

**DEBRECENI EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR**

TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI DOLGOZAT

**A BAJNOKOK LIGÁJA REFORM HATÁSA A SPORTFOGYASZTÓI
SZOKÁSOKRA ÉS ELÉGEDETTSÉGRE**

**IMPACT OF THE CHAMPIONS LEAGUE REFORM ON SPORT
CONSUMER BEHAVIOUR AND SATISFACTION**

DEBRECEN
2024. október 24.

Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	2
1. Témafelvetés.....	3
2. Szakirodalmi áttekintés.....	4
2.1. A labdarúgás, mint üzlet.....	4
2.2. A hivatásos labdarúgás piacai.....	5
2.3. A közvetítési jogok piaca	6
2.3.1 Tartalomfogyasztási szokások és streaming szolgáltatások a sport területén	7
2.4. A Bajnokok Ligája reform.....	7
3. Anyag és módszer.....	9
3.1. Módszer	9
3.2. Anyag:	10
4. Eredmények és azok értékelése.....	10
5. Következtetések és javaslatok.....	16
Összefoglalás.....	17
Szakirodalmi jegyzék	18

Bevezetés

A TDK dolgozatom témája az UEFA Bajnokok Ligája alapszakaszának megváltozása, valamint a reform hatása a fogyasztók szokásaira és elégedettségére. A választott téma aktualitását mi sem jelzi jobban, mint az, hogy idén szeptemberben vette kezdetét az első olyan Bajnokok Ligája idény, amelyet a megváltozott formában rendeznek meg.

Az UEFA Bajnokok Ligáját az európai klubfutball csúcsaként tartják számon, amely 1992-től fut ezen a néven, elődje a Bajnokcsapatok Európa Kupája volt, amelyet 1955 és 1992 között évente rendeztek meg. Az 1990-es években a futball erős kommercializálódása vette kezdetét, mely következtében szükségessé vált a kupasorozat megreformálása. Egy modernebb versenyrendszer kialakításával tehát létrejött az UEFA Bajnokok Ligája (Heteyi, 2020).

A 32 éves fennállása során számos változáson ment keresztül a Bajnokok Ligája, többek között a csapatok-, a selejtezőben induló klubok-, valamint a kieséses szakasz mérkőzéseinek számában. A 2023/2024-es szezonban 32 csapat játszhatott a BL főtábláján, ahol nyolc darab 4 csapatos csoportokat sorsoltak össze. Az alapszakasz során a csoportokon belül oda-vissza vágós körmérkőzéses rendszerben küzdöttek a klubok, mely következtében minden csoport első és második helyezettje jutott a legjobb tizenhat közé. A nyolcaddöntőt a negyeddöntő, utána az elődöntő és végezetül a döntő követte. A Bajnokok Ligája világszerte az egyik legnépszerűbb versenysorozat, így globálisan kell, hogy kielégítse a szurkolókat. A mérkőzések főműsoridőben zajlanak, a versenyrendszer is úgy került kialakításra, hogy a top klubok minél tovább bent maradjanak, hiszen ők jelentik a liga számára a legnagyobb marketingértéket és a legtöbb nézőt is ők vonzzák. Az UEFA számára azonban az alacsonyabb költségvetésű csapatok érdekei sem elhanyagolhatóak, így a struktúra folytonos csiszolásával arra törekednek, hogy létrehozzák azt a lebonyolítási rendszert, amely egyaránt szolgálja az igazságos versenyzést és a minél jobb gazdasági működést (Ferkai — Ládonyi, 2007).

Az évek óta sikeresen működő alapszakasz struktúrája azonban az idei, 2024/2025-ös szezonban megváltozott. A strukturális változás kiterjed a csapatok számára, a klubok által vívott mérkőzések mennyiségére és a versenyrendszerre egyaránt (UEFA, 2022). Az új formátum számos lehetőséget és veszélyt is rejtget. A látványsportok esetében a fogyasztók rendkívül meghatározó gazdasági szerepet töltenek be, így kiemelten fontos, hogy a Bajnokok Ligája vezetői az ő igényeik kielégítésére törekedjenek. Dolgozatomban tehát azt kutatom, hogy a Bajnokok Ligája reform milyen hatást gyakorolt a sportfogyasztói szokásokra és elégedettségre.

1. Témafelvetés

Európa vezető klubjainak pénzügyi működésével kapcsolatban jelentős problémák jelentkeztek a koronavírus hatására. A problémák orvoslására először 12 európai topcsapat kezdeményezte az Európai Szuperliga létrehozását, amely alapjaiban változtatta volna meg az európai futballéletet. Az indítványozás sikertelen volt, mely következtében kisebb változtatásokat eszközölve újra megpróbálkoztak a kezdeményezők 2023-ban, azonban ezúttal sem jártak sikerrel. A Szuperliga megvalósítása a csapatok pénzügyi helyzetén kívül komoly hatást gyakorolt volna a sportfogyasztói szokásokra és elégedettségre is (*Braun et al., 2022*).

Az UEFA harcba szállt a Szuperligával szemben és látszólag sikerült is győzedelmeskednie. A legnagyobb európai topklubok érdekérvényesítése nem sikerült abban az értelemben, ahogy azt ők elképzelték, egy mondhatni saját ligával. Azonban a történetek cselekvésre készítették az UEFA-t, mely következtében az idei, 2024/2025-ös szezonban megváltozott a lebonyolítási rendszere a Bajnokok Ligájának. Bővült a csapatok mennyisége, a mérkőzések száma, valamint eltörlésre került a csoportkörös alapszakasz is (UEFA, 2022). A strukturális változás kihat olyan kérdésekre is, mint az az alapszakasz igazságossága, a játékosok még több mérkőzéssel való esetleges túlterhelése, vagy akár a megnövekedett bevételek sorsa. Az UEFA-nak pénzügyi szempontból sem elhanyagolható, hogy egy olyan rendszerben küzdjenek a csapatok, amely a leginkább kiélezett mérkőzéseket eredményezi. A bizonytalan kimenet hipotézis ugyanis kimondja, hogy minden egyéb feltétel teljesülése esetén a csapatok közötti kiegyensúlyozott verseny vonzza a legtöbb nézőt, érdeklődőt és maximalizálja a bevételeket (Dénes, 2015).

Az új formátummal egyidőben jelentkezett egy fontos tényező, amely hatással lehet a fogyasztók szokásaira és elégedettségére. Ez a tényező az RTL+ megjelenése a Bajnokok Ligája mérkőzések közvetítésében. A 2024/2025-ös szezontól kezdve az M4 Sport helyett az RTL kezébe került a BL közvetítésének joga, amely az RTL+, a csatorna fizetős streaming platformján, szinte az összes mérkőzést közvetíti. A streaming mellett a TV nézők figyelemmel követhetnek meccsnapokon 4 mérkőzést, azonban a legizgalmasabbnak ígérkező és legnevesebb csapatokat felvonultató párharcokat csupán azok tekinthetik meg, akik előfizettek az online felületre (RTL, 2024a). Ez egy igazán friss téma, hiszen idén szeptemberben vette kezdetét az első ilyen formátumú szezon, ezért úgy gondolom, hogy kifejezetten aktuális foglalkozni az ehhez kapcsolódóan felmerülő kérdésekkel.

Kutatásom fő célja, hogy felmérjem a magyar, európai klubfutball kedvelők körében, hogyan hatott a Bajnokok Ligája lebonyolítási rendszerének változása az ő elégedettségükre, valamint a fogyasztói szokásaikra.

További célkitűzéseim:

C1: Feltárni, hogy mely generációkra jellemzőbb, hogy streaming platformon követik a mérkőzéseket.

C2: Megvizsgálni, hogy a streaming előfizetésnek van-e szerepe a fogyasztási szokások alakulásában, illetve befolyásolja-e a Bajnokok Ligája reformmal kapcsolatos attitűdöket és az elégedettséget.

C3: Feltárni, hogy a generációhoz való tartozás befolyásolja-e a Bajnok Ligája reform hatásainak megítélését.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1. A labdarúgás, mint üzlet

Az 1990-es évek eleje óta méretes változás zajlott le a labdarúgásban és annak környezetében. A sportág kommercializálódása eredményeként az üzleti szempontok léptek a középpontba, a játék- és a sport élvezete másodlagossá vált. Az üzletiesedés egyik legfőbb kiváltó oka a globalizáció volt, amely a tőke és a munkaerő szabad áramlásával megfelelő körülményeket biztosított a folyamatnak (Zhang et al., 2018). Kulcstényező volt továbbá a sportág üzletté válásában a média megjelenése, ugyanis a televízió elkezdett sporteseményeket közvetíteni, melynek lehetőségeért jelentős jogdíj összegeket kezdtek el fizetni. Kulcsszerepet vállalt a folyamatban az internet elterjedése. A média és internet segítségével a helyszíni fogyasztókön kívül megjelentek a regionális, illetve a globális fogyasztók, hiszen a világ minden tájáról figyelemmel lehet követni az eseményeket. Ezek a folyamatot utat nyitottak a globális szponzorációnak, mely következtében a sportvállalatok stratégiájába bekerült a nemzetköziesedés és a piacméret növelésére való törekvés is (András et al., 2012).

A labdarúgás mára globálisan az egyik legnépszerűbb sportággá nőtte ki magát, amely azt is jelenti rendkívül nagy gazdasági jelentőséggel is bír. Az európai futballpiac mérete hatalmas, és az elmúlt évtizedekben folyamatosan növekedett, különösen az öt élenjáró bajnokságban, az angol Premier Leaguban, a spanyol La Ligában, a német Bundesligában, az olasz Seria A-ban és a francia Ligue 1-ben. 2023-ban az európai futballpiac teljes mérete meghaladta a 35 milliárd eurót, ennek az 56%-át, azaz 19,6 milliárd eurót az előbb említett öt

nagy liga tette ki. Előzetes becslések szerint a futballpiac teljes mérete a 2024/2025-ös szezon végére meghaladja a 39 milliárd eurót (Deloitte, 2024).

A mai labdarúgásban a legfőbb bevételi források a klubok részéről a kereskedelmi bevételek, a közvetítési jogok értékesítéséből származó bevételek, valamint a mérkőzésnapokon realizált bevételek (például jegybevételek vagy a stadionban történő költségek). További fontos bevételi egységeket jelentenek a játékosjogok értékesítéséből származó pénzek vagy a különböző kupasorozatokon elnyerhető díjazások (Szymanski, 2015). Az európai topklubok bevételszerkezetének vizsgálata során megfigyelhető, hogy a legnagyobb részt a kereskedelmi-, valamint a közvetítési jogokból származó bevételek teszik ki. 2023-ban a kereskedelmi bevételek a 32,8%-át, a televíziós bevételek pedig a 32,4%-át képezték az összbevételnek. 2023-ban az öt legnagyobb bevételre szert tett csapat sorrendben: Real Madrid, Manchester City, FC Barcelona, Paris Saint-Germain és Manchester United (UEFA, 2024a).

2.2. A hivatásos labdarúgás piacai

A hivatásos labdarúgásban, ahol üzleti alapon működő futballvállalatokról beszélünk, a bevételi források szempontjából megkülönböztetünk fogyasztói piacot, játékospiacot, közvetítési jogok piacát, sportszponzori piacot, valamint merchandising piacot (András, 2003).

András (2004) tanulmánya alapján a fogyasztói piacon a csere tárgya nem más, mint a labdarúgó esemény vagy eseménysorozat megtekintésének a lehetősége. A csere tárgyának értékére több tényező is hat, ilyen például, hogy milyen a sportteljesítmény minősége, helyszíni fogyasztók esetében a létesítmény színvonala, illetve a kiegészítő szolgáltatások, médián keresztül pedig a közvetítéshez kapcsolódó szolgáltatások. A fogyasztói piacon a piaci szereplők közül az eladók a sportszolgáltatók, a vevők a sportfogyasztók (ők lehetnek helyszíni fogyasztók vagy médiafogyasztók), médiafogyasztók esetében pedig a média a közvetítő. A fogyasztói piacon a megtekintés közvetlen és közvetett költségei befolyásolják a magatartást.

A hivatásos labdarúgás játékospiaca esetében a csere tárgya a labdarúgó játékos joghasználatának átruházása, amely egy kettős ügylet, ugyanis munkaerő-felvétel és vagyoni értékű jog vétel egyidőben. A csere tárgyára ható legfőbb tényezők a játékos meghatározott jellemzői (fizikai, szellemi adottságok), valamint a szerződésének hossza és az abba foglaltatott kivásárlási ár. A piac szereplői tekintetében az eladó érvényes szerződés esetében az átadó futballvállalat, lejárt szerződés alkalmával pedig a sportoló, mint természetes személy. A vevő az átvevő futballvállalat, közvetítők pedig lehetnek például játékos ügynökök vagy menedzserek. A magatartást befolyásoló legfőbb tényező az átigazolási díj (András, 2004).

A közvetítési jogok piacán a csere tárgya a sportesemény vagy eseménysorozat megtekintésének lehetősége, amely egy reprodukálhatatlan „termék”. A csere tárgyára ható

legfőbb tényezők az adott sportág médiaképessége és népszerűsége. A közvetítési jogok piacán az eladó a jogtulajdonos vagy a származtatott jogtulajdonos (liga). A vevők a műsorszolgáltatók, a közvetítők pedig a sportügynökségek. A piacon a közvetítési jog ára befolyásolja leginkább a magatartást (András, 2004).

András (2003) értekezése alapján a szponzori piacon a csere tárgya a sporttal kapcsolatos megjelenés, képzettársítás lehetősége, melynek jellemzője a hosszú távúság és kétoldalúság. A csere tárgyának értékére ható fontos tényező a médiajelenlét, valamint az, hogy értékes célcsoportot lehet elérni. A piacon az eladó a szponzorált, aki lehet sportoló, sportesemény, sportszervezt és sportszövetség. A vevők a szponzorok, akik jellemzően marketing céllal közeledő vállalatok, a közvetítők pedig sport-, marketing- és médiaügynökségek. A piaci magatartást befolyásoló legfőbb tényező pedig a szponzorált reklámértéke és imázsa.

A hivatásos labdarúgás merchandising piacán a csere tárgya a logóval, szimbólumokkal, megjelenésekkel ellátott termék, amelynek jellemzője, hogy alkalmas az elkötelezettség növelésére. A termék értékére ható legfőbb tényező, hogy mekkora márkaértékkel rendelkezik a logó tulajdonosa. A merchandising piacon az eladó a logó, szimbólum tulajdonosa, a vevők a fogyasztók, a közvetítők pedig értékesítéssel megbízott ügynökségek és kereskedelmi egységek. A piacon a magatartást leginkább a termék ára, valamint a szurkolói hűség befolyásolja (András, 2004).

2.3. A közvetítési jogok piaca

Whannel (1995) szerint az emberek alapjáraton három ok miatt néznek televíziót. Ez a három ok az információ, a szórakozás, valamint a dráma. A sport egy igazán előkelő helyzetben van a televíziós műsorok között, hiszen mindhárom említett kritériumnak megfelel. Természetesen nem mindegy, hogy milyen sportágról van szó, de a mi esetünkben a labdarúgás valóban nagyon jó helyen van a kínálatok tekintetében. Megfigyelhető a világban, hogy az emberek elkezdtek több eszközön tartalmat fogyasztani, legyen szó akár sportról, akár egyéb műsorokról. Ez történhet több televíziókészülék segítségével, de akár számítógéppel, tablettel, lappal és telefonnal is. A különböző streaming platformok megjelenése is közrejátszik a folyamat felgyorsulásához, különösen, hogy mára nem csak filmeket vagy sorozatokat, hanem sportműsorokat is közvetítenek (Várhegyi, 2016). Magyarországon a Bajnokok Ligája közvetítési joga az RTL tulajdonába került. A csatorna a televízióban egy mérkőzést sem közvetít, ezt a Sport 1 és Sport 2 teszi meg. Az RTL ugyanis a mérkőzéseket a fizetős streaming platformján közvetíti, ráadásul a legizgalmasabbnak ígérkező és legnevesebb csapatokból álló találkozók a Sport TV-n nem is kerülnek vetítésre, azok csupán az előfizetéssel rendelkezők számára elérhetők a streaming felületen (RTL, 2024a).

A közvetítési jogok piacán a keresletet és kínálatot számos különböző tényező befolyásolja. Ilyen például, hogy az adott területnek, országnak milyen a földrajzi kiterjedése, milyen a gazdasági helyzete és a potenciális nézőszám. További befolyásoló tényező a sportminőség is, melyben például a Bajnokok Ligája élen jár, hiszen a klubsintű labdarúgás csúcsáról beszélünk. A BL nem csak helyi vagy regionális érdeklődést eredményez, hanem globális televíziós érdeklődést generál (Várhegyi, 2016).

2.3.1 Tartalomfogyasztási szokások és streaming szolgáltatások a sport területén

Magyarországon a Bajnokok Ligája közvetítési joga az RTL tulajdonába került. A csatorna a televízióban egy mérkőzést sem közvetít, ezt a Sport 1 és Sport 2 teszi meg. Az RTL ugyanis a mérkőzéseket a fizetős streaming platformján közvetíti, ráadásul a legizgalmasabbnak ígérkező és legnevesebb csapatokból álló találkozók a Sport TV-n nem is kerülnek vetítésre, azok csupán az előfizetéssel rendelkezők számára elérhetők a streaming felületen (RTL, 2024a).

A Bajnokok Ligája részben streaming platformra való költözésének oka véleményem szerint a tartalomfogyasztási szokásokban bekövetkező változások lehetnek. Kardos és Gál (2021) eredményei szerint jelentősen módosult a médiafogyasztással eltöltött idő alakulása 2014 és 2018 között globálisan. A vizsgált időszakban a lineáris televíziófogyasztással eltöltött idő valamennyi generáció esetében csökkenő tendenciát mutatott, míg a streaming, illetve a közösségi média ezzel ellentétben növekedést értek el. Az eredményeket az elmúlt években számos további kutatás megerősített. Lebow (2021) szerint az Egyesült Államokban már csak a baby boomer az egyetlen olyan generáció, amely jelentős időt tölt lineáris televíziófogyasztással, ugyanakkor minden generáció esetében (baby boomertól a Z generációig) a legtöbb időt streaming platformokon töltik az emberek (Baby boomer 40%, Z generáció 77%), a lineáris televízió pedig háttérbe szorult (Baby boomer 38%, Z generáció 9%). Fowler (2023) szerint az Y generáció tagjai átlagosan naponta 63 percet töltenek lineáris televízió, 1 óra 58 percet pedig streaming platformokon. A Z generációsok esetében a különbség még nagyobb, az esetükben a lineáris televíziófogyasztás átlagosan naponta 38 percet, míg a streaming 1 óra 51 percet jelent. Egy Németországban végzett empirikus kutatás eredményei szerint a vizsgálatban szereplő német állampolgárok 48%-a már a YouTube-ot is a televízió alternatívájának tekinti, a 20 év alattiak esetében pedig közel 70%-os ez az arány (Budzinski et al., 2021).

2.4. A Bajnokok Ligája reform

2021. április 19-én az UEFA meghozta a döntést arról, hogy a 2024/2025-ös szezontól kezdődően a Bajnokok Ligája csoportkörös alapszakaszát felváltja egy úgynevezett svájci

rendszer. 2022. május 11-én Bécsben az UEFA Végrehajtó Bizottsága ülésezett az érintettekkel, ahol egy elhúzódó konzultációt követően véglegesítették a megreformált rendszer felépítését (UEFA, 2022).

A Bajnokok Ligája eddigi csoportkörében 32 csapat vett részt, nyolc darab négyes csoportba osztva, ahol a csoporton belül oda-vissza vágós keretek között küzdöttek a felek. A csoportból az első két helyen végzett csapat juthatott a nyolcaddöntőbe. A 2024/2025-ös szezontól 36 klub szerepel a Bajnokok Ligája alapszakaszában (korábbi csoportkör), így négy csapattal többen lesz lehetősége arra, hogy megmérkőzzön Európa legjobb klubjaival. Mind a 36 versenyző klubot együttesen rangsorolják egy összesített tabellán, ezt a formátumot nevezzük „svájci rendszernek” (UEFA, 2024b).

A csapatok nyolc mérkőzést játszanak az új ligafázisban, a továbbiakban nem három ellenféllel csapnak össze majd kétszer - otthon és idegenben -, hanem nyolc különböző csapat ellen, és a mérkőzések felét otthon, felét pedig idegenben játsszák. A nyolc különböző ellenfél meghatározásához a csapatokat kezdetben négy rangsorba sorolják. Ezután minden csapatot úgy sorsolnak ki, hogy mindegyikből két ellenféllel találkozzanak, és mindegyikből egy-egy csapat ellen játszanak egy mérkőzést otthon, egyet pedig idegenben. Az UEFA álláspontja szerint az új rendszer lehetőséget ad a kluboknak arra, hogy az ellenfelek szélesebb skálája ellen mérettessék meg magukat, és a szurkolók számára nagyobb esélyt ad arra, hogy a legjobb csapatok gyakrabban és korábban találkozzanak egymással a BL-ben. A szervezők úgy vélik, a változtatások a teljes mezőnyben minden klub számára versenyképesebb mérkőzéseket eredményeznek (UEFA, 2024b).

Az UEFA (2024b) közleményéből megtudhatjuk, hogy az összesített rangsor alapján a tabella a 25-36. hely között végző csapatok kiesnek a bajnokságból és nem kvalifikálnak az Európa Ligába sem, míg a rangsor 1-8. helyezettjei bejutnak automatikusan a legjobb 16 közé. A 9-24. hely között végző csapatok rájátszásban küzdenek meg a nyolcaddöntőbe jutásért. Itt a 9-17. helyen végzetek mérkőznek meg a 18-24. hely között zárókkal oda-vissza vágós rendszerben, ahol az előrébb végzet csapat játssza hazai pályán a visszavágót. Így alakul ki tehát a nyolcaddöntő mezőnye, melyet követően a kieséses szakasz ugyanúgy folytatódik, ahogy az ezt megelőző idényekben.

Az UEFA (2024b) szerint számos pozitív hozadéka van az alapszakasz reformnak. Még több európai csapat versenyezhet a BL-ben, valamint a top klubok a verseny korábbi szakaszaiban is több találkozót vívnak egymással. Az új összesített rangsor és a kiegyenlített ellenfelek növelik a versenyegyensúlyt. Az alapszakasz utolsó fordulójáig is kiélezett

meccsekre és drámai fordulatokra lehet számítani, hiszen minden pont és minden gól számít az összesített tabellán.

A The Guardian (2024) szerint azonban vannak olyan pontjai az új rendszernek, amelyek visszasan és negatívan hathatnak. Európa csúcsfutballjában már így is rengeteg mérkőzést játszanak. Azáltal, hogy a BL alapszakaszában 144 mérkőzésre emelték a mérkőzésszámot, még zsúfoltabb lesz a versenynaptár. Kérdés az is, hogy a több csapat bevonása hoz-e annyi minőséget pluszban a bajnokság számára, hogy megtérüljön a változtatás. Az ellenfelek összesorsolása egy erre kifejlesztett mesterséges intelligencia segítségével fog történni, amely hacker támadások veszélyét rejti magában.

Az új formátum a 2026/2027-es szezonig biztosan érvényben marad, a megtartásáról, elvetéséről vagy megreformálásáról annak tudatában fognak döntést hozni, hogy milyen hatásokat fejt ki a különböző területeken. Az elit klubfutballban sokan vélekednek úgy, hogy az új versenyrendszer képes életképes utat kínálni a jövőre nézve. Vannak olyan szakértők is, akik szerint ez a rendszer csak egy híd egy teljesen új struktúrába. Európa legnagyobb része számára azonban az eszközölt változtatások reményt jelentenek arra, hogy ne történjenek újabb kísérletek egy Szuperliga létrehozására (The Guardian, 2024).

3. Anyag és módszer

3.1. Módszer

A munkám során egyaránt alkalmaztam primer és szekunder kutatási eszközöket. A szekunder kutatásom alkalmával feldolgozásra kerültek a témához szorosan kapcsolódó magyar, illetve külföldi szakirodalmak. A primer kutatásom során kvantitatív kutatási módszert alkalmaztam kérdőíves felmérés formájában. A kérdőíves eljárásnak számos hasznos előnye van, hiszen egészen nagy mintát lehet sztemerd módon megkérdezni. A kérdőíves kutatási módszer fő tudományos háttere a statisztika, a matematika, a demográfia és a szociológia. A kvantitatív módszerek előnyei a kvalitatívhoz képest, hogy jóval objektívebb és pontosabb eredmény kapható (Veres et al., 2017).

A kérdőívem felépítése során három szakaszra bontottam azt: egy rövid demográfiai blokkal kezdődött, ezt követte egy fogyasztási szokásokat vizsgáló rész, végezetül pedig egy attitűdvizsgálat, melyben a Bajnokok Ligája reformmal kapcsolatos hozzáállást vizsgáltam. Az attitűdvizsgálat során két kivétellel minden esetben 1-4-ig terjedő likert skálát alkalmaztam. Ennek az volt a célja, hogy a kitöltők mindenképp foglaljanak állást, ne maradjanak semlegesek. A kérdőívet online platformokon terjesztettem, ahol a közösségi média is a

szolgálatomban állt. Különböző európai topcsapatok és magyar alakulatok szurkolói csoportjaiban tettem közzé az űrlapomat, valamint külföldi sportligák, illetve a Bajnokok Ligája kedvelők közösségében is megosztottam a kérdőívet.

A kérdőíves felmérés adatait az IBM SPSS Statistics 25 programmal dolgoztam fel. A program segítségével gyakorisági eloszlásokat, leíró statisztikai mutatókat, majd kereszttábla-elemzéseket végeztem. Ezt követően a generációk, illetve a streaming előfizetők és a lineáris médiafogyasztók közötti különbségek vizsgálatára Kruskal-Wallis és Mann-Whitney-próbát alkalmaztam, tekintettel arra, hogy a Kolmogorov-Szmirnov-próba eredménye alapján a mintám nem normális eloszlást követ.

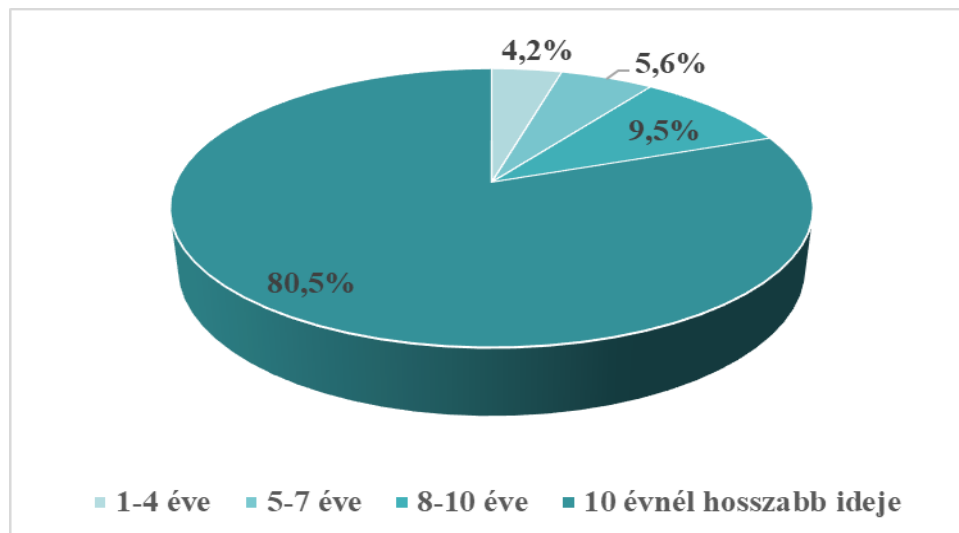
3.2. Anyag:

A kérdőívet 430 fő töltötte ki, amely 2024. október 4. és október 20. között volt kitölthető, azaz 3 héten keresztül volt nyitott a válaszadók számára.

A labdarúgás sportági érdeklődéséből adódóan a mintámban is magas a férfiak aránya, 91,2%, míg a nőké csupán 8,8%. A kitöltők generációs megoszlását tekintve 5,1%-uk tartozik a Baby boomer, 22,5%-uk az X, 32,6%-uk az Y, míg 39,8%-uk a Z generációba. A minta 34,7%-a városban, 20,7%-a vármegyeszékhelyen, 22,6%-a községben, 22,1%-a pedig a fővárosban lakik. A kitöltők 2,8%-a rendelkezik mindössze alapfokú végzettséggel, 58,1%-uk középfokú végzettség birtokában van, míg 39,1%-uk pedig felsőfokú végzettséget tudhat magáénak. A válaszadók 14,4%-a átlagnál alacsonyabb vagy jóval alacsonyabb jövedelemmel, 32,6%-a átlagos, míg 41,4%-a átlagnál magasabb vagy jóval magasabb jövedelemmel rendelkezik. A kitöltők 11,6%-ának még nincs önálló jövedelme.

4. Eredmények és azok értékelése

A kitöltők 80,5%-a több mint 10 éve, 90%-a pedig minimum 8 éve követi figyelemmel az UEFA Bajnokok Ligáját, melynek megoszlását az *1. ábra* mutatja be. A válaszadók 94%-a néz jelenleg is Bajnokok Ligája mérkőzéseket, 6%-uk pedig korábban már nézett. A megkérdezettek 99,3%-a hallott arról, hogy megváltozott a Bajnokok Ligája alapszakaszának lebonyolítási rendszere. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a válaszadók kellő tapasztalattal rendelkeznek a Bajnokok Ligája terén.



1. ábra: A Bajnokok ligájának a kitöltők által való figyelemmel követésének években történő bemutatása

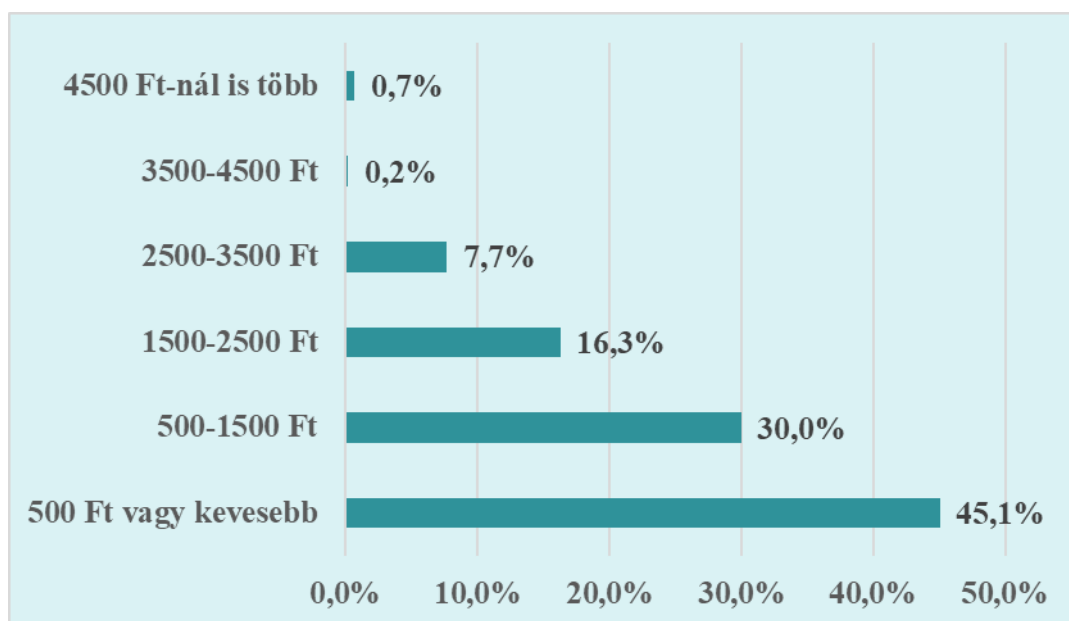
Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

A kitöltők 76,5%-a nem rendelkezik RTL+ előfizetéssel, 73,3%-uk csak a televízióban követi figyelemmel a Bajnokok Ligája mérkőzéseit, azokat az összecsapásokat, amelyeket a Sport Tv közvetít. A válaszadók között 115 fő nézi RTL+ felületen a mérkőzéseket, azonban csupán 33-an néznek közülük legalább két mérkőzést egy napon. A 33-ból pedig csupán 11 fő követ figyelemmel legalább 4 mérkőzést. A kereszttábla-elemzés alapján a különböző generációkhoz való tartozás nem függ össze a streaming előfizetéssel ($p=0,365$; χ^2 -négyzet: 3,179). A tekintetben, hogy egy-egy mérkőzésnapon hány meccset követnek figyelemmel a nézők már mutatkozik eltérés az egyes generációk között (a baby boomerekre jellemzőbb, hogy több mérkőzést néznek), azonban ez a különbség nem bizonyult szignifikánsnak ($p=0,053$; χ^2 -négyzet: 7,688).

A demográfiai jellemzők közül az eredmények alapján a lakóhelynek van jelentős szerepe az RTL+ előfizetés birtoklásában, tekintettel arra, hogy a korrigált standardizált reziduum értékei szerint fővárosban élőkre szignifikánsan jellemzőbb, hogy rendelkeznek ilyen előfizetéssel ($p=0,026$; χ^2 -négyzet: 9,270). A lakóhely mellett az anyagi helyzet befolyásolja még az előfizetéssel való rendelkezést, a kereszttábla-elemzés alapján az átlag alatti jövedelemmel rendelkezőkre jellemzőbb, hogy nem rendelkeznek RTL+ prémium előfizetéssel ($p=0,050$; χ^2 -négyzet: 7,810).

A minta, egy Bajnokok Ligájára specializált streaming platformért való fizetési hajlandóságát a 2. ábra mutatja be. Az ábrán jól látható, hogy a válaszadók legnagyobb része nem, vagy csak nagyon keveset, maximum 500 Ft-ot lenne hajlandó kifizetni egy ilyen szolgáltatásért, 45,1%-uk nyilatkozott ilyen módon. A válaszadók 30%-a mondta azt, hogy

500-1500 Ft közötti összeget lenne hajlandó ráfordítani a szolgáltatásra. A kitöltők 16,3%-a lenne hajlandó egy ilyen streaming platformért 1500-2500 Ft között fizetni. 2500-3500 Ft között a kitöltők csupán 7,7%-a adna ki ezért a szolgáltatásért. Csupán 4 ember válaszolt a 430 kitöltő között, hogy 3500 Ft felett fizetne egy ilyen streaming platformért.



2. ábra: A minta, egy Bajnokok Ligájára specializált streaming platformért való fizetési hajlandósága

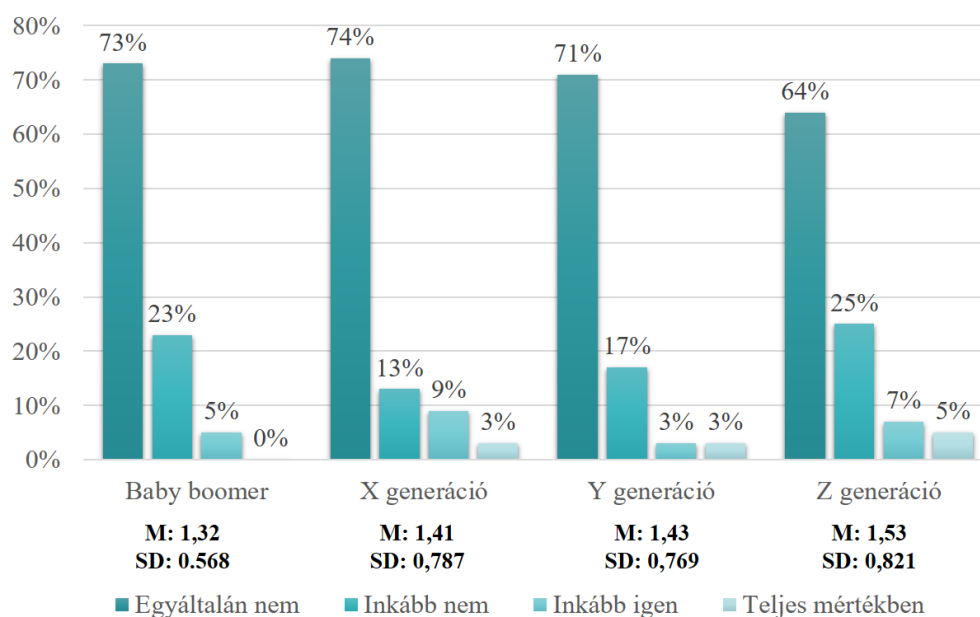
Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

Az RTL+ premium szolgáltatás 2990 Ft/hónap vagy 23920 Ft/év, amely átszámítva körülbelül 1995 Ft/hónap (RTL, 2024b). A minta több, mint 90%-a számára nem érné meg kifizetni a rendes árat a platformért, a kitöltők 25%-a azonban hajlandó lenne minimum a kedvezményes árat kifizetni. A 2. táblázat a vizsgálati mintába bekerülő nézők költségi hajlandóságát mutatja be generációs bontásban. A korrigált standardizált reziduum alapján a Baby Boomer generációhoz tartozókra alacsonyabb, míg a Z generáció tagjaira magasabb költségi hajlandóság jellemző ($p=0,006$; χ^2 -négyzet: 17,995). Ennek oka véleményem szerint részben magyarázható lehet azzal, hogy a fiatalabb generációkhoz tartozókra általánosságban jellemzőbb, hogy már rendelkeznek valamilyen streaming előfizetéssel (pl. Netflix) (Stoll, 2022).

A további vizsgálatok a streaming előfizetéssel rendelkezők és a hagyományos lineáris televízióban követő nézők közötti különbségekre fókuszáltak. Értelemszerűen azokra, akik rendelkeznek RTL+ prémium előfizetéssel jellemzőbb, hogy nem a lineáris televíziócsatornákon követik a mérkőzéseket ($p=0,000$; χ^2 -négyzet: 192,522). Érdekesebb eredmény ennél, hogy a streaming előfizetők az első fordulók során egy-egy mérkőzésnapon

jellemzően több meccset is követnek párhuzamosan, amivel jelentősen különböznek a televíziófogyasztóktól ($p=0,000$; khí-négyzet: 18,404).

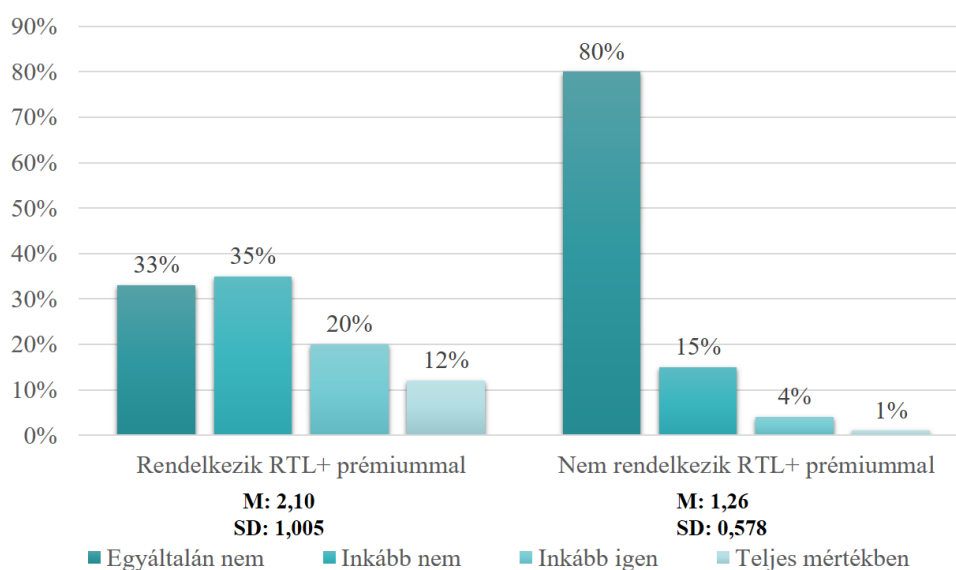
A kérdőívem 15. kérdése, így szólt: Mennyire ért egyet azzal, hogy az UEFA Bajnokok Ligája kupasorozat elsődleges közvetítési jog tulajdonosa (RTL) a mérkőzéseket csak az előfizetéses streaming platformján közvetíti? A kérdésre adott válaszokat kétféleképpen vizsgáltam meg. Először is generációs bontásban, mely eredményét a 4. ábra mutatja be. A keresztábra-elemzés eredménye szerint nincs különbség a generációk között a tekintetben, hogy mennyire értenek egyet a Bajnok Ligája elsődleges közvetítési jogának streaming platformra való kerülésében ($p=0,505$; khí-négyzet: 8,295), a vizsgálatba bekerülő nézőkről kijelenthető, hogy alapvetően elutasítók ezzel szemben.



4. ábra: Generációk közötti eltérés a Bajnokok Ligája közvetítési jogokban történő változás megítélésében

Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

Az RTL+ prémium előfizetéssel rendelkezők és nem rendelkezők között szignifikáns különbség tárható fel a közvetítési jogokban történő változás megítélésében. Azok a válaszadók, akik nem rendelkeznek RTL+ prémium előfizetéssel, sokkal kevésbé értenek egyet azzal, hogy az UEFA Bajnokok Ligája kupasorozat elsődleges közvetítési jog tulajdonosa (RTL) a mérkőzéseket csak az előfizetéses streaming platformján közvetíti, mint akik rendelkeznek ilyen streaming előfizetéssel ($p=0,000$; khí-négyzet: 89,682).



5. ábra: A streaming előfizetéssel való rendelkezés szerepe a Bajnokok Ligája közvetítési jogokban történő változás megítélésében

Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

A generációk vonatkozásában történő hatások közötti különbségek vizsgálatának eredményét a 3. táblázat szemlélteti. Generációk tekintetében nincs különbség tekintetben, hogy mennyire tartják igazságoknak az új lebonyolítást, nem okozott változást más nemzetközi kupák követése esetében, illetve hasonlóan gondolkodnak arról, hogy a lebonyolítási rendszer, milyen hatást eredményez a csapatok közötti különbségekre, ugyanis mindegyik generáció mind a három kérdés kapcsán semleges változásról „számolt” be ($p > 0,05$). Jelentős különbségeket a 3. táblázatban látható állításoknál tárt fel a Kruskal-Wallis-próba ($p < 0,05$). Valamennyi állítás esetében az Z generáció tagjai ítélték meg pozitívabban a Bajnok Ligája reform hatásait a rangátlagok alapján.

3. táblázat: A hatások közötti különbség vizsgálata generációs bontásban

Állítás	Generáció	Rangátlag	Kruskall-Wallis érték	P érték
Több csapattal méri össze tudását egy-egy csapat az alapszakaszban	Baby boomer	169,84	11,944	0,008
	X	192,26		
	Y	214,85		
	Z	235,08		
Az új formátumot igazságosabbnak tartom a korábbinál	Baby boomer	213,02	9,828	0,020
	X	189,60		
	Y	209,73		
	Z	235,24		
Izgalmasabb mérkőzések várhatóak az új alapszakaszban	Baby boomer	202,77	9,192	0,027
	X	195,59		
	Y	206,26		
	Z	236,00		
Kiélezettebb párharcokat vívnak a csapatok, mint a korábbiakban	Baby boomer	203,89	13,057	0,005
	X	188,13		

	Y	206,26		
	Z	236,00		

Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

Az RTL+ prémium előfizetés birtoklásának vonatkozásában történő hatások közötti különbségek vizsgálatának eredményét a 4. táblázat mutatja be. A streaming előfizetők és a mérkőzéseket a lineáris televízióban követők hasonlóan vélekednek arról, hogy a csapatok közötti különbségek a Bajnokok Ligája megváltozott lebonyolítása következtében növekedni fognak, illetve homogének a tekintetben is, hogy nem volt hatással a más kupasorozatok figyelemmel követésére sem ($p > 0,05$). Ugyanakkor a többi állítások esetében a Mann-Whitney-próba szignifikáns különbségeket mutat. Valamennyi állításról elmondható, hogy a streaming előfizetéssel rendelkezőknek pozitívabb a véleménye és a várakozása, azonban a lineáris médiafogyasztók számára hiányzik a csoportkörös lebonyolítás ($p < 0,05$).

4. táblázat: A hatások közötti különbség vizsgálata streaming előfizetés birtoklásának vonatkozásában

Állítás	Streaming előfizetés	Rangátlag	Mann-Whitney-próba	P
<i>Több mérkőzést rendeznek</i>	Rendelkezik	239,73	8385,500	0,020
	Nem rendelkezik	208,06		
<i>Több csapat vesz részt a kupában</i>	Rendelkezik	236,57	14167,000	0,039
	Nem rendelkezik	209,03		
<i>Több csapattal méri össze tudását egy-egy csapat az alapszakaszban</i>	Rendelkezik	239,77	14486,000	0,017
	Nem rendelkezik	208,05		
<i>Egy összesített tabellán helyezkedik el az összes csapat</i>	Rendelkezik	241,90	14163,500	0,011
	Nem rendelkezik	207,40		
<i>Hiányzik számomra a csoportkörös lebonyolítás</i>	Rendelkezik	185,92	13948,000	0,005
	Nem rendelkezik	224,58		
<i>Az új formátumot igazságosabbnak tartom a korábbinál</i>	Rendelkezik	237,05	13627,000	0,036
	Nem rendelkezik	208,88		
<i>A korábbi csoportkörös rendszer elavult</i>	Rendelkezik	237,03	14437,500	0,036
	Nem rendelkezik	208,89		
<i>Izgalmasabb mérkőzések várhatók az új alapszakaszban</i>	Rendelkezik	242,33	13904,500	0,008
	Nem rendelkezik	207,26		
<i>Kiélezettebb párharcokat vívnak a csapatok, mint korábban</i>	Rendelkezik	246,36	13497,500	0,003
	Nem rendelkezik	206,03		

Forrás: Saját kutatás, saját szerkesztés

5. Következtetések és javaslatok

Kutatásom fő célja volt, hogy felmérjem a magyar, európai klubfutball kedvelők körében, hogyan hatott a Bajnokok Ligája lebonyolítási rendszerének változása az ő elégedettségükre, valamint a fogyasztói szokásaikra.

C1: Feltárni, hogy mely generációkra jellemzőbb, hogy streaming platformon követik a mérkőzéseket.

A kereszttábla-elemzés eredményei alapján ugyan van eltérés a generációk között, azonban ez nem bizonyult szignifikánsnak. Jelentős különbség a generációk között a fizetési hajlandóság esetében mutatkozott, a Z generáció tagjaira magasabb költségi hajlandóság jellemző. A fiatalabb generációk tartalomfogyasztási szokásairól is elmondható, hogy az elmúlt években a lineáris TV erősen háttérbe szorult a különböző streaming platformokkal szemben, mint például a Netflix vagy a Disney+, nincs ez másképp a Bajnokok Ligája mérkőzéseinek megtekintése esetében sem. A fiatalok nyitottabbak az újításokra, mint az idősebb korosztályok, így a tartalomfogyasztás terén is érzékelhető a különbség.

C2: Megvizsgálni, hogy a streaming előfizetésnek van-e szerepe a fogyasztási szokások alakulásában, illetve befolyásolja-e a Bajnokok Ligája reformmal kapcsolatos attitűdöket és az elégedettséget.

A Mann-Whitney-próba alapján arra következtetésre jutottam, hogy a streaming előfizetéssel való rendelkezésnek befolyása van a Bajnokok Ligája reform megítélésére. Azok számára, akik rendelkeznek RTL+ prémiummal szimpatikusabb, hogy több mérkőzést rendeznek, több csapattal méri össze tudását egy-egy csapat és összesített tabellán rangsorolják a klubokat ($p < 0,05$). A lineáris médiafogyasztók sokkal inkább hiányolják a csoportkörös lebonyolítást, míg a prémium birtokosok inkább elavultnak tartják azt ($p < 0,05$). Az RTL+ prémiummal rendelkező fogyasztók igazságosabbnak és izgalmasabbnak ítélik meg az új lebonyolítási struktúrát, mint az lineáris médiafogyasztók ($p < 0,05$).

C3: Feltárni, hogy a generációhoz való tartozás befolyásolja-e a Bajnok Ligája reform hatásainak megítélését.

A Kruskal-Wallis-próba különbségeket tart fel bizonyos állítások kapcsán. A Z generáció tagjai szignifikánsan vonzóbbnak tartják a többi generációhoz tartozókhöz képest, hogy a Bajnokok Ligája megváltozott lebonyolítása miatt, több csapattal méri össze tudását egy-egy klub az alapszakaszban, igazságosabbnak tartják az új formátumot, úgy vélik, hogy izgalmasabb mérkőzések várhatóak az új alapszakaszban, továbbá kiélezettebb párharcokat várnak a reformtól ($p < 0,05$).

Az UEFA által eszközölt reformok már rövidtávon is kifejtették hatásukat. A sportfogyasztók, különösen a fiatal generációhoz tartozók pozitívan fogadták a strukturális változásokat. Az UEFA tehát jó úton halad, és ha a fogyasztók megítélése nem változik negatív irányba, a 2026/2027-es szezont követően is érdemes megtartani ezt a formátumot.

Az RTL számára azt a javaslatot tudom megfogalmazni, hogy célszerű lenne az RTL+ prémium előfizetési díját a fogyasztók fizetési hajlandóságához igazítani, hiszen ha csökkentik az árat, a több előfizető miatt a marginális bevétel igaz csökken, de az összbevétel nőni fog.

További javaslatom lenne a közvetítési jog tulajdonosának, hogy különböző extra és/vagy exkluzív tartalmak megvalósításával ösztönözze a fogyasztókat és tegye vonzóbbá az előfizetést. Ilyen tartalmak lehetnek például különböző szakértői interjúk, statisztikai elemzőműsorok vagy statisztikai kimutatások létrehozása, vagy éppen részletesebb összefoglalók rendelkezésre bocsátása. A streaming szolgáltatáson keresztül különböző interaktív programokba is be lehetne vonni az előfizetőket, például szavazhatnak a forduló legjobb játékosára, legszebb góljára vagy akár a leglátványosabb védésére. Ezen felül tippjátékkal is vonzóbbá lehet tenni a platformot, ahol a helyesen tippelő előfizetők között különböző nyeremények kerülnek kisorsolásra minden forduló alkalmával.

Összefoglalás

A Bajnokok Ligája, illetve elődje, a Bajnokcsapatok Európa Kupája fennállása alatt számos strukturális változáson ment keresztül. A formátumában azonban jó ideje nem eszközöltek változást, hiszen sikeresen működve, a világ egyik legnépszerűbb versenysorozatává vált. Az idei 2024/2025-ös szezontól kezdődően azonban egy reform következett be az alapszakaszt illetően, ezzel egyidőben pedig hazánkban a közvetítési jogok piacán megjelent az RTL+ prémium, mint streaming szolgáltató.

A kutatásom során szekunder és primer, azon belül is kvantitatív módszert, kérdőíves megkérdezést alkalmaztam, amely kérdőívet 430 fő töltötte ki, akik kellő tapasztalattal rendelkeztek a Bajnokok Ligájával kapcsolatban.

A keresztábra-elemzés eredményei alapján ugyan van eltérés a generációk között, azonban ez nem bizonyult szignifikánsnak. Jelentős különbség a generációk között a fizetési hajlandóság esetében mutatkozott, a Z generáció tagjaira magasabb költségi hajlandóság jellemző. A Mann-Whitney-próba alapján arra következtetésre jutottam, hogy a streaming előfizetéssel való rendelkezésnek befolyása van a Bajnokok Ligája reform megítélésére, hiszen a RTL+ birtokában lévő fogyasztók pozitívabban állnak a reform hatásaihoz. A Kruskal-Wallis-próba különbségeket tárt fel bizonyos állítások kapcsán. A Z generáció tagjai

szignifikánsan vonzóbbnak tartják a többi generációhoz tartozókhoz képest, hogy a Bajnokok Ligája megváltozott lebonyolítása miatt, több csapattal mér össze tudását egy-egy klub az alapszakaszban, igazságosabbnak tartják az új formátumot, úgy vélik, hogy izgalmasabb mérkőzések várhatóak az új alapszakaszban, továbbá kiélezettebb párharcokat várnak a reformtól.

Az UEFA által eszközölt reformok már rövid távon is kifejtették hatásukat. A sportfogyasztók, különösen a fiatal generációba tartozók pozitívan fogadták a strukturális változásokat. Az UEFA tehát jó úton halad, és ha a fogyasztók megítélése nem változik negatív irányba, a 2026/2027-es szezont követően is érdemes megtartani ezt a formátumot.

Az RTL számára azt javasolnám, hogy igyekezzon az RTL+ prémium előfizetési díját a fogyasztók fizetési hajlandóságához igazítani, továbbá különböző extra és/vagy exkluzív tartalmak, mint például statisztikai elemzőműsorok vagy interaktív programok megvalósításával ösztönözzék a fogyasztókat a vásárlásra és tegyék vonzóbbá az előfizetést.

Finanszírozás

A Kulturális és Innovációs Minisztérium EKÖP-24-2 kódszámú Egyetemi Kutatói Ösztöndíj Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült.



Szakirodalmi jegyzék

Könyvek, cikkek, tanulmányok:

András, K. — Havran, Zs. — Jandó, Z. (2012): Üzleti globalizáció és a hivatásos sport: sportvállalatok nemzetközi szerepvállalása https://edok.lib.uni-corvinus.hu/378/1/TM14_Andras_Havran_Jando.pdf

András, K. (2003): Üzleti elemek a sportban, a labdarúgás példáján. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, PhD értekezés, Budapest http://phd.lib.uni-corvinus.hu/150/1/andras_krisztina.pdf

András, K. (2004): A hivatásos labdarúgás piacai. Vezetéstudomány – Budapest Management Review, 35(klnsz.), 40-57. <https://edok.lib.uni-corvinus.hu/80/1/Andr%C3%A1s53.pdf>

Braun E. — Gyimesi A. — Murai G. (2022): A Bajnokok Ligája mérkőzéseinek vonzereje – győzelmi esélyek és központi csapatok. Statisztikai Szemle. 100. évf. 2. sz. pp. 234–265. <https://doi.org/10.20311/stat2022.3.hu0234>.

Budzinski, O. – Gaenssle, S. – Lindstädt-Dreusicke, N. (2021): The battle of YouTube, TV and Netflix: an empirical analysis of competition in audiovisual media markets. SN Business & Economics. 1, 116. <https://doi.org/10.1007/s43546-021-00122-0>

Dénes F. (2015): *Sportközgazdaságtan*. Debrecen. Campus Kiadó

- Ferkai M. — Ládonyi L. (2007): *Az UEFA Bajnokok Ligája nagykönyve*. Aréna 2000 Kiadó. https://adt.arcanum.com/hu/view/Sportkonyvek_250/?pg=0&layout=s
- Hetyei L. (2020): *A Bajnoksapatonk Európa Kupája története*. Aposztróf Kiadó.
- Kardos M.V. — Gál T. (2021): A közösségi média hatása a médiafogyasztásra és a reklámpiacra. *Régió kutatás Szemle*. 6(1), 121-132. <https://doi.org/10.30716/RSZ/21/1/11>
- Szymanski, S. (2015): Money and Football: A Soccernomics Guide. *Economic Affairs*. Volume 35. Issue 3. pp. 298. <https://doi.org/10.1111/ecaf.12150>
- Várhegyi, F. (2016): A sport és a televízió kapcsolata. *Testnevelés, Sport, Tudomány*. 1. évf. 2. sz. 20-29. https://real.mtak.hu/52932/1/04_V%C3%A1rhegyi.pdf
- Veres Z. — Hoffman M. — Kozák, Á. (2017): *Bevezetés a piackutatásba*. Akadémiai Kiadó.
- Whannel, G. (1995): *Fields in Vision. Television and Cultural Transformation*. London. Routledge.
- Zhang, J. — Kim, E. — Matromartino, B. — Qian, T. (2018). The sport industry in growing economies: critical issues and challenges. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. Volume 25. Issue 2. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-03-20>
- Internetes források:
- Deloitte (2024): Deloitte Football Money League 2024. <https://www.deloitte.com/uk/en/services/financial-advisory/analysis/deloitte-football-money-league.html>
- Fowler, D. (2023): Gen Z viewers watch 3 times as much streaming content as live television. <https://www.thecurrent.com/gen-z-viewers-watch-3-times-streaming-content-live-television-ctv>
- Lebow, S. (2021): US adults across age groups prefer streaming services to cable TV. <https://www.emarketer.com/content/us-adults-across-age-groups-prefer-streaming-services-cable-tv>
- Stoll, J. (2022): Netflix subscriptions in the U.S. 2021, by age group. <https://www.statista.com/statistics/742108/netflix-subscription-adults-usa-by-age/>
- RTL (2024a): Magyarországon még nem látott képminőségben nézhetik ősztől az Bajnokok Ligája meccseit az RTL+-on <https://rtl.hu/rtlplusz/2024/07/12/uefa-bajnokok-ligaja-rtl-plusz>
- RTL (2024b): Szolgáltatások <https://rtl.hu/rtlplusz/szolgaltatasok>
- The Guardian (2024): Everything you need to know about the new ‘Swiss model’ Champions League <https://www.theguardian.com/football/article/2024/aug/28/everything-you-need-to-know-about-the-new-swiss-model-champions-league>
- UEFA (2022): UEFA approves final format and access list for its club competitions as of the 2024/25 season <https://www.uefa.com/returntoplay/news/0275-151c779310c3-b92bbf0d24f9-1000--uefa-approves-final-format-and-access-list-for-itsclub-competi/>
- UEFA (2024a): The European Club Finance and Investment Landscape <https://cdn.vew.design/private/aTCxVXgBbmVvmw45NvpIseApVuy2/251fjd-uefa-benchmarking-ecfil-report.pdf>
- UEFA (2024b): New format for Champions League post-2024: Everything you need to know <https://www.uefa.com/uefachampionsleague/news/0268-12157d69ce2d-9f011c70f6fa-1000--new-format-for-champions-league-post-2024-everything-you-ne/>