



# JAKA JEST MIĘDZYNARODOWA PRZYSZŁOŚĆ NBA?

**Robert Blaszczyk**  
[robertblaszczyk.wordpress.com](http://robertblaszczyk.wordpress.com)  
Kraków, Czerwiec 2015

## SPIS TREŚCI

<b>MIĘDZYNARODOWA EKSPANSJA NBA .....</b>	<b>1</b>
<b>REKORDOWA SPRZEDAŻ BILETÓW .....</b>	<b>5</b>
<b>INWESTYCJA W PRZYSZŁOŚĆ .....</b>	<b>7</b>
<b>WIECZÓR JEDNEJ DRUŻYNY .....</b>	<b>9</b>

Od ostatniej wizyty NBA na Starym Kontynencie minęło już pół roku. W styczniu w londyńskiej o2 Arenie odbyło się spotkanie w ramach regularnej części rozgrywek pomiędzy Milwaukee Bucks a New York Knicks, którego miałem okazję być świadkiem. Okazję tę wykorzystałem, by bliżej przyjrzeć się organizacji tego wydarzenia i poznać plany międzynarodowej ekspansji ligi. Zapraszam do lektury, w której skupiłem się na wspomnianych zagadnieniach przez pryzmat meczu w Londynie.

Robert Błaszczuk  
[robertblaszczyk.wordpress.com](http://robertblaszczyk.wordpress.com)

## MIĘDZYNARODOWA EKSPANSJA NBA



Trwa globalna ekspansja ligi NBA. Niebawem mocniej zaakcentuje swoją obecność w Afryce, a współpracujące od lat rynki na czele z Europą otrzymają kolejne okazje do bezpośredniego kontaktu z ligą. Umocniane są więzi z sympatykami na całym świecie, dzięki czemu równocześnie rośnie zaangażowanie partnerów biznesowych spoza Stanów Zjednoczonych. Pogłębiające się relacje oddziałują również na aspekty czysto sportowe. NBA dzieli się wiedzą w zakresie szkolenia, przygląda się rozwojowi utalentowanych zawodników i pozyskuje ich w swoje szeregi. Nie są to decyzje spontaniczne, lecz dokonywane po obserwacji i ocenie przydatności, czego jeszcze brakowało kilkanaście lat temu. Efektem ubocznym był odsetek graczy odrzucanych po pierwszym sezonie lub wygaśnięciu pierwszego kontraktu. Obecnie sytuacja prezentuje się zupełnie inaczej, a pewnym dowodem na przydatność zagranicznych koszykarzy był tegoroczny mecz Wschodzących Gwiazd podczas Weekendu Gwiazd w Nowym Jorku, gdy zespół Reszty Świata okazał się lepszy od amerykańskiego składu.

London jest jednym ze strategicznych miast w kontekście międzynarodowej aktywności NBA. Mieści się tam bowiem jedno z zagranicznych biur ligi, w obrębie działalności którego znajdują się Europa, Afryka i Bliski Wschód. – Zajmujemy się dystrybucją praw telewizyjnych, obsługą medialną, obsługą naszych partnerów biznesowych w regionie, dystrybucją praw do wizerunku i sprzedażą własnych produktów od strojów po gry komputerowe jak NBA2k15, która jest kontynuacją jednej z najpopularniejszych serii w historii gier. Jesteśmy odpowiedzialni za organizację spotkań w naszym regionie, a przez cały rok imprez popularyzujących dyscyplinę w tym treningów dla młodych zawodników. Tego typu przedsięwzięcia dokonujemy wspólnie z lokalnymi federacjami koszykarskimi – opowiada o spoczywających zadaniach senior dyrektor do spraw komunikacji NBA w Europie, Maik Matischak. Nim objął pełnią funkcję w maju poprzedniego roku, odpowiadał za komunikację w firmie Electronic Arts. Jest to jeden z największych wydawców gier komputerowych na świecie, w ramach którego działa EA Sports. Dział ten tworzy serie niczym FIFA, NBA

Live czy NHL. Jeszcze wcześniej pracował na stanowisku PR-Managera ligi NHL na rynku europejskim.

Najważniejsze postanowienia dotyczące globalnych działań NBA zapadają na szczeblu centralnym. Wynika to oczywiście z konieczności nadania spójnej strategii rozwoju całej organizacji, a także z faktu gromadzenia największej ilości kompleksowych danych w zakresie wielkości i potencjału danego rynku. Naturalne uwarunkowania sprawiają, że za Oceanem funkcjonuje również komisja, która jest odpowiedzialna za selekcjonowanie drużyn do meczów międzynarodowych. Kluby pozostają z nią w kontakcie, dzięki czemu mogą wyrażać swoje nastawienie do ewentualnych podróży. Część z nich lobbuje za możliwością udziału w NBA Global, widząc w tym dla siebie ciekawe perspektywy. Lokalne ośrodki, jak ten londyński, uczestniczą również w planowaniu projektu, koncentrując się głównie na aspektach logistycznych. - Wymagania dostosowywane są do poszczególnych miast. Oprócz tego hala musi odpowiadać standardowi obiektów, w jakich rozgrywane są spotkania NBA. To jest jeden z kluczowych elementów, na podstawie których nieustannie penetrujemy rynek i rozpatrujemy potencjalne lokalizacje na rozegranie meczu w ramach pre-season czy meczu w ramach regularnej części rozgrywek. Drugim równoznacznym elementem jest natomiast potencjał danego regionu – tłumaczy Matischak.

Wśród infrastrukturalnych wymagań pierwszym punktem jest hala o odpowiednim standardzie, ale NBA nie posiada ścisłych kryteriów, na podstawie których następuje aproba obiektu do międzynarodowych spotkań. - Londyńska i berlińska o2 Arena czy paryska Bercy są przykładami hal, które w pełni wypełniają nasze oczekiwania i mogłyby w nich zostać rozegrane mecze w ramach regularnej części sezonu. Nieco niżej postawiona jest poprzeczka dla meczów przedsezonowych, niemniej te obiekty muszą być również nowoczesne i dysponować odpowiednią ilością miejsc. Nie ma jednak listy z punktami, na podstawie której weryfikujemy obiekt – podkreśla Matischak. Można to uznać za zręczne rozwiązanie, będące ukłonem w stronę miejsc, gdzie rozgrywki są niezwykle popularne, a narzucenie niezwykle wysokich kryteriów odcięłoby je od możliwości bezpośredniego kontaktu z nimi. Wynika z tego prosty wniosek. Im większe zainteresowanie na danym rynku, tym większa elastyczność ligi względem organizatora, chociaż nie można w żadnym wypadku nadinterpretować tego stwierdzenia. – Monitorujemy, gdzie NBA cieszy się największym zainteresowaniem. Oczywiście wynikają czasami z tego tytułu problemy, ponieważ w niektórych regionach nie ma odpowiedniej infrastruktury do zorganizowania takiego spotkania, mimo iż NBA posiada tam mnóstwo sympatyków. Bierzymy pod uwagę różne aspekty i staramy się docierać do różnych miejsc – dodaje rozmówca.

Zarządzający ligą zdają sobie znakomicie sprawę z jednej niezwykle istotnej kwestii. Uniwersalnym kluczem zarówno do zwiększenia bazy kibiców jak i utrzymania obecnej jest dostarczenie cementującego więź bezpośredniego doświadczenia. - Odkąd staliśmy się globalną ligą i pozyskaliśmy wielu kibiców na całym świecie, chcemy dać im możliwość kontaktu z rozgrywkami. Problem polega na tym, że większość naszych kibiców z Berlina, Warszawy, Sztambułu czy Pekinu nigdy nie miała okazji, by obejrzeć spotkanie na żywo. Chcemy dać im rzeczywistą możliwość do kontaktu z ligą. To jest główny powód, dla którego docieramy do różnych miejsc na całym świecie. Każdego roku, gdy NBA wyznacza plan międzynarodowych spotkań, stara się obrać najkorzystniejszy plan z uwzględnieniem zarówno kibiców

jak i swoich interesów. Poprzez to w tym roku zawitaliśmy do Chin, Brazylii, Niemiec i Turcji, a w trakcie zasadniczego sezonu do Meksyku i Anglii – mówi Matischak.

Każdy globalny mecz stanowi pomost do dodatkowych działań w stosunku do grup docelowych na danym rynku. W 2014 roku podczas londyńskiego spotkania wielką uwagę przywiązano do popularyzacji mediów społecznościowych ligi dedykowanych europejskiej publiczności. Jednym z efektów było odnotowanie radykalnego wzrostu poziomu dyskusji na fanpage'ach oraz ilości zamówień gadżetów Brooklyn Nets. W podsumowaniu imprezy za olbrzymi sukces uznano nawiązanie partnerstwa z londyńskimi klubami piłkarskimi, a także fakt inspirowania brytyjskiej młodzieży.

W 2015 roku nastąpiła kontynuacja większości założeń, niemniej specjalny gest wykonano w kierunku europejskiej części mediów, wpływającej na popularyzację rozgrywek i pozyskiwanie nowych sympatyków. - To była unikalna okazja, by umożliwić jeszcze bliższy dostęp partnerów telewizyjnych z Wielkiej Brytanii, Niemiec, Polski czy Francji do drużyn i zawodników, ponieważ na co dzień jest to niemożliwe, by byli równie blisko NBA i nieustannie odbywali zagraniczne podróże. W tym roku było to dla nas niezwykle istotne. Dzięki temu mogli pozyskać informacje, jakich nie mogą zgromadzić, gdy przekazują mecze ze Stanów Zjednoczonych i występują pewne bariery – opowiada o założeniach Matischak. W organizacji sesji medialnych pomagała agencja komunikacyjna Pitch, która może się pochwalić imponującym doświadczeniem. Wśród jej klientów znajdują się między innymi RedBull, FIFA, Foot Locker czy UFC, a przykuwającym punktem w dorobku jest obsługa Igrzysk Olimpijskich w Londynie. Interesariusze mogli się przekonać o profesjonalizmie pracowników agencji, biorąc udział w procesach akredytacyjnych czy umawiając się na indywidualne spotkania.

Niebawem NBA zamelduje się na kontynencie afrykańskim. - Chcemy być pierwszą amerykańską ligą zawodową, która latem zorganizuje tam pokazowy mecz – przedstawia aspiracje Matischak. Wydarzenie będzie miało nieco inny status niż choćby tour w ramach pre-season, bowiem nie wezmą w nim udziału drużyny z NBA, a jedynie przedstawiciele w drużynach Afryki i Reszty Świata. Na trybunach Ellis Park Arena w Johannesburgu będzie mogło zasiąść około 7 tysięcy widzów. Przed rokiem w obiekcie tym odbywał się camp w ramach Basketball Without Borders, podczas którego zjawili się opiekun Toronto Raptors Dwayne Casey i jego podopieczny Amir Johnson znany ze swojej aktywności społecznej.

Europa jest jednym z najbardziej atrakcyjnych rynków dla NBA. Nie jest wykluczone, że w najbliższych latach jeszcze bardziej zacieśnią się relacje pomiędzy nią a ligą. - NBA analizuje możliwości, by zwiększyć ilość meczów globalnych w następnych sezonach. Trudno powiedzieć, czy może się to wydarzyć w trakcie najbliższych dwóch lat. Na pewno istnieją takie plany w kontekście Europy, ale nie są jeszcze sprecyzowane. Zdajemy sobie również sprawę z faktu, że będzie to działało na naszą korzyść. Im więcej meczów rozegramy w Europie, tym będzie to korzystniejsze dla naszego europejskiego regionu i całego biznesu – przyznaje Matischak.

## REKORDOWA SPRZEDAŻ BILETÓW



W trakcie tegorocznego spotkania pomiędzy Milwaukee Bucks a New York Knicks na trybunach londyńskiej o2 Areny zasiadło nieco ponad 18,5 tysięcy widzów. Bilety zostały wyprzedane w rekordowym tempie. Na rozproszanie ich potrzebna była zaledwie niecała godzina przedsprzedaży (pierwszeństwo posiadali zarejestrowani użytkownicy w systemie biletowym o2 Areny). Okazało się to najszybciej wyprzedaną imprezą w Wielkiej Brytanii, ale również w historii całej NBA. Wrażenie robił już wynik w 2013 roku, kiedy zamówienia na wszystkie wejściówki zostały złożone w ciągu czterech godzin.

Do standardowej sprzedaży trafiło około 18 tysięcy biletów. Pozostałą pulę uzupełniały bilety w ramach VIP Experience, które podzielone zostały na pięć kategorii. Najbardziej prestiżową była courtside experience. W jej skład wchodziło miejsce przy samym parkiecie (wyłącznie pierwszy rząd), dostęp do strefy z bufetem i ekskluzywnego lokalu, możliwość porozmawiania z legendami NBA i bon na kwotę 50 funtów do wydania w sklepie NBA. Kolejne kategorie nie odbiegały znacząco ofertą, niemniej miejsca ulokowane były w dalszej odległości od parkietu.

Zmagania koszykarzy mogli oglądać w bardzo komfortowych warunkach kibice poruszający się na wózkach inwalidzkich. Wraz ze swoimi opiekunami mogli zasiąść na specjalnie przygotowanej trybunie. Została ona zmontowana i ulokowana w dolnej części trybun naprzeciwko ławki rezerwowych jednej z drużyn, co dawało znakomitą perspektywę zarówno na samą rywalizację jak i wszelkie wydarzenia wokół boiskowe.

Wizyty NBA w Londynie są cegiełkami, które budują sukces o2 Areny. Według różnych rankingów to pierwsza lub druga najpopularniejsza i najbardziej dochodowa hala na świecie. O jej zaletach można napisać osobną rozprawkę, ale jest kilka czynników, które stanowią generatory sukcesu. Kompleks, bo przecież w skład obiektu wchodzi również mniejsza hala i okazała powierzchnia użytkowa, jest przede wszystkim

odpowiedzią na zapotrzebowanie metropolii miary Londynu. Niemal przez cały rok obie hale wynajęte są na organizację różnego rodzaju imprez. Podobnym powodzeniem cieszą się kluby i kino, którymi dysponuje operator obiektu, a do tego sphywają czynsze za wynajem powierzchni użytkowych przeznaczonych na restauracje. Londyn jest również centrum biznesowym, co otwiera drogę do sprzedaży wejściówek o ponadprzeciętnej cenie. Tym samym budowa dwóch pięter sky-boxów była trafionym rozwiązaniem, które w przypadku dziesiątek innych miast mogłoby się okazać pomysłem zupełnie chybionym.

Obiekt znajduje się przy stacji metra North Greenwich. Podobnie jak w przypadku poprzedniej wizyty NBA w Londynie droga od niej do bram areny przystrojona została wizerunkami zawodników i billboardami, za sprawą których można było poznać historię goszczących drużyn, zawodników czy projektu NBA Global. Stanowi to również sposobność do pokazania ligowych partnerów.



## INWESTYCJA W PRZYSZŁOŚĆ



W 2014 roku podkreślano istotę inspirowania dzieci i młodzieży podczas spotkań globalnych. Sprawa ta wydaje się być oczywista z perspektywy organizacji jaką jest NBA. Poprzez to tegoroczne działania zostały jeszcze bardziej zintensyfikowane. Nieodzownym elementem był trening w ramach NBA Cares, który poprowadzili przedstawiciele obu klubów. Na zaplanowanych stacjach uczyli podstawowych elementów koszykarskich i pokazywali radość z uprawiania sportu. W zajęciach uczestniczyły zarówno dzieci pełno jak i niepełnosprawne, poprzez co stanowiły one również lekcję tolerancji i pomagały w integrowaniu społeczności. – Cieszymy się, że mogliśmy uczestniczyć w londyńskiej odsłonie programu NBA Cares. Moi zawodnicy mogli wystąpić w roli nauczycieli. Dobrze zobaczyć, jak się w niej odnajdują – komentował trener Milwaukee Bucks, Jason Kidd.

Wiedza trenerów jest podstawowym elementem całego systemu szkolenia. Trudno uwierzyć, że narodowa reprezentacja Wielkiej Brytanii nie jest nawet europejskim potentatem, biorąc pod uwagę zainteresowanie dyscypliną w tym kraju. Stan ten może ulec zmianie w ciągu kilku lat, na co wpływ ma przepływ wiedzy. Na najwyższym poziomie dokonuje się choćby przez Joe Prunty'ego. Szkoleniowiec brytyjskiej kadry pracuje od 2002 roku w roli asystenta w NBA. Podczas ostatniej odsłony NBA Global w Londynie zorganizowane zostały również warsztaty, w których udział wzięto około 100 trenerów. – Jesteśmy przekonani, że dzięki takim kontaktom z NBA uda się nam podnieść poziom trenerów w naszym kraju, a pozyskaną wiedzę włączyć do treningów. Chcielibyśmy dostarczać większą ilość klasowych zawodników – objaśniał odpowiedzialny za szkolenie w Angielskim Związku Koszykarskim, Brian Aldred. Klinika podzielona została na dwie sesje, podczas których nie zabrakło również praktycznych elementów.



Kolejną inicjatywą była Junior NBA Basketball England League, której zwieńczenie odbyło się w przeddzień meczu Milwaukee Bucks z New York Knicks. Była ona znakomitą formą promocji koszykówki jako dyscypliny sportu i samej ligi NBA. Jej adresatami stało się 30 londyńskich szkół drugiego stopnia. Każda z nich reprezentowała drużynę z NBA. Wzorem NBA podzielone zostały również na konferencje i diwizje. Regularna część rozgrywek składała się z siedmiu kolejek, a gospodarzem każdej z nich była inna szkoła. Następnie odbyły się playoffs i mecze finałowe. Triumfatorami okazali się chłopcy z Platanos Academy z dzielnicy Camberwell, którzy występowali jako Dallas Mavericks. Każdy z zawodników zwycięskiej drużyny otrzymał po dwa bilety na spotkanie w o2 Arenie, a nagrody wręczył niezwykle popularny w Anglii były zawodnik, Dikembe Mutombo.

- Jesteśmy pod wrażeniem sukcesu tego projektu w pierwszym roku funkcjonowania. Pozwolił nam na promowanie sportu zespołowego i dzielenie się radością, jaką on daje. Ważne, że kierujemy te programy do osób w tak młodym wieku, a my wyczekujemy dalszego partnerstwa z ligą NBA – podkreślał Huw Morgan z Angielskiego Związku Koszykarskiego.

Udział w rozgrywkach brała również Evelyn Grace Academy jako Miami Heat, która połączona jest z DENG Academy. Ta powołana została przez wizytówkę angielskiej koszykówki w lidze NBA, Luola Denga. Swoje zajęcia prowadzi w kompleksie sportowym w Brixton (południowy Londyn), a koordynatorem trenerów jest były rozgrywający angielskiej reprezentacji narodowej Ronnie Baker. Akademia posiada w swojej ofercie różnorakie zajęcia, niemniej uwagę koncentruje głównie na koszykówce. W jej ramach funkcjonują specjalne grupy dla najmłodszych (już 5-latków) czy dziewcząt. W okresie wakacyjnym Akademia organizuje rozgrywki na odkrytych boiskach. Luol Deng jest mocno związany z Wielką Brytanią, do której przez Egipt wyemigrowała jego rodzina z Sudanu. W nim spędził pierwsze siedem lat życia, o czym nigdy nie zapomina. Sam koszykarz mocno angażuje się w pomoc swojemu macierzystemu krajowi i Afryce, ale zachęca również do tego lokalną społeczność.

## WIECZÓR JEDNEJ DRUŻYNY

To była kolejna okazja dla europejskiej publiczności do zobaczenia meczu w ramach regularnej części rozgrywek NBA. Idea kontynuowana jest od 2011 roku. W marcu dwukrotnie zmierzyły się wówczas New Jersey Nets i Toronto Raptors, dostarczając niezapomnianych wrażeń. W jednej z potyczek potrzebne były trzy dogrywki do wyłonienia zwycięzcy, a ostatecznie „Strzelcy” zwyciężyli 137-136. W kolejnych latach przyjął się termin styczniowy, a areną była za każdym razem londyńska o2. Odstępstwem był jedynie sezon 2011/2012, gdy NBA sparaliżowana została lockoutem. Na mocy osiągniętego porozumienia zawodnicy powrócili do rywalizacji dopiero w grudniu, wobec czego zrezygnowano z projektu NBA Global.

W ostatnich dwóch latach widzowie obserwowali jednostronne pojedynki. W 2013 roku swoje mistrzowskie aspiracje potwierdzili New York Knicks, natomiast przed rokiem odradzający się po przeciętnej pierwszej części rozgrywek Brooklyn Nets. Tegoroczne spotkanie okazało się kontynuacją tej tradycji. – W NBA nie można nikogo lekceważyć. Czerpię z doświadczeń zebranych w poprzednich latach, ponieważ wykonana wtedy praca przyniosła odpowiednie efekty – przypominał szkoleniowiec Milwaukee Bucks, Jason Kidd. Jego podopieczni stawiani byli w roli faworytów, chociaż kilka tygodni wcześniej stracili w wyniku kontuzji jednego z najbardziej utalentowanych graczy ligi Jabari Parkera. Nie wybiło to z rytmu zespołu, który przybył do stolicy Anglii jako piąta siła Konferencji Wschodniej.

Zgoła odmienne nastroje towarzyszyły nowojorczykom, mającym za sobą 15 kolejnych porażek. – Jesteśmy w trakcie przebudowy. Nie jest to łatwe zadanie, tym bardziej, że dzieje się to na oczach całego świata – tłumaczył ich opiekun, Derek Fisher. W Londynie do jego dyspozycji był lider zespołu Carmelo Anthony. W kilku wcześniejszych meczach pauzował. Pojawiały się nawet głosy, że sezon dobiegł dla niego końca, a kontuzjowane kolano będzie musiało zostać poddane operacji. – Chcę być pewny, że jest to ostateczność. Dopóki nie zapadnie taka decyzja, mam zamiar występować – mówił zawodnik w przeddzień rywalizacji. Mimo iż sam pokazał się z dobrej strony, notując 25 punktów, to Knicks zostali skarceni.

Dysproporcje w obecnych możliwościach zespołów dały się szybko zauważyć. Bucks wprowadzili się serią 14-0. Przejęli kontrolę na obu krańcach parkietu. Dysponowali świetną skutecznością z dystansu, dominowali na tablicach i mnożyli przewinienia po stronie rywali. Dzięki temu mogli sobie pozwolić na nieco więcej fantazji w grze, a głównie za sprawą Brandona Knighta i fetowanego Giannisa Antetokounmpo wspieranego przez grupkę greckich kibiców dostarczyli dodatkowych wrażeń publiczności. W drugiej połowie Knicks zaliczyli serię punktową, po której przewaga Bucks stopniała do 10 punktów. Ich odpowiedź była natychmiastowa, czym rozwiali najdrobniejsze wątpliwości.

- Próbowałem przewodzić i nadawać rytm naszej grze. Starłem się również być przedłużeniem myśli trenera Kidda, gdy znajdowałem się na boisku – podsumowywał Knight, który oczarował widzów swoim występem. Oni opuszczali natomiast halę usatysfakcjonowani, choć nie zobaczyli wyrównanego meczu. Towarzyszyło mu

jednak wiele innych atrakcji na czele z efektowną prezentacją, licznymi konkursami i występami czy specjalnie przygotowanymi materiałami filmowymi. Każdy z przybyłych gości otrzymał program meczowy, a do większości trafiły również okazjonalne gadżety od klubów, ligi i jej partnerów. Wydarzenie stanowiło również wyśmienitą okazję, by zobaczyć dawnych bohaterów parkietów NBA. Wśród gości znaleźli się Kareem Abdul-Jabbar, Hakeem Olajuwon, Dikembe Mutombo, John Amaechi i Bruce Bowen.