

Marketing sportowy narodził się w Jersey City

Słowa klucze: marketing sportowy, PR, boks, Stany Zjednoczone

Autor: Michał Szustak

Data publikacji: Listopad, 2015

Czas czytania: 8 min



Marketing sportowy narodził się w Jersey City

Pojedynek bokserów Jacka Dempsey'a z Georges Carpentier'em znany pod nazwą „Walka Stulecia” to pierwsze w historii Stanów Zjednoczonych wydarzenie sportowe, które na wielką skalę zainteresowało biznes, wyższe sfery, polityków i zwykłych ludzi.

To również pierwsza w historii impreza sportowa, która była transmitowana „na żywo” przez radio, Walka bokserska zgromadziła wówczas ponad 90 tysięcy widzów. Była również pierwszą w historii boksu, z której wpływy przekroczyły ponad 1 milion dolarów.

Ojcem wydarzenia był Tex Rickard, hazardzista i promotor boksu, który jeszcze jako młody człowiek zwabiony gorączką złota szukał swojego szczęścia wśród poszukiwaczy tego kruszcu na Alasce. Rickard organizował walki bokserskie już w ostatnich latach XIX wieku. Z tego okresu pochodzi jego przyjaźń z jedną najbardziej barwnych postaci Stanów Zjednoczonych przełomu wieków - Wyatt Earp'em. W 1910 roku Tex Rickard nie osiągając spodziewanych zysków z organizacji meczów bokserskich wyjechał do Ameryki Południowej. Tu mogłaby się skończyć historia dla osób zainteresowanych marketingiem w sporcie gdyby nie to, że w 1920 roku Rickard zdobył prawa do organizacji imprez na Madison Square Garden w Nowym Jorku.

W 1920 roku kryty obiekt Madison Square Garden miał już 30 lat. Odbывały się tam występy orkiestr, pokazy komedii i operetek, występy cyrków, zawody lekkoatletyczne, mecze futbolowe oraz mecze bokserskie. W tym obiekcie spotkania bokserskie były organizowane zanim jeszcze stały się legalne. Wówczas nazywano je „wystawami” (exhibitions) lub jeszcze bardziej zagadkowo „ilustrowanymi wykładami” (illustrated lectures).

W marcu 1916, najbardziej zyskowna walka bokserska w Madison Square Garden przyniosła wpływy w wysokości 152 tysięcy dolarów.

W momencie, gdy Tex Rickard obejmował prawa do organizacji imprez w Madison Square Garden, miejsce to nie przynosiło już oczekiwanych zysków finansowych. Ambitny promotor ocenił, że walka dwóch bokserów Amerykanina Jacka Dempsey'a i Francuza Georges Carpentiere'a jest niezwykłą okazją do zarobienia dużych pieniędzy. Nawet się



Tymczasowy obiekt sportowy dla ponad 90 tysięcy widzów zbudowany przez Texa Rickarda, walka Jacka Dempsey'a vs. Georges Carpentiere'a.

nie spodziewał, że dzięki swoim pomysłom wypromuje boks do grupy najważniejszych dyscyplin sportowych na świecie, w latach 20.

Jedną z kluczowych decyzji był wybór miejsca na organizację walki. Miejscowość Jersey City nadawała się dobrze do tego projektu ze względu na duże zaludnienie okolic Nowego Jorku. Rickard postanowił zbudować tam tymczasową (sic!) arenę dla ponad 90 tysięcy widzów i od tego momentu wiedział, że sukces finansowy może osiągnąć tylko wówczas gdy walką zainteresuje więcej osób niż było w stanie obejrzeć ją na żywo.

Walka Stulecia w wadze ciężkiej rozpoczęła się w pochmurne popołudnie 2 lipca 1921 roku, o godzinie 15:00. Pojedynek nie był zbyt interesujący. Trwał zaledwie jedenaście minut. Przeważał w nim Amerykanin Jack Dempsey, który już w czwartej rundzie posłał Francuza na deski. Jednak efekt organizacyjny i finansowy były oszałamiające.

Za obejrzenie walki widzowie musieli zapłacić od 5,50 dolarów za zwykłe wejściówki do ponad 50 dolarów za miejsca przy ringu. Organizatorzy poinformowali, że spotkanie oglądało na żywo 80 183 osób jednak w rzeczywistości wszystkie miejsca na obiekcie przeznaczonym dla 91 tysięcy były zajęte. Genialnym posunięciem organizatora było zaangażowanie radia. Walka Stulecia była pierwszą w historii imprezą sportową w Ameryce transmitowaną „na żywo” przez radio. Transmisja była słyszalna w promieniu 400 kilometrów od Jersey City. Transmisję zorganizowała i sponsorowała Radio Corporation of America.

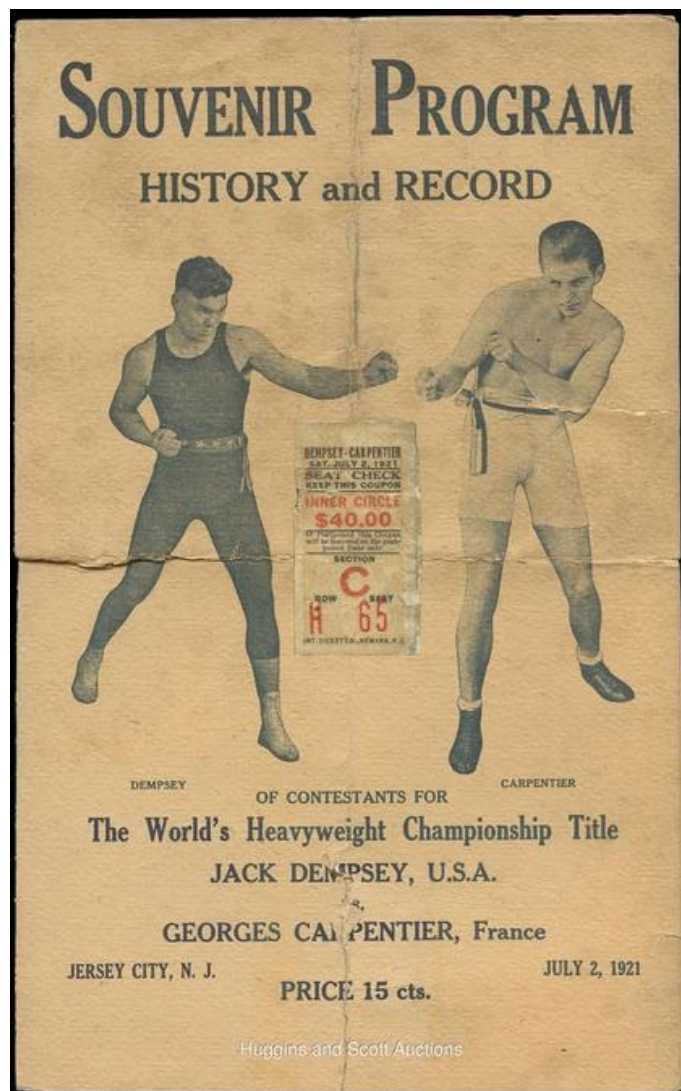
Wpływy dla organizatorów wyniosły 1 789 238 dolarów i była to pierwsza w historii sportu impreza, w której wpływy wyniosły ponad milion dolarów. Tego dnia symbolicznie narodziła się nowoczesna promocja sportu w Stanach Zjednoczonych. Na widowni zasiedli najbogatsi,

najbardziej znani, ale również zwykli Amerykanie. Wśród widzów odnotowano obecność około 2000 kobiet.

Impreza była wspaniałą promocją miasta Jersey City. Dość powiedzieć, że wkrótce zyskało ono miano najbardziej pożądanego przez przedsiębiorców miejsca na umieszczenie fabryki lub magazynu w tej części Stanów Zjednoczonych. Oczywiście ten sukces był poprzedzony zaplanowanymi działaniami władz miejskich. Izba Gospodarcza Jersey City pomogła w promocji walki wydając składaną na trzy broszurę informacyjną. Umieszczono w niej informacje o zawodnikach, mapę dojazdu, plan miejsc na widowni oraz listę powodów, dla których Tex Rickard zdecydował się zorganizować walkę w tym mieście. Co ciekawe, pomiędzy dniem podpisania umowy z Jersey City, a zorganizowaniem imprezy upłynęło mniej niż 3 miesiące.

Tex Rickard był rewolucyjnym promotorem sportu. Był ryzykantem, wizjonerem i dobrym organizatorem. Wiedział jak używać pieniędzy, ale potrafił również operować symboliką niezbędną do zainteresowania walkami bokserskimi. Jako właściciel praw do organizacji imprez zgromadził finanse i w 1925 roku ukończył budowę nowego obiektu Madison Square Garden III. Ten obiekt służył nowojorczykom aż do 1968 roku. Nie był tak wielki jak tymczasowa świerkowa konstrukcja z 1921 roku, bo mógł pomieścić "zaledwie" 18,5 tysiąca widzów.

Tex Rickard zmarł w 1929 roku; miał 59 lat.



Plakat pamiątkowy z okazji walki stulecia wraz z biletem wstępu.