

# STADIONY zítrka

MICHAL BARDA

Ještě nikdy nebyl moderní sport tak globálně zaměřený jako dnes. Velké severoamerické ligy jako NFL, MLB, NBA i NHL pronikají na evropské trhy a testují Asii, zatímco evropské, především britské sporty jako fotbal, ragby a kriket se stávají úspěšným exportním artiklem. Tento obchod doprovází obrovské změny divácké kultury a sportovní infrastruktury. Jakkoliv jsou velké sportovní peníze globální, drobtý z mediální hostiny padají pod lokální stůl. A je to množství peněz větší než malé.



➤  
KOUSEK OD HRDINŮ. SEN  
VŠECH VÁŠNIVÝCH PŘÍZIVCŮ  
UŽ SE V AMERICĚ ZHMOŤNĚJE  
V LUXUSNÍCH VIP PROSTORECH.  
MOHOU SLEDOVAT ZÁPASY  
NA ÚROVNI HRDIŠTĚ.



**B**iblická kniha Genesis popisuje, jak se v dávných časech pyšní lidé rozhodli proslavit a postavit moderní město s věží tak vysokou, že bude sahat až do nebes. Bůh se na jejich pošetilé počínání chvíli se zaujetím díval, a když ho to přestalo bavit, zmátl lidem na stavbě jazyky tak, že se mezi sebou na stavbě nemohli dorozumět. Pak je rozesel po celé Zemi, takže se prý lidé od té doby mezi sebou nemohou domluvit.

Zdá se, že se pověst o babylónské věži zakládá na starých sumerských a asyrských mýtech. Různé legendy polohu města umísťují různě, ale bylo to zřejmě někde na dolním toku Eufratu v tehdejší Babylónii. Místo je přibližně hodinu a půl letu od míst, kde o tři tisíce let později emírát Katar o velikosti Středočeského kraje buduje nové pyšné fotbalové stadiony, aby se proslavil po celém světě a uspořádal na nich mistrovství světa ve fotbale. V zemi, kde se vlastně pořádně hrát nedá.

### Kolik stojí pycha?

Člověka by napadlo ptát se na investice. Původně Katar odhadoval náklady na skoro dvacet miliard dolarů, přibližně před rokem rozpočet snížil při

bližně na polovinu. Někteří drsní vtípkové tvrdí, že rozpočet šampionátu klesl poté, co policie začala vyšetřovat údajné úplatky v nejvyšších patrech FIFA. Poslední rozhodování o organizátorech největšího fotbalového turnaje světa prý bylo přinejmenším dosti zvláštní.

A tak se lidé rozešli po celé Zemi a nemohli se domluvit. Jazykově nejbližší mají k sobě sice Spojené státy a Velká Británie, ale i tyto země sportu zaslíbené jsou úplně jiné světy. Historicky byli do sportu a jeho infrastruktury ochotni investovat spíše Američané, Evropa byla spíše zdrženlivá. Proč? Odpovědí jsou návratnost investic a velikost domácího trhu. A také to, že zatímco v Evropě jsou sportovní soutěže většinou založené na vítězství, postupu a sestupu, ve Státech jsou největší ligy frančizy, které svazují své členy přísnými pravidly, jejichž prioritou je budovat značku a generovat zisk.

### Není návratnost jako návratnost

Dva nedávné projekty tržní rozdíl mezi Velkou Británií a Spojenými státy jasně demonstrují. Anglický ragbyový Twickenham investoval 65 milionů liber do rozšíření svého stadionu, které mělo zlepšit

především servis, pohodlí a občerstvení pro diváky; investice se měla vrátit do tří let. To je dost peněz, ale viděno obchodníma očima také výborná návratnost. Úplně ale bledne ve srovnání se stavbou nového stadionu Atlanta Falcons za 1,5 miliardy dolarů, které se vrátily prakticky okamžitě - v neposlední řadě i díky prodeji práv na jméno stadionu, která získal Mercedes-Benz.

Další rozdíl si globální týmy uvědomí při vstupu do sportovního zázemí. Ragbisté i američtí fotbalisté jsou si tělesně velmi podobní - jsou to velcí a hřmotní chlapi. Zatímco v ragby se jich v šatně běžně sejde tak do třiceti, v šatně amerického fotbalu jich může být klidně i přes sto. Při jednom ukázkovém utkání se nepohodlí ještě nějak přežije, ale při stálém účinkování týmy z Ameriky celkem poprávu očekávají, že se jejich celé družstvo vejde do šatny i v Evropě. I takové detaily přispívají k tomu, že se globální a lokální sportovní business tak liší.

### Divadlo a high-tech

Pokud jste měli někdy příležitost sledovat sportovní utkání nebo koncert na některém z moderních stadionů, které vznikly v posledním desetiletí, potvrdíte, že je to úplně nová zkušenost. Nejde jen o samotný sport, muziku nebo architekturu. Tvůrci staveb se snaží s pomocí nejmodernějších konceptů a technologií vytvořit všeobjímající mediální prostor, který návštěvníka přepadne a nedovolí mu uniknout. Moderní multikina jsou slabým odvarem toho, co vzniká a co se teprve chystá. Je tu zákazník, který má v kapse kreditní kartu a rozhodl se na stadionu strávit dvě nebo tři hodiny. Je sice citlivý na zvyšování cen vstupného, ale když ho zahltlíme emocemi, zaplatí.

Emoce znamenají identifikaci s týmem. New Meadowlands, nyní MetLife Stadium v East Rutherfordu, kde hrají svá domácí utkání dva týmy amerického fotbalu, může být během několika málo hodin úplně proměněn podle toho, jestli budou hrát New York Giants, nebo New York Jets. Stadion má

dvacet obřích obrazovek a „Coaches Club“, který nabízí chráněné lóže necelé dva metry za střídačkou domácího týmu. Comerica Park v Detroitu má vedle tribuny i ruské kolo, z něhož je vidět na stadion a které během utkání zabaví i vaše děti.

Špičkový sport se stále více přibližuje špičkovému byznysu. Manažeři ve Spojených státech na sportovní akce často zvou obchodní partnery, řeší své kšefty a přijímají obchodní rozhodnutí. Při tom vykrystalovaly dva nejdůležitější faktory, které ovlivňují jejich spokojenost: pompéznost a technologie.

V americkém prostředí existuje řada průmyslných omračujících aranžmá od obřích obrazovek přes diskžokeje o přestávce ve hře až po objednaní jídla přímo z hlediště, aniž by soustředěný byznysmen přerušil jednání a zvedl se ze sedadla.

Fotbalový Avaya Stadium v kalifornském San Jose nabízí pod širým nebem bar o ploše 365 čtverečních metrů s osmnácti obrazovkami s vysokým rozlišením a 35 obsluhujícími barmany. Stadion Mercedes-Benz v Atlantě nemá jen prostý ukazatel skóre, ale kolem dokola obrazovku o rozměrech 19x300 m, tedy jako tři fotbalová hřiště za sebou. Nově otevřená Little Caesars Arena v Detroitu se chlubí „diamantovou kůží“ - je zvnějšku celá pokrytá kovovými panely, které slouží jako promítací plátno pro sofistikovaný laserový promítací systém. Celý plášť arény je tak možno opticky proměnit podle právě probíhající akce nebo jej využít pro živou prezentaci zpráv a sponzorů. Systém byl poprvé spuštěn do provozu při otevíracím koncertu Kida Rocka v září 2017.

### Jezte a pijte, co hrdlo ráčí

Pořád to ale není všechno. Už císaři ve starém Římě věděli, že lid si vedle her žádá i chléb. Profesionální kluby dále rozšiřují způsoby, jak i z koncepcí prodeje občerstvení na stadionech dostat co nejvíc. Bary, skyboxy a VIP lóže jsou oddělené od prostého lidu a umožňují nevšední vizuální dojmy. Jsou pod stropem, vysunuté do prostoru, nově i na úrovni palubovky nebo ledu. Hokejisté New

35

TOLIK BARMANŮ OBSLUHUJE DIVÁKY  
NA FOTBALOVÉM AVAYA STADIUM  
V KALIFORNĚM SAN JOSE. BAR  
NA PLOŠE 365 ČTVERECNÍCH METRŮ  
NABÍZÍ 118 OBRAZOVEK S VYSOKÝM  
ROZLIŠENÍM.



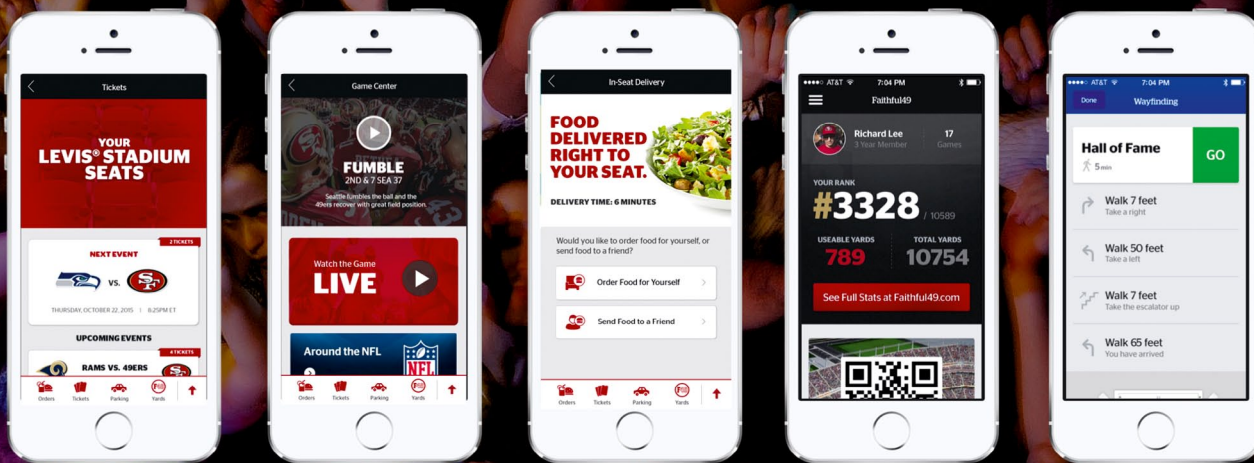
„Tvůrci staveb se snaží s pomocí nejmodernějších konceptů a technologií vytvořit všeobjímající mediální prostor, který návštěvníka přepadne a nedovolí mu uniknout. Je tu zákazník, který má v kapse kreditní kartu a rozhodl se na stadionu strávit dvě nebo tři hodiny. Když ho zahltlíme emocemi, zaplatí.“





## Mobile App

A Fully Integrated, Time and Location Aware Experience



Tickets  
& Parking

Game/Concert/  
Event Center

Food, Beverage &  
Merchandise

Loyalty &  
Experience

Wayfinding

Jersey Devils hrají v Prudential Center v Newarku, které prošlo v minulých letech rozsáhlou rekonstrukcí. Klubové lóže Ice & Fire nabízejí nerušený výhled na sportovní dění hned u ledu a kulinářský zážitek navíc – všechno jídlo i nealkoholické nápoje jsou paušálně v ceně vstupenky. Všude jsou 55palcové televizory, které v lóžích umožňují sledovat živou hru i opakovačky ze všech možných úhlů. Před stadionem je obří LED videostěna o velikosti 450 čtverečních metrů.

Oba kontinenty jsou si totiž vzdáleny i chováním fanoušků. Doba pobytu diváka na amerických sportovních akcích je mnohem delší než ve Velké Británii, snad jen s výjimkou tenisu a golfu. To znamená, že americké stadiony mají více příležitostí zvýšit útratu fanoušků během sportovní akce – američtí fanoušci dychtivě sáhnou po všem, co je spojuje s jejich týmem, od občerstvení přes čepice až po dresy hráčů.

Právě čas strávený na stadionu v poslední době možná vyvolává největší změny v amerických arénách: normální ceny a jídlo pro opravdové labužníky. Zatímco většina britských sportovních fanoušků skousne vysoké ceny za často podprůměrnou nabídku pití i fish & chips, hodně amerických organizací v poslední době účtuje opravdu jen to, co by návštěvník běžně zaplatil mimo stadion. Mají na něj více času a dobře vědí, jak se k jeho kredit-

ní kartě dostat. Zkouší dokonce nalákat fanoušky na stadion ještě dřív, což by v Británii působilo přinejmenším podivně. Ale umožní to víc společného času a větší nabídku služeb i jídel, často opravdových kulinářských zážitků pod patronátem špičkových restaurací a šéfkuchařů. Takže další možnost, jak na špičkový sport navázat přitažlivý kulinářský příběh a lokální komunitu.

### Americký fotbal v Silicon Valley

San Francisco 49ers prostě museli prezentovat špičkové technologie, když se stěhovali na svůj nový Levi's Stadium v Santa Claře. Silicon Valley je hned za humny, takže v tomto ohledu Kalifornčané nesměli zklamat. Použili technologii VenueNext, která nabízí společnou platformu a portfolio mobilních aplikací pro užití na stadionech, při koncertech, v hotelích nebo v nemocnicích. Poskytuje všem návštěvníkům na jejich smartphonech snadný přístup ke všem službám, které příslušné zařízení nabízí, a kromě toho umožňuje celou organizaci akce v reálném čase řídit. Z fotbalového klubu i provozovatele stadionu se tak stal informační systémový integrátor.

Levi's Stadium má kapacitu 68 500 diváků pro utkání amerického fotbalu, závody monster trucků, koncerty i všechno možné, co vás jenom napadne.

^ VENUENEXT, EXKLUZIVNÍ PORTFOLIO MOBILNÍCH APLIKACÍ PRO FANOUŠKY TÝMU SAN FRANCISCO 49ERS



„Musíte se starat o diváky, které máte, ne o ty, které byste chtěli mít.“

Můžete si pronajmout prostory, servis i catering pro soukromé akce – od schůzky abiturientů pro 20 účastníků přes firemní večírek, svatbu až po mezinárodní konferenci s více než 25 tisíci hosty. Pokud byste chtěli lístek na pivní festival „Bacon and Beer Classic“ 24. února, zaplatíte od 69 do 119 dolarů. Za tu cenu budete moci bez omezení ochutnávat více než 100 druhů regionálních piv a přes 30 druhů různých pokrmů se slaninou od místních šéfkuchařů, hrát různé hry, udělat si náhrdelník z precíků a soutěžit v přejídání. Pokud byste už na únor letenku do Kalifornie nesehnali, nezoufejte: putovní festival bude pokračovat celý rok i v dalších měsících po celých Spojených státech.

Pokud se ale na fotbal do Santa Clary na stadion pojmenovaný po výrobci populárních džinsů dostanete, budete koukat. Aplikace doprovázejí návštěvníky všude a poskytují jim služby přizpůsobené podle jejich okamžité polohy a možného zájmu. Řídící systémy Wisdom a Canopy poskytují organizátorům aktuální online data i třeba o tom, jak se stadion před akcí plní diváky.

Organizátor tak nemusí držet plné obsazení personálem po celý den utkání, ale řídí počty pořadatelů podle průběhu plnění stadionu. Ušetří tak na mzdových nákladech 600 tisíc dolarů ročně.

V mobilní aplikaci si můžete koupit lístek na jednotlivá utkání San Francisco 49ers, předplatné na celou sezonu i vstupné na příští koncert Taylor Swift. Při příjezdu na stadion vás aplikace naviguje k prázdnému místu na parkovišti, abyste měli optimální cestu ke svému místu v hledišti. Sleduje prodej jednotlivých druhů občerstvení a suvenýrů v různých místech stadionu, plynule přesunuje zásoby a upravuje aktuální nabídku. Řeknou vám taky, jak dlouho budete čekat u nejbližších stánků s občerstvením. A když nechcete, nemusíte se prodírat zástupy hladovců, kteří stejně jako vy přijeli na stadion na poslední chvíli – aplikace vám umožní objednat si hot-dog nebo steak medium rare a doručit ho až do křesla přímo v hledišti. A pamatuje si na příště, jakou máte nejraději hořčici.

Máte ze svého místa špatný výhled? Systém umožní přímo na stadionu upgrade na lepší volné místo za lepší cenu a dovede vás až k němu. Chcete se na nějakou akci podívat ještě jednou? Video na mobilu nabídne zpomalené záběry jen 5-7 sekund po akci. Pokud snad máte předplatné a na nějaké utkání se nedostanete, můžete své místo přes aplikaci nabídnout k prodeji. Peníze vám sice na ruku nevyplatí, ale můžete je příště použít k nákupu coca-coly nebo upgradu svého místa.

Další aplikace umožní divákům mezi téměř 70 tisíci diváky na stadionu snadnou navigaci,



◀ MERCEDES-BENZ STADIUM V ATLANTĚ A JEDNOLITÁ OBRAZOVKA KOLEM DOKOLA O ROZMĚRECH 19X300 METRŮ

abyste našli, co potřebujete. Prostě takové soukromé Google Maps jen pro tento stadion. Používané aplikace přinesly za minulý rok jen na příjmech z parkování, prodeje občerstvení, suvenýrů a reklam dva miliony dolarů. U ukotpeného stánku s očouzenými buřty ty dva miliony dolarů na zemi jen tak nenajdete.

Některé aplikace samozřejmě nefungují hned tak, jak bylo zamýšleno. Právě do systému „in-seat ordering“ vkládala řada organizátorů velké naděje. Systém měl umožnit objednávku a doručení občerstvení a dalších produktů divákům v hledišti, aniž by se museli zvednout ze svého sedadla.

Jenže někteří od této myšlenky začínají zase ustupovat; na stadionu 49ers tuto možnost využívalo v průměru jen asi 800 diváků za utkání. To nebylo dost na to, aby se systém sám zaplatil. Jenže když teď systém zrušíte, bude minimálně 800 návštěvníků zápas co zápas otrávených a nedej bože, aby příště nepřišli. To je také důvod, proč třeba Green Bay Packers si nehráli na takové technologické pionýry jako kalifornští 49ers a tento systém raději nikdy nespustili. Průměrný věk diváků na jejich stadionu je totiž přes 50 let, a tak celé věci už od začátku úplně nevěřili.

„Musíte se starat o diváky, které máte, ne o ty, které byste chtěli mít,“ říká jejich viceprezidentka pro marketing a služby veřejnosti Gabrielle Dowová.

### Kde spí Evropa?

Henk Markerink provádí návštěvníky přísně organizovanou prohlídkou amsterdamskou Arenou. On sám je vysoký, přísný, čerstvě ostříhaný a pečlivě vystylovaný. Koneckonců, Arena má vysouvací střechu, takže jeho vzhled případnou nepřízní počasí neutrpí. Henk popisuje návštěvníkům strukturu, strategii i budoucí vizi fungování 20 let starého stadionu, jehož hlavním uživatelem je amsterdamský Ajax, UEFA a různé popové hvězdy.

Kšefty dělá z poloviny fotbal a z poloviny zábava, každé větší zařízení musí dnes své klienty diverzifikovat. Největší starost ani slogany organizátorů v těchto dnech tak nikoho nepřekvapí. Uslyšíte, že „zdraví a bezpečí návštěvníků jsou nejvyšší prioritou“, stejně jako „propojení a sdílení informací je nade vše“.

Arena ale musí v dnešním rychlém světě stále inovovat a jít s dobou, a tak se chlubí i 100% neut-

rální karbonovou stopou a mistrovstvím světa ve videohráčích FIFA 2017. Do roku 2020 plánuje tento jediný stadion do své infrastruktury investovat dalších 75 milionů eur. Za ty peníze by celý český fotbalový svaz žil přibližně dva roky.

### Svět konzervativního golfu

Fanoušci golfu zažili v roce 2014 na Ryder Cupu technologický průlom, který převrací diváckou kulturu celého sportu. Diváci dostali v Gleneagles se vstupenkou i osobní náramek s RFID čipem, který jim umožňoval se v průběhu turnaje účastnit souběžných akcí oficiálních partnerů a sdílet je na sociálních sítích. U prvního týčka byla otevřena extravagantní zábavní zóna s živou hudbou, roztleskávačkami a najatými zpěváky, kteří měli za úkol nastartovat zpěv mezi diváky.

Vládní agentura Active Scotland, která má Skoty motivovat k pohybu, uspořádala při turnaji etapovou procházku areálem s cenami pro ty, kdo se svým náramkem zaregistrují na všech kontrolních bodech. U druhého greenu vítal návštěvníky Johnnie Walker, majitelé BMW zase měli volný vstup do kavárny u desáté jamky a mohli tam ná-

# 75

**Tolik milionů eur plánuje investovat do infrastruktury amsterdamská Arena do roku 2020.**





ramkem platit svou útratu. Automatické aplikace dokumentovaly celý projekt na sociálních sítích.

Antonia Beggsová, provozní ředitelka Ryder Cupu, k tomu uvedla: „Ryder Cup Europe a jeho partneři chtějí divákům nabídnout ten nejlepší zážitek. Sociální sítě, smartphony a mobilní internet se staly součástí každodenního života, technologie RFID je tak přirozenou volbou, jak turnaj posunout k novým standartům.“

Možná že ano. Někteří nedůvěřiví a přehnaně útlocitní diváci však protestovali, že přes všechny proklamované výhody náramek s čipem RFID není nic jiného, než Velký Bratr na vašem zápěstí.

„Přece se neprodám za panáka Johnnieho Walkera,“ namítali.

Měli samozřejmě pravdu, ale vyšlo to nastejno. Ještě větší Velký Bratr se SIM kartou jejich mobilního operátora seděl celou dobu trpělivě v jejich kapse a myslel si: „Proč bych vám měl platit panáka skotské, když mi ještě rádi zaplatíte sami!“

Kromě náramků spolupracoval totiž Ryder Cup Europe i se skotskou vládou a mobilními operátory a zajistil pokrytí turnaje perfektním ultrarychlým 4G připojením.

## Jsme to pořád ještě my?

Přestože je kultura sportovního fandění v Americe i Evropě tak odlišná, na obou stranách Atlantiku mají fanoušci o živé sportovní zápolení pořád neutuchající zájem. A tak sportovní byznys přemýšlí, jak zájem proměnit na cinkání.

Japonsku se sice nepodařilo zajistit si pořadatelství mistrovství světa ve fotbalu, jejich kandidátská prezentace přesto upoutala pozornost. Japonci představili holografické 3D vysílání sportovních událostí, které provázáním řady různých online technologií nabízí nevšední zážitek statisícům diváků na dalších stadionech.

Některé profesionální kluby sice již v play off nabízejí svým fanouškům public viewing zápasů na hřištích soupeřů, ale pokud by holografie zprostředkovala „živý“ obraz přímo na ploše stadionu, mohl by to být další průlom. Kluby by najednou mohly prodávat vstupenky na všechna utkání svého týmu, i když by se jich polovina odehrávala na domácím stadionu jen s pomocí počítačové generovaného obrazu. I když Japoncům mistrovství světa ve fotbalu uteklo, využijí nepochybně pro světovou premiéru nejmodernějších technologií olympiádu v Tokiu v roce 2020. Co nás tam asi čeká?

Přenosy světových šampionátů videoher překonávají již dávno sledovanost některých skutečných sportovních odvětví. Počítačové technologie do-



FOTO: PROFIMEDIA.CZ

sahují hranic, kdy je na obrazovce obtížné rozlišit virtuální realitu od skutečnosti. Podlahy sportovních hal dostávají podkladovou matici z LED, pomocí které je na stisknutí knoflíku možno změnit lajnování hřiště – a o přestávce na celé ploše rozsvítit logo sponzora, který za to někde na druhém konci světa zaplatí.

Mezitím hodinu a půl letu od biblického Babylónu vzniká v Kataru osm nových plně klimatizovaných fotbalových stadionů, nový přístav i metro. Všechny stadiony se budou pyšnit exkluzivní architekturou od nejlepších tvůrců. Jeden bude dokonce rozebíratelný, takže po několika utkáních bude moci být rozložen, přestěhován a postaven úplně jinde – třeba při příštím mistrovství světa?

Na stavbách nových svatostánků pracují tisíce dělníků z Asie, Afriky a Středního východu, kteří hovoří různými jazyky a jen stěží si rozumějí. Slíbený plat 400 dolarů měsíčně sice nedostanou, ale i ta polovina je víc, než někteří z nich viděli za celý život. Jen se musí ještě strhnout poplatky za smlouvu, letenku do Kataru i za ubytování a jídlo.

Než to celé splatí, odevzdají svůj nový pas, aby se někde neztratili. Počet zahraničních dělníků přesahuje 60% obyvatelstva malého emirátu a jejich pracovní povolení spravují firmy, pro které pracují. Bez jejich svolení nemohou změnit zaměstnavatele, skončit, ani ze země odejít. Ročně jich prý několik stovek při stavbě zahyne, ale přesné statistiky nejsou. Všichni ujišťují, že ambiciózní stavební projekt bude dokončen včas, zdržení nepřipadá v úvahu. Všechna média se již těší na technologický zážrak a první fotbalové mistrovství světa, které se bude hrát v prosinci. Kdo bude asi vítězem?

A jsme to pořád ještě my?

↑ JE VÁM VEDRO? TYHLE PODIVNÉ OTVORY ROZMÍSTĚNÉ PO CELÉM STADIONU KHALIFA V DAUHÁ ZAJISTÍ VMŽIKU CHLAD A KLID FANOUŠKŮ PŘI FOTBALOVÉM MS 2022.

POKUD BY HOLOGRAFIE ZPROSTŘEDKOVALA „ŽIVÝ“ OBRAZ NA PLOŠE STADIONU, MOHLY BY KLUBY PRODÁVAT VSTUPENKY NA UTKÁNÍ SVÉHO TÝMU DOMA I VENKU.

