

10

тысяч долларов
гонорар знаменитого ринг-анонсера Майкла Баффера. Плюс — перелет первым классом. Его появление — знак уровня и качества.

99

тысяч евро
стоили 30 секунд рекламы между раундами боя Виталия Кличко с Сосновски на немецком ТВ.

50-100

тысяч долларов
вкладывает генеральный спонсор-меценат в проведение вечера в Украине. Другие спонсоры — от 10 до 50 тысяч долларов.

35

млн долларов
и откушенный кусок уха — цена матча-реванша для Холифилда против Тайсона в 1997-м. Майк получил тогда 30 млн долларов.

35

млн долларов
получили на боях Леннокс Льюис и Майк Тайсон за бой в 2002 году — это рекорд гонораров профи-боксов!

400

млн долларов
заработал на боях и рекламе Майк Тайсон. Потом почти все потерял.

6

млн долларов
без доходов от рекламы заработал Владимир Кличко на последнем бое с Чемберсом: 3 млн — гонорар от RTL, 1 млн — выручка от других телекомпаний, 2 млн — на билетах.



■ С 2004 года Кличко сами ведут свои дела, а их бой организует компания K2 — созданная ими же промоутерская компания. «Профибокс» — поле жесткой конкуренции, — объясняет Виталий. — Промоутеры преследуют исключитель-

но свои интересы. А если промоутер и менеджер — в одном лице, то конфликт интересов с боксером неизбежен. Мы с этим сталкивались не раз. Поэтому после завершения контракта с нашим первым и единственным промоутером Клаусом-

Питером Колам, взяли судьбу в свои руки. Как показало время, это было правильное решение. Хотя работа промоутера непростая. Нужно учитывать много факторов: интерес к поединку зрителей, телеканалов, соблюдение правил боксерских

организаций». Таким образом, братья зарабатывают и как боксеры (на гонорарах) и как организаторы. В Украине Кличко представляет компанию K2 Ukraine, которая организует вечера бокса и развивает наших боксеров.

Драку заказывали? ■ Откуда миллионы в профибоксе и кто их получает

БИЗНЕС НА БОКСЕ

ИСТОЧНИКИ СРЕДСТВ

1 МЕСТНОЕ ТВ

Телепартнер — главный источник средств. У братьев Кличко это немецкий RTL, недавно они заключили новый контракт на 15 млн евро и 5 боев. RTL снимает шоу (продакшн), получает все эксклюзивы, а также, по договоренности, может получить процент от продажи «картинки» в другие страны. Но, главным образом, телеканал «отбивает» затраты, продавая рекламное время.

В АМЕРИКЕ трансляции бывают открытыми (каналы HBO Sport, Showtime, ESPN, Fox) и платными — так называемое PPV (pay per view, «заплати и смотри»). То есть телезритель покупает просмотр вот этого конкретного шоу. Из общей выручки от продажи около 10% составит себестоимость самой трансляции. Остальные 90% поровну делят промоутер, который предлагает боксерский продукт, и канал, обеспечивающий трансляцию. Хотя HBO-PPV делает иначе: канал сам решает, какую трансляцию делать платной, берет на себя промоутер-

ские риски, сам занимается раскруткой боя и может получить все 90% выручки. Именно благодаря развитой системе PPV в Америке становятся такими прибыльными для их организаторов. Пример сверхуспешного PPV: в 2007-м трансляция боя Мэйвезер — де ла Хойя за \$49,99 купило 2,2 млн человек!

В ЕВРОПЕ система PPV встречается редко, например, в Англии. В Германии два ведущих канала ARD и ZDF оплачивают проведение турнира, платя промоутеру за его организацию. Так Sauerland Events получал от ARD 500—600 тысяч на организацию вечеров бокса с участием Валуева.

С РАЗВИТИЕМ ИНТЕРНЕТА активно развиваются PPV-трансляции в глобальной сети. Промоутеры не нуждаются в услугах цифрового ТВ, а могут самостоятельно продавать трансляции на сайте. Это уже опробовали братья Кличко, предложив трансляцию боя Владимира с Чемберсом на своем

официальном сайте жителям Северной и Центральной Америки по \$14,95. По словам представителей Кличко, ее купили около 200 тысяч человек. И еще большую аудиторию собрала PPV-трансляция поединка Виталия против Сосновски, хотя цена была увеличена до \$19,95.

2 ЗАРУБЕЖНОЕ ТВ

Продажа в другие страны. Кличко, владея правами на свои поединки, продают трансляции в более чем 100 стран.

3 РЕКЛАМА

Это то, что зрители видят на помосте ринга, в зале. Все это обходится в среднем в \$100 тысяч. Хотя украинскому бренду, например, повезло купить рекламу на ринге на одном из последних боев Тайсона всего за \$80 тысяч. А реклама на бое Кличко с Бирдом в Мангейме обошлась владельцам торговой марки в 200 тысяч евро. Кроме того рекламу размещают на форме секундантов и экипировке боксеров — трусах, халате, кепке. Даже на оголенной спине. Как в

анекдоте: поместить рекламу на подошве боксера — когда боец упадет на ринг, ее все увидят.

4 БИЛЕТЫ

Снова вспомним бой Мэйвезер — де ла Хойя. Только на билетах удалось выручить \$12 млн! Теперь понятно, почему в последние годы братья Кличко полюбили проводить бои на футбольных стадионах, вместимость которых примерно в три раза больше крытых арен. Со стадионов братья «снимают» на билетах до нескольких миллионов евро! «Квиточки» на поединки братьев стоят 20—600 евро. А на вечера бокса в Украине — 20—750 гривен.

5 КОМИССИОННЫЕ

Промоутер может получать доход, и не уставляя сам вечер бокса. Если его боксер участвует в шоу другого промоутера, тогда первому промоутеру полагаются 15—35% от суммы гонорара боксера, в зависимости от контракта.

МЕНЕДЖЕР

► Занимается развитием карьеры боксера, работает над его имиджем, договаривается о тренере, зале, гонораре, договаривается с боксерскими организациями о рейтинге. Получает процент от гонорара боксера. Часто функции менеджера совмещает в себе промоутерская компания, занимается параллельно и развитием карьеры боксера, и организацией поединков. А, например, Кличко — боксеры и одновременно промоутеры, но при этом у них есть менеджер — Бернд Бенге.

АЛЕКСАНДР КРАСЮК

Генеральный директор компании Кличко K2 Ukraine Promotions — о боксе-бизнесе и шоу-бизнесе, разнице в менталитете состоятельных болельщиков в Германии и Украине и о том, почему боксеры иногда годами сидят без боев и гонораров

«У НАС ЕСЛИ ЗА ВИП-МЕСТА ЗАПЛАТИЛ — ТЫ НЕ ВИП, А ЛОХ»

— Заниматься боксерским бизнесом в нашей стране выгодно?

— До прихода в Украину Виталия Кличко как промоутера бокс не был бизнесом. Скорее, шоу-бизнесом. Настоящий бизнес — это когда разница между доходами и расходами положительная. Раньше в Украине были только расходы, а источником доходов был карман энтузиаста. Я говорю о Сергее Янчишине во Львове, Валентине Бухвалове в Киеве, Юрие Рубане в Донецке. В Киеве еще был Николай Лисин, сейчас есть Степан Черновецкий. Каждый вложил в бокс достаточное количество средств. Кто-то ушел, кто-то продолжает этим заниматься. Цели могут преследоваться разные — самопиар, например.

— А Национальная лига профессионального бокса Украины — каковы ее функции?

— Они были пионерами и локомотивом развития бокса в нашей стране. Сейчас это регулирующий орган. В Германии таковым является BDB — федерация бокса, в США в каждом штате есть своя государственная атлетическая комиссия, которая, в том числе, отвечает и за профбокс... Боксер не может боксировать, если не получил допуск в НЛПБУ. Это значит обладать лицензией, предъявить справку о прохождении медкомиссии и МРТ головного мозга и получить разрешение от лиги. Лицензии также должны быть у промоутеров, менеджеров, рефери, судей, секундантов.

— Значит, вечера, которые организует компания Кличко K2 Ukraine Promotions, прибыльные?

— Да, у нас изначально на это установив, ведь это бизнес-проект. У нас есть весомые рекламные и телепартнер. В прошлом году мы продавали трансляцию разово — на канал Eurosport, в Грузию, Хорватию. Со следующего года будут пакетные продажи — на весь мир. Это дополнительный источник доходов. Плюс — продажа билетов.

— Если Кличко все-таки решит провести бой в Украине — у нас зрители готовы платить за билеты по европейским ценам?

— Нет, и это зависит не от уровня доходов. Причина — в менталитете. Билеты на Кличко в Германии стоят от 20 евро до 450—600 за VIP-места (на вечерах бокса в Украине цены примерно такие же, но в гривнях. — Авт.). Когда немец покупает билет за 600 евро, он как бы показывает: я могу позволить себе купить такой билет. Это статус-

— Заниматься боксерским бизнесом в нашей стране выгодно?

— Да, у нас изначально на это установив, ведь это бизнес-проект. У нас есть весомые рекламные и телепартнер. В прошлом году мы продавали трансляцию разово — на канал Eurosport, в Грузию, Хорватию. Со следующего года будут пакетные продажи — на весь мир. Это дополнительный источник доходов. Плюс — продажа билетов.

— Если Кличко все-таки решит провести бой в Украине — у нас зрители готовы платить за билеты по европейским ценам?

— Нет, и это зависит не от уровня доходов. Причина — в менталитете. Билеты на Кличко в Германии стоят от 20 евро до 450—600 за VIP-места (на вечерах бокса в Украине цены примерно такие же, но в гривнях. — Авт.). Когда немец покупает билет за 600 евро, он как бы показывает: я могу позволить себе купить такой билет. Это статус-



ность. В Украине — с точностью до наоборот: если ты сидишь на VIP-месте и заплатил за это — ты не VIP, а лох! У нас состоятельные люди не привыкли ходить куда-то за деньгами... А вообще, у нас в разных городах билеты на бокс продаются по-разному. В Одессе сначала выкупают все самые дорогие, потом продаются остальные. В Киеве сначала раскупают самые дешевые. В Черкасках зал маленький, ажиотаж был большой, все сразу размели, нам пришлось даже билеты на стоечные места допечатывать.

— Сколько прибыли приносит одно шоу?

— В мировой практике мегафайты вроде де ла Хойя — Мэйвезер могут приносить колоссальную прибыль — до \$30—50 млн, а шоу маленького промоути — \$20 тысяч.

— Доход боксера — его гонорары, а зарплата — это исключение...

— Да, боксер лучше мотивирован, когда зарабатывает только боями.

— Если промоутерам выгодно проводить побо-

ль шоу, почему возникают ситуации, как у чемпиона мира Дзинзирука в Universum, когда ему больше года не устраивали боев и он ничего не зарабатывал?

— Немцы делают по 12—15 шоу в год. Могут ли они приехать зрительно? Тогда это будет означать, что вечера некачественно организованы. Но любой боксер должен

Боксер лучше мотивирован, когда зарабатывает только гонорарами

быть желанным — чтобы на него купили билет и включили трансляцию. Чемпионов много, а звезд мало. Нужно себя вести на публике, давать интервью. Работать над имиджем и нравиться людям. Пример — братья Кличко. И их популярная супертяжелая категория не является определяющей... Дзинзирук

немец был неинтересен, он даже чемпионский бой боксировал вторым в андеркарде (разогревочные бои перед главным поединком вечера. — Авт.). Украинское телевидение хорошо, если платило за его трансляцию несколько тысяч. При этом нужно было заплатить гонорар Дзинзируку 60—80 тысяч евро, сопернику — тысячу евро, а доход — тысячу пять. В такой ситуации промоутеру это неинтересно, и боксеры сидят без поединков.

— Почему раньше в мире бокса были баснословные гонорары в десятки миллионов, а сейчас даже миллион за бой получают единицы?

— Раньше были суперзвезды, бои которых вызвали огромный ажиотаж. Интерес со стороны ТВ, рекламодателей и зрителей, покупающих билеты, и рождали эти миллионы. Локомотив, тянущий за собой, — это боксер. Если он стоящий — будут миллионы, если нет — откуда промоутер их возьмет?



ПРОМОУТЕР

Задача промоутера — организовать шоу и получить прибыль: собрать деньги с ТВ, рекламы, билетов...

1 АДМИНИСТРАТИВНЫЕ

Организаторы боксерских вечеров оплачивают лицензии, санкции на проведение боев. Годовая лицензия боксера в Украине стоит \$25. Рефери, судьям нужно оплатить перелеты (только супервайзер летает бизнес-классом), проживание и гонорары. За обычные бои — \$300—500. За титульные — плюс процент от гонораров боксеров. Еще есть медицинские затраты на допинг-контроль, дежурство бригады скорой на вечер.

2 БОКСЕРСКИЕ

Гонорары боксерам — часто львиная доля расходов. В профи-боксе нет «призовых за победу», гонорары договариваются заранее. Например, сорвавшийся бой Кличко с Повет-

киным: 8,313 млн гонорара на двоих, 75% — чемпиону, 25% — претенденту.

3 ТЕХНИЧЕСКИЕ

Аренда киевского Дворца спорта на два дня стоит 150 тысяч гривен, Madison Square Garden в Нью-Йорке — \$400 тысяч. Зал еще надо адаптировать под бокс — установить ринг, устроить приличную VIP-зону. Плюс расходы на зарплату рабочих. Если после шоу планируется вечеринка, это еще еда, напитки, обслуживающий персонал, охрана...

4 СОПУТСТВУЮЩИЕ

Боксерскому вечеру нужен сценарий, ведущий (\$500 в Украине, \$10 тысяч у знаменитого ринг-анонсера Майкла Баффера), девушки-модели, которые носят таблички с номером раунда

(у нас \$50—100 за модель, в Европе чуть больше, обычно работают до четырех девушек). Еще можно для разогрева пригласить какого-нибудь музыкального исполнителя, устроить пиротехническое шоу.

5 РЕКЛАМНЫЕ

Боксерское шоу требует раскрутки. Это не только банальные афиши, которые печатаются небесплатно. Материалы о будущем событии появляются в прессе и на ТВ, боксеры проводят пресс-конференции, открытые тренировки, участвуют в церемонии взвешивания, что тоже преподносится как шоу и элемент пиара.

СТАТЬИ РАСХОДОВ



БОКСЕРЫ И ИХ ГОНОРАРЫ ЗА ОДИН ПОЕДИНОК

- до \$1 тыс. — новичок профи-бокса
- \$3 тыс. — за титул чемпиона Украины
- \$5—7 тыс. — «проспект», который уже известен, например, по Олимпиаде
- \$3—10 тыс. — «джорнимэны», боксеры, которые колесят по миру и зарабатывают на боях, не имея больших амбиций
- \$15—30 тыс. — бой за малозначительный мировой титул, например, Интерконтинентальный
- \$60—70 тыс. — бойцы немецких промоутеров за первый чемпионский бой
- до \$1 млн — не самые знаменитые чемпионы и яркие претенденты
- \$1 млн и выше — боксеры-звезды

МАТЕРИАЛЫ ПОДГОТОВИЛ СТАНИСЛАВ ШКАПА