, mely a legnagyobb televíziós társaságokkal áll kapcsolatban. Marketing kampányai igen jól átgondoltak. Követik a mai trendeket, hiszen a social mediában is jelen vannak. A rajongókat sosem hagyják amerikai foci nélkül, folyamatos beszédtemát szolgáltatnak twitter, snapchat, instagram bejegyzéseik, youtube videóik.(Stirling, 2018) Minden eladott NFL-es terméken ott ékeskedik a logójuk, ennek köszönhetően felismerhetők a rajongók, amely azt az érzést kelti az emberekben, hogy összetartoznak, van bennük valami közös.

2.2. +3P

- *Emberi tényezők (people)*

Egy brand, cég sikerességét nagyban befolyásolja az emberi erőforrás, azaz, hogy kik dolgoznak ott. Ezek a dolgozók hozzáállásukkal, szakmai hozzáértésükkel és viselkedésükkel pozitív vagy negatív irányba terelhetik a fogyasztók vélekedését. Minden cégnél dolgozó egyénnek megfelelő motivációval és tudással kell rendelkeznie, hiszen a jó kiszolgálás van legalább olyan fontos mint a marketing üzenet. Tehát elengedhetetlen a dolgozók megfelelő képzésben való részesítése, valamint a nélkülözhetetlen kommunikációs készségek elsajátítása.(Marketing21, 2017)

Az NFL emberi tényezői egyértelműen a csapatok játékosai valamint az ott dolgozó edzői stáb, személyzet. A csapat által megtestesített kultúra hatalmas tényezőt jelent az új szurkolók bevonásában avagy a régiiek megtartásában. A játékosok és csapatok közösségi médiás tevékenysége nagyban befolyásolja a szurkolók sporthoz való hozzáállását. Egy igazi sztár kategóriás játékos visszavonulása, sérülése visszavetheti a nézettségi adatokat. (Eckstein, 2019)

- *Környezeti és tárgyi bizonyíték (physical evidence)*

Igen fontos a szolgáltatás nyújtásának helye is. A hely kényelme és vonzereje nagyban meghatározza a vásárlók élményét. Amennyiben sikerül egy barátságos, természetes környezetet kialakítani, abban az esetben ez biztonságérzetet fog kelteni a fogyasztóban, mely visszatérésre készítheti őt. (Sepsey, 2020)

Az NFL csapatai igyekeznek nézőiket, minél magasabb színvonalban fogadni. Évről-évre épülnek az új ultra modern stadionok melyeknek, egy céljuk van, hogy minél több látogatót ültessenek le a nézőtérre. A stadionok kényelme mellett, nagyon fontos az is, hogy minél kedvezőbb kameraállásokból, a lehető legtöbb kamerával tudják közvetíteni a mérkőzéseket, hogy az otthonról szurkolóknak is a legnagyobb élményt nyújthassák, ezzel biztosítva, hogy a következő meccset is meg fogja tekinteni. (Arkenberg, 2019)

- *Folyamatok (process)*

Olyan műveletek sorozata, melyeket a termék, a szolgáltatás vagy az információ fogyasztóhoz történő eljuttatása során hajtanak végre. Fontos elem a várakozási idő minimalizálása. Minden folyamatot úgy kell elvégezni, hogy minimalizálja a vállalat részéről felmerülő költségeket, ugyanakkor maximalizálja a fogyasztó számára az előnyöket és az értéket. A negatív élmények hatással lehetnek a fogyasztókra, amely kihathat a bevételekre. (Langford, 2019)

Mint az már többször is említésre került az NFL mérkőzéseit 4 televíziós szolgáltató sugározza, ezek mellett lehetősége van minden rajongónak előfizetnie az NFL Game Pass-ra, mely az NFL hivatalos streaming szolgáltatója. Azon felül, hogy online lehet követni a meccseket az NFL Game Pass extra adatokkal szórakoztatja előfizetői, továbbá biztosítja a lehetőséget, hogy edzői összefoglalókat, archív meccseket nézzünk.

3. KÜLFÖLDI TEJRESZKEDÉS

Dolgozatom során már többször említésre került az a tény, hogy az egyesült államokbeli piac már túl telített, ahhoz, hogy az NFL könnyedén új szurkolókat vonjon be. Ennek következtében, a ligának a határain túlra kell tekinteni, amennyiben növelni kívánja népszerűségét. Ezen fejezetben arról kívánok beszélni, hogy amerikán kívül milyen módon van jelen az amerikai football az emberek életében, valamint, hogy milyen lehetőségek vannak a külföldi terjeszkedésnek.

3.1. Az amerikai foci Amerikán kívüli népszerűsége

1989-ben az akkori Főbiztos, bizonyos Paul Tagliabue felvetette egy amerikai football liga ötletét Európában. Ezt az ötletet az akkori csapat tulajdonosok el is fogadták, hiszen úgy gondolták, hogy hasznuk származhat belőle, pénzügyileg, valamint amolyan második ligaként funkcionálna, ahol azok a játékosok fejlődhetnek akik még nincsenek készen az NFL-re, de van bennük potenciál. Ezt a ligát „World League of American Football” (Amerikai Football világligája) névre keresztelték. Két évbe telt mire működését megkezdhette 1991-ben. A liga az első szezonban 10 csapatot tartalmazott, hatot az Egyesül Államokból, egyet Kanadából, valamint hármat Európából. A csapatok megalapítását, költségeit az NFL tulajdonosok finanszírozták. Megannyi edző és játékos csatlakozott ezekhez a csapatokhoz, akiknek nem volt helye az NFL-ben, azonban megszerették volna mutatni magukat a csapatok stábjának. Az amerikai közönségnek az ABC, valamint az USA cable network biztosított a közvetítéseket a tengerentúlról. Minden adott volt ahhoz, hogy a liga sikeres legyen.

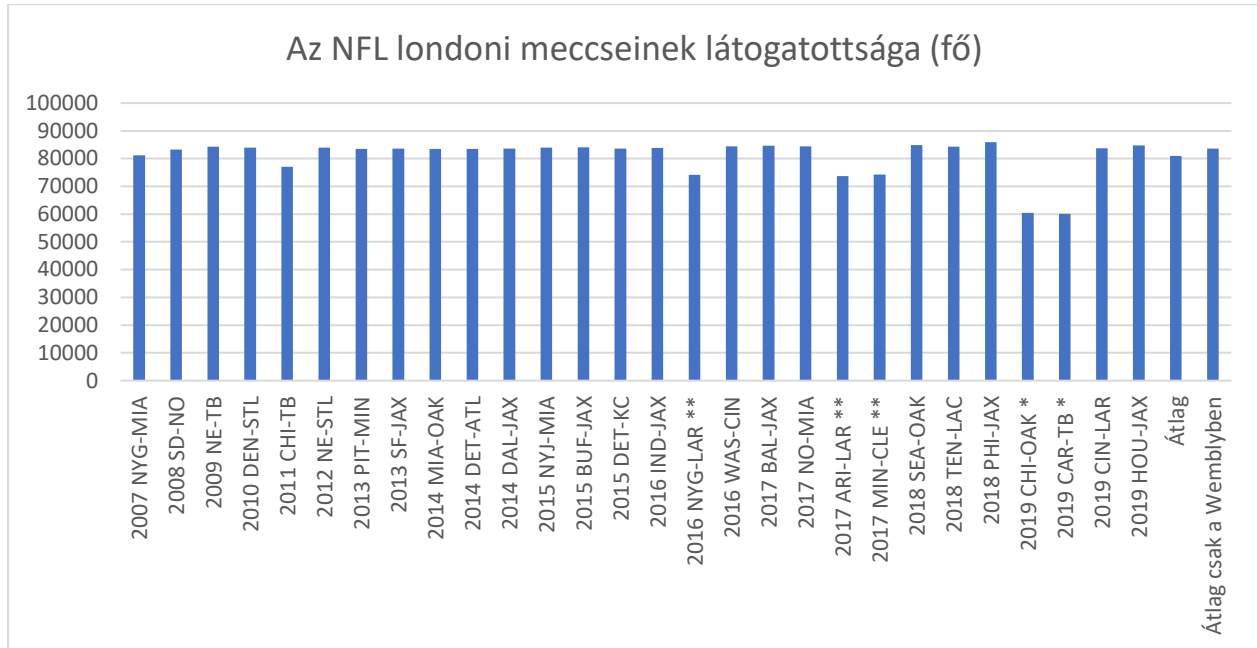
Az első idényt a londoni csapat nyerte ennek ellenére, a WLAF 7 millió dolláros veszteséget könyvelt el.(Smith, 1992) Második idényére se hozta azokat a számokat a liga mint amiket elvártak tőle. A liga továbbra is veszteséges volt, illetve a meccsek látogatottsága sem volt a legrózsásabb. Gazdasági problémák miatt a liga bezárta kapuit, 2 évig nem voltak tengerentúli meccsek rendezve. 1994-ben bejelentették, hogy 1995-ben újra elindulnak a liga mérkőzései. A liga felépítése megváltozott, ezúttal 6 európai csapat versengett a bajnoki címért, továbbá olyan szponzorokat

szereztek mint a FOX vagy a Reebok. Ezen változtatások nem bizonyultak sikeresnek.(Harding, 2016) Egyedüli országgént Németország volt az amelyben az emberek elég nagy érdeklődést mutattak a sport irányába, a többi európai országban továbbra sem volt elég népszerű, hogy profitot termeljen. Ennek köszönhetően 1998-ban átkeresztelték a ligát NFL Europe-ra, mellyel sokkal könnyebb azonosulnia az öreg kontinensen élőknek mint elődjével. Ugyanebben az évben megtörténhetett az áttörés, ugyanis egy igazi sztárjátékossal bővült az amszterdami egyseület kerete, Kurt Warnerrel, azonban az irányító se tudott lendíteni a liga nézettségén. (Seifert, 2017) A liga továbbra is anyagi problémákkal küzdött, rengeteg csapat nem tudta tovább fenntartani magát mint például az első bajnok, londoni csapat. 2005-re már hat csapat volt Németországból valamint egy Amszterdamból. A következő 2006-os évre ismét átnevezték a szervezetet, most az NFL Europa nevet kapta, azonban továbbra is előző nevére hivatkoztak rá. Roger Goodell 2006-os megválasztása után a 2007-es szezon volt az utolsó melyet lejátszottak. Goodell véget vetett a projekt szenvedéseinek, mely egyes források szerint évi 30 milliós veszteséget könyvelt el. (Keeler, 2016)

Goodell érkezése előtt az NFL még megpróbálkozott azzal, hogy előszezon meccseket hoz Európába, azonban ezeknek se volt túl nagy sikere. Goodell felismerte, hogy mi volt az európai közönség problémája. A főbiztos rájött, hogy nem fogja tudni „eladni” a mérkőzéseket úgy, hogy olyan játékosok játszanak az európai csapatokban akik nem férnek be az első ligába, amennyiben pedig beférnek, nem maradnak sokáig, így viszont nem alakul ki semmiféle kötődés játékos és szurkoló között. 2007-ben Goodell bejelentette az új projektet mellyel megcélozzák az európai közönséget, ez nem volt más mint az NFL International Series. A 2007-es szezon 8. hetén a New York Giants és a Miami Dolphins voltak az első csapatok melyek európai földön játszottak NFL alapszakasz mérkőzést. (Brody, 2014) A mérkőzést a későbbi végső bajnok Giants nyerte 13-10-re a legendás Wembley stadionban körülbelül 80.000 néző előtt. A sorozat azóta is töretlen népszerűségnek örvend. 2017-ben a sorozat tovább bővült, hiszen ebben az évben már Mexikóvárosban is rendeztek mérkőzést az NFL illetékesei, hiszen a közép-amerikai országban is rengetegen érdeklődnek a sport iránt. (Moriarty, 2019) Az idei 2020-as évben a koronavírus járványnak köszönhetően minden NFL International Series meccset, töröltek. Ezeket a mérkőzéseket idén a pályaválasztó csapat otthonában fogják megrendezni.(NFL, 2020)

3.2. Külföldi mérkőzések

Az NFL Londonban lejátszott meccseit 2007 óta hatalmas érdeklődés övezi. Ezt az alábbi grafikonnal szándékozom szemléltetni.



4. Ábra: az NFL londoni meccseinek látogatottsága (fő), forrás saját szerkesztés <https://www.statista.com/statistics/1074296/nfl-international-series-attendance/> alapján

Ebből az ábrából kiderül, hogy minden Wemblyben megrendezésre került mérkőzést, a 2010-es Chicago Bears-Tampa Bay Buccaneers kivételével legalább 80.000 fő tekintette meg a helyszínen. A Wembly stadion 83.693 fős nézettséget átlagol minden ott megrendezett meccsén 2007 óta. A Londonban megrendezett mérkőzések nézőszámának átlaga máé úgy is 80.000 fő felett van, hogy nem minden meccset a Wemblyben rendezték meg, hanem jelentősen kisebb kapacitással rendelkező stadionokban. Eddig 3 meccset rendeztek a Twickenham stadionban, mely a világ legnagyobb, külön rugby-re kialakított stadionja. További 2 meccset rendeztek a Tottenham Hotspur új, 2019-ben átadott stadionjában, melyet specifikusan úgy terveztek, először Amerikán kívül, hogy abban amerikai football meccseket rendezzenek. Egy felmérés szerint 2018-ban körülbelül 47.000 szurkoló vett mindhárom megrendezésre kerülő meccsre jegyet. A jegyeket abban az évben a legolcsóbb 63 dollártól egészen 637 dollárig értékesítették az NFL illetékesei. A 2018-as nézettségi adatok szerint 255.093 ember volt kíváncsi a meccsre. Ezek az emberek

hozzávetőlegesen 32 millió dolláros bevételt termeltek. (Cancian, 2018) Roger Goodell 2014-ben azt nyilatkozta, hogy hatalmas kereslet van a minőségi amerikai football iránt Európában. (Smith, 2014) Biztosra vehetjük, hogy amíg Goodell kormányozza az NFL hajóját, és az NFL International Series profitot termel, addig mi európaiak nem maradunk első osztályú amerikai football nélkül.

3.3. Franchise Londonban

Az NFL igen régóta megszeretné hódítani, az európai piacot, ez azonban nem sikerült nekik teljesen eddig. Voltak ugye olyan próbálkozások mint a WLAF vagy az NFL Europe, de ezeknek túl nagy falatnak bizonyult az öreg kontinens. 2007-től kezdetét vette az NFL International Series, mely egyértelműen hatalmas népszerűségnek örvend az emberek körében. Ezen a népszerűségen felbuzdulva a liga megszellőztette, hogy akár lehetne nagyobb jelenléte az NFL-nek Európában, még hozzá egy franchise formájában. (NFL, 2015) Amennyiben egy NFL csapatot helyezne el a liga Londonban, akkor az lenne a liga első nem Egyesült Amerikai székhellyel rendelkező csapat, mi több, ez volna az első olyan Major ligás együttes mely nem az Egyesült Államokban vagy Kanadában helyezkedik el földrajzilag. Egy londoni franchise célja természetesen a bevételek növelése lenne, továbbá, hogy megnyissa Európa kapuit az NFL irányába. Egy ilyen horderejű döntés meghozásához, -mint egy új franchise alapítása avagy egy már meglévő áthelyezése- a csapat tulajdonosok legalább három negyedére van szükség, hogy elfogadják a döntést. Egy ilyen klub több pénzügyi, jogi és logisztikai problémával küzdene, ezeket később kívánom kifejteni részletesebben. Amerikai football kompatibilis stadionokkal bőven lehet találkozni Londonban, mint azt a fentebbi írásomból is kiderül, ezért ez nem jelentene olyan nagy problémát egyik félnek sem amennyiben azok meg tudnak egyezni a használati feltételekben.

Az NFL tudatosan szállította a meccseket Londonba az évek során, kikövezve az utat ennek a potenciális franchise-nak. A liga tesztelte saját, magát a csapatokat valamint a fogyasztókat egyaránt. A fenti grafikon jól mutatja, hogy a szurkolóknak teljesen mindegy, hogy éppenséggel a drafton 1/1 aspiráns csapat (legrosszabb mérlegű) vagy éppen a legjobban teljesítő csapat látogat Angliába, ők mindenképpen megtöltik a stadiont. 2018-ban például a Londonban megrendezésre kerülő meccseken volt a második legnagyobb az átlagos nézőszám a Dallas Cowboys otthonával

szemben, azonban ez az adat kicsit csalóka, hiszen a többi NFL csapat stadionjában nincs lehetőség 80.000 ember fogadására, de mégis kiválóan szemlélteti az amerikai focit átölelő hypeot térségünkben. (D'Andrea, 2019) Az NFL egyre növelte a meccsek számát 2014-ben már 3, 2016-ban már 4 meccset rendeztek a tengerentúlon, gyakran nyugati parti csapatokkal akiknek az átállítás nem éppen könnyű munka. (Cancian, 2018) 2012-ban a Jacksonville Jaguars megegyezett a liga vezetőségével, hogy évi egy meccset hajlandók Londonban játszani. Ebből a programból mindkét fél profitált, ezért is emlegetik a jaguárokat a legtöbbször, amikor felvetődik a londoni franchise ötlete.

3.4. Régióra gyakorolt hatások

Az emberek nem mindig veszik észre, hogy a stadion építésén kívül egy csapatnak összességében nincs túl nagy gazdasági hatása a környezetére, városára. Például egy olyan hatalmas városnak mint New York a két NFL csapata a Giants és a Jets elhanyagolható bevétel forrást jelent az egész városéhoz képest. Egy átlagos csapat körülbelül 100 embert alkalmaz arra, hogy a csapat ügyeit intézzék. A hazai mérkőzések napjain 1000-1500 embert alkalmaznak, ám ők többségében részmunkaidős, beugrós állások, melyek szakértelmet nem igazán követelnek meg. Nyilvánvaló, hogy egy mérkőzésnek hatása van a környező üzletekre is, éttermekre, butikokra stb., de ha csak 8 hazai meccsel számolunk akkor ez a szám továbbra is elhanyagolható. (Siegfried, Zimbalist, 2000 pp.104) Egy másik szemszög alapján az ide látogató szurkolók nem rendelkeznek akkora jövedelemmel, hogy a csillagokat is megvásárolják, ezért azt a pénzt amit itt, egy NFL meccsen elöltenek azt amúgy is elköltenék valami másra, például elviszik vacsorázni a családot. Tehát összességében semmilyen plusz hatással nincs a gazdaságra.

Egy másik vélekedés szerint bármily sport létesítménynek pozitívak a hatásai a környezetére. A stadionok környékén megemelkedik az ingatlanok ára, minél közelebb van egy adott ingatlan a létesítményhez, annál jobban nő annak értéke, ugyanez fordítva is igaz, minél messzebb van, annál kevésbé növekszik az ára. A sport a szórakoztatóipar része, amennyiben az egész gazdaság szenved, akkor az magával húzza a szórakoztatóipart is. 2010-ben a válság után például a NBA

akkori főbiztosának David Stern-nek 80 embert kellett leépítenie az NBA kötelékein belül. (Robertson, 2010)

3.5. Potenciális lehetőségek

Leginkább háromféleképpen kaphat NFL csapatot Európa, egy új franchise-ot alapítanak, egy már meglévő átteszi a székhelyét vagy egy csapatnak két „otthona” lesz, ami azt jelenti, hogy 4-4 meccset játszik amerikai illetve európai földön. Mindegyik módhoz a tulajok 75%-nak támogatása szükséges.

Egy új csapat alapítása. Jim Bailey aki 2013-ban az NFL vezetőségének tagja volt azt nyilatkozta, hogy ha London felé terjeszkedik a liga akkor ezt a módszert választja, mivel így nagyobb befolyása van az egész folyamatra. (Dosh, 2013) Azonban a csapatok tulajdonosai nem értenek ezzel egyet. A 32 csapatos modell kiválóan ki van dolgozva, tökéletesen el vannak osztva a meccsek időpontjai valamint a csoport mérkőzések is. Egy új együtttest létrehozni továbbá rengeteg időbe is telik és nem biztos, hogy az egyből versenyképes is lenne a többi franchise-zal szemben.

Egy esetleges költözés valószínűbbnek tűnhet, hiszen így egy olya csapat változtatna székhelyén amely rendelkezik stábbal, játékos állománnyal, valamint minden egyébvel ami csapattá tesz egy csapatot. Ilyenekre volt bőven példa a közel múltban: 2016-ban a Rams csapata költözött Los Angelesbe St. Louisból, 2017-ben a Chargers követte a Ramst Los Angelesbe, kihasználva az ottani piac telítetlenségét az idei évben, 2020-ban pedig a Raiders hagyta hátra szurkolóit Oaklandben annak érdekében, hogy Las Vegasban játszassa hazai mérkőzéseit.(Kerr ,2020) A Jacksonville Jaguars az a csapat mely egy ilyen relokációra a legesélyesebb a külföldi újságírók között. A csapat jelenlegi tulajának Shadid Khannak bőven vannak londoni érdekeltségű befektetései. Ő maga is itt él és vezeti milliárdokat érő birodalmát. Belekóstolt már a sport világába, ugyanis ő a tulajdonosa a Fulham F.C.-nek, mely egy nagy múltú angol football csapat. 2017-ben a Jaguars vezetői elgondolkoztak azon, hogy építenek egy állandó központot Londonban, továbbá maga Khan 2018-ban megpróbálkozott a Wembley stadion megvásárlásával, azonban később visszavonta ezen ajánlatát. A Jaguarsnak továbbá van már tapasztalata az európai piacon, hiszen 2013-ban minden

évben játszanak Londonban hazai mérkőzést, valamint mint korábban említésre került a tulajdonosnak több befektetése is van helyben.

Az NFL szerint az is egy járható út ha két város osztozik egy franchise-on. Ez szerintük áthidalna megannyi problémát mely egy lehetséges londoni franchise-zal járna, még pedig úgy hogy, 4 meccset az USA-ban 4-et pedig az Egyesült Királyságban játszanának. Azzal viszont nem számolnak, hogy egy ilyen lépés megosztaná a csapat szurkolótáborát, fenn áll a veszélye annak, hogy ez a szurkoló tábor egyáltalán ki se alakulna, főleg nem az európai közösségnél. Ennek ellenére Mark Weller az NFL egyik vezetőségi tagja 2015-ben azt nyilatkozta, hogy soha nem vetődött fel ilyen módszer alkalmazása.(NFL, 2015)

3.6. Nehézségek

Egy londoni franchise alapításának rengeteg hátulütője van a logisztikától kezdve az adózásig igen sok problémát meg kell oldania a csapatnak valamint a ligának, ezek közül néhányat szeretnék részletesebben megvizsgálni.

Az egyik legnagyobb probléma a logisztikával lenne, azaz, hogy egy európai székhelyű franchise-nak minden idegenbeli meccsére át kell szállítani az Atlanti óceánon az egész csapatot, a személyzetet, valamint a hatalmas mennyiségű felszerelést amivel egy csapat rendelkezik. Ezt az NFL úgy oldaná meg, hogy a csapat egymásután több idegenbeli mérkőzésen vesz részt, így tartósabb ideig az Egyesült Államokban tartózkodhat a csapat. Erre van precedens más Major ligákban. Azonban ennek is vannak hátrányai hiszen így a csapat tagjainak, a sztár irányítótól kezdve az elemzőig, heteket kellene távol tölteniük az otthonuktól, családjuktól, akárhol is élnek. Fontos kérdést jelent az is, hogy a csapat hol készülne fel a szezon kezdetére, hiszen ilyenkor gyakran vannak még nem leigazolt játékosok is, valamint a játékosok legnagyobb százaléka amerikai állampolgár, ezért nem biztos, hogy az a legoptimálisabb ha elmozdítják őket szülőföldjükről. (Weiner, 2018)

Egy csapat népszerűségét és bevételét egyértelműen a szurkolók határozzák meg. Amennyiben egy csapat nem rendelkezik szurkolókkal, úgy az halálra van ítéelve. Londonban elméletileg van elég NFL imádó egy csapat eltartására, azonban problémát jelenthet az, hogy sok drukker már nem

szívesen cseréli le szeretett csapatát egy másikra csak azért mert az a szomszédba költözött. Ezért az NFL-nek főleg a fiatal korosztály vagy olyan emberek felé kell nyitnia melyek még nem mozognak komfortosan az NFL világában.

Az idő eltolódásnak köszönhetően nehéz lenne megszervezni úgy a mérkőzéseket, hogy azok mindenkinek jókor legyenek. Csak a legfanatikusabb szurkolók hajlandóak felkelni hajnalban azért, hogy szeretett csapatukat megnézzék. Egy másik probléma a Premier League jelenléte. (Schalter, 2013) Az Egyesült Királyságban egyértelmű, hogy a labdarúgás a legnépszerűbb sportág. A Premier League meccseket ugyanabban az időszávban rendezik meg mint az NFL meccseit, így egy olyan egyénnek aki mindkét sport rajongója, választania kell, hogy melyiket tekinti meg.

Az adózás eltér az Egyesült Államokban és az Egyesült Királyságban. 2013-tól az International Series mérkőzéseken résztvevő játékosok jövedelme kissé megcsappant köszönhetően a kevésbé játékos barát adózási rendszernek. Ez hatással lehet egy olyan csapatra amely 8 meccset Londonba játszik, mivel így a játékosok bevétele igen csak lecsökkenne. A játékosok viszont igen makacsok ami a fizetésüket illeti. Amennyiben a brit kormány nem ad ezeknek a játékosoknak kedvezményeket, abban az esetben sokkal nehezebb lenne jó minőségű játékosokat szerződtetnie egy londoni csapatnak, amely a csapat teljesítményének kárára mehet. (Dosh, 2013)

A kulturális eltérés is nagy nehézségeket okozhat. Két igazán nagy ellentét feszül az Egyesült Államok és Nagy Britannia között amely a sport „fogyasztásának” kultúrájához kapcsolódik. Az egyik a sportfogadás a másik pedig az alkoholos italok fogyasztása. Míg az NFL Amerikában mindig is ellenezte a sportfogadást addig Anglia a sportfogadás melegágya. Ami az alkoholos italok fogyasztását illeti, egyes NFL stadionokban van rá lehetőség, az Egyesült Királyságban azonban a 70-es 80-as években jelenlévő erőszak és vandalizmus miatt 1985-ben betiltottak minden nemű alkoholos ital fogyasztását a sporteseményeken. (Doughty, 2015)

4. PRIMERKUTATÁS

Ezen fejezet során ismertetem a módszertani háttérét a primer kutatásomnak, továbbá felállítom azokat a hipotéziseket melyeket, az intejűim, illetve kérdőívem elemzésével kívánok elfogadni avagy elutasítani.

4.1. A kutatás módszertani háttere

A primer kutatásom kvalitatív és kvanitatív részét a szekunder kutatásom alapján fogom végrehajtani. A kvanitatív kutatás egy olyan módszer amely számszerűsíti az adatokat és nagyobb mintát ad mint a kvalitatív kutatás, mely strukturálatlan és feltáró jellegű és kevesebb emberhez jut el. Egy témakör vizsgálatához külön-külön nem alkalmazhatóak, ezért együtt kell őket használni. (Grønhaug & Ghauri, 2016). A Kvalitatív kutatásra főleg a mélyinterjúzás, fókuszcsoportos interjúzás a jellemző míg a kvanitatív kutatásra a kérdőívezés a jellemző. Dolgozatomhoz azért választottam ezt a két fajta kutatási formát, mivel így mind közvetlenül mind pedig közvetettül elérem az NFL célcsoportját. Kvalitatív kutatásomat interjúk segítségével fogom véghez vinni. Ennek nagy előnye, hogy ez egy közvetlen, személyes beszélgetés, mely során a válaszadó elmondja nézeteit motivációját egy adott kérdéskörrel, témával kapcsolatban.(Malhotra & Simon, 2017). Kvalitatív kutatásomat online kérdőív segítségével kívánom teljesíteni, ennek hatalmas előnye a gyorsaság, hiszen nem a fizikai világban kerül kitöltésre, így pár kattintással rengeteg emberhez lehet eljuttatni a kérdőívet. (Berényi & Novák, 2016)

4.2. Hipotézisek megfogalmazása

Kutatásom ezen részén azokra a kérdésekre szeretnék választ kapni melyeket szekunder kutatásom nem válaszolt meg, vagy azt csak részben tette. Összesen 6 hipotézist állítok fel. 3 hipotézis jut az interjúmra, míg 3 a kérdőívem elemzésére. A hipotézisek amiket felállítottam:

4.2.1. Kvalitatív kutatás hipotézisei

H1: Könnyű hozzájutni hivatalos NFL termékekhez Európában.

H2: Egy londoni franchisenak nagy, pozitív hatása lenne a gazdaságra.

4.2.2. Kvanitatív kutatás hipotézisei

H3: A vásárlók többsége elégedett a termékek minőségével.

H4: A streaming mostanra háttérbe szorította a televíziós közvetítéseket.

H5: A szurkolók többsége támogatna egy csapatot amely a kontinensünkön található.

A hipotéziseimet felállítottam, így el tudom kezdeni primer kutatásom velejét, a kvalitatív kutatással fogok kezdeni.

4.3. Kvalitatív kutatás

4.3.1. Interjúk elemzése

A kvalitatív kutatásomhoz az információ gyűjtés és annak vizsgálata 2020. október 30-tól 2020. november 24-ig tartott. Dolgozatom elkészítéséhez 3 emberrel készítettem interjút. Minden egyes interjúalanyom a sport világában tengeti mindennapjait. 2 delikvens szorosan kötődik az amerikai football világhoz, azonban harmadik interjú alanynak egy olyan személyt kerestem aki nem a téma szakértője, de az Európán belül hatalmas népszerűségének örvendő sportokkal szoros viszonyt ápol. Megkeresetteim között található Katona Dániel aki a Fűzővel Kifelé! nevű amerikai

focival foglalkozó weblap egyik főszerkesztője már több mint 6 éve. Továbbá az igen élvezetes Triple Coverage nevű podcast-et vezeti, melyben az NFL-ről szólnak diskurzusok, emellett minden héten több elemzést és cikket tesz közzé a már korábban is említett weboldalon. Dani hasonló pályán szeretett volna elhelyezkedni mint iskolánk legtöbb diákja, hiszen a Corvinus-on végezt MSC képzést logisztikai menedzsment szakon, azonban a sportújságírásban találta meg hivatását, sok NFL rajongó szerencséjére. 2. interjúalanyomként a MAFSZ (Magyar Amerikai Futball Szövetség) illetékesei közül kívántam valakinek kérdéseket feltenni. Ezzel sikerrel is jártam hiszen sikerült elérnem a szövetség egyik munkatársát akinek a feladatai közé tartozik a tagszervezetekkel való kommunikáció, a különböző social media feültetek kezelése, valamint a szponzorokkal való tárgyalás is. 3. megkeresettem a magyar közmédia sportcsatornájának, azaz az M4-nek dolgozik mint sportújságíró, valamint a hazai vízilabda 2. ligájában, az OB/II-ben vízilabdázik.

Az interjúim kérdéseit négy részre fogom bontani. Az első részben személyes jellegű kérdéseket teszek fel. Ezután következnek a marketingmixxel kapcsolatos kérdéseim melyeket két részre bontok az első fele a 4p-re fog vonatkozni, míg a másik az a maradék 3p-re fog fókuszálni. Interjúim utolsó részének elemzésében pedig bemutatom azt, hogy a válaszadók miként vélekednek az NFL Európába hozásról. A pontos kérdések és azok válaszai az 1. 2. és 3. számú melléklet tartalmazza.

4.3.2. Háttér-információ

Ezen kérdéseim során többnyire arra voltam kíváncsi, hogy interjúalanyaim mióta követik az NFL-t, hogyan kötődnek a sporthoz, illetve, hogy ki a kedvenc csapatuk. Mivel az M4 munkatársa nem számít a sportág rajongójának, így tőle csak annyit tudtam meg, hogy néha követte a magyar közvetítéseket, illetve barátaitól hallot az NFL-ről. Katona Dániel már több mint 15 éve kitart kedvenc csapata mellett, mely „kiválasztásához” nagy szerepet játszott, hogy akkoriban a csapat Super Bowl döntőt játszott. Ebből én arra vélek következtetni, hogy ahhoz egy csapatot megszeressünk és kitartsunk mellette hosszú évekig, nagy szükség van az adott csapat és annak játékosai jó teljesítményére. A MAFSZ munkatársa, nagy meglepetésemre, nem NFL rajongó, így kedvenc csapattal sem rendelkezik. Azonban azt elmondta nekem, hogy már több mint 15 éve rendszeresen űzi a sportot hazánk egyik klubjában.

4.3.3. 4P-vel kapcsolatos kérdések

A személyes kérdések után tettem fel az NFL marketingstratégiájához kapcsolódó kérdéseimet. A 4P-vel kezdtem, így először azokat a válaszokat fogom elemezni. Kezdsnek természetesen az első P-vel kezdek azaz a „Product”-tal, a termék és termékpolitikával. A válaszokból kiderül, hogy a liga által forgalmazott termékek igen jó minőségűek. Semelyik termékükbe nem lehet belekötni, teljesen mindegy, hogy az egy póló, pulóver, kötött sapka, baseball sapka, bármi más. Ezek a termékek bírják a gyűrődés, hiszen több éven keresztül megőrzik, tartásukat, kinézetüket a megfelelő minőségben. A csomagolásukra nem igazán fektetnek nagy hangsúlyt, de nem is ez élvez prioritást a ligánál. Egyébként is a világ egy olyan irányba halad, ahol a csomagolás már nem igazán fontos, továbbá nem a csomagolás dizánjára fektetnek nagy hangsúlyt hanem annak fenntarthatóságára. (Kieselbach, 2020)

Az NFL streaming szolgáltatás az NFL Game Pass, mint kiderült számomra, rendkívül megbízható és modern. A felületen van lehetőség arra, hogy élőben tekintsünk meg egy adott mérkőzést, de akár visszanezhetjük azt felvételtől is vagy vissza is pörgethetünk eseményeket benne. A legfontosabb benne, hogy minden meccse egy helyen megtalálható, ezzel sokkal kényelmesebbé téve az élményt. Egy olyan embernek aki például elemzéseket készít, mint Dani, elengedhetetlen, egy ilyen szolgáltatás, hiszen nagyban megkönnyíti a cikkek megírását. Egyedüli hibaként azt lehet felhozni, hogy a Game Pass különböző régiókra van osztva, így például aki európai előfizetéssel rendelkezik az Európán kívül nem tudja használni. Így eshetett meg az FK! főszerkesztőjével is, amerikai útja során, hogy nem tudta használni ezt a szolgáltatást.

A „Price” azaz ár és árpolitika kérdései egyértelműen rámutatnak arra, hogy az NFL termékei nem a „magyar pénztárcához” vannak igazítva, ami az árazást illeti. Minden interjúalany aki ezzel kapcsolatban kapott kérdést egyetértett abban, hogy amíg az amerikai fizetésekhez mérjük az árakat, addig teljesen rendben vannak, ám amikor a magyar átlag ember fizetéséhez, akkor már kicsit drágábbnak tűnnek, azonban még így is megvásárolható egy-egy darab. Mint az már kiderült, az NFL termékei jó minőségűek, azonban maga brand értéke is sokat nyom a latban, így maga az NFL logó vagy a csapatok címerei is nagyban növelik ezen termékek árait.

Amennyiben egy NFL csapat mérkőzését szeretné megtekinteni élőben az ember, abban az esetben mélyen a pénztárcájába kell nyúlnia. Nyilvánvaló, hogy ezt is kétfelé kell bontani, amerikai szurkolóra illetve hazánkbeli szurkolóra. Egy magyar, de akár beszélhetünk európai szurkolóról,

nem engedheti meg igazán magának, hogy csak úgy ellátogasson egy NFL mérkőzésre avagy ha elég fanatikus akkor állhatja a kiutazás, ott tartózkodás költségeit is a meccs jegyen kívül, mintha egy kis nyaralásról beszélnék. Az amerikai rajongók számára nem jelent gondot kifizetni egy-egy jegyet, de akár egy teljes szezon bérlet kiváltása se. Ez látható abból, hogy hányan vannak a meccseken illetve a meccset megelőző tailgate partyk-on (meccsek előtti közös mulatozás a parkolóban) is. (Hirsch, 2017) Náluk inkább az jelenti a problémát, hogy a legsikeresebb csapatok stadionjaiba nem férnek be elegendően. Szekunder kutatásom során már említésre került a jegyek árazásával kapcsolatos dinamikus árazás. Katona Dániel szerint a dinamikus árazás egy jó, logikusan felépített stratégia, hiszen egy erősebb ellenfélre többen kíváncsiak, mint egy gyengére, így logikus, hogy a belépőjegyek is drágábbak lesznek.

A harmadik P a „place” azaz értékesítés, termékelhelyezésnél arra voltam kíváncsi, hogy melyek a legnépszerűbb franchiseok az eladások tekintetében, illetve hogy a liga termékeihez könnyen hozzá lehet e jutni. Mivel interjúalanyaim közül csak Dani számít igazi NFL rajongónak, így csak az ő véleményét tekintem relevánsnak abban a kérdésben, hogy melyek a legnépszerűbb csapatok. Egyértelműen megállapítható, hogy a Dallas Cowboys és a New England Patriots kiemelkedik a 32 csapat közül. Harmadiknak a New York Giantset mondta, azonban a new yorki alakulat veszíteni látszik imidzséből, hiszen az utóbbi években felmutatott performanszuk nem a legrózsásabb.

A válaszokból kiderült, hogy a termékek az Egyesült Államokban igen könnyen beszerezhetőek, ez azonban nem igaz Európára. Fontos megjegyezni, hogy hivatalos NFL bolt nem létezik, mint például az NBA-ben, NHL-ben, így csak az NFL webshopjából lehet rendelni. Továbbá minden csapatnak van hivatalos webshopja is, onnan is lehet rendelni termékeket. A tengerentúlról is megoldható a termékek kiszállítása azonban, így sokkal drágábbak lesznek, hiszen így rájuk halmozódnak a különböző vámok, szállítási költségek. Létezik európai webshop is, mely használatával elkerülhetők ezek a plusz költségek, azonban abban közel sem akkora a választék, de az évek alatt ebben is tapasztalható fejlődés.

A következő, azaz negyedik P a „promotion”, a hirdetés és reklámpolitika. Ahhoz a kérdésemhez, amelyik arra irányult, hogy a válaszadók gyakran találkoznak e NFL témájú reklámokkal ellentétes válaszokat kaptam. Míg Katona Dániel igen sok reklámmal találkozik ami az NFL-lel kapcsolatos, addig a MAFSZ munkatársa, nem nagyon találkozik ilyenfajta promóciókkal. Véleményem szerint

ez azért lehet így, mivel mint azt már említettem a MAFSZ munkatársa nem vallja magát NFL rajongónak, míg Dánielnek élete velős részét képezi az NFL. Dani ezekben a reklámokban nem vél felfedezni semmilyen különlegességet, trendet, szerinte ezek csak sima reklámok. Szó esett a Super Bowl idején sugárzott reklámokról is. Ezek a reklámok egyértelműen sokkal drágábbak, mint azok, melyeket alapszakasz meccseken sugároznak a televíziós adók. A legutóbbi Super Bowl-nál egy 30 másodperces reklámért 5,6 millió dollárt kértek el. Ezek a reklámok igen változatosak, viccesek, ötletesek. A legtöbb cég erre az eseményre külön reklámokat gyártanak, köszönhetően a hatalmas nézettségi adatoknak. Megkértem, hogy említsenek meg pár céget amik eszükbe jutnak hirtelenjében, erre olyan válaszokat kaptam mint a: Budlight, KFC, Burger King, Gillette, Chevrolet vagy a Doritos. Ebből én úgy gondolom, hogy mivel ilyen drágák a spotok, így csak a legnagyobb sodrással rendelkező vállalatok engedhetik meg maguknak, hogy a Super Bowl ideje alatt hirdessék termékeiket, szolgáltatásaikat.

4.3.4. 3P-vel kapcsolatos kérdések

Az ötödik P, „people”, azaz az emberi tényezők. Itt először is arról kérdeztem, hogy amennyiben vásároltak e már NFL-es terméket, akkor milyennek találták a kiszolgálást. Itt is csak Dani véleményére tudok támaszkodni, mivel a MAFSZ munkatársa még nem vásárolt semmilyen NFL merch-et, köszönhetően ugyebár annak a ténynek, hogy ő az amerikai football rajongója nem pedig az NFL-é. Katona Dániel, mivel a legtöbb terméket online webshopból vásárolta, így nem igazán érintkezett az ott dolgozó emberekkel, egyet kivéve amikor az Egyesült Államokban vásárolt, véleménye szerint az ottani kiszolgálók alapjáraton sokkal kedvesebbek, segítőkészebbek mint hazánkban. A webshop ügyfélszolgálatával is volt már dolga. Szerinte az ügyintéző igen kedvesen állt hozzá a problémához, mely felüdülés volt többi hasonló ügyfélszolgálatos tapasztalatával ellentétben. A liga arca mindkét megkérdezett szerint a Kansas City Chiefs irányító kiválósága, Patrick Mahomes. Ezt mindketten azzal indokolják, hogy az irányítók kapják a legnagyobb reflektorfényt a ligában. Mahomes tavaly kiváló teljesítményt nyújtott, csapatával megnyerte a Super Bowlt, nem mellesleg játéka igen látványos, szórakoztató. Így Mahomes háttérbe szorította Tom Bradyt, akiről még talán az is hallott aki azt se tudja milyen alakú labdával játszik ezt a sportot.

A következő P a sorban, a hatodik, a „physical evidence”, azaz a környezeti és tárgyi bizonyíték. Itt a stadionok minőségére voltam kíváncsi, ezt a részt ketté szedném, hiszen csak Dani volt NFL

stadionban, de szerencsére a MAFSZ munkatársnak is megvan a maga véleménye a témában. A MAFSZ munkatársa bár még nem volt ilyen létesítményben, azért tisztába van ezen stadionok hatalmas méretéről. Említést tesz 100 ezer fő befogadására képes stadionokról is, melyek többnyire az egyetemi ligában vannak. Véleménye szerint ezek a létesítmények nagyon profin vannak felépítve, kiváló designnal, ezeket a hazai Puskás Ferenc stadionhoz hasonlította, melyet 2019-ben adták át a nagyérdeműnek.(Nemzetisport, 2019) Kiemelte továbbá, hogy a szponzorok gyakran megveszik a stadion elnevezési jogait, így lehet a New England Patriots otthona a Gillette Stadion. Dani 4 stadion említett meg amelyeket már meglátogathatott, volt már Baltimore-ban, New Yorkban, Philadelphiában és Los Angelesben is. Véleménye szerint nagy szórás van a stadionok minősége között, hiszen vannak igen régi és új létesítmények is a ligában. Melyeket meglátogatott 70 és 82 ezer néző befogadására alkalmasak. Az új stadionok gyönyörű komplexumok amelyben minden megvan ahhoz, hogy az ember jól szórakozzon. Ilyen létesítmény például a minnesotai, atlantai vagy a dallasi. Az öregebb stadionok bár nem a legmodernebbek, de így is már több renováláson estek át, így igazán nagy panasz azokra se lehet.

Az utolsó, azaz hetedik P a „process”, folyamatok. Interjúalanyaimról elmondható, hogy használták már a hagyományos televíziós közvetítést, az NFL streaming szolgáltatását a Game Pass-t. A liga egyértelműen próbálja az embereket a streaming szolgáltatás előfizetésére ösztönözni. Véleményük szerint a meccsnézési szokásokkal kapcsolatos trend elindult abba az irányba, hogy az emberek inkább a Game Pass-t használják meccsnézésre, mint a TV-t. Ez annak köszönhető, hogy ott szabadon lehet válogatni a csapatok között, így az ember nincs belekényszerítve abba, hogy a televíziós társaságok által kiválasztott meccset nézze meg, hanem bármikor nézheti kedven csapatát. Illetve ki kell emelni azt, hogy a fiatalabb generáció inkább a streaming felé hajlik, nem csak a sportokat tekintve, de például ha valaki egy sorozatot akar megnézni akkor is. (Taylor, 2020) Meg tudtam, hogy a televíziós szerződésekre nem lesz rossz hatással a koronavírus okozta zűrzavar, inkább ellenkezőleg, valószínűleg többen fogják TV-n keresztül követni a mérkőzéseket. A liga számára a bevételek növekedni fognak a televíziós szerződésekből.

4.3.5. NFL Európában

Ezt a részt három felé kívánom bontani, az első fele fogja azok véleményét tartalmazni akik amerikai focis berkekben jártasak. A második rész pedig annak a sportújságírónak fogja tartalmazni a véleményét aki nincs mélyebben benne a témában. A harmadikban pedig egy rövid összehasonlítást fog tartalmazni.

Mint szurkoló, mindkét interjúalany egyetért abban, hogy igazán jó lenne egy európai székhelyű csapat. Abban viszont nem értenek egyet, hogy a ligának jó lenne e. A MAFSZ munkatársa szerint, egy ilyen terjeszkedéssel a liga meghódítaná az európai emberek szívét, így még több szurkolója lenne a sportágnak. Katona Dániel egy másik megközelítés alapján válaszolt, szerinte ugyanis, nem lenne jót a ligának egy ilyen terjeszkedés az időeltolódás vagy az utazás miatt.

A csapat fel tudná venni a versenyt amerikai ellenfeleivel. Ehhez nyilvánvalóan egy jó general manager-re lenne szükség, azonban ez minden csapatnál így van. Dani gondolatmenetében eljutott odáig is, hogy ez a csapat akár még egy kis versenyelőnyben is lehetne, köszönhetően annak, hogy jobban hozzászoknának az utazáshoz a két kontinens között. Ez egy igen érdekes perspektíva, amibe én egymagam sose gondoltam volna bele, de jobban megvizsgálva akár igaza is lehet. Mivel Európában már van meglévő szurkolói bázisa az NFL-nek illetve a Jaguarsanak, akik minden évben ellátogatnak Londonba, így a stadionokat képesek lennének megtölteni a szurkolók. Azonban ezt a szurkolótábort nem lehet egy lapon említeni az amerikaiakkal. Véleményem szerint ebben az esetben az a lényeg, hogy a stadionokba annyi ember látogasson ki amivel teltházat generálnak.

Megkérdeztem abban sem értettek egyet, hogy a csapatnak lenne e pozitív gazdasági hatása a környezetére. A Fűzővel Kifelé! szerkesztője szerint, mivel az amerikai focinak nincs akkora kultúrája itt, Európában, mint Amerikában, ezért a gazdasági hatásai is elhanyagolhatóak lennének. Ellenben a MAFSZ munkatársa szerint a csapat jelenléte fellendítené a környék éttermeit, több turistát vonzana a környékre, valamint munkahelyeket teremtene.

Megkérdeztem azt is, hogy mit tartanának jobbnak, ha egy meglévő csapat tenné át a székhelyét vagy ha alapítanának egy újat. Természetesen itt sem értett egyet a két amerikai fociban jártas szakember. A MAFSZ munkatársa szerint inkább egy új csapat létrehozását szavaznák meg a csapatok tulajdonosai. Ezt azzal indokolja, hogy a játékosok és a csapat személyzete egy meglévő csapatnak nem igazán díjazná a fejük felett meghozott döntést. Továbbá azoknak a játékosoknak is megérné akik ide akarnak igazolni, hiszen mindenki ehhez a csapathoz akarna tartozni, valamint ez megnyitná az európai játékosok előtt is az utat az NFL-be. Dani azon a véleményen van, hogy

egy meglévő csapatot kellene áthelyezni, mivel a mostani 32 csapatos rendszer túl jól működik, ahhoz, hogy ebbe a tulajok belenyúljanak. Erre legalkalmasabb csapatnak a már sokszor emlegetett Jacksonville Jaguars-t, vagy a szurkolókkal nem igazán bővelkedő Chargerst látja.

Abban egyetértés született, hogy egy NFL csapat európai léte kivitelezhető lenne. Az utazást így is megoldják a csapatok amikor International Series meccseket kell játszaniuk. Továbbá az adózási és szerencsejátékokra vonatkozó szabályok az Egyesült Államok különböző államaiban is eltérőek, ezért a liga csapatai elég flexibilisek ilyen téren, ezért az európai/egyesült királyságokbeli szabályokhoz is tudnának igazodni.

Az M4-nél dolgozó sportújságíró szerint van létjogosultsága az amerikai focinak Európában. Ezt azzal indokolja, hogy a sport népszerűsége folyamatosan növekszik. Ezen következtetést abból vonta le, hogy egyre több amatőr illetve profi bajnokság alakul kontinensünkön. Véleménye szerint annak a csapatnak melyet ideköltöztetnek/alapítanak, lenne stabil szurkolótábora, hiszen elég csak Magyarországra és annak csapataira gondolni. Ezeknek az amatőr csapatoknak a meccseire több ezer ember látogat ki. Nem beszélve arról a tényről, hogy hazánkban már van amerikai foci válogatottja is. A csapat versenyképességét illetően így nyilatkozott: „Ahhoz, hogy egy európai székhelyű együttes felvehesse a versenyt - egy olyan hosszú múlttal rendelkező szervezet, mint az NFL - bármely csapatával, csak hosszú évek elteltével tartom elképzelhetőnek.” Továbbá ő is kiemelte azt, hogy ez megnyitná a európai játékosok útját az NFL-be. Feltettem neki a kérdést, hogy az NFL feltudná-e venni az angol futball bajnoksággal a versenyt, éppenhogy nem lettem kinevetve, de azért kaptam értékelhető választ. Szerinte körülbelül lehetetlen vállalkozás ez, köszönhetően az angol futball kultúrának, de egy „szerteágazó sportágfejlesztési stratégiával” még akár ez is kivitelezhető lenne. A gazdaságra gyakorolt hatásra kaptam egy harmadik nézőpontot is, eszerint amennyiben ez a sportegyesület állami vagy önkormányzati támogatások nélkül vagy csak minimális támogatásokkal képes megállni a helyét a piacon, abban az esetben ennek az egyesületnek a gazdasági hatásai pozitívak lesznek. Kíváncsi voltam arra a kérdésre adott válaszára, hogy el tudná-e képzelni egy európai Super Bowl-t. Természetesen nemleges választ adott rá. Teljesen elképzelhetetlennek tartja azt, olyan lenne mintha a Bajnokok Ligája döntőt vinnénk külföldre. Megkérdeztem nem látja semmi akadályát annak, hogy legyen egy csapat Európában ami a logisztikai, adózási nehézségeket illeti, azonban szerinte az NFL-nek a fentiekben leírtak ellenére se érdeke, hogy ilyen szinten terjeszkedjen Európában.

Abban mindenki egyetértett, hogy a szurkolóknak nagyon jót tenne egy ilyen, európai franchise. Abban viszont, hogy a ligának jót tenne e nem volt egyöntetű egyetértés, hiszen volt aki szerint a ligának is érdeke lenne egy ilyen jellegű terjeszkedés. A stabil szurkolótábor létrejöttét mindenki kivitelezhetőnek találta, hiszen már most is elég népszerű a liga nálunk. A gazdaságra gyakorolt hatással kapcsolatos kérdésre háromféle nézőpontot kaptam, azonban mindegyik interjúalany érvekkkel tudta alátámasztani mondanóját, ezért ezt a kérdéskört később mérlegelem. Utolsó sorban pedig mindenki kivitelezhetőnek tartja egy csapat relokációját/alapítását Európában, a logisztikai, adózási, szerencsejátékbeli nehézségek ellenére is.

4.4. Kvanitatív kutatás

4.4.1. Kérdőívelemzés módszere

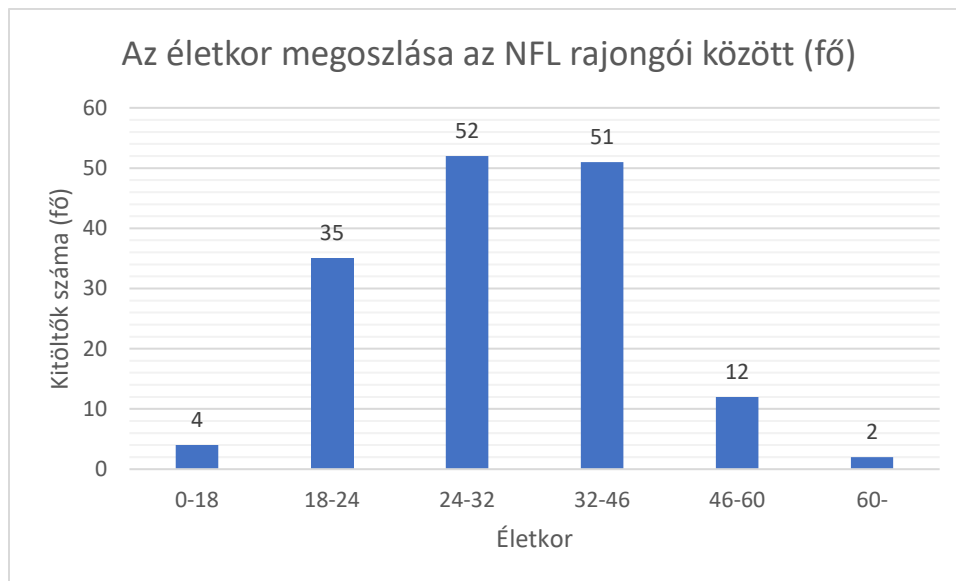
Primer kutatásom második eleme a kérdőívelemzés. Mivel én személy szerint csak Londont tartom olyan európai városnak, amelyben megfelelő helye lenne egy NFL franchise-nak, ezért úgy határoztam, hogy olyan embereknek kell feltennem a kérdéseimet akik az Egyesült Királyságban élnek, illetve nyilván NFL rajongók. A kérdőívemet 2020. november 8-án tettem elérhetővé és egészen 2020. november 23-ig volt elérhető. Összesen 156 ember töltötte ki a kérdőívet. Mivel Egyesült Királyságbeli emberek véleményére voltam kíváncsi ezért a kérdőívem teljesen angol nyelvű. A kérdőív online formában jutott el a kitöltőkhöz. Összesen 2 helyen tettem közzé, hogy minél több emberhez eljusson, elsőnek az NFL UK nevezetű facebook csoportba posztoltam ki, majd a reddit megfelelő subreddit-jében (a reddit a világ egyik legnagyobb fóruma ahol majd minden téma fellelhető, a subreddit pedig a redditen belüli al topicok), az NFL UK közösséghez.

5 kérdéskör alapján fogom ismertetni a válaszokat, ezek nem mások mint: Demográfiai kérdések, fogyasztási szokásokkal kapcsolatos kérdések, vásárlási szokásokkal kapcsolatos kérdések, elégedettséggel kapcsolatos kérdések, illetve a potenciális londoni franchise-zal kapcsolatos kérdések. Elemzésemet a demográfiai kérdésekkel fogom kezdeni annak ellenére, hogy azok a

kérdőívem végén szerepeltek, mivel szerintem így rögtön az elején meg tudom mutatni, hogy milyen fogyasztói vannak az NFL-nek. A kérdéseket a 4. számú melléklet tartalmazza.

4.4.2. Demográfiai kérdések

Kérdőívemből egyértelműen kiderült, hogy nagyrészt férfiak követik az NFL eseményeit, hiszen a 156 kitöltő 91% férfi, azaz 142, míg a maradék 14 kitöltő, 9%, vallja magát nőnek (5. számú melléklet). A liga rajongóinak életkorát vizsgálva elmondhatjuk, hogy a 18 év alattiak aránya, 2,6%, illetve az idősebb, 60 év feletti aránya, 1,3%, a legkevesebb a megkérdezettek között. Kiugró adata még a 46-60 év közöttiek aránya a maga 7,7%-val. A 18 és 24 év közöttiek aránya, 22,4%, a 24-32 év közöttieké, 33,3%, míg a 32-46 évesek aránya 32,7%. Amennyiben egybe vizsgáljuk a 18-32 éves korosztályt, akkor az 55,7%-s arányt ad ki, mely több mint a kitöltők fele. Ebből szerintem igen jól látszik, hogy a liga főleg a fiatalokat, fiatal felnőtteket, célozza meg, mint potenciális célközönség.



5. Ábra: Az életkor megoszlása az NFL rajongói közt,

Forrás: saját elemzés, 2020.

A kitöltők lakhelyét tekintve elmondható, hogy 8,3%-uk él vidéki falvakban, meglepő módon csupán 10,9% él a fővárosban, 80,1% él kisebb vagy nagyobb városokban, illetve akad 1 kitöltő, ami 0,6%-t jelent, aki nem tudta kategorizálni lakhelyét. Jól megfigyelhető, hogy a városok lakói

vannak túlnyomó többségben a kitöltők között. Ezt azzal lehetne indokolni, hogy egy ilyen környezetben könnyen ráakadhatunk egy olyan társaságra akivel osztozunk egy hobbin, jelen esetben ez az NFL-ért való rajongáson. A lakóhelyekről készült grafikon a 6. számú melléklet tartalmazza. A válaszadók keresetéből kiderül, hogy a 0 és 500 font között keresők aránya összesen 15,4 %, az 500-1500 font közötti réteget 31 ember képviseli, 19,9%-val. 1500 és 3500 font keres 55,2%, illetve 3500 font felett keresők aránya 9,6%. Legnagyobb arányban azok vannak akik 1500-2500 fontig keresnek a maguk 34%-val. Ebből azt vélem leszűrni, hogy a liga a jövedelmeket tekintve minden réteghez el tudnak érni, termékeikkel, szolgáltatásaikkal.



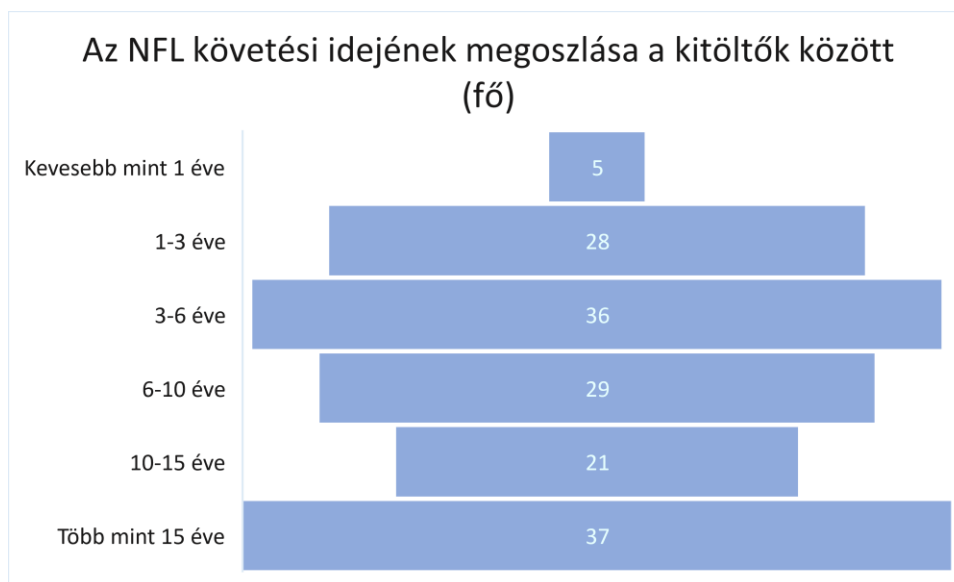
6. Ábra átlagos havi kereset megoszlása a kitöltők között,

Forrás: saját elemzés, 2020

A kitöltők foglalkoztatottságát a 7. számú melléklet tartalmazza. A válaszadók 71,8%-a teljes munkaidős állást tölt be, 10,9% részmunkaidős munkával foglalkozik, a maradék 17,3% az vagy nyugdíjas vagy lehetőségeket keres éppen avagy nem szeretett volna nyilatkozni. A válaszadók több mint $\frac{3}{4}$ -e valamilyen szinten foglalkoztatva van, így arra a következtetésre jutottam, hogy a legtöbb ember aki követi az NFL-t már meglévő karrierrel rendelkezik.

4.4.3. Fogyasztói szokások

A válaszadók kitöltéseiből kiderült számomra, hogy a brit szurkolók között nagyon szépen eloszlanak az arányok rövid, közép, illetve hosszútávon ami a sport iránti rajongás idejét illeti. Kissé meglepett, hogy a 15 évnél régebbi szurkolók majd' a válaszadók negyedét adják. Ezt azzal tudom magyarázni, hogy az amerikai foci már jó ideje jelen van az Egyesült Királyságban, köszönhetően az NFL Europe-nak. A pontos adatokat az alábbi diagram tartalmazza.

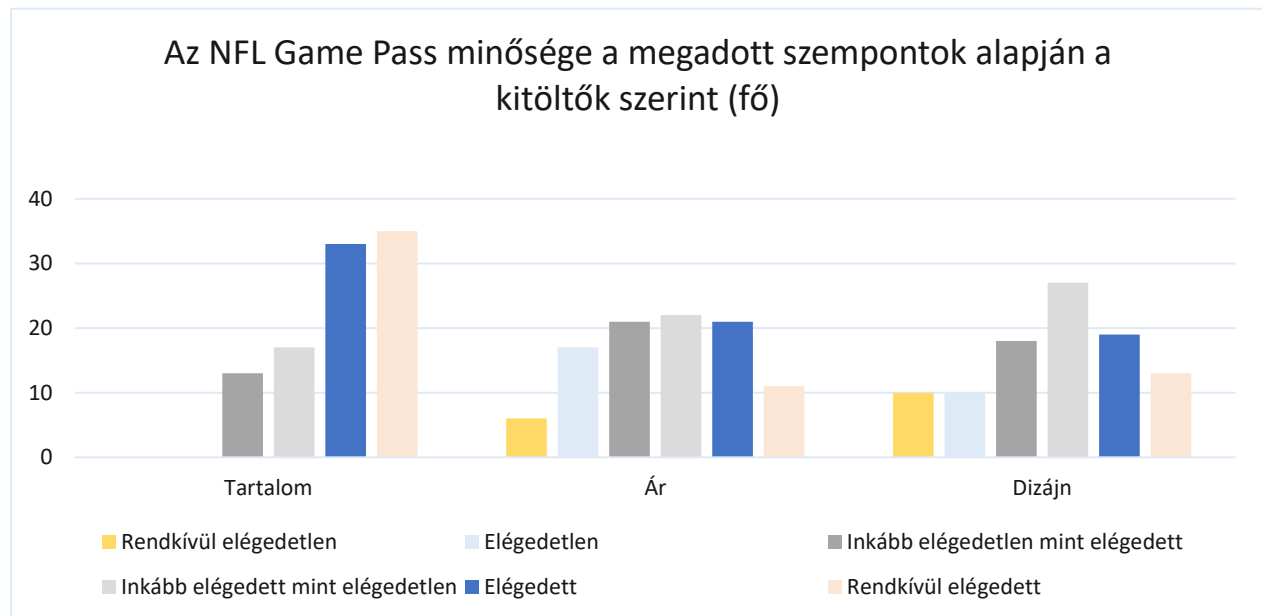


7. Ábra: Az NFL követési idejének megoszlása a kitöltők között,
Forrás: saját elemzés, 2020

Ami azokat az eszközöket illeti, amelyekkel a kitöltők már néztek NFL meccset, elmondhatjuk, hogy legfőbbsképpen a hagyományos televízión, illetve laptopon/számítógépen, telefonon figyelték az eredményeket a megkérdezettek. Ez véleményem szerint azért van mert ezek az eszközök vannak a legrégebb óta jelen az emberek életében, ezeken érzik magukat komfortosan, valamint valószínűleg az NFL is ezekre az eszközökre optimalizálja a közvetítéseit. Fontos még megemlíteni véleményem szerint a konzolokat a maga 44,2%-val, illetve a tableteket, 48,7%-val. Ezeket az eszközöket nem tartom olyan hagyományosnak mint a pár sorral előbb említetteket, azonban a válaszadók majdnem fele ezeken az eszközökön is próbált már meg mérkőzéseket nézni, ami jól mutatja a közvetítések fejlődését. Amennyiben az NFL illetékeseinek sikerülne ezekre az eszközökre is optimalizálni a közvetítéseket, úgy akár még háttérbe is lehetne szorítani a hagyományos televíziós adásokat. Az ehhez tartozó adatok a 8. számú mellékletben találhatóak. A

megkérdezettek körülbelül 90%-a minden héten néz NFL mérkőzéseket, csak igen elenyésző, 3,8% az aki havonta nézi a meccseket(lásd 9. sz melléklet)

A kitöltők 61,5%-a előfizetett már az NFL Game Pass-ra, amely szerintem egy igazán nagy szám. A maradék 38,5% még nem fizetett elő.(lásd 10. sz melléklet) Ebből az adatból is jól látszik, hogy a fogyasztói trendek mennyire a streaming irányába haladnak. Megkértem azokat a kitöltőket akik már előfizettek a szolgáltatásra, hogy értékeljék azt tartalom, ár és dizájn alapján. Az eredmények a következő grafikonon láthatóak.

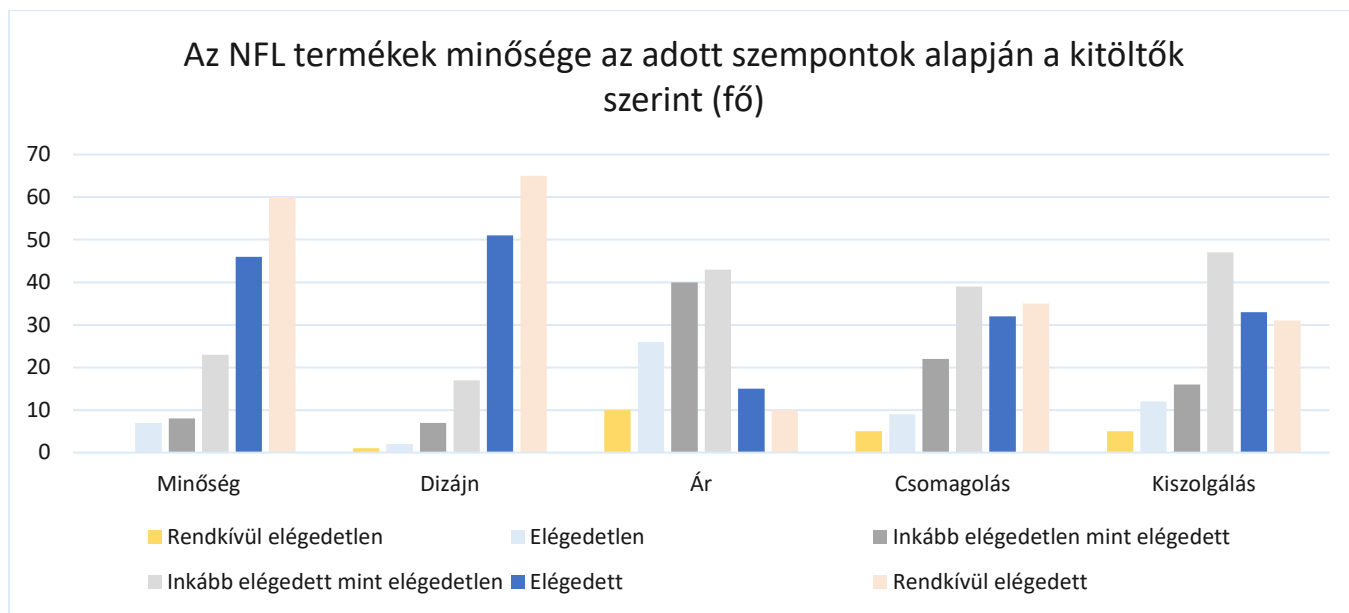


8. Ábra: Az NFL Game Pass minősége a megadott szempontok alapján a kitöltők szerint.
 Forrás: saját elemzés, 2020

A válaszokból kiderül, hogy a legtöbben igen jónak tartják a Game Pass-t ami a tartalmát illeti. Az árával és a dizájnnal kapcsolatban, azonban megoszlanak a vélemények, de túlnyomó többségben itt is, többnyire elégedettséget vélek felfedezni a kitöltők válaszaiból.

4.4.4. Vásárlási szokások

Válaszadóim több mint 90%-a vásárolt már hivatalos NFL terméket, a pontos adatokat tartalmazó grafikon a 11. számú mellékletben találhatóak meg. Ezen 90%-nak a véleménye a termékekről ami, a termék minőségét, dizájnját, árát, csomagolását és az eladó által nyújtott szolgáltatást illeti az alábbi kimutatással kívánom szemléltetni.



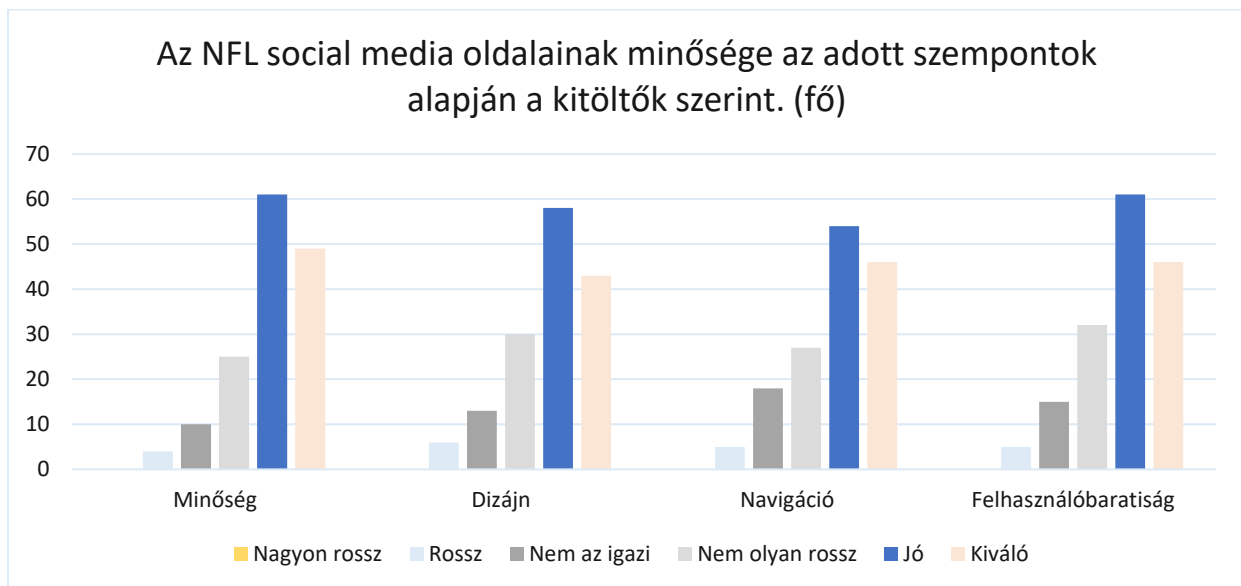
9. Ábra: Az NFL termékek minősége az adott szempontok alapján a kitöltők szerint.
 Forrás: saját elemzés, 2020

A válaszokból megállapítható, hogy ezen termékek minősége igazán jó, de leginkább kiválóak. Ami a termékek dizájnját illeti, majdnem minden válasz a jó vagy a nagyon jó kategóriába esik. Az árakkal már nincs minden válaszadó teljesen megelégedve, itt körülbelül 50-50 azoknak az aránya, azoknak akik az elégedett, illetve nem elégedett irányba billentik a képzeletbeli mérleget. A csomagolással többnyire elégedettek a vásárlók, azonban mint az az interjúknál is kiderült, valószínűleg ez nem hozza annyira lázba az embereket. A válaszadók többsége pedig meg volt elégedve a vásárlás során nyújtott szolgáltatásokkal.

4.4.5. Elégedettséggel kapcsolatos kérdések

Megkérdeztem az embereket, hogy mennyire találják jónak a stadionok felszereltségét, befogadóképességét, valamint a dizájnját, ennek pontos értékei a 12. számú melléklet tartalmazza. A stadionok felszereltségével nagyjából mindenki megvan elégedve, mivel az 1-6-ig tartó pontozás során, ahol az 1 a „nagyon rossz”, a 6 pedig a „kiváló” többnyire mindenki 3 vagy annál nagyobb értéket adott meg, így annak a bizonyos mérlegnek a nyelve a pozitív irányba billen. Nem beszélve a befogadóképességről és a dizájnról, ahol a válaszadók több mint 2/3-a 5 vagy annál jobb osztályzattal értékelték a komplexumokat. Feltettem a kérdést, hogy az NFL-t milyen social media felületeken követik. Mondhatni, hogy leginkább a „hagyományos” felületeken követik a ligát a válaszadók, ezek megnevezve a facebook, youtube, instagram, illetve a twitter. A pontos adatokat tartalmazó grafikon a 13. számú mellékletben helyeztem el. A válaszadók értékelték ezeknek a

social media felületeket a következő szempontok szerint: minőség, dizájn, navigálhatóság, felhasználó barátság. Ezt az alábbi grafikon szemlélteti.



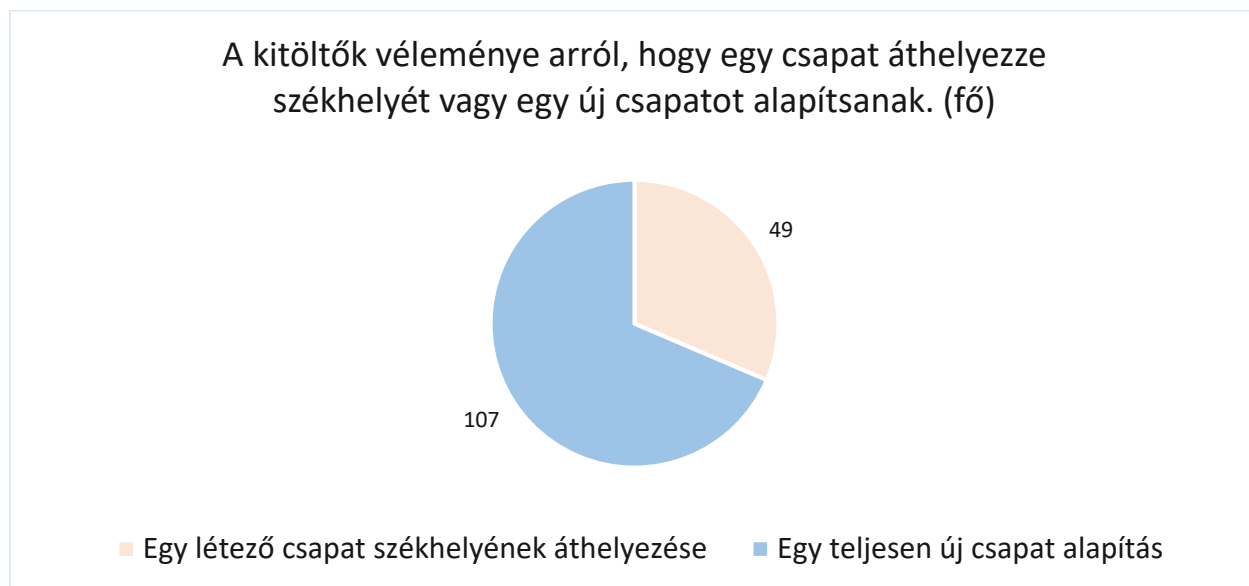
10. Ábra: Az NFL social media oldalainak minősége az adott szempontok alapján a kitöltők szerint.
 Forrás: saját elemzés, 2020

Jól látható, hogy ezen oldalak minősége a felhasználók szerint igen jó. A dizájn esetében nem volt mindenki teljesen megelégedve, ez az NFL illetékesei szemében lehet, egy javítandó terület, azonban ez elég kényes terület, hiszen képtelenség mindenki ízlésének megfelelni. Mind az oldalakon való navigálás, mind a felhasználó barátság igen jó eredményeket ért el a kitöltők szemében, ez véleményem szerint nem véletlen, hiszen ezek a social media felületek törekszenek az egyszerűsége annak érdekében, hogy mindenki gördülékenyen tudja használni őket.

4.4.6. Londoni franchise

Ebben a részben arról kérdeztem a válaszadókat, hogy hogyan viszonyulnának egy európai székhelyű NFL csapathoz. Első körben azt kérdeztem tőlük, hogy mint szurkolók, támogatnák e ezt a franchise-t, illetve, hogy röviden indokolják meg, hogy miért támogatnák vagy sem. A 156 kitöltő közül 95-en támogatnák valamilyen formában. A legtöbben ezt azzal indokolták, hogy mivel Európában lenne a székhelye a csapatnak, így a közelsége miatt, illetve a meccsek látogatásának könnyűsége miatt támogatnák ezt a csapatot. Fontos hozzátenni, hogy a legtöbben nem adták fel a mostani kedvenc csapatuk első pozícióját a szívükben, de másodikként mindenképpen szorítanának ezen csapat sikeréért. Ez jól mutatja, hogy hosszabb távon egy elkötelezett szurkolót milyen érzelmi kapocs fűz szeretett klubjához. Azon válaszadók akik

nemleges választ adtak, többnyire azzal indokolták, hogy nekik egyetlen egy kedvenc csapatuk van és azt semmilyen körülmények közt nem hajlandóak feladni, de fel sem merült bennük az ötlet, hogy mint második számú csapat támogassák ezt, hiszen olyan elkötelezettek mostani csapatukkal. További ok még például az, hogy nem látják elég versenyképesnek ezt a csapatot. Az összes választ a 14. számú mellékletben helyezem el. A következő kérdésem az volt feljükk, hogy látogatnák e a londoni meccseket, ezen kérdés válaszai a 15. számú mellékletben találhatóak. Az kitöltők közül összesen 133-an biztosítottak engem arról, hogy kijárnának a csapat meccseire. Leginkább azért látogatnák a mérkőzéseket, mivel így egy olyan élményben lehetne részük, melyben még nem igazán volt életük során, illetve annyira szeretik a sportot, az atmoszférát, hogy bármely meccset hajlandóak lennének megtekinteni. Összesen 23 ember tartja valószínűnek azt, hogy nem mennének el ennek a csapatnak a meccseire, ez többnyire a magas áraknak tudható be, valamint annak, hogy a kitöltők közül vannak, olyanok akik például Skóciában élnek, így az utazás nehezen kivitelezhető. A kitöltők 68,6%-a szerint az lenne jobb, ha egy új csapatot alapítana a liga. Véleményem szerint ez azért lenne jó, mert így a szurkolók sokkal inkább magukénak érezhetnék ezt a csapatot, nem úgy mintha egy meglévőt helyeznek át. Ezt az arányt az alábbi grafikonnal szemléltetem.

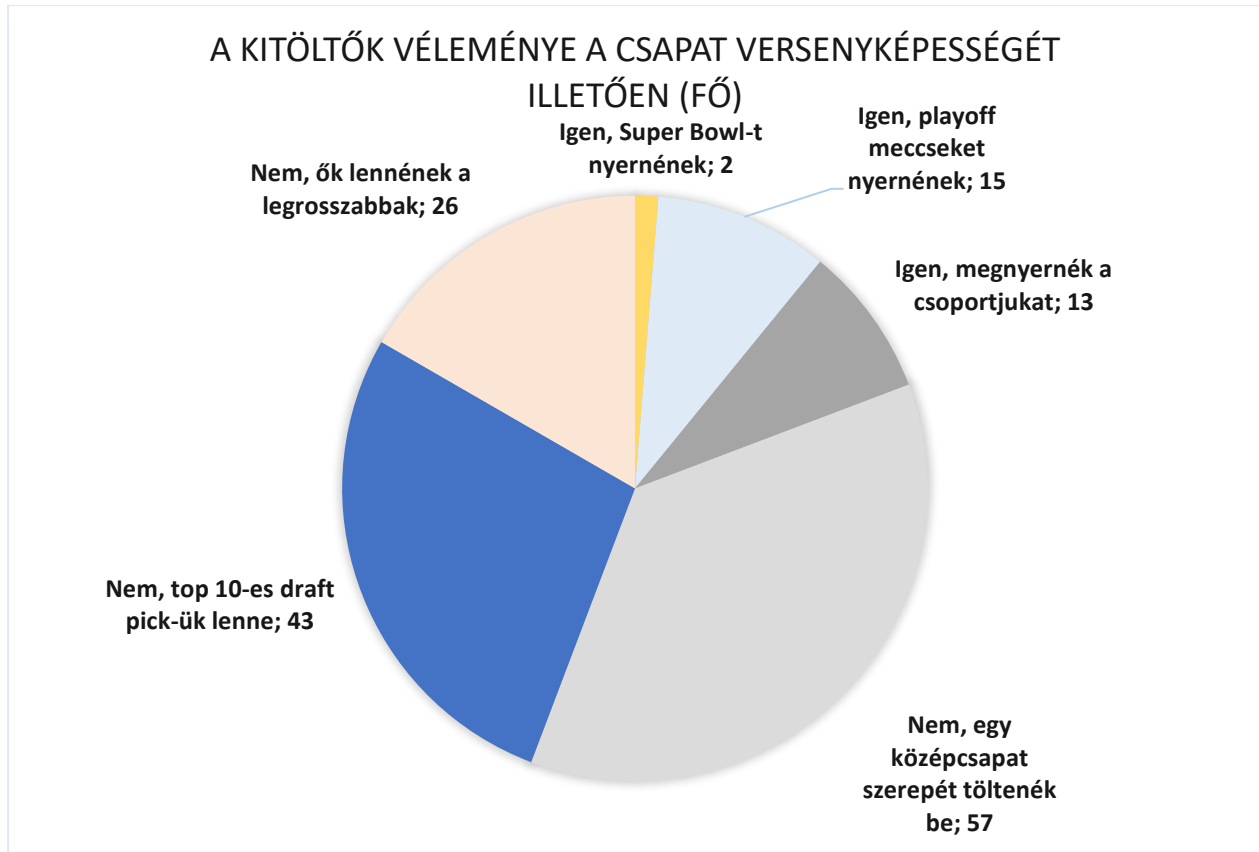


11. Ábra: A kitöltők véleménye arról, hogy egy csapat áthelyezze székhelyét vagy egy új csapatot alapítsanak.

Forrás: saját elemzés, 2020

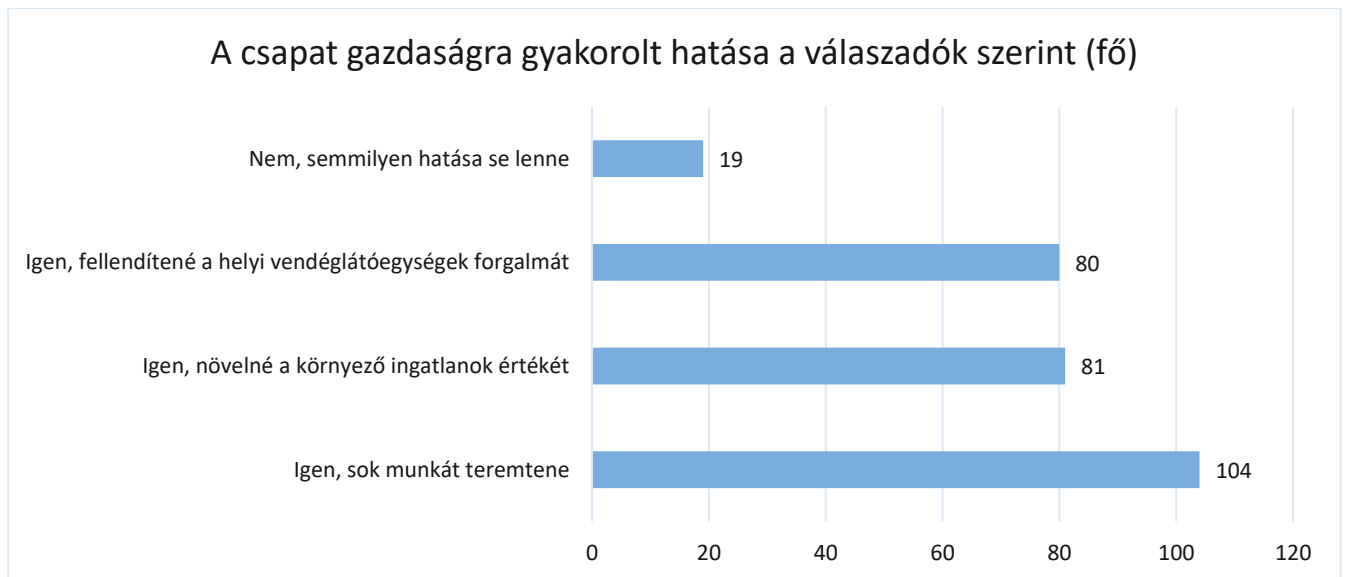
A kitöltők 27,6%-a úgy gondolja, hogy ez a csapat megállná a helyét az NFL küzdelmeiben, és legalább a rájátszásig eljutnának. A többi 72,4%-a a válaszadókank viszont nem vélekedik ilyen

rózsásan a csapatot illetően, ők nem gondolják, hogy ez egy jó csapat lenne. Összevetve az interjúkból kapott információt és kérdőívem ezen kérdéséből kapott válaszokat, szerintem se túl valószínű, hogy ez a csapat egyből megváltaná a világot, azonban tudatos építkezéssel, ez megváltozhat. A válaszadók pontos eredményei az alábbi táblázatban találhatóak.



12. Ábra: A kitöltők véleménye a csapat versenyképességét illetően
 Forrás: saját elemzés, 2020

Válaszadóimat megkérdeztem arról is, hogy hogyan viszonyulnának ezen csapat logójával ellátott termékeihez, vásárolnák e ezeket. A kérdőívet kitöltők több mint fele, azaz 61,5%-a megvásárolná ezeket a termékeket, míg a maradék 38,5% nem vásárolná azokat. Ez annak lehet köszönhető, hogy a szurkolók éreznék a csapat közelségét, amennyiben megvásárolják a termékeket és büszkén viselik például az utcán azokat, így úgy éreznék, hogy egy közösséghez tartoznak és ez valóban így is volna. Erre a kérdésre a 16. számú mellékletben helyeztem el a pontos válaszokat. Utolsó kérdésem a helyi gazdaságra vonatkozott, jobban mondva arra, hogy ez a csapat milyen hatással lenne arra. Az eredményeket az alábbi kimutatásban láthatóak.



13. Ábra: A csapat gazdaságra gyakorolt hatása a válaszadók szerint.
 Forrás: saját elemzés, 2020

Jól kivehető, hogy az emberek szerint jót tenne a csapat a gazdaságnak, hiszen növelné a környezetében található ingatlanok árát, munkákat teremtene, valamint fellendítené a környéken található vendéglátó egységek forgalmát. Csupán 19 ember, azaz 12,2%, véli úgy, hogy nem lenne pozitív hatással a franchise a helyi gazdaságra.

4.5. Kvalitatív és Kvanitatív hipotézisek értékelése

A korábban létrehozott hipotéziseket az alábbi táblázat segítségével szemléltetem, amiben elhelyeztem magát a hipotézist, annak eredményét és az eredmény indoklását is.

Hipotézis	Eredmény	Indoklás
Könnyű hozzájutni hivatalos NFL termékekhez Európában.	Elutasítom	Ugyan Amerikában, egyszerűen és gyorsan hozzá lehet jutni az NFL fémjelezte termékekhez, nekünk, európaiaknak számolnunk kell az Atlanti Óceánon át történő szállítással, illetve a különböző vámokkal.
Egy londoni franchise-nak nagy, pozitív hatása lenne a gazdaságra.	Elutasítom	Habár a környezetére, pozitív hatással lenne, a vendéglátóegységek forgalma nőne, illetve a környező ingatlanok ára is emelkedne, azonban az egész gazdaságra összeségében csak csekély hatása lenne.
A vásárlók többsége elégedett a termékek minőségével.	Elfogadom	Kérdőívemből az derült ki, hogy a vásárlók elégedettek, a termékek minőségével, dizájnjával, többnyire az árfekvésükkel is.
A streaming mostanra háttérbe szorította a televíziós közvetítéseket.	Elutasítom	Habár a streaming szolgáltatás kezdi átvenni a hagyományos televíziós közvetítések helyét, azonban még nem vette át teljesen azt.
A szurkolók többsége támogatna egy csapatot amely a kontinensünkön található.	Elfogadom	Mivel ez a csapat helyileg sokkal közelebb lenne hozzájuk, mint bármely másik csapat, ezért a szurkolók könnyebben tudnának azonosulni vele, illetve a meccseiket is nagyobb arányban látogatnák.

2. táblázat: Hipotézisek értékelése,

Forrás: saját elemzés és szerkesztés, az interjú és kérdőív válaszok alapján

5. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Elsődleges kutatásom során, részletesebb képet kaphattam a liga marketingstratégiájáról, illetve a szurkolók hozzáállásáról a liga és a potenciális londoni francshie-ot illetően. Az NFL termékeiről mindig is azt gondoltam, hogy azok magas minőségűek, dizájnjuk pedig lehengerlő. Ebben interjúalanyaim, illetve a kérdőívet kitöltők is megerősítettek, habár azt el lehet mondani, hogy az árazásuk ezen termékeknek kissé borsos, például a magyar pénztárcára nézve, de a legtöbb ember így is megteheti, hogy vásároljon egy-egy darabot belőlük. Hipotézisem vizsgálva egyértelművé vált számomra, hogy a termékek disztribúciója nincsen megfelelően optimalizálva az egész világot nézve. Amerikában rendkívül könnyű hozzájutni a termékekhez, annak ellenére, hogy fizikai értelemben vett boltja nincs az NFL-nek, csupán webshopja. A világ többi pontjára való kiszállítás azonban drága és rendkívül időigényes. Pár éve én is vásároltam az amerikai webshopból, nem nagy dolgot, csupán kedvenc csapatom, a Seahawks, egyik sapkáját. Magának a termék árának majdnem a dupláját fizettem ki, mivel ráhalmozódtak a vámok és a szállítási költségek, nem beszélve arról, hogy több hetet kellett várnom rá. Szerintem erre a problémára jó megoldás lehet, ha az NFL létrehozna, jelen esetben Európában, egy elosztó központot, így nem kellene többet fizetnünk a termékekért. Valószínűleg itt a ligának is megtérülne a befektetése, hiszen így, biztosra veszem, hogy az európai piac sokkal több NFL fémjelezte terméket vásárolna. Habár a televíziózást még nem szorította háttérbe a streaming, legyen az éppen a Netflix vagy esetünkben az NFL Game Pass, azonban mind a szekunder, mind primer kutatásom során olyan jeleket véltem felfedezni, hogy ez a jövőben megváltozhat. A mérkőzések streaming szolgáltatáson keresztül történő fogyasztása évről-évre népszerűbb, ezt saját magamon is vélem felfedezni, valamint a kérdőívet kitöltő személyek válaszaiból is ezt szűröm le. Népszerűsíteni az NFL Game Pass-t véleményem szerint úgy lehetne, hogy a liga televíziós közvetítések során saját magát, illetve jelen esetben streaming szolgáltatását promótálja. Pár 30 másodperces reklám kiesése szerintem nem jelent túl nagy bevétel kiesést a ligának. Dolgozatom egyik fő témája az európai terjeszkedés, ezen belül is egy londoni expanzió. Az teljesen evidens szerintem, hogy minden európai szurkoló örülne egy ilyen csapatnak. Válaszóim jó része látogatná a csapat meccseit, illetve elköteleződne mellettük, bár klubhűségük nem inogna meg mostani imádott csapatukban. Az infrastruktúra véleményem szerint rendelkezésre áll, egyedül a hosszú utazások terhelnék meg a játékosokat és a stábot. Interjúalanyaim szerint nem jelentenének gondot az adózási különbségek

sem. Habár én személy szerint nagyon örülnék annak ha lenne egy „csapatunk”, azonban szerintem a liga menetrendjébe nem férne bele, a tengerentúlra utazgatás. A 32 csapatos rendszer egy nagyon jól megálmodott dolog, ezt a remekül működő rendszert teljesen felborítaná egy új csapat alapítás, de szerintem elköltöztetése is. Arról nem is beszélve, hogy mi van akkor, ha egyik csapat sem akarja elhagyni Amerikát. A liga vezetői nem kötelezhetik a tulajdonosokat távozásra. Arról nem is beszélve, hogy a városnak, ahova ez a csapat települne, nem lenne túl nagy haszna/bevétele a csapaton összességében, lehet, hogy meccsnapokon fellendíti a környező üzletek, vendéglátóegységek forgalmát, de 1 évben csak 8 hazai meccse van egy csapatnak. Ez 8 napot jelent az év 365 napjából, ami véleményem szerint jelentéktelen a gazdaság szempontjából. Tehát összegezve, nem hiszem, hogy egyhamar európai székhelyű NFL csapattal tudunk számolni.

ÖSSZEFOGLALÁS

Szakedolgozatomat az NFL marketingstratégiájáról, gazdasági felépítéséről, illetve egy lehetséges londoni NFL csapatról készítettem. Azért ezt a témát választottam mert maga a sport közel áll a szívemhez, minden nap foglalkoztat. Érdekes volt közgazdasági szempontok alapján szemléltetni egy olyan sportot, melynek Európában nincs akkora kultúrája, mint Amerikában, ahol évszázados múltja van.

Első körben szakirodalmat kerestem, hogy el tudjak indulni, majd nekifogtam a szekunder kutatásomnak, ahol a megtalált szakirodalmat elemezve haladtam előre. A kutatást a liga történetének bemutatásával kezdtem, amit a liga szervezeti felépítése, jobban mondva az NFL legfőbb alakja,-Roger Goodell- bemutatása követett. Ezután kitértem a liga gazdasági struktúrájára, illetve a mérkőzések látogatottságát elemeztem. Hallgatói éveim során többször is készítettem SWOT elemzést, melyet mindig kiváló szemléltető eszköznek tartottam ha egy vállalat erősségeit, gyengeségeit, a benne rejlő lehetőségeket és a rá leselkedő veszélyeket kellett kiemelni, így ezt a szakdolgozatomból sem hagyhattam ki.

A liga marketingstratégiáját a 7P tanulmányozásán keresztül mutattam be, amely szintén igen sokszor előjött az egyetem szemináriumain, így nem volt ismeretlen számomra. Szekunder kutatásomat a lehetséges londoni franchise vizsgálatával zártam le.

Primer kutatásom kezdetén úgy határoztam, hogy az nem elég ha sportújságírókat vagy a téma szakértőit kérdezem meg a kutatásommal kapcsolatban, hanem valahogyan meg kell tudnom a helyi (egyesült királyságbeli) szurkolók véleményét is. Szerencsémre a 21. században a távolságok áthidalása nem jelent gondot, így ezt egy online kérdőív keretein belül tettem meg. Elsőként felállítottam 6 hipotézist. Kérdéseim legjavát ezen hipotézisek határozták meg, mind interjúmban, mind kérdőívemben. Miután elemeztem az interjúkat és az online kérdőívemet, a szekunder és a primer kutatás során megszerzett tudással felvértezve elfogadtam avagy elutasítottam a felállított hipotéziseket. Dolgozatom végén levontam a következtetéseket, illetve bizonyos felmerülő problémákra javaslatokat tettem.

IRODALOMJEGYZÉK

Könyvek, folyóiratok

- Bányai Edit, Novák Péter (szerk.) (2016). *Online üzlet és marketing* [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó. DOI: [10.1556/9789630597258](https://doi.org/10.1556/9789630597258)
Letöltve: https://mersz.hu/hivatkozas/dj107ouem_116_p1#dj107ouem_116_p1 (2020.11)
- Bob Carroll, 1991, THE AMERICAN FOOTBALL LEAGUE ATTENDANCE, 1960-69 , THE COFFIN CORNER: 13. évfolyam, 4. szám
- Hlédik Erika (2019). *Marketing* [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó.
Letöltve: https://mersz.hu/hivatkozas/m482mj_44_p1#m482mj_44_p1 (2020.10.29.)
- John J. Siegfried, Andrew Zimbalist, 2000, The Economics of Sports Facilities and Their Communities, *Journal of economic perspectives* 14. évfolyam, 3. szám pp. 95-114
- Józsa László (2016): *Marketingstratégia* [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó.
<https://doi.org/10.1556/9789630597920> Letöltve:
https://mersz.hu/hivatkozas/dj157m_12_p2#dj157m_12_p2 (2020.10.27.)
- Kjell Grønhaug, Pervez Ghauri (2016). *Kutatásmódszertan az üzleti tanulmányokban* [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó. DOI: [10.1556/9789630598590](https://doi.org/10.1556/9789630598590)
Letöltve: https://mersz.hu/hivatkozas/dj187kaut_174_p1#dj187kaut_174_p1 (2020.11.15.)
- Michael Mondelli, 2017, "The Roger Goodell Standard: Is Commissioner Authority Good for Sports?," *Seton Hall Legislative Journal*: 42. évfolyam, 1. kiadás, 6. cikk
- Naresh K. Malhotra, Simon Judit közreműködésével (2017). *Marketingkutató* [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó. DOI: [10.1556/9789630598675](https://doi.org/10.1556/9789630598675)
Letöltve: https://mersz.hu/hivatkozas/dj198mk_115_p7#dj198mk_115_p7 (2020.11.15.)
- Papp Ilona (szerk.) (2017). *Szolgáltatási menedzsment* [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó. DOI: 10.1556/9789634541615,
Letöltve: https://mersz.hu/hivatkozas/dj249szm_184_p1#dj249szm_184_p1 (2020.10.28.)
- Pat Kirwan, David Seigerman, 2013, *Ne csak a labdát nézd!*, Candover kiadó, pp. 207-236
- Patrick Doughty, 2015, *Pound for Pound: A Legal Analysis of the Gambling, Alcohol, and Taxation Issues the NFL Must Weigh As It Expands to London* , 22. évfolyam, pp.593-622

- Rekettye Gábor, Hetesi Erzsébet (2017). Kínálatmenedzsment [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó. DOI: 10.1556/9789630598804
Letöltve: https://mersz.hu/hivatkozas/dj228km_22_p1#dj228km_22_p1 (2020.10.29.)
- Robby Robertson, 2013, "The Economic Impact of Sports Facilities." The Sports Digest. United States Sports Academy

Internetes források

- American Football Database, 2020,
https://americanfootballdatabase.fandom.com/wiki/NFL_on_television Letöltés dátuma: 2020.10.13
- Angela Lee, 2015, NFL: Non-Profit or Corporation? Which team are you on?,
<https://www.rocketlawyer.com/blog/nfl-non-profit-or-corporation-which-team-are-you-on-916494> Letöltés dátuma: 2020.10.04
- Anthony Gulizia and Jeremy Willis , 2019. How the NFL took over America in 100 years,
https://www.espn.com/nfl/story/_/id/27321898/how-nfl-took-america-100-years Letöltés dátuma: 2020.10.03
- Bill Barnwell, 2020, Dak Prescott ankle injury: Answering the biggest questions about the QB, the Cowboys, Andy Dalton and what's next, https://www.espn.com/nfl/story/_/id/30094522/dak-prescott-ankle-injury-answering-biggest-questions-qb-cowboys-andy-dalton-next Letöltés dátuma: 2020.10.29
- Canadianaffair, 2020, A guide to Canada's sports teams,
<https://www.canadianaffair.com/blog/guide-canadas-sports-teams/> Letöltés dátuma: 2020.10.18
- Chairmansbao, 2019, NBA: Why is it so popular in China?,
<https://www.thechairmansbao.com/nba-popular-in-china/> Letöltés dátuma: 2020.10.26
- Chirs Arkenberg & Pete Giorgio & Chad Deweese, 2019, Redesigning stadiums for a better fan experience , <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/telecommunications/in-stadium-fan-experience.html> Letöltés dátuma: 2020.10.30
- Chris Korman, 2019, The Super Bowl television rating decline is completely meaningless,
<https://ftw.usatoday.com/2019/02/super-bowl-television-ratings-viewership-drop>, Letöltés dátuma: 2020.10.18
- Christian D'Andrea, Adam Stites, Charles McDonald, Kennedi Landry, Vijay Vemu, James Brady, and Seth Rosenthal, 2019, Which city should be the next to host an NFL franchise?,
<https://www.sbnation.com/2019/7/12/20688842/nfl-future-cities-relocation-london-mexico-toronto-portland-san-antonio>, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- Christina Gough, 2020, Average ticket price National Football League games 2006-2019 ,
<https://www.statista.com/statistics/193425/average-ticket-price-in-the-nfl-since-2006/> Letöltés dátuma: 2020.10.30

- Dan Cancian, 2018, NFL London Games record highest-ever average attendance—is a British franchise closer?, <https://www.newsweek.com/nfl-london-games-record-highest-ever-average-attendance-british-franchise-1193447>, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- Dan Cancian, 2018, NFL London Games record highest-ever average attendance—is a British franchise closer?, <https://www.newsweek.com/nfl-london-games-record-highest-ever-average-attendance-british-franchise-1193447>, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- Dan Graziano, 2020, NFL CBA approved: What players get in new deal, how expanded playoffs and schedule will work, https://www.espn.com/nfl/story/_/id/28901832/nfl-cba-approved-players-get-new-deal-how-expanded-playoffs-schedule-work, Letöltés dátuma: 2020.10.07
- Dan Hanzus, 2020, Hard Knocks: Los Angeles' preview: What to expect this year, <https://www.nfl.com/news/hard-knocks-los-angeles-preview-what-to-expect-this-year> Letöltés dátuma: 2020.10.30
- Dan Wolken, 2020, Falling TV ratings across most sports? Here are four reasons to explain drop during pandemic, <https://eu.usatoday.com/story/sports/media/2020/10/08/pandemic-why-tv-ratings-sports-have-been-down-since-returning/5913720002/> Letöltés dátuma: 2020.10.13
- Daniel Kaplan, 2015, Dynamic ticket pricing makes successful debut in NFL, <https://www.sportsbusinessdaily.com/Journal/Issues/2015/10/26/Leagues-and-Governing-Bodies/NFL-dynamic.aspx>, Letöltés dátuma: 2020.10.30
- Darren Rovell, 2016, Has Roger Goodell really improved the NFL's finances? https://www.espn.com/nfl/story/_/id/17220925/has-roger-goodell-really-improved-nfl-finances-commissioner Letöltés dátuma: 2020.10.04
- Don van Natta Jr., 2013, His Game, His rules, http://www.espn.com/espn/feature/story/_/page/RogerGoodell/game-rules, Letöltés dátuma: 2020.10.06
- Drew Nantais, 2019, NFL offseason schedule 2019: When is the NFL Draft, Combine, free agency?, <https://www.sportingnews.com/us/nfl/news/nfl-offseason-schedule-2019-nfl-draft-combine-free-agency/1qwwvm3zuk37d1457u93dqe2pn> Letöltés dátuma: 2020.10.18
- EPSN NFL nation, 2020, Where each of the 32 NFL teams stands on allowing fans into stadiums, https://www.espn.com/nfl/story/_/id/29910246/where-32-nfl-teams-stands-allowing-fans-stadiums Letöltés dátuma: 2020.10.10
- Ethan Feller, 2020, The media on why the NFL's TV ratings are down: Competition, the political backdrop or too early to tell?, <https://www.sportsbroadcastjournal.com/the-media-on-why-the-nfls-tv-ratings-are-down-competition-the-political-backdrop-or-too-early-to-tell/> Letöltés dátuma: 2020.10.13
- Evan Weiner, 2018, The NFL's Problems With The London Market Include Travel, <http://sportstalkflorida.com/nfl/nfl-news/the-nfls-problems-with-the-london-market-include-travel/> Letöltés dátuma: 2020.10.31
- Fűzővel Kifelé!, 2020, <https://fuzovelkifele.com/2020/07/az-nfl-kozel-95-milliard-dollart-osztott-szet-tavaly-a-csapatok-kozt/> Letöltés dátuma: 2020.10.07
- Fűzővelkifelé!, 2020, Mahomes brutális kedvezményt adott, az első hat éve alapján a top 10-be is alig fért be, <https://fuzovelkifele.com/2020/07/mahomes-brutalis-kedvezmenyt-adott-az-első-hat-eve-alapjan-a-top-10-be-is-alig-fert-be/> Letöltés dátuma: 2020.10.07
- Fűzővel Kifelé!, 2016, <https://fuzovelkifele.com/2016/08/ma-10-eve-valasztottak-az-nfl-elere-roger-goodell/> Letöltés dátuma: 2020.10.04

- <https://www.statista.com/chart/16407/nfl-salary-cap/> Letöltés dátuma: 2020.10.10
- Jakob Eckstien, 2019, How The NFL Makes Money, <https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/062515/how-nfl-makes-money.asp> Letöltés dátuma: 2020.10.30
- Jason La Canfora, 2020, Several new NFL TV deals on track to be complete in early 2021 after major headway made before pandemic, <https://www.cbssports.com/nfl/news/several-new-nfl-tv-deals-on-track-to-be-complete-in-early-2021-after-major-headway-made-before-pandemic/> Letöltés dátuma: 2020.10.07
- Jeff Fedotin, 2019, China Could Be The Next Frontier For American Football, <https://www.forbes.com/sites/jefffedotin/2019/06/23/china-could-be-the-next-frontier-for-american-football/#4840a1be1149> Letöltés dátuma: 2020.10.22
- Jeff Kerr, 2020, Las Vegas Raiders latest NFL franchise to change cities: Here's a look at all 11 who've done it, <https://www.cbssports.com/nfl/news/las-vegas-raiders-latest-nfl-franchise-to-change-cities-heres-a-look-at-all-11-whove-done-it/>, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- Jeremy McCarthy, 2019, Julian Edelman and the PED-Era of Football, <https://unafraidshow.com/julian-edelman-and-the-ped-era-of-football/> Letöltés dátuma: 2020.10.22
- Jesee Reed, 2012, Reviewing the Complete Timeline of NFL, Saints Bountygate Scandal, <https://bleacherreport.com/articles/1441646-reviewing-the-complete-timeline-of-nfl-saints-bountygate-scandal> Letöltés dátuma: 2020.10.06
- Jim Weathersby, 2018, Bloody Monday to Walter Camp: The Standardization of American Football, <https://www.thesportshistorian.com/bloody-monday-to-walter-camp-the-standardization-of-american-football-2/#>, Letöltés dátuma: 2020.10.03
- Jonathan Harding, 2016, NFL set for most popular season yet, and Germany leads European support, <https://www.dw.com/en/nfl-set-for-most-popular-season-yet-and-germany-leads-european-support/a-17905146>, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- Joshep Stromberg, 2015, Why the NFL just gave up its nonprofit status: to escape scrutiny, <https://www.vox.com/2015/4/28/8509767/nfl-tax-exempt-nonprofit> Letöltés dátuma: 2020.10.04
- Katona Dániel, 2020, Az NFL közel 9,5 milliárd dollárt osztott szét tavaly a csapatok közt, <https://fuzovelkifele.com/2020/07/az-nfl-kozel-95-milliard-dollart-osztott-szet-tavaly-a-csapatok-kozt/> Letöltés dátuma: 2020.10.07
- Kevin Seifert, 2017, Kurt Warner, Brad Johnson among QBs whose careers took off in NFL Europe, https://www.espn.com/nfl/story/_/id/19706757/ranking-quarterbacks-benefited-nfl-europe-kurt-warner-brad-johnson-jon-kitna-jake-delhomme, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- Kristi Dosh, 2013, NFL in London raises legal issues, https://www.espn.com/nfl/story/_/id/9716479/nfl-team-london-raises-legal-issues, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- Marketing21, 2017, Marketing mix, 4P és 7P – mit jelent és miért kell ismerni?, <https://marketing21.hu/2017/01/15/marketing-mix-4p-es-7p-2/> Letöltés dátuma: 2020.10.30
- Martin Luenendonk, 2019, 7Ps of Marketing | Additional Elements of Marketing mix, <https://www.cleverism.com/7ps-additional-aspects-marketing-mix/> Letöltés dátuma: 2020.10.30
- Michael Colangelo, 2019, the NFL made roughly \$16 billion in revenue last year, <https://touchdownwire.usatoday.com/2019/07/15/nfl-revenue-owners-players-billions/> Letöltés dátuma: 2020.10.07

- Michael David Smith, 2014, Goodell sees “tremendous demand” for the NFL in Europe, <https://profootballtalk.nbcsports.com/2014/07/18/goodell-sees-tremendous-demand-for-the-nfl-in-europe/>, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- Michael Schotthey, 2010, [NFL Ticket Prices Rise While Attendance Drops: What Are Owners Thinking?](https://bleacherreport.com/articles/448364-nfl-ticket-prices-rise-while-attendance-drops-what-are-the-owners-thinking?) , <https://bleacherreport.com/articles/448364-nfl-ticket-prices-rise-while-attendance-drops-what-are-the-owners-thinking> Letöltés dátuma: 2020.10.26
- Mike Florio, 2014, Like it or not, NFL’s media policy is clear, <https://profootballtalk.nbcsports.com/2014/11/20/like-it-or-not-nfls-media-policy-is-clear/> Letöltés dátuma: 2020.10.22
- Mike Freeman, 2018, As NFL Continues to Rake in Revenue, Star Players Are Asking, 'What About Us?' Letöltés dátuma: 2020.10.07
- Mike Freeman, 2018, As NFL Continues to Rake in Revenue, Star Players Are Asking, 'What About Us?' , <https://bleacherreport.com/articles/2781092-as-nfl-continues-to-rake-in-revenue-star-players-are-asking-what-about-us> Letöltés dátuma: 2020.10.07
- Morgan Moriarty, 2019, Why the NFL plays a Mexico City game, <https://www.sbnation.com/nfl/2019/11/18/20966638/nfl-mexico-city-game-international-series-history-explained>, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- NBCsports, 2017, Aaron Hernandez saga <https://www.nbcsports.com/boston/new-england-patriots/aaron-hernandez-commits-suicide-prison> Letöltés dátuma: 2020.10.29
- Nemzetisport, 2019, Magyar–uruguayi: máris elfogytak a jegyek a Puskás Aréna nyitó meccsére, https://www.nemzetisport.hu/magyar_valogatott/magyar-uruguayi-maris-elfogytak-a-jegyek-a-puskas-arena-nyito-meccsere-2729453, Letöltés dátuma: 2020.11.20
- NFL, 2020, NFL cancels international games for 2020 season , <https://www.nfl.com/news/nfl-cancels-international-games-for-2020-season-0ap3000001112654>, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- NFL, 2013, NFL, ex-players agree to \$765M settlement in concussions suit , <https://www.nfl.com/news/nfl-ex-players-agree-to-765m-settlement-in-concussions-suit-0ap1000000235494> Letöltés dátuma: 2020.10.29
- NFL, 2015, London team by 2022? NFL continues to forge forward in U.K., <https://www.nfl.com/news/london-team-by-2022-nfl-continues-to-forge-forward-in-u-k-0ap3000000547487>, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- NFL, 2015, London team by 2022? NFL continues to forge forward in U.K., <https://www.nfl.com/news/london-team-by-2022-nfl-continues-to-forge-forward-in-u-k-0ap3000000547487>, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- Nflhistory.blog.hu, 2013, A spygate, https://nflhistory.blog.hu/2013/09/16/c_a_spygate Letöltés dátuma: 2020.10.06
- Nick Gray, 2020, When was the last NFL game on a Tuesday night?, <https://eu.tennessean.com/story/sports/nfl/titans/2020/10/13/tuesday-night-football-nfl-game-last-time-2010-eagles-vikings/3642375001/>
- Nick Westoll, 2019, Raptors make NBA history by defeating Warriors to win Finals, <https://www.basketball-reference.com/playoffs/2019-nba-finals-warriors-vs-raptors.html> Letöltés dátuma: 2020.10.18
- Profootball.com, 2005. nfl founded in Canton, <https://www.profootballhof.com/news/nfl-founded-in-canton/> Letöltés dátuma: 2020.10.03

- Rachel Axon, 2019, Ray Rice case prompted NFL changes on domestic violence, but cases continue to test policy, <https://eu.usatoday.com/story/news/investigations/2019/09/18/nfl-domestic-violence-ray-rice-tyreek-hill-ezekiel-elliott-adrian-peterson/2215187001/> Letöltés dátuma: 2020.10.22
- Ruobing Su and Erin McDowell, 2020, How Super Bowl ad costs have skyrocketed over the years, <https://www.businessinsider.com/super-bowl-ad-price-cost-2017-2> Letöltés dátuma: 2020.10.18
- Ryan Taylor, 2020, How Gen Z and Millennials Watch Video Content & What That Means for Production Teams, <https://www.rev.com/blog/how-gen-z-and-millennials-consume-video-content-what-that-means-for-production-teams> , Letöltés dátuma:2020.11.20
- Scott Hirsch, 2017, What to Expect at an NFL Tailgate Party, <https://www.groupon.com/articles/nfl-tailgate-party>, Letöltés dátuma: 2020.11.20
- Sean Keeler, 2016, 'You didn't play to get rich': what killed NFL Europe?, <https://www.theguardian.com/sport/2016/jun/23/you-didnt-play-to-get-rich-what-killed-nfl-europe>, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- Sepsey Barna, 2020, A marketing mix elemei: 4P és 7P fogalma, <https://brandbook.hu/2020/02/marketing-mix-elemei>, Letöltés dátuma: 2020.10.30
- Skysports, 2020, Black Lives Matter 'show of solidarity' expected in NFL season opener between Texans and Chiefs, <https://www.skysports.com/nfl/news/12118/12068099/black-lives-matter-show-of-solidarity-expected-in-nfl-season-opener-between-texans-and-chiefs> Letöltés dátuma: 2020.10.13
- Somer Anderson, 2020, The 4Ps, <https://www.investopedia.com/terms/f/four-ps.asp>, Letöltés dátuma: 2020.10.30
- Sophie Kieselbach, 2020, Top 9 Sustainable Packaging Trends, <https://sphera.com/spark/top-9-sustainable-packaging-trends/> , Letöltés dátuma: 2020.11.20
- Sportsmediawatch, 2020, Super Bowl Ratings History (1967-present), <https://www.sportsmediawatch.com/super-bowl-ratings-historical-viewership-chart-cbs-nbc-fox-abc/> Letöltés dátuma: 2020.10.18
- Stevie Langford, 2019, 7Ps of The Marketing Mix: The Acronym Sent to Streamline your Strategy <https://blog.hurree.co/blog/marketing-mix-7ps>, Letöltés dátuma: 2020.10.30
- The Associated press, 2020, Packers expect no more than 10,000-12,000 fans at home games, <https://wtop.com/nfl/2020/07/packers-expect-no-more-than-10000-12000-fans-at-home-games/> Letöltés dátuma: 2020.10.07
- TheMarketigMix, 2020, The Marketing Mix 4P's and 7P's Explained, <https://marketingmix.co.uk/> Letöltés dátuma: 2020.10.30
- Thomas Stirling, 2018, 5 Things You Can Learn From the NFL's Marketing, <https://stirlingbrandworks.com/blog/5-things-you-can-learn-from-nfl-marketing/> Letöltés dátuma: 2020.10.30
- Timothy W. Smith, 1992, FOOTBALL; World League vs. N.F.L., In a Board Room, That Is, <https://www.nytimes.com/1992/05/07/sports/football-world-league-vs-nfl-in-a-board-room-that-is.html>, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- Travis Brody, 2014, The History of the NFL International Series in London, <https://www.growthofagame.com/2014/11/history-of-the-nfl-international-series-in-london/>, Letöltés dátuma: 2020.10.31

- Travis Brody, 2014, was closing NFL Europe a good move?, <https://www.growthofagame.com/2014/11/closing-nfl-europe-good-move/> Letöltés dátuma: 2020.10.04
- Trevor Finnell, 2019, NFL Attendance: The Truth, <https://wholeninesports.com/2019/09/29/nfl-attendance-the-truth/> Letöltés dátuma: 2020.10.10
- TY Schalter, 2013, How Can the NFL Realistically Expand to Europe?, <https://bleacherreport.com/articles/1674573-how-can-the-nfl-realistically-expand-to-europe>, Letöltés dátuma: 2020.10.31
- Tyler Lauletta, 2020, The NFL had one of their most brutal days in recent memory as several top stars suffered serious injuries, <https://www.insider.com/nfl-injuries-saquon-barkley-torn-acl-christian-mccaffrey-jimmy-garoppolo-2020-9> Letöltés dátuma: 2020.10.29
- Vocal, 2020, What Is the Future of Soccer in the United States? <https://vocal.media/cleats/what-is-the-future-of-soccer-in-the-united-states> Letöltés dátuma: 2020.10.26
- washingtonpost.com, 2015. The NFL is dropping its tax-exempt status. Why that ends up helping them out. <https://www.washingtonpost.com/news/business/wp/2015/04/28/the-nfl-is-dropping-its-tax-exempt-status-why-that-ends-up-helping-them-out/> Letöltés dátuma: 2020.10.04

Videók/filmek

https://www.youtube.com/watch?v=7dXRjPMHYyA&feature=emb_logo

https://www.youtube.com/watch?v=pJ_LUFBSoqM&feature=youtu.be

Jogszabályok

26 U.S.C. § 501(c)(6), <https://www.irs.gov/charities-non-profits/other-non-profits/business-leagues>
Letöltés dátuma: 2020.10.04

MELLÉKLET

1. számú melléklet

Interjú az NFL marketingstratégiájának, gazdasági működésének és egy potenciális londoni csapat lehetőségének vizsgálata témájában.

Intejuálany: Katona Dániel

1. Tudnál pár szót mondani magadról? Mióta vagy az FK szerkesztőségének tagja?
 - a. Katona Dániel vagyok, 2012-ben csatlakoztam az FK!-hoz és 2014 óta vagyok a főszerkesztője. A Corvinuson végeztem Gazdálkodás és Menedzsment alapszakon, majd Logisztikai Menedzsment mesterszakon, de végül nem ebben találtam meg a hivatásom, hanem a sportújságírásban.
2. Mióta vagy NFL szurkoló?
 - a. Nem is igazán tudom, hogy melyik volt az első meccs, amit láttam, de talán a 2004-es szezon Super Bowlja, a Patriots-Eagles lehetett az. A következő szezontól pedig egyre sűrűbben néztem a meccseket.
3. Ki a kedvenc csapatod, van a különösebb oka a választásodnak?
 - a. Az Eagles a kedvenc csapatom, úgy gondolom, hogy a fent említett Super Bowlon foghatott meg a gárda Donovan McNabb irányítóval és Brian Westbrook futóval a kezdőben.
4. Vettél e már hivatalos NFL teméket? Ha igen, akkor szerinted milyen a minőségük overall, illetve csomagolásuk, szavatosságuk teméciklusuk?
 - a. Igen, vettem már elég sok mindent. Eddig semmi panaszom nem volt velük kapcsolatban. Pólókat, pulcsikat, sapkákat elég sokat hordom és évek múltán is bírják még a gyűrődést. A csomagolásuk semmi extra, nem ezzel fognak meg, de úgy gondolom nem is ez a céljuk vagy prioritásuk.
5. Előfizettél e már valaha az NFL game pass-ra? Ha igen milyennek véled? Miben lehetne fejleszteni?
 - a. Igen, rendszeres előfizető vagyok, a munkámhoz is szükségem van rá. Nagyon szuper dolog, élőben is, visszanézve is, elemzéshez is. Annak örülnék, ha az európai verziót Amerikában is lehetne használni, mert volt már rá példa, hogy kint voltam szezon közben 1-1 hetet és ott nem működött.
6. Szerinted megfelelő e az NFL termékek árazása?
 - a. Úgy gondolom, hogy átlag magyar pénztárcának a legtöbb termék drága, de az amerikai piacon rendben vannak az árak.
7. Szerinted az átlagos fogyasztó megengedheti magának, hogy rendszeresen NFL meccseket látogasson? Mit gondolsz a dinamikus árazásról?
 - a. Szerintem igen. Nézve a tailgate partykat és a meccs közönségét, számomra úgy tűnik, hogy igen. Ennek persze feltétele, hogy valaki annyira rajongjon a csapatáért, hogy ezt helyezze előtérbe és más kiadást kevésbé. Sokaknak nyilván nem ez élvez prioritást. A dinamikus árazást logikusnak gondolom, már csak kereslet-kínálat oldalról is, hiszen egy

erősebb ellenfélre többen kíváncsiak, mint egy gyengére, így logikus, hogy a belépőjegyek is drágábbak lesznek.

8. Szerinted melyik a 3 legnépszerűbb franchise, nem játékerő tekintetében, hanem például merch eladások, social media-s népszerűség?
 - a. Patriots és Cowboys biztosan az első kettő. A harmadik már nehezebb, de talán a Giants, bár ők azért vesztenek a népszerűségükből az utóbbi években.
9. Az Egyesült Államokban könnyen hozzájuthat az NFL-es termékekhez az ember? Igaz e ugyanez hazánkra, illetve Európára?
 - a. Amerikában nagyon egyszerűen, neten kiválasztod és már jön is a rendelés. Ez végülis itthon is megvan, csak hosszabb idő, magasabb szállítási költség és még vám is, tehát ilyen szempontból jóval nehezebb, ha amerikai shopból rendelünk. Az európai webshopból is lehet, de azért közel sem akkora a választék, bár már ebben is tapasztalható a folyamatos fejlődés. Érdekes, hogy külön NFL shopok fizikai valójukban nem léteznek (míg mondjuk NBA store vagy NHL store van New Yorkban), csak külön csapatonként a stadionban.
10. Gyakran találkozol NFL-s promóciókkal social media felületeken? Ha igen akkor milyenek találod ezeket?
 - a. Persze, elég sokszor feljönnek. Elég sokrétűek, vannak hazai boltokból és vannak külföldiekből is, vannak köztük találóbbak és kevésbé találóak, nagy általános trendet nem tudnék hozni velük kapcsolatban.
11. Mint gondolsz a Super Bowl reklámaidról? Több reklám van a döntő idején mint egy sima alapszakasz meccsen pl? Nyilvánvalóan drágábbak, de mennyivel? Milyen cégeket tudnál megemlíteni amik itt promótálják magukat?
 - a. Minden évben elég ötletes reklámokkal állnak elő a cégek a Super Bowlra, ami nyilván nem véletlen, látva a nézettségi adatokat. Több reklám alapvetően nincs, hiszen ugyanolyan hosszú a mérkőzés és a megszakítások is (csak a half time show a plusz, de közben nincsenek extra reklámok). Ha jól tudom a legutóbbi Super Bowlon a 30 másodperces spotokért már 5,6 millió dollárt kértek el, míg az alapszakaszban egy főműsoridős vasárnap éjjeli meccsen ennek a hetedét kérik el körülbelül (nyilván egy nem kiemelt meccsen ennél is jóval kevesebbet). Hirtelen a Doritos ugrik be elsőre, de a Chevrolet (és más autómárkák), a BudLight, a különböző telekommunikációs cégek, biztosítási cégek is sokszor feltűnnek.
12. Ha vettél már NFL terméket akkor, milyenek találtad a kiszolgálást, megfelelő volt a kommunikáció az eladó részéről?
 - a. Mivel a legtöbb terméket online vásároltam, így erről kevésbé tudok nyilatkozni. Egyszer volt tapasztalatom a telefonos ügyfélszolgálattal, amikor a szállítással volt talán valami probléma, akkor emlékszem, hogy kifejezetten kedves volt a hölgy, az egy jó élmény volt a többi hasonlóhoz képest. Illetve mikor Amerikában vásároltam a helyszínen, akkor is jó tapasztalatom volt, de Amerikában alapvetően/átlagosan azért kedvesebbek az eladók, mint mondjuk amihez itthon hozzá vagyunk szokva.
13. Ki a liga „arca”(legnagyobb sztár)? Minek köszönheti ezt? Előtérbe helyezi a social media is őt, már már propagálja, hogy szeressék az emberek?
 - a. Sokáig Tom Brady volt, most már inkább Patrick Mahomes az, ha egy embert ki akarunk emelni. Sikerességüknek, zsenialitásuknak köszönhetik ezt leginkább és igen, a közösségi

médiában a liga és a ligával kapcsolatos oldalak (sőt, még mi is) azért többet foglalkoznak velük, szerintem érthető módon.

14. Mi a véleményed a stadionokról? Gondolok itt felszereltségre, design-ra, befogadó képességre. Voltál e már valaha NFL meccsen?
- a. Ez azért nehéz kérdés, mert nagy a szórás a stadionok közt, hogy melyik mennyire felszerelt. Volt már szerencsém Baltimore-ban, New Yorkban, Philadelphiában és Los Angelesben kijutni mérkőzésre (LA-ben még nem az újban természetesen), a New York-i kivételével nem ezek a legmodernebb létesítmények (és már az is 10 éves), a Baltimore-i már bő 20 éves. Ezek 70 és 82 ezer közötti néző befogadására képesek, a New York-i MetLife Stadium a legnagyobb egyébként befogadóképességre az egész ligában (legkisebb a chicagói Soldier Field 61.500-zal). A legújabb Las Vegas-i és Los Angeles-i létesítmény tényleg gyönyörű és minden megvan benne, ahogy a dallasi is etalonnak tekinthető, vagy a pár éve nyitott atlantai és minnesotai. Vannak viszont már leharcoltabbak, mint az említett chicagói, vagy épp a washingtoni, de a régen megnyitottak is több renováláson estek már át.
15. Milyen eszközöket használtál már meccs nézésére? Milyen trendet vélsz felfedezni a meccsnézési szokásokkal kapcsolatban? Szerinted a streaming szolgáltatás lenyomhatja a hagyományos közvetítési formákat?
- a. Nyilván tv-ben kezdtem, mint mindenki, aztán volt egy rövid időszak, amikor streameket kerestem, de elég rég óta már a GamePasst használom és ez így is fog maradni elég sokáig. Már tévében is elvéve nézek csak meccset. Valamilyen szinten elindult már azért a trend a streaming oldalak felé, de láhattuk az idei magyar csatornaváltásnál is, hogy rengetegen vannak, akik csak tévében nézik a találkozót – számomra kicsit érthetetlen módon, hiszen így a kedvenc gárdát például elvéve látják csak. A fiatalok körében szerintem amerikai focitól függetlenül is előtérbe kerülnek a streaming szolgáltatók, én is minimálisan nézek csak tévét, ellenben Netflixet és hasonlókat jóval többet. Ennek ellenére nem gondolom, hogy akár 10(-20?) éves távlatban is lenyomhatná a hagyományos közvetítési formákat a streaming.
16. A televíziós szerződésekkel kapcsolatban mire számítasz a közel jövőben? Bekavarhat a COVID19 a szerződések újratárgyalásakor szerinted?
- a. Nem gondolom, hiszen a tévés nézettséget ez nem befolyásolja negatívan, sőt, egy kicsit pozitívan is változhattak idén, az alapvető trendeken túl persze. Szerintem tovább fognak nőni a tévés bevételek az NFL számára.
17. Mitől lesz egy franchise jó gazdaságilag? Kik miatt működik jól egy franchise(nem játék tekintetében)?
- a. Alapvetően egy NFL franchise már akkor is nyereséges, ha nem csinálnak vele semmit, hiszen a központi bevételekből egyenlő arányban részesül mindenki. Persze a nyereségesség fokozatain lehet javítani, de ez meg elsősorban a népszerűsége múlik, így ebben kell előrelépni, ami nem egyszerű olyan csapatoknál, ahol ez történelmileg nincs meg. Ezen a sikeresség persze sokat tud segíteni, ha fel sikerül építeni egy jó csapatot, amelyik több éven át meghatározó tud lenni.
18. Évek óta felvetődik egy EU-s franchise ötlete. Szerinted jót tenne a ligának?

- a. Én európaiként nyilván támogatom, de egyébként szerintem egyelőre nem lenne sok értelme, vagy legalábbis több negatív hatása lenne, mint pozitív, gondolok itt utazásra, időeltolódásra, stb.
19. Lenne egy ilyen csapatnak szerinted stabil szurkolótábora? Versenyképes lenne maga a csapat?
- a. A versenyképességet szerintem különösebben nem befolyásolná. Otthon előnyben lennének az utazás miatt, idegenben pedig ők jobban hozzászoknának a nagyobb utazásokhoz és a dupla idegenbeli meccseken kinn is maradnának Amerikában, így összességében még akár versenyelőnyük is lehene ilyen tekintetben. A szurkolótábor nehéz kérdés, de igazából Londonban/Európában is egész nagy Jaguars tábor alakult ki így, hogy minden évben jöttek (ahhoz képest, mennyire sikertelenek). Persze ha az Amerikai csapatokhoz viszonyítjuk, akkor közel sem lennének szurkolótáborban, de a stadion megtöltése menne, már csak az ellenfelek szurkolói miatt is.
20. Gazdaságilag szerinted lenne pozitív hatása a régióra?
- a. Nem hinném, hogy nagy befolyása lenne a gazdaságra minden mást figyelembe véve, azért itt az NFL nincs akkora népszerűségi szinten, mint a labdarúgás, tehát sokadrangú dolog lenne csak.
21. Ha a liga vezetői úgy döntenének, hogy kell egy csapat az EU-ba akkor szerinted hogy valósulna meg? Új csapat létrehozás vagy relokáció?
- a. Új csapat jelenleg elég elképzelhetetlen, túl jól működik ez a 32 csapatos rendszer, 33-mal nagy kavarodás lenne, de 34-gyel, 35-tel stb is. Szóval szerintem ez csakis relokációval működhet, leginkább Jacksonville-ből (vagy Chargers lehetne még opció, látva hogy mennyire nincsenek szurkolóik)
22. Egyáltalán kivitelezhető lenne szerinted? Gondolok itt a logisztikai, adózási, szerencsejátékbeli, stb problémákra.
- a. Szerintem igen, hiszen igazából Amerikán belül is különböző adózási, szerencsejáték szabályok vannak államok közt, tehát ilyen szempontból nem látom különösebb akadályát.

2. számú melléklet

Interjú az NFL marketingstratégiájának, gazdasági működésének és egy potenciális londoni csapat lehetőségének vizsgálata témájában.

Intejúalany: A Magyar Amerikai Futball Szövetség vezetőségének egyik munkatársa

1. Tudnál pár szót mondani magadról? Mióta vagy az MAFSZ tagja, milyen feladatkört látsz el?
 - a. xy vagyok a Magyar Amerikai Futball Szövetség operatív vezetője. Ezt a pozíciót 2 éve töltöm be lassan, de a sportot most már 15 éve űzöm, majdnem, hogy a szövetség megalakulása óta. Mi a dolgom a szövetségben? Nagyjából minden. Én kommunikálok a tagszervezetekkel, social media felületeket kezelem, nemzeti és nemzetközi szövetségekkel tartom a kapcsolatot, ezek mellett a szponzorokkal is én tárgyalok.

Rengeteget tudnék még erről mesélni, ha össze kéne foglalnom, akkor én vagyok az az ember, aki az Elnökségnek előkészíti a terepet, hogy már csak döntéseket kelljen hozni.

2. Mióta vagy NFL szurkoló? (ha az vagy)
 - a. Nem vagyok NFL szurkoló

3. Ki a kedvenc csapatod, van a különösebb oka a választásodnak?
 - a. Ilyenem sincs

4. Vettél e már hivatalos NFL terméket? Ha igen, akkor szerinted milyen a minőségük overall, illetve csomagolásuk, szavatosságuk temékciklusuk?
 - a. Nem, még soha nem vásároltam.

5. Előfizettél e már valaha az NFL game pass-ra? Ha igen milyennek véled? Miben lehetne fejleszteni?
 - a. Én nem, de többen az ismerőseim közül előfizettek. Rendkívül megbízható, modern és ami a legfontosabb az összes meccs egy helyen van. Nem kel keresgélni, egy éves előfizetés kb. negyvenezer és annyiszor nézel vissza mérkőzéseket, amennyiszer csak szeretnél. Nem hallottam még olyanról aki panaszkodott volna.

6. Szerinted megfelelő e az NFL termékek árazása?
 - a. Kinti fizukkal számolva jó, itthon azért postával, mindennel együtt soknak tartom. Nyilván a brand-et meg kell fizetni, de nagyon sok szurkolónak itthon egy darab meze van a csapatától, nem úgy néz ki a dolog mint kinn, ahol még a kutya is a kedvenc csapat mezében van.

7. Szerinted az átlagos fogyasztó megengedheti magának, hogy rendszeresen NFL meccseket látogasson? Mit gondolsz a dinamikus árazásról?
 - a. Átlagos itthon, vagy átlagos külföldön? Magyarországon ha valaki ki akar menni meccsre, ki tud, de akkor az volt a nyaralása arra az évre. Átlagos emberekről beszélünk. Amerikában nem a pénz a probléma, hanem az, hogy beférnek e annyian a stadionba, ahány hely van. Sokkal több szurkoló kíváncsi a mérkőzésekre, mint amennyi hely van.

8. Az Egyesül Államokban könnyen hozzájuthat az NFL-es termékekhez az ember? Igaz e ugyanez hazánkra, illetve Európára?
 - a. Kint persze. Itthon, vagy Európában kicsit más a helyzet. Magyarországon például én egyetlen egy helyet tudok, ahol árulnak NFL terméket budapesten. Úgyhogy nagyjából mindenki rendel webshopokról. Minden csapatnak van saját webshopja általában onnan rendelnek az emberek.

9. Gyakran találkozol NFL-s promóciókkal socail media felületeken? Ha igen akkor milyenek találod ezeket?
 - a. Nem

10. Mint gondolsz a Super Bowl reklámairól? Több reklám van a döntő idején mint egy sima alapszakasz meccsen pl? Nyilvánvalóan drágábbak, de mennyivel? Milyen cégeket tudnál megemlíteni amik itt promótálják magukat?
- Sokkal több reklám van, több kimutatás is van erről, egy 30 mp-es reklám 1.4 milliárd forint.
Budlight, kfc, burger king, gilette ezek a márkák szoktak menni, de beírod google-be hogy nfl reklámok és kiobja. Legtöbben a SB-ra külön reklámmal készülnek és nagyon vicces dolgokat szoktak elsütöni.
11. Ha vettél már NFL terméket akkor, milyennek találtad a kiszolgálást, megfelelő volt a kommunikáció az eladó részéről?
- Nem vettem még.
12. Ki a liga „arca”(legnagyobb sztár)? Minek köszönheti ezt? Előtérbe helyezi a social media is őt, már már propagálja, hogy szeressék az emberek?
- Olyan hogy liga arca amerikában nem nagyon van. Minden évben van egy-két ember akit kiemelnek, általában nagyon komoly elkapók, irányítók, vagy a védelem részéről defensive endek, linebackerek.
Mahomes nagyot megy idén, tavaly super bowl-t nyert a csapatával, de Lamar Jackson-t is sokan szeretik. Általában irányítók a superstárok, ők viszik a hátukon a csapatot, így azért ők komoly érdeklődést kapnak.
13. Mi a véleményed a stadionokról? Gondolok itt felszereltségre, design-ra, befogadó képességre. Voltál e már valaha NFL meccsen?
- Nem voltam, de bődület. Nálunk a Puskás hasonló, de az „csak” 80 ezres. Kinn azért 100 ezres stadionok nem ritkák, ha nem több stadion van. Nagyon komoly design-al dolgoznak a csapatok, több stadiont eladnak nagy márkáknak, pl Gilette stadium a New England patriots otthona. Óriási pénzeket fizet ki azért egy márka, hogy az ő neve legyen a stadionon.
14. Milyen eszközöket használtál már meccs nézésére? Milyen trendet vélsz felfedezni a meccsnézési szokásokkal kapcsolatban? Szerinted a streaming szolgáltatás lenyomhatja a hagyományos közvetítési formákat?
- Általában élőben nézek meccseket, de ha nem akkor letöltöm ncore-ról. Fenn van minden mérkőzés, két nap alatt. Amerikában eddig is sok streamet néztek, de amíg is kinn van 70 ezer ember egy meccsen addig nem lehet összehasonlítani az itthoni állapotokkal. Aki akar menni meccsre, eddig is kiment, de egy jó kiegészítés a stream, pláne most a covid helyzetben.
15. A televíziós szerződésekkel kapcsolatban mire számítasz a közel jövőben? Bekavarhat a COVID19 a szerződések újratárgyalásakor szerinted?

- a. Nem gondolom, talán több pénzt fognak kérni a közvetítésekért, stream már így is fizetős.
16. Mitől lesz egy franchise jó gazdaságilag? Kik miatt működik jól egy franchise(nem játék tekintetében)?
- a. Támogatóktól. Van fizetési sapka a csapatoknál, így meg van szabva, hogy ki mennyiért draftolat. Pont azt elkerülendő, hogy valaki bevásároljon akinek több pénze van, valaki pedig ne jusson játékosokhoz.
17. Évek óta felvetődik egy EU-s franchise ötlete. Szerinted jót tenne a ligának?
- a. Szerintem több emberhez érnek így el, több NFL-es rajongó lesz Európában. Én mindenképp hoznék több meccset ide, ha csak lehetne.
18. Versenyképes lenne maga a csapat?
- a. Első években még biztos nem, de egy komoly GM-el és szponzorral akár még működhetne is.
19. Gazdaságilag szerinted lenne pozitív hatása a régióra?
- a. Szerintem igen. Kéne új stadion, több kiszolgáló, pultos, a környékbeli üzemek éttermeket biztos fellendíteni. Több munkahely, több turista több pénz, jobb gazdaság.
20. Ha a liga vezetői úgy döntenének, hogy kell egy csapat az EU-ba akkor szerinted hogy valósulna meg? Új csapat létrehozás vagy relokáció?
- a. Létrehoznának egy új csapatot azt gondolom. Nem hiszem, hogy bármelyik csapat örülne neki, ha megmondanák a családtagoknak, mindenkinek, hogy pakolás van, lehet menni EU-ba.
Játékosoknak mindenképp kifizetődő lenne EU-ban egy csapat, hiszen mindenki oda akarna bekerülni, nagyobb merítés lehet a piacon EU-s játékosokból.
21. Egyáltalán kivitelezhető lenne szerinted? Gondolok itt a logisztikai, adózási, szerencsejátékbeli, stb problémákra.
- a. Szerintem igen. Megoldják az Amerika egyik végéből a másikba történő utazást is, 10 órát így is utaznak a csapatok. Ha Angliában, Németországban lenne egy csapat, Amerika Keleti részére 7-8 óra alatt átérsz.

3. számú melléklet

Interjú az NFL marketingstratégiájának, gazdasági működésének és egy potenciális londoni csapat lehetőségének vizsgálata témájában.

Intejuálaný: Az M4 egy munkatársa(sportújságíró)

1. Tudnál pár szót mondani magadról? Gondolok itt a munkádra például.

- a. 25 éves vagyok, szerkesztőként dolgozok az M4 Sportnál, e mellett OBI/B-ben vízilabdázom
2. Hallottál e már az NFL-ről?
 - a. Igen, hallottam.
3. Ha igen hol?
 - a. Először az NFL-t kedvelő és figyelemmel követő barátaimtól, ismerőseimtől hallottam róla, valamint a Sport TV közvetítéseibe is néha-néha belekapcsoltam pár perc erejéig.
4. Szerinted kell Európának az amerikai foci?
 - a. Az alapján, hogy egyre több európai államban figyelemmel követhetjük az amerikai futball növekvő térhódítását, melynek nyomán országos és regionális bajnokságok alakultak és alakulnak ki, igen, az amerikai futballnak az öreg kontinensen is van létjogosultsága. A sport egy önszerveződő társadalmi jelenség, így az, hogy az amerikai foci kell-e Európának, nehezen megválaszolható kérdés.
5. Lenne egy ilyen csapatnak szerinted stabil szurkolótábora?
 - a. Kicsiny hazánkból kiindulva igen, hiszen a magyar amerikai futball bajnokságban szereplő klubcsapatok, illetve a válogatott mérkőzéseire több ezren szoktak kilátogatni.
6. Versenyképes lenne maga a csapat? Tudva hogy a játékosok nem feltétlen vágnak Európába?
 - a. Ahhoz, hogy egy európai székhelyű együttes felvehesse a versenyt - egy olyan hosszú múlttal rendelkező szervezet, mint az NFL - bármely csapatával, csak hosszú évek elteltével tartom elképzelhetőnek. Az európai klubokban szereplő játékosok legfőbb motivációja nyilván az lenne, hogy eljuthassanak az NFL-be, a legjobbak közé. Ezen törekvésük magában hordozná folyamatos egyéni fejlődésüket, ezáltal csapatuk és egész bajnokságuk színvonalának permamens emelkedését is.
7. Ha pl Londonba raknánk egy NFL franchiset akkor szerinted fel tudná venni a versenyt a Premier League-vel?
 - a. Nem, vagy csak hosszú évtizedek, évszázadok alatt. Az Egyesült Királyság rendelkezik a legősibb futballkultúrával, így ahhoz, hogy az amerikai futball bármilyen szempontból fel tudja venni a versenyt a Premier League-vel, hosszútávú, tudatos, szerteágazó sportágfejlesztési stratégiára lenne szükség.
8. Gazdaságilag szerinted lenne pozitív hatása a régióra?
 - a. Véleményem szerint ha egy sportegyesület képes megállni a helyét piaci alapon, alacsony mértékű állami vagy önkormányzati támogatással - ideális esetben ezek nélkül - akkor pozitív gazdasági hatással rendelkezik.

9. Szerinted lehetséges lenne Super Bowlt rendezni kontinensünkön?
 - a. Nem, mert a Super Bowl az amerikai kultúra szerves részét képezi, nem hiába ez a legnézettebb sportesemény évről-évre. Ha párhuzamot szeretnék vonni, azt mondanám, hogy erre pont annyi esélyt látok, minthogy egyszer a Bajnokok Ligája döntőjét az Egyesült Államokban rendezik meg.

10. Egyáltalán kivitelezhető lenne szerinted? Gondolok itt a logisztikai, adózási, szerencsejátékbeli, stb. problémákra?
 - a. A felsorolt tényezők ellenére is abszolúte kivitelezhetőnek tartom, ám ez jelenleg az NFL-nek nyilvánvalóan semmilyen szempontból sem lenne az érdeke.

4. számú melléklet

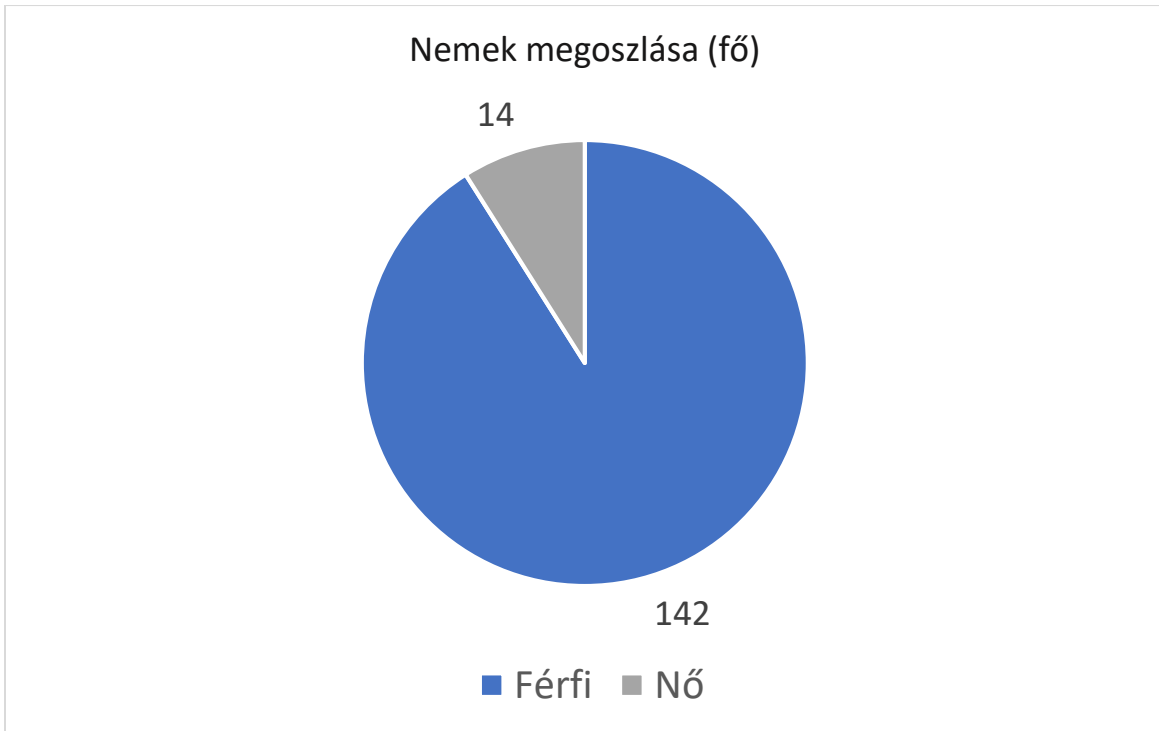
Kérdőív az NFL marketingstratégiájának, gazdasági működésének és egy potenciális londoni csapat lehetőségének vizsgálata témájában.

Kérdőív készítője: Demeter Alex

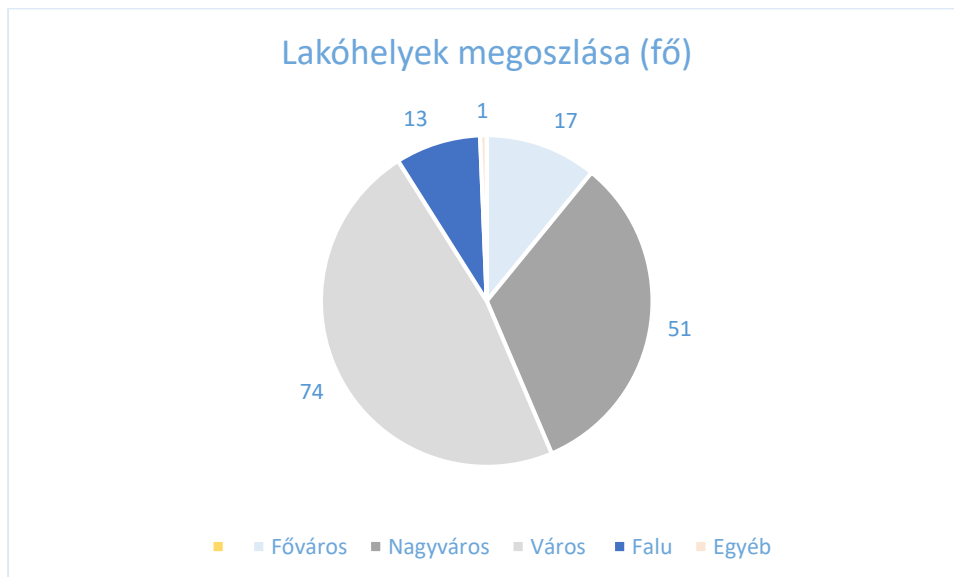
- For how long have you been following NFL?
- Which devices have you used to watch a game?
- How often do you watch NFL games?
- Have you ever subscribed to NFL game pass?
- If you have voted yes to the previous question, how satisfied were you with the service in terms of content, price and design? (1- very disappointed, 6-very satisfied)
- What do you think about NFL stadiums in terms of equipment, capacity and design? (1- very bad, 6- very good)
- Have you ever bought official NFL merch?
- If you have voted yes to the previous questions, how satisfied were you with the service in terms of the quality of the merch, design, price, packing and the service provided by the seller? (1- very disappointed, 6-very satisfied)
- Do you follow the league's social media sites, if yes which ones?
- What do you think about the quality of these channels?(1 -very bad, 6 very good)
- Would you support a team located in Europe? Please explain why or why not.
- Would you visit this team's games in person, if the team happened to be located in London? Please explain why or why not.
- Which do you think would be better?
- Do you think this team would be competitive in its first year?
- Would you buy this team's merch?
- Do you think this team would make a great economic impact on its location?
- What is your gender?
- What is your age?
- Where do you live?

- What is your net income per capita/month?
- What is your current employment status?

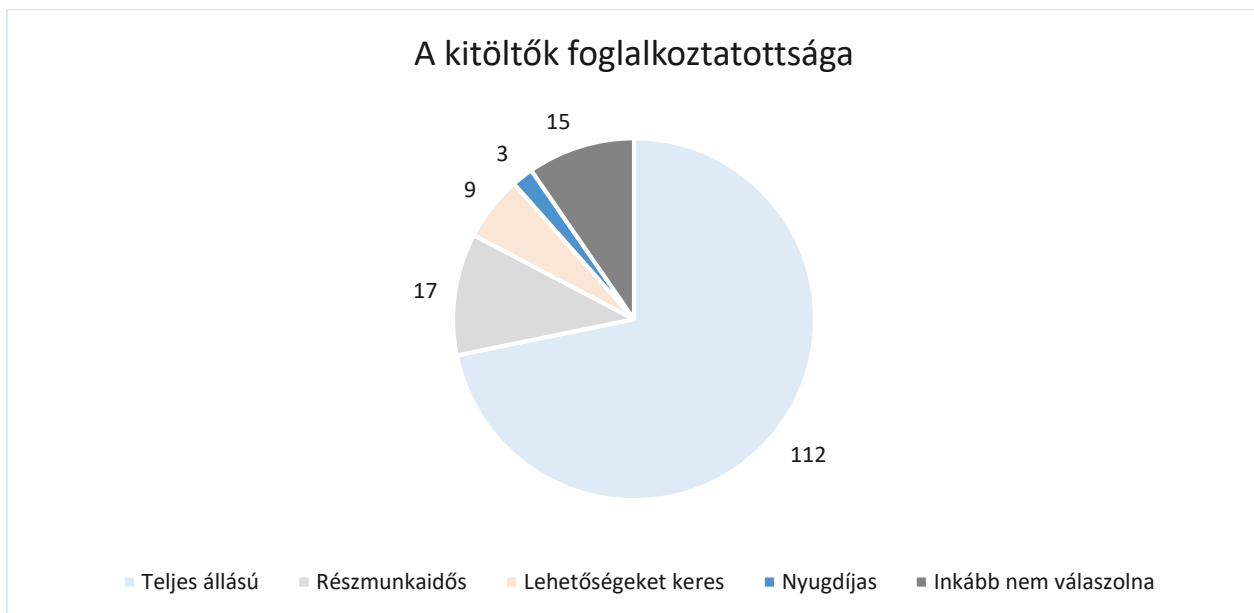
5. számú melléklet



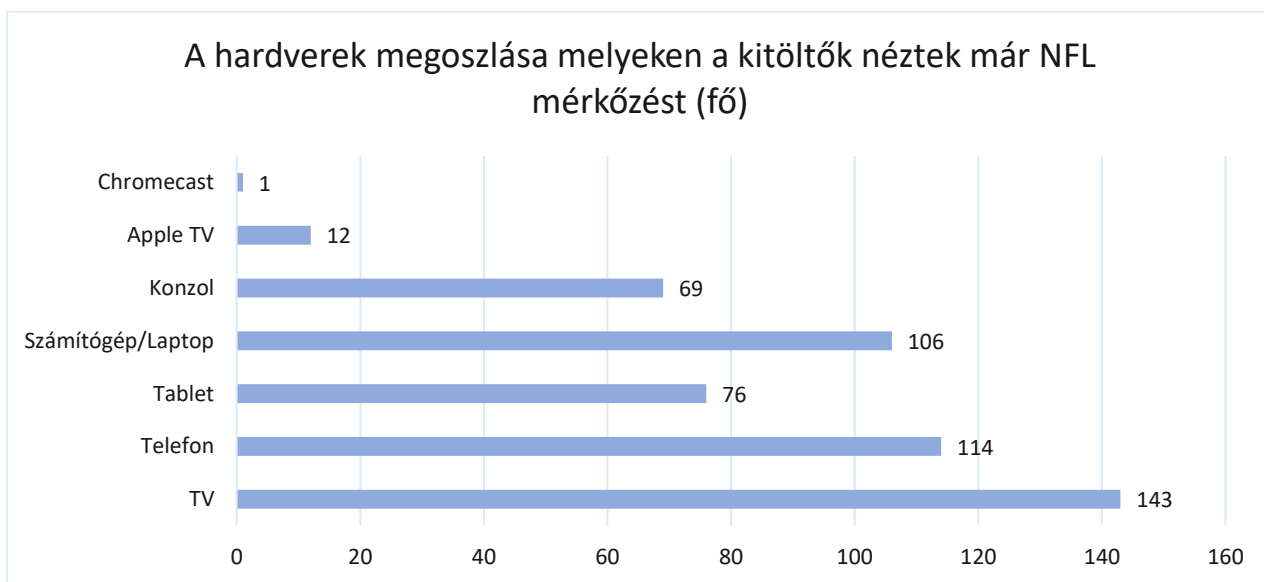
6. számú melléklet



7. számú mellékelt

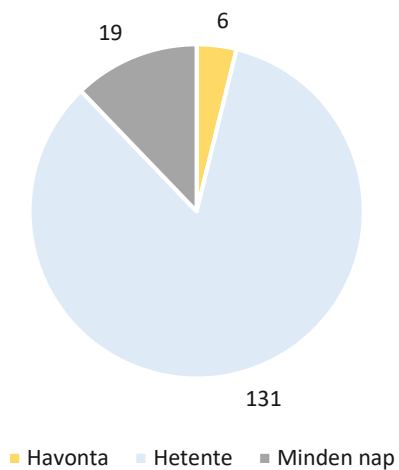


8. számú mellékelt



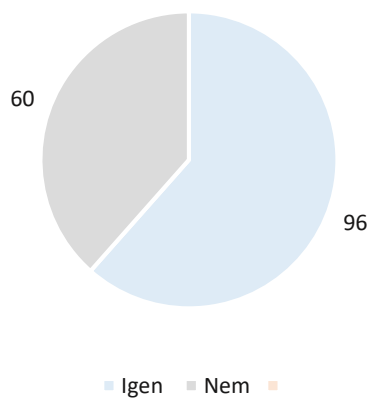
9. számú mellékelt

Az NFL meccsek követésének gyakorisága a kitöltő körében (fő)



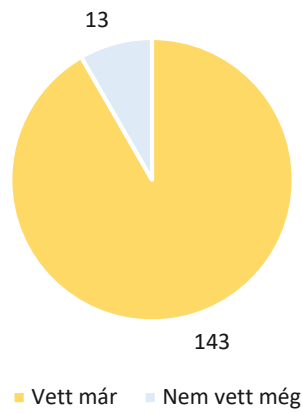
10. számú mellékelt

Az NFL Game Pass-ra előfizetők megoszlása a kitöltők körében (fő)



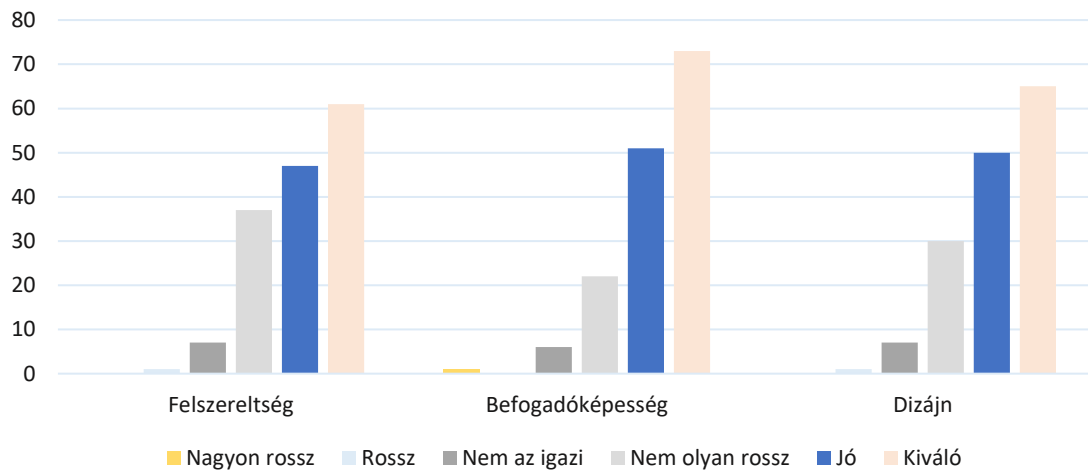
11. számú mellékelt

Hivatalos NFL terméket vásárol személyek megoszlása a kitöltő körében

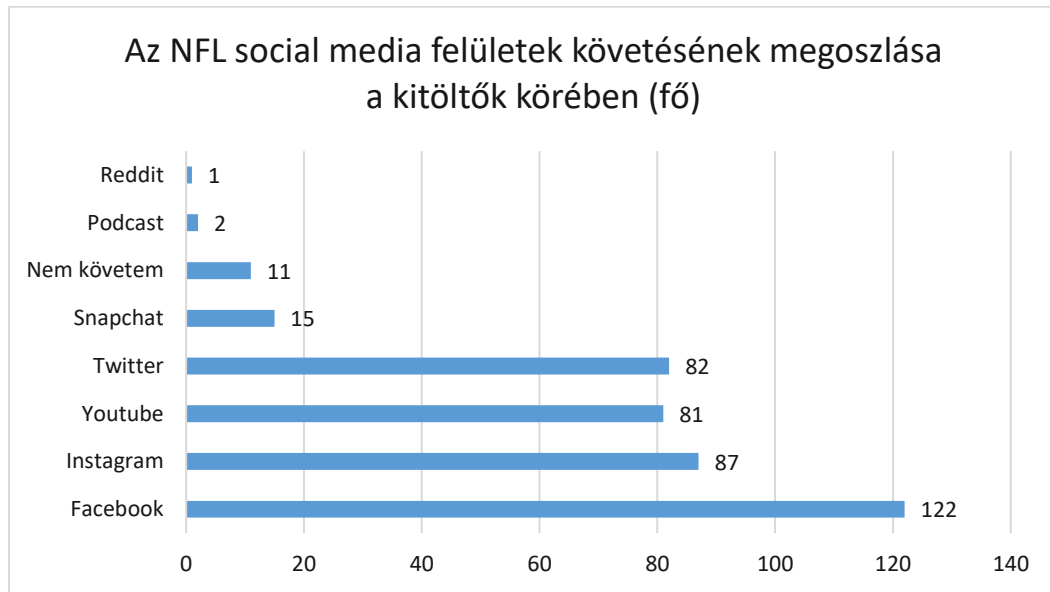


12. számú mellékelt

A kitöltők véleménye az NFL stadionokról (fő)



13. számú mellékelt



14. számú mellékelt (Would you support a team located in Europe? Please explain why or why not.)

Yes

Yes

No I have a team thanks

No probably not because I'm a loyal supporter off the Seattle Seahawks

Yes

Yes but would still support my team as doing so would mean i xould go to more live games

Yes.

Likely

Yes

I wouldn't support as such, but I would follow with an interest

Yes, but in addition to my team that I have supported from the start.

Yes

No. I already support a NFL team

Yes, because I would be able to watch them live frequently.

No already a saints fan

Absolutely, I am an Cardinals fan first and that wouldn't change but 100% would watch/ support a London team. I'd try to go to a game or 2 per season and potentially buy a Jersey if I liked the design/ player

I wouldn't support them like I do my own team but I will pay attention to how well they are doing

I would watch them, but my team now will always be my team.

Raiders

Yes. Would feel like a home team, especially if in London.

No, wouldn't replace thr vikings, id go to games though

I would as they would be local but would have to share my support with the buccs

Yes but will always support my current team
I dont think i would due to the cost of attending games and the likleyhood of it being in london and i live in Scotland.
Yes but only as a 2nd team
No I'm a Steelers Fan For Life
No. My team is for life
Yes as it would mean more chances to enjoy the league in person
Depends on where in Europe the team is located
Not sure if I could leave my current team but a team being close to home could persuade me
Yes, I could but not only because it is located in Europe, I have to like the team as well
Yes - I'd be more likely to be able to attend more live games.
Yes, especially if the UK were able to start a professional team/league becaus eit is a great sport which I would love to see more often in Britain/Europe. I think it would also be much more accessible to a lot of fans who want to watch live at the event (post Covid 19 obviously).
Not necessarily, as I already have a team that I support.
Yes as a 2nd team
No just not aware of teams
No, i'm a pats fan
Yes - easier to visit to watch a live game
I would follow them but would still support my original team.
I'd follow, don't know about support
Probably
No, it would be a logistical nightmare and the team would move move in 3 years
Yes - if in the uk, probably alongside my current team
As a second team
No, because the environmental impact of a team based in Europe. Not saying that it is not already horrendous. But it would be useless to add some more carbon to the mix.
Would not change support from my current team but would probably follow a European team as a second team
Yes, I support the Jacksonville Jaguars but would love to have a local second team to support
Yes. I was born in the USA and lived there most of my life, I support the Pittsburgh Steelers and always have. But if London or any UK team was formed I would definitely follow them as a close second team.
No. I already follow a team (Seahawks) and have spent far too much money and invested emotionally in the team to change now.
No already have my team.
Yes , I would as I'd be able to attend all home games
London team yes
Yes i went to london monarchs as a child and that started my interest in nfl
No. I will always follow Philadelphia Eagles
I would support a uk team but not supersceding the ream ive supported since i became interested in nfl.
I would follow them but I would not stop supporting my main team. I might well attend some games though too.

Yes, but only as a second team. Always faithful 49ers!
Not sure I would support them but I would probably attend games periodically
I would love to see a European team but would probably adopt as my second team due to the time and connection I have with my team.
No, i already have a team
Yes. It would enable me to see more games
Yes as would be nice to see live American Football easier
Yes be nice to have a homer team
No
I would but as my 2nd team after Saints
Yes, because it means more football
I would - BUT, it wouldn't take precedent over my current team. I would attend games as much as possible but for me I'm already personally, emotionally and physically invested in my current team and personally do not believe in switching 'allegiances'. Although, I do visit my local BAFA team as and when possible.
Yes - got to support the local team,
No
Yes, to support the franchise in their relocation.
No, I have a team (Colts) and will never change
It would be nice to see a team closer to home, and the growth of the game
I would support in the capacity of attending games but Seattle will always be my favourite team
Yeah I would as it allows me to go to the games more
No, as a jets fan I wouldn't give them up for another team, no matter what
Most probably. I would always support a local team (UK) if I had the option. However they would be a second team after the Panthers
No - I already support a team in the USA and wouldn't want to change my favourite team.
Yes. Used to follow WLAFL and NFL Europe. It feels a bit more like you're involved as opposed to following stateside teams.
Yes, be much easier to get to live games
Yes, as a secondary team to my NFL. As we have a family team (Jags) as we watch them live each year.
No, I have been a Bears fan for 35 years. Will not change.
I'd support in terms of going to games, but I wouldn't replace them as the team I'm a fan of.
Yes. However they would be my second team
Yes, theres an extra sense of pride and level of emotion when you have a genuine physical connection to team and where they're from
Yes I would!
No, I already have my team.
No, too expensive, unlikely to be competitive, too many games watching a mediocre team.
Prefer variety of games.
Yes
Yes, if it were in the UK.
No because I like the Titans
No

Maybe. But it would be as a 'second' team at best

No, I support Jacksonville Jaguars and wouldn't change teams

Yes, would help buy into the results if it was more local

Yes, I'd love a UK based team to follow

Yes. Proper home team rather than being neutral

No, it's the nfl, as much as I enjoy a team coming for a game, it wouldn't sustain

They would be a second team behind the Ravens, as I go to the London games currently

Sort of. Always supported Miami so I'd continue to support them. Would root for a London team though.

No because I already have a team and would not be willing to change my support

Of course.

a new team yes, not a relocated team - keep the US teams in their cities. Relocations are a slap in the face of the fan bases.

I couldn't change teams. But support my local UK team

logistics would impact player performance, Wendover productions did a good video on this topic.

No, already have a team

Yes, they would be the most local team

As a 2nd team yes - but have been a Cowboys fan for 40+ years - won't change now.

I would support them but not as my main team, I would still support the Seahawks more than a European team

I hVe my team now and wont change

Already support a team, but would love to see one in Europe

Yes. But not as much as my nfl team

Yes. A UK wide based team would gather a lot of support

Yes, as it would mean more teams would visit Europe in a season.

Yes I would follow a team that was local but unless it was the panthers I probably wouldn't fully support them, would get a season ticket

No because I already fully support an NFL team

Theyd be my 2nd team

No. Not needed.

Yes, but not exclusively as i already support a team currently

Yes

Yes as it would be local

Yes, but as a secondary team

Yes, because the games would be closer

No as I already support a team

Unsure, whilst it would be great for the league the amount of travel would be insane

Yes. Now it would be a 5 day trip and very expensive to eatch a team in the USA. A team in europe eould make it a lot more accesible and i would instantly become a fan!

No, I already support an established Team

I don't think that a US/European sports league is possible considering it the time difference and logistical challenges, but I support the idea of the NFL expanding internationally into Canada and Mexico. I also support the idea of a more popular and professional European league.

No as i already support a team and I wouldn't change.
Depends where they were based, I already have a team, so if the team was based in my country, they may be my "second team"
Yes but only as a second team
Yes. However it would be a secondary support and not overtake my main team
Would be nice to have a European based team but it would be tough on the players flying stateside every week or two.
No, i only support one team (Titans)
I would support a UK team except when they face my current team
Yes. You'd be able to watch a few games at a decent time. Sports seems to have to focus around geographical location and national boundaries (although i do not know why).
No, I already support a team so have no reason to support another team.
Yes, I play football in Europe, so would naturally feel inclined to support a European team
Yes because it would be much easier to go to games, but I'd still follow the Kansas City Chiefs
No, I have a team I support already
Yes. I am a big sports fan in general and currently support the Packers because of their colours (green & gold). I have no connection with any current NFL teams so having a European/London team would give me a great reason to support them.
Yes and no. My fan allegiance is to the Green Bay Packers, but I would support a European team by buying tickets and watching games as much as possible.
Yes because would be able to go to their games
No, would still support my team
Yes. I am a Seahawks fan but id happily support my "home" team, essentially the same as supporting England and Man Utd!
I would, if it was a team I could regularly see then I'd be very interested.
Not sure. A lot of the fascination for me is that I love America
no, would stick to my current team
I would support them, but maybe as more of a second team over the Bears (team I support).
I'd go watch the odd game, but I have my team so I wouldn't be supporting the European team to win.
Yes as well as my actual team as I would want a team here to succeed
No, just because a team is located closer to me doesn't mean i will support them. They would get my support if i enjoyed watching thrm play and found them interesting / exciting
Yes but secondary to my US team #Gohawks
Probably not, I've been an Oilers/Titans fan for 30 years
No, I've followed the Eagles too long to consider changing
I would love one, be nice to be loyal to a team I can see a few times a year without catching a flight
Yes if it was a London based team (local to me)

15. számú mellékelt

Yes

Yes

Yes - always go tk at least 2 London games a year

Yes because I'd love to see a live NFL game even if my team isn't playing
Yes I would
Yes have done the London games amazing atmosphere and time every game
Yes
Probably
Yes
Yes. A chance to watch a live game, regardless of who is playing
Yes, our only chance to see a game in person without flying to America
.
No, unless they were playing the team I support.
Yes, I can access London quite easily by public transport.
Yes especially if they are playing the Saints
Yes, I will rarely get a chance to see my primary team but would definitely go watch a London team
If they were located in London then probably because I enjoy the atmosphere of the games I would visit, my team hasn't played here in the last couple of years but still enjoy going to watch other teams play.
Yes
Yes. Would be a home team so would support them.
Yes, live games are best
Yes - local
Yes as I already attend all London games
No as per previous answer and cost.
Yes primarily for the experience
No
Yes - ease of access
Yes because it would be awesome!
Yes I would as I could see more games
Yes, close to home and I love the NFL
Yes, always fun to attend a game especially so close
Yes - I already attend the London games so would want to attend live games held in London.
Yes as there isn't much access to live games without spending an absolute fortune. It would make it much cheaper and more accessible to British/European fans who want to watch live.
Sure. I have already been to several NFL games in London.
Yes love the live experience
Yes of course
no; not unless Pats relocated
Yes - already go to the London games every year
Yes due to ease and experience
Yes, life experience
Yes
No, London is too overpriced
absolutely - it's where I live
Yes

Yes, I live an hour and a half away from London with the train.
Yes, as it is far more convenient
Yes, I already go to London every year to try and watch the Jags
Yes. The energy of a live game is unmatched
I would be interested in the odd game but would rather spend money to watch my team in the states instead.
Yes. Would pick a game were I had an interest in the visiting team.
Yes , London is a good location as it has a rather good transport system
i would
Yes would love to
Have done
Absolutely I would keep my season ticket going
Yes but due to living quite over 100+ miles outside London it may be once a season
Yes, but probably not all games
Yes, live NFL
I have always wanted to see a live game and I would travel to see one.
Yeah, because i support them
Yes, atmosphere is always good
Yes as above
Yes.
Yes
Probably a few games per season
Yes definetly
Yes but on a sporadic basis. I live in Manchester, and I'm self-employed, have a family and other commitments (including to my actual football/soccer team) which would be prioritised over a UK franchise. Plus there wouldn't just be the physical aspect of attending but the financial aspect too. Cost of not only tickets but travel, potentially accommodation, food/drink etc.
If hosted in London, yes, without a doubt unless it's at White Hart Lane as the logistics of getting there are too troublesome.
Yes
Yes. I have traveled to a number of games in London.
If the Colts moved to London, I would by a season ticket and go to every game
If I could afford to travel to London, and if I had time as I'm located in the North of England
I would definitely support a team that is local to me as they will be representing us so they will need our support and it would be amazing to have the NFL here regularly rather than just yearly
Yes
Yeah when any of the raiders, bears or jets are in town as they are mine, my dad's and my brother's team and we go the games when we can
Maybe 1 or 2 games a season, purely down to the travel costs of getting to London
Yes - I have done
Possibly. I live in the north east of Scotland so it's quite an undertaking to go to London.
Yes I would because already go to London to watch NFL
Yes, London series season ticket holders so would be happy to have a standing team in London
Only if they play Da Bears

Yes, but only once or twice a season because I live in the NW.
Yes
Yes, but only occasionally. Seeing a local team play on home soil would be a magical moment, but I live in the north of the country so travel would make attending every game difficult
Yes
Yes, I would at least try to get any any NFL games in London.
No, same as above
Some
Yes, i go to London games and would consider season ticket.
No I don't typically go to games
Yes
Yes. I would always try and get to a few games each season
I would go and see Jacksonville in London
Yes. Go to Wembley most years so don't see a reason to stop
If travel is affordable then yes, I would
Yes
Not really, loyal to NYG
Yes, already go to at least one game every year already
Waaaaay too expensive!
Yes, because the experience would still be good despite not supporting the London team
Of course
Yes. Would love to see a permanent london team - as long as the ticket prices wernt so high
Yes
yes, it would be an occasional event, but worth a trip and make a day of it.
Yes, local
Yes
Would go to a game a season. Travel costs from Scotland would affect my ability to go to more games.
Yeah I would, easy to travel to, allows me to watch the sport I love
To watch the nfl teams, no different approach to currently going to all London games
Yes, i love watching NFL live in a stadium
No. I don't live in London
Yes. Not weekly but maybe monthly
Yes, if my team was playing the London team, I would go.
Yes 100%
Only when they played my team
Yes to watch a live nfl game
Yes.
Yes, as its a local game id be able to go and watch
Yes
Yes. Accesibility
Yes. London is a short flight away. Used to live there so regularly travel back.
Yes, it is only a couple hours away
Occasionally

Yes, i love the sport

Yes because it is a lot more accessible

If they happened to play my team or if the tickets weren't too expensive for a potential good game

See first answer for thoughts on a European team. Hypothetically though, I would absolutely go if it were affordable.

Yes. I love the sport.

Yes, especially when big teams came over to play

Yes

No due to location. I would only be able to visit about 1-2 a year due to the drive to London being too long for me to make regularly

Yes, to see my team play

I would if they played against the Titans

Yes current season ticket holder. Would look to sell my seat for 2 games of the season

Yes - the london games are fun. Likely just one a year however. But the team needs to be competative amd interesting - you can see whats happened to Jacksonville, they have really tried to build support over here, but noone cares for them.

I'd visit the team in London because I'd still want to watch live NFL games, not because I support the team in London. It would also likely be a bye-product of the team that the London franchise is playing against.

Yes, see previous answer

Yes because it's easy to get to by train

Yes

Yes, I live very close to London so I could easily travel to games. I do go to the London series each year so having a regular schedule would be great.

Yes, I have been to London games in the past and would definitely attend at least once a year, possibly more, if there was a regular London team.

Yes maybe once or twice a season because of commute and cost

Yes

Yes. Id love to go to a live game but cant afford to go to the US

I would, I enjoy watching the sport so if it was easy to get to then yes

I would to get an opportunity to see the American teams

yes, great opportunity to see a bunch of different teams

Yes, love going to watch live sports regardless of if I support either of the teams.

Yes

Yes as I would want it to be a success

Yes i would but not necessarily to support the London team

Yes, I love the NFL atmosphere

Yes if the Titans were playing

No, it would cost too much

Yes, this would be cheaper and more convenient

Yes. Local to me

16. számú mellékelt

A kitöltők megoszlása az alapján, hogy hányan vennének a potenciális londoni franchise temékeiből (fő)

