



Nejc Zemljak

King and Queen of the Court: prvi resnejši koraki odbojke na mivki k trajnostnemu poslovnemu modelu

Izvleček

Odbojka na mivki se z novo različico turnirja **King in Queen of the Court** (KQOTC) pomika k trajnostnemu poslovnemu modelu. Ta format na igrišču združuje pet ekip, omogoča hitrejšo igro in krajše prekinitve, kar privlači gledalce in zagotavlja natančne urnike. KQOTC meri na vključitev v program olimpijskih iger leta 2028, kar bi prineslo več tekmovalj, finančnih nagrad in višjo stopnjo profesionalizacije. Zgodovinsko se je odbojka na mivki zanašala na javna sredstva in sponzorstva, a pogosto ni izpolnila pričakovanj. Tradicionalni turnirji, denimo tisti na Kongresnem trgu, privabljajo naključno občinstvo, a so povezani z visokimi stroški. Prehodni modeli, kot je nemška nacionalna turneja, zmanjšujejo število igrišč ter uvajajo vstopnine in storitve streaminga (sprotnega videoprenosa). KQOTC uvaja »Sky Box Arena« z ekskluzivnimi ložami, gostinskimi storitvami (cateringom) in ponovno uporabo prizorišč, kar znižuje stroške in povečuje prihodke. Prihodnost prinaša klubska tekmovalja z izboljšanimi izkušnjami in razvojem lokalnih scen.

Ključne besede: odbojka na mivki, King and Queen of the Court, trajnostni poslovni model, olimpijske igre, Sky Box Arena.

King and Queen of the Court: prvi resnejši koraki odbojke na mivki k trajnostnemu poslovnemu modelu

Odbojka na mivki, dinamičen in privlačen poletni šport, je dolgo obljubljala velik potencial, a se vedno znova spoprijema z izzivi pri ustvarjanju stabilnega poslovnega modela. V zadnjih letih pa se kaže pomemben preobrat z uvedbo nove discipline King and Queen of the Court (KQOTC), ki pomeni prvi resnejši korak k trajnostnosti. Pri tem formatu ne gre le za osvežitev igre, ampak odpira vrata za globalno širitev, vključno z morebitno uvrstitvijo na olimpijske igre.

King and Queen of the Court: The First Serious Steps of Beach Volleyball Toward a Sustainable Business Model

Abstract

Beach volleyball is advancing toward a sustainable business model with **King and Queen of the Court** (KQotC). This format unites five teams on one court, offering faster gameplay and shorter breaks, attracting spectators and ensuring precise schedules. KQotC aims for inclusion in the 2028 Olympics, promising more competitions, financial rewards, and professionalization. Historically, beach volleyball relied on public funds and sponsorships but often fell short of expectations. Traditional tournaments, like those at the Congress square in Ljubljana, Slovenia, draw casual crowds but incur high costs. Transitional models, such as Germany's national tour, reduce courts and introduce tickets and streaming. KQOTC's "Sky Box Arena" features exclusive boxes, catering, and venue reuse, cutting costs and boosting revenue. The future envisions club-based competitions with enhanced experiences and local scene development.

Keywords: beach volleyball, King and Queen of the Court, sustainable business model, olympic games, Sky Box Arena.

V članku bomo raziskali bistvo KQOTC, njegov potencial za olimpijske igre 2028, zgodovinske korenine odbojke na mivki ter primerjavo poslovnih modelov – od tradicionalnega do novodobnega in prihodnjega.

Kaj je King and Queen of the Court?

KQOTC je nova in drugačna disciplina odbojke na mivki, ki na enem igrišču združuje pet ekip po dva igralca. Gre za tekmovalje na izpadanje, pri katerem ekipe rotirajo med »kraljevsko« polovico igrišča in polovico »izzivalcev«, kar ustvarja neprekinjeno akcijo in hiter ritem. Zaradi večjega števila ekip na igrišču so prekinitve med točkami krajše,

gledalec pa vidi dvakrat več odigranih izmenjav v istem času. Dodatno so nizi omejeni na 15 minut, kar zagotovi možnost natančno predvidljivih urnikov.

Format se skupaj s krovno mednarodno odbojgarsko zvezo (FIVB) poteguje za uvrstitev na olimpijske igre v Los Angelesu leta 2028. Če bi se to uresničilo, bi prineslo kar nekaj velikih prednosti: Mednarodni olimpijski komite (MOK) bi pridobil dodatnih nekaj dni intenzivne akcije v odbojki na mivki na stadionu v Long Beachu, z igralci, ki so že nameščeni v olimpijski vasi. Za igralce – tako posameznike kot nacionalne zveze – bi to pomenilo več tekmovanj in nujno potrebnih nagrad (pomemben korak k večji profesionalizaciji športnikov). Hkrati pa bi se zvežam ponudile dodatne možnosti za olimpijske medalje, vrhunske uvrstitve in s tem več financ iz javnih sredstev, ki zdaj temeljijo predvsem na rezultatih zadnjih olimpijskih iger ter pričakovanih oziroma upanjih na prihodnje uspehe.

Kljub tem privlačnim prednostim se nekateri upirajo spremembam – marsikatera nacionalna zveza in posamezni tekmovalci v novem formatu vidijo grožnjo tradiciji. To vprašanje lahko podrobneje obravnavamo v prihodnjih analizah, saj gre za širši konflikt med nostalgичnim romantiziranjem oziroma ohranjanjem statusa quo in nujno modernizacijo.

Zgodovinska perspektiva: od obljub do izzivov

Odbojka na mivki je v zgodovini preživela predvsem zaradi perspektive oziroma optimizma o prihodnji rasti in s tem donosnosti produkta.

Gre za način poslovanja, pri katerem je približno polovica sredstev prišla iz javnega denarja, drugo polovico pa so

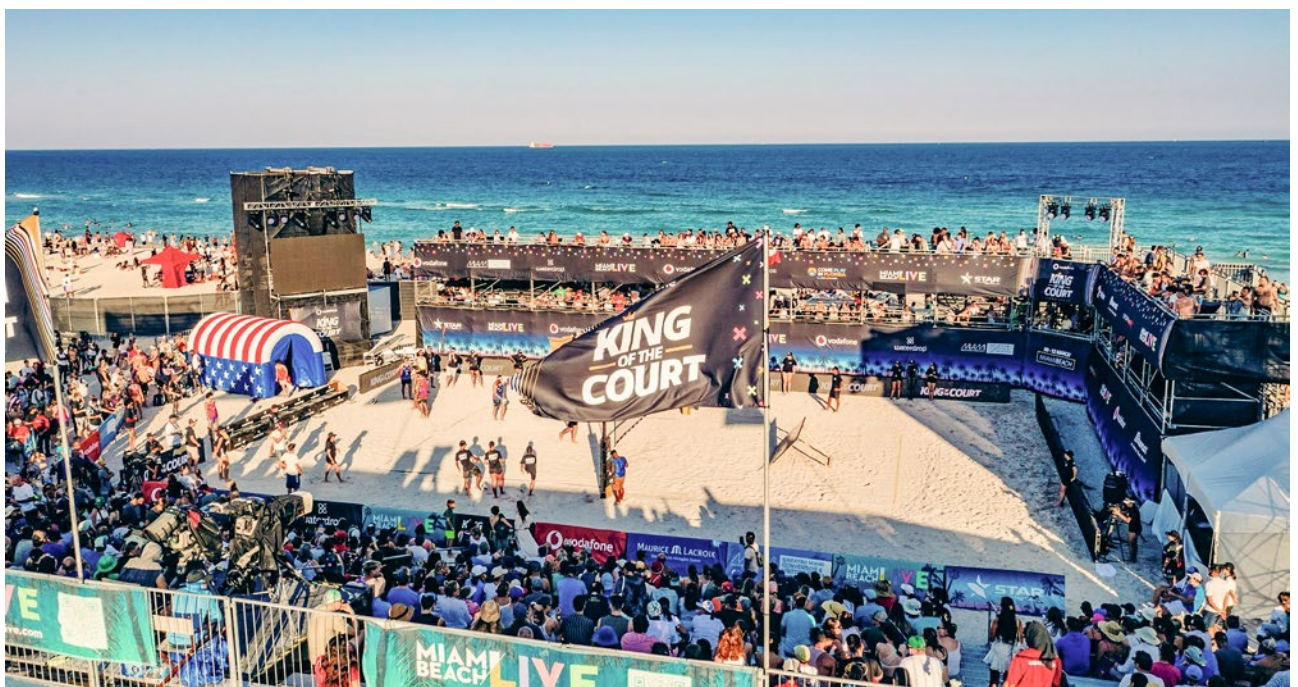
podjetja vlagala na podlagi »občutka« velikih obetov – na primer, podjetje Bud Light je na začetku novega tisočletja sklenilo večletno večmilijonsko sponzorsko pogodbo z ameriško nacionalno turnejo AVP. Od velikih obetov pa so se do danes zgodili le stečaj (2010) in več menjav lastništva v želji po reševanju (in tudi razvoju) blagovne znamke.

Podobne primere najdemo povsod, kjer se organizatorji oziroma promotorji zanašajo na sredstva, ki so jim bila namenjena kot nekakšna začetna naložba, in ne zagotovijo pričakovane povrnitve (sponzor torej donator in se raje odloči za kak drug produkt).

Ta šport je vedno obljubljal veliko, a množičnega uspeha do zdaj ni bilo, saj gledalci redko pridejo na dogodek samo zaradi odbojke na mivki – na primer na Ol potujejo zaradi celotne prireditve, na kateri je ta disciplina ena najzanimivejših.

Tako imamo predvsem dve različni vrsti prireditev. Prva je stroškovno veliko intenzivnejša in pri tej se tekmovanje pripelje neposredno med morebitne (nove) gledalce, večino pa v središče mest. Druge, večinoma manjše prireditve se zgodijo na že zgrajenih igriščih, ponavadi v veliko manjšem obsegu (vsaj po številu gledalcev).

Zakaj je odbojka na mivki tako privlačna oziroma zakaj ima tolikšen potencial? Gre za preprosto igro, lahko za razumevanje (zelo malo posebnih pravil, razen »nošene« žoge in »dvojne« podaje), kratke tekme in privlačne poteze – močni napadi in zabijanje v skoku, visok blok, leteče obrambe ter kombinacije moči in natančnosti. Dodajmo še prvino *life-style* športa, ki vsem navzočim daje občutek brezskrbnosti poletnih dni na plaži. Ti dejavniki delujejo kot magnet, a brez pravega poslovnega okvira in struktur so precej neizkoriščeni.



■ Poslovni modeli: od tradicije k inovaciji

Odbojka na mivki je razvila tradicionalni poslovni model.

Primerjava modelov

Vidik	Tradicionalni (npr. Ljubljana)	Prehodni (npr. Elite 16)	Novodobni (KQOTC)	Prihodnost (liga)
Infrastruktura	Več igrišč, začasna, visoki stroški	1–2 igrišči	Eno igrišče, manjši stadion, večkratna uporaba	Že zgrajena igrišča, celo stadioni
Trajanje	3–5 dni, celodnevno dogajanje na več igriščih	3–5 dni, celodnevni dogodek	Krajši dnevi, razdeljeni v dnevne seanse, več dni	Kratki nekajurni dogodki; redna sezona
Gledalci	Naključni mimoidoči, nizka stopnja zadržanja	Navdušenci, vstopnina	Navdušenci, vstopnina in catering	Lokalna skupnost
Prihodki	Javna sredstva in sponzorji na obet množic	Javna sredstva, sponzorji, vstopnine, streaming	Javna sredstva, sponzorji, vstopnine, streaming, catering, prodaja promocijskega blaga	Vse, a na lokalni ravni
Stroški	Visoki (postavitev, transport)	Nekoliko znižani	Znižani in porazdeljeni	Nizki, trajnostni
Privlačnost	Privlačne poteze, a razpršena	Usmerjena akcija	Večja intenzivnost, udobje	Dolgoročna angažiranost

Tradicionalni model:

primer turnirja na Kongresnem trgu v Ljubljani

Ta pristop stavi na množičnost in naključne gledalce. Turnirji, kot je tisti na Kongresnem trgu, potekajo na lokacijah z veliko prehodnostjo oziroma pretokom ljudi, denimo v središčih mest ali na kakšni drugi turistični točki. Ciljno občinstvo so naključni mimoidoči (domačini, turisti). Večina teh ni tam zaradi dogodka samega, nekateri dogajanje preverijo le iz radovednosti, ker so opazili montažno igrišče.

Zaradi želje po vključevanju določenega števila ekip je potrebnih več igrišč, kar ne ustvarja le dodatnih stroškov za organizatorja, ampak tudi preobremenitev za gledalca – tudi če ta dogajanje spremlja od jutra do večera, vidi le 25–50 % tekm (odvisno od števila igrišč).

Trajanje posameznega turnirja v obsegu 3–5 dni dodatno obremeni gledalca, prav tako so visoki stroški: prevoz mivke, postavljanje začasnih igrišč v središču mesta, dodatne obveznosti transporta med glavnim in stranskimi igrišči (ki so pogosto brez dogajanja).

Del prihodkov izhaja iz javnih sredstev, od tega povečini mesto in/ali turistična destinacija zagotovi del proračuna s ciljem zvišanja kakovosti urbanega življenja. Drugi del prihodkov prihaja od sponzorjev, ki si od te množice obetajo pozitivni učinek v povezavi s svojo blagovno znamko. Izziv je predvsem manjša angažiranost gledalcev ter nizka stopnja njihovega zadržanja.

Prehodni model:

nacionalne turneje Nemčije (in Švice) ter serija turnirjev najvišje mednarodne ravni »Elite 16«

Trenutno spremljamo željo organizatorjev po poenostavitvi izkušnje gledalca. Zmanjševanje števila igrišč pomeni

občutno znižanje stroškov organizatorja brez izgube gledalcev, saj se pogosto že tako več kot 90 % teh zadržuje ob osrednjem igrišču. Tisti del, ki je spremljal boje na stranskih igriščih, pa že tako pomeni najbolj zveste gledalce in ti niso izgubljeni, ampak se z dogajanjem prav tako preselijo na centralno igrišče. To pomeni, da organizatorji znižujejo stroške brez zmanjševanja doseženega učinka.

Prav tako se za večje dogodke, ki privabijo športne navdušence iz širše regije, dodajajo vstopnine in tako dodatni vir prihodkov.

Da bi dosegli navdušence po vsem svetu (in tudi tiste, ki zaradi drugih obveznosti ne morejo biti na tribunah), so velik razcvet v zadnjem obdobju doživeli tudi tako imenovane storitve streaminga oziroma videoprenosa na različnih spletnih platformah. Za Volleyball World (promotorja svetovne serije) je njihov VBTV (VolleyballWorld TV) postal glavni vir prihodkov. Nemška nacionalna turneja (German Beach Tour) je svoj produkt tudi vizualno in funkcionalno priredila tako, da je optimizirala izkušnjo videoprenosa.

Novodobni model:

King and Queen of the Court

KQotC ta pristop še dodatno revolucionira.

Tako imenovana »Sky Box Arena« predstavlja prizorišče s tudi do štirikrat manjšo zmogljivostjo (do približno 500 gledalcev). Vsak box oziroma mini loža sprejme do šest gledalcev, ki uživajo ekskluzivno izkušnjo z več udobja v primerjavi z natrpanimi in neudobnimi plastičnimi sedeži na klasičnih tribunah.

Pravila igre, ki poskrbijo za večjo dinamiko in natančen urnik, organizatorjem omogočijo, da prodajajo vstopnice za dvourne seanse. Tako je na voljo več dnevnihs seans (tudi

po štiri na dan), kar hkrati pomeni, da je število prodanih vstopnic kljub manjši zmogljivosti prizorišča primerljivo in na koncu celo večje, saj se sedeži oziroma lože »obrnejo« večkrat na dan. Dlje ko traja prireditev, bolj mora biti gledalec zagrižen privrženec te prireditve. Pri dvehurnih seansah imajo odbojkarški zapriseženci seveda možnost nakupa več seans zapored. Nekoliko bolj neodločnemu gledalcu pa je tudi lažje kupiti karto za dve uri kot pa za ves dan ob misli, da se bo dogodka udeležil le za kratek čas.

Pri ložah je tudi nekoliko lažje ponuditi catering, s čimer si QKOTC zagotovi še en vir prihodka, primerljiv s prodajo vstopnic.

Dodaten vidik, pri katerem je QKOTC prav tako pokazal ogromen napredek in pomemben korak k trajnostnemu modelu, je ponovna uporaba prizorišča. Do nedavnega so stadion postavili za en sam dogodek, morda so dodali kak Business Cup, na katerem so se lahko sponzorji dogodka za nekaj ur preizkusili na igrišču, ali pa kakšno manjšo lokalno aktivacijsko akcijo. Tukaj se prizorišče postavi za tudi do 9 tednov in se v tem obdobju izkoristi še za druge športe, koncerte in prireditve. To pomeni, da se stroški postavitve porazdelijo in s tem zmanjšujejo za posamezni dogodek.

Tudi pri streamingu, ki postaja čedalje pomembnejši vir prihodkov, so s korakom delitve prihodkov (t. i. »revenue sharing«) naredili pomemben korak proti učinkovitosti pri doseganju ciljne skupine. Z mednarodno zasedbo tekmovalcev namreč gledalce z oddaljenih geografskih lokacij najlažje dosežejo prav prek tekmovalcev, ki so iz tistega okolja oziroma imajo tam večji doseg.

Predvideni model prihodnosti: klubska tekmovalja (lige) s poudarkom na grajenju lokalne scene

Ker se zanimanje za šport meri v gledanosti, predvidevam, da bodo naslednji koraki odbojko na mivki vodili proti rednim klubskim tekmovaljem.

Največji izziv ostaja to, da so lokalne skupnosti (s tem mislim na klube) zelo redke, če pa že so, so v primerjavi z drugimi športi šele na zgodnjih stopnjah razvoja. To pomeni, da je baza gledalcev na večini lokacij zelo majhna in se morajo organizatorji dogodkov zanašati na naključne mimoidoče ali pa na pripravljenost gledalcev iz širše regije na potovanja.

Zato menim, da bomo v prihodnosti videli potisk proti optimizaciji gledalske izkušnje (krajši dnevi ali celo samo kratki dogodki) z večjim udobjem (lože, udobni sedeži, sedeži ob igrišču ali t. i. *court side seats*, ekskluzivne izkušnje, možnost cateringa itn.), zniževanju stroškov organizatorjev (že zgrajena igrišča, mogoče celo stadioni) in tekmovalcev (krajše razdalje brez prenočitev, stroški na klubih) ter težnjo k razvoju baze gledalcev (vidnejše delovanje klubov s ponudbo treningov, rekreativnih tekmovalj itn.).

Literatura

1. Hamburger Abendblatt. (2024, June 2). Beachvolleyball: Wird Queen and King of the Court bald olympisch? <https://www.abendblatt.de/sport/article242479368/beachvolleyball-queen-king-of-the-court-olympisch-hamburg-active-city-arena.html> Note: Citation ID 10; German newspaper article on KOTC's 2024 Hamburg event and Olympic aspirations for 2028.
2. King of the Court. (2023). King of the Court rules. <https://kingofthecourt.com/rules> Note: Citation ID 29; Official KOTC website detailing rules, court setup, and gameplay mechanics.
3. King of the Court. (2024). Miami 2024 event recap. <https://kingofthecourt.com/events/miami-2024> Note: Citation ID 18; Details KOTC's 2024 Miami Beach event, including sky box amenities and stadium design.
4. Miami Herald. (2023, March). King of the Court brings beach volleyball festival to South Beach. <https://www.miamiherald.com/sports/article272934582.html> Note: Citation ID 6; Coverage of KOTC's 2023 Miami event, describing sky boxes and festival atmosphere.
5. NBC Sports. (2021, August). Beach volleyball ratings: Tokyo Olympics analysis. <https://www.nbcsports.com/olympics/news/beach-volleyball-ratings> Note: Citation ID 9; Analysis of beach volleyball's high Olympic viewership.
6. Sports Business Journal. (2003, April 28). Bud Light signs AVP deal. <https://www.sportsbusinessjournal.com/Journal/Issues/2003/04/28/MarketingSponsorship/Bud-Light-Signs-AVP-Deal> Note: Citation ID 21; Details Bud Light's 2003 three-year AVP sponsorship, including broadcast and on-site benefits.
7. Sports Business Journal. (2021, August 12). AVP acquired by Bally's Corporation. <https://www.sportsbusinessjournal.com/Daily/Issues/2021/08/12/Leagues-and-Governing-Bodies/AVP-Ballys.aspx> Note: Citation ID 2; Covers AVP's 2010 bankruptcy and 2021 acquisition, providing context for sponsorship stability.
8. Spring Media. (2024, January). King of the Court media partnership 2024. <https://springmedia.com/news/king-of-the-court-partnership-2024> Note: Citation ID 27; Announces KOTC's two-year media deal with Spring Media for global rights.
9. Volleyball Magazine. (2010, November). AVP files for Chapter 11 bankruptcy. <https://volleyballmag.com/avp-bankruptcy-2010> Note: Citation ID 1; Discusses AVP's 2010 financial troubles and tour suspension.
10. Volleyball World. (2020, September). King of the Court Utrecht 2020: A safe return to beach volleyball. <https://www.volleyball.world/en/beachvolleyball/news/king-of-the-court-utrecht-2020> Note: Citation ID 15; Describes KOTC's Utrecht 2020 event, emphasizing sky boxes for social distancing.
11. Volleyball World. (2022, July). Beach Pro Tour Futures: Ljubljana 2022. <https://www.volleyball.world/en/beachvolleyball/events/futures/ljubljana-2022> Note: Citation ID 25; Covers Ljubljana's traditional beach volleyball tournament setup and logistics.
12. AVP Pro Beach Volleyball. (2009, May 15). Bud Light renews sponsorship with AVP Pro Beach Volleyball [Press release]. Business Wire. <https://www.businesswire.com/news/home/20090515005234/en/Bud-Light-Renews-Sponsorship-AVP-Pro-Beach-Volleyball> Note: Citation ID 20; Details Bud Light's 2009 AVP sponsorship extension, including event naming rights.
13. ESPN. (2010, November). AVP suspends operations, files for bankruptcy. <https://www.espn.com/sports/volleyball/news/story?id=5768321> Note: Citation ID 7; Reports on AVP's 2010 operational and financial challenges.
14. International Volleyball Federation. (2023). King of the Court technical guide. <https://www.fivb.com/en/beachvolleyball/technical/king-of-the-court> Note: Citation ID 30; Technical breakdown of KOTC's gameplay, including rally intervals and rules.
15. Miami New Times. (2016, April). Model Beach Volleyball Tournament 2016: A look at the scene. <https://www.miaminewtimes.com/sports/model-beach-volleyball-tournament-2016> Note: Citation ID 28; Describes traditional beach volleyball revenue streams at a Miami event.
16. King of the Court. (2023). STAR partnership for customized beach volleyball equipment. <https://kingofthecourt.com/news/star-partnership> Note: Citation ID 3; Announces KOTC's merchandise partnership with STAR.

Nejc Zemljak
nejczemljak@gmail.com