

ВСЕМИРНАЯ ЯРМАРКА НЕВЕСТ

МАРИЯ КУГЕЛЬ,
marija.kugele@bb.lv

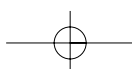
Глобус мирового брачного бизнеса делится на западное полушарие женихов и восточное — невест. Западные брачные агентства, имеющие доступ к платежеспособному покупателю-мужчине, вступают в контакт с восточными, которые имеют доступ к товару — небогатым восточным женщинам. И те и другие стремятся обойти посредника при помощи Всемирной сети. Мировые гиганты брачной интернет-индустрии, такие как bride.com или match.com, ежегодно зарабатывают более миллиарда долларов, а рядовые агентства в Латвии после бума 90-х переживают застой.

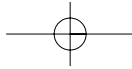
НА ВОСТОК ЗА ЖЕНОЙ

Бюро знакомств бывают разные. Помнится, в самый разгар международного матримониального бума одно итало-чешское брачное агентство даже снимало раз в год большой конференц-зал в крупном рижском отеле и собирало урожай местных невест для итальянских мужчин на масштабном "митинге"-регистрации. На грандиозную ярмарку невест попутно доставляли с десяток брачных ту-

ристов и фотографа с видеооператором, которые тут же на месте бесплатно снимали недостающий "иллюстративный материал". Но главную роль все же играли фото мужчин в черных клеенчатых каталогах, разложенных на длинных столах: здесь выбор делали дамы.

Брачный туризм с Запада на Восток работает с тех пор, как рухнул "железный занавес". Традиционная его схема такова: мужчина покупает тур, оплачивая пакет услуг по месту жительства: перелет, трансфер, гостиницу





или квартиру, завтрак, встречи с невестами или вечер знакомств. Восточное агентство поставляет женщин — несколько на заказ или сразу много, в зависимости от того, специализируется агентство на индивидуальных турах или групповых. Групповой тур — это 10 иностранцев и 300 женщин на 3 дня. Немного шампанского, музыка... Бывают удачные результаты.

Условия сотрудничества определяет западный партнер, перечисляя восточному комиссионные либо перепоручая клиента, который сам расплачивается за предоставленные услуги по тарифам местного агентства. Рижские агентства придерживаются в основном одного уровня цен для мужчин и ничего не берут с женщин; сочетают традиционную форму работы с виртуальной; в конечном результате не заинтересованы — видят свою задачу лишь в обеспечении собственно знакомства и организации встречи. Некоторые работают старомодно, с печатными каталогами вместо интернет-страницы. А несколько лет назад в Риге развил активность брачный клуб, который брал с женщин 70 латов за членство. Видимо, речь шла об особенных женихах, и высокие клубные взносы играли роль своеобразного социального фильтра.

Агентства, получающие с клиента плату за состоявшееся бракосочетание, встречаются в большинстве своем на Западе. По сезонности брачный туризм совпадает с обычным: пик приходится на лето и длинные выходные — на Пасху и Рождество. Массовая регистрация клиентов наблюдается осенью, в пору уныния и депрессий, и под Новый год — семейный праздник, который очень неуютно встречать в одиночестве.

ЕДИНИЦА ИНФОРМАЦИИ — АДРЕС

На вопрос “Как вы делите рынок с конкурентами?” директор брачного агентства *Virtuāla paradīze* Ирина Припек отвечает: “Этот рынок разделить невозможно”. Агентство *Virtuāla paradīze* торгует информацией в Интернете. Главный товар — анкеты невест, размещенные на одном сайте, можно найти и на других. Невозможно заставить женщину размещать информацию только в одном агентстве, потому что она не платит. Большинство агентств в Латвии и по всему СНГ не могут похвастать эксклюзивной информацией, да бизнес этого и не требует. Ирина даже советует клиенткам: чем шире сеть, которую они раскинут, тем больше вероятность кого-то поймать.

И сама поступает таким же образом: у *Virtuāla paradīze* в Интернете размещены несколько сайтов под разными названиями, с разным дизайном, но одинаковой “начинкой” и общим промоушном. Зайдя на любой из сайтов, объединенных в единую сеть, клиент может ознакомиться со всем спектром услуг и увидеть фото невест, от имени которых выступает агентство. Свои анкеты там публикуют одинокие женщины не только из Прибалтики, но и из стран СНГ и даже из Западной Европы и обеих Америк. Мужчины, которые заходят по случайным линкам на сайты и интересуются этими женщинами, тоже сидят у компьютеров в разных странах мира и тоже раскидывают сеть.

Такова финансовая схема брачного бизнеса: мужчины со всего мира оплачивают услуги агентств, чтобы женщины могли пользоваться ими бесплатно.

Единственная неvirtуальная реклама агентства в Латвии объявляет о возможности бесплатного размещения информации для женщин и публикуется в *Rīgas Santīms*, чтобы информация достигла глаз любой, даже самой бедной невесты, лишенной доступа к Интернету. Женская часть клиентуры агентства на 80% несостоятельна. Котируются невесты в возрасте от 23 до 38 лет, претендент на руку и сердце дамы обычно бывает старше нее более чем на 15 лет. Среди латвийских мужчин услуги агентства не рекламируются. Информация на сайтах представлена только на английском языке.

Но латвийского джентльмена, случайно забредшего сюда в поисках второй половины, дискриминировать не будут: он лишь должен отдавать себе отчет в том, что дабы обеспечить женщине возможность разместить свою информацию на сайте бесплатно, мужчина должен заплатить за каждый свой шаг — за покупку ее адреса, за право написать ей через агентство, за перевод этого письма, за пересылку фотографий, организацию встречи с ней и прочее. Такова финансовая схема брачного бизнеса: мужчины со всего мира оплачивают услуги агентств, чтобы женщины могли пользоваться ими бесплатно. По этой причине на сайтах нет мужских каталогов: кто платит, тот заказывает музыку.

Женщина размещает свою информацию и ждет, когда ею заинтересуются. Она сама выбирает, писать ли мужчине на указанный им почтовый адрес или отвечать через агентство. При желании дама может воспользоваться платными услугами рекомендованного ей агентством фотографа, а также психолога, который работает с дамами на этапе оформления брачного договора и может объяснить, чем отличается менталитет европейского мужчины от менталитета латвийца или американца.

Мужчина обычно приходит на сайт по ссылке в Интернете. Ему не обязательно даже обращаться в агентство, хотя такая возможность предусмотрена. Клиент просто кликает на ту услугу, которую хочет купить, и оплачивает ее кредитной карточкой. Минимальная покупка и единица оплаты — один адрес за 10 долларов. ➔

Услуги, доступные клиенту на сайте All Beauties

Адрес — 10 USD

Распечатка и пересылка либо доставка письма — 4 USD

Перевод письма в 650 слов — 10 USD

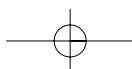
+ 0,015 USD за слово сверх 650

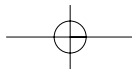
Перевод ответа — 5 USD

Цветная распечатка фото — 4 USD

Подарки: духи — 80 USD, коробка конфет или бутылка шампанского — 30 USD, 3 розы — 28 USD, 15 роз — 100 USD

VIP Membership — 150 USD





НИША.LV БИЗНЕС НА СТРАСТЯХ

Чем больше приобретается адресов, тем серьезнее скидка. Купив членство на сайте, можно получить доступ к адресам, возможность писать письма или заказать подарок в пределах заплаченной суммы. Поскольку основная часть услуг оказывается через Интернет, оплата в 95% случаев осуществляется тем же путем.

Впрочем, не желающие засвечивать кредитку могут рассчитаться любым другим способом: перевести деньги на банковский счет, воспользоваться услугами *Western Union* или прийти в офис и заплатить наличными. Агентство оказывает и неvirtуальные услуги, начиная с доставки подарка понравившейся даме и заканчивая организацией индивидуального брачного тура: сотрудник агентства встречает жениха в аэропорту, предоставляет съемную квартиру, заполняет холодильник, организует ему 15 встреч с невестами в уютном рижском кафе и провожает клиента обратно в аэропорт. По желанию в пакет включается гид-экскурсовод и переводчик.

ВОЛКИ ЦЕЛЫ, ОВЦЫ СЫТЫ

Женщина, размещающая на сайте информацию о себе, предоставляет агентству точный почтовый адрес, электронный, если он есть, и телефонный номер, который публикуется только с ее согласия. Эти данные, конечно, не попадают в открытый доступ, но реальный почтовый

адрес — тот минимум откровенности, который клиент может получить за свои деньги, и — обязательное условие регистрации для женщины: анкеты с абонентским ящиком вместо адреса и без фотографии не регистрируются. Какие еще гарантии надежности получает клиент? Женщина, обратившаяся в агентство, заключает с ним официальный договор, заполняя анкету с именем, фамилией и персональным кодом, а также оставляет копию паспорта. Все эти предосторожности преследуют только одну цель: не допустить регистрации на сайте официально не разведенных претенденток. Объяснения из разряда “я с ним не живу” женщина может приберечь для частных знакомств. Справок об отсутствии судимостей, психическом здоровье и дееспособности не требуется, в конце концов, и мужчины таковых не предоставляют. А вот способов удостовериться в правдивости информации о виртуальной невесте, регистрирующейся на сайте удаленно, у работников агентства немного: они могут позвонить по указанному телефону, чтобы убедиться, что номер реальный и не служебный, и послать тест на адрес электронной почты.

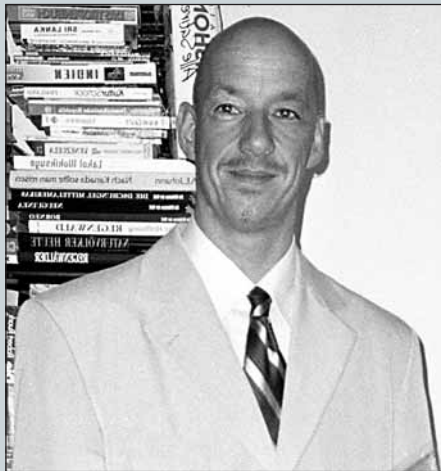
Случаются в работе агентства и неприятные моменты, например когда мужчины жалуются на дам, с которыми познакомились при его посредничестве. Все конфликты решаются в индивидуальном порядке. Чаще всего мужчи-

КОММЕНТАРИЙ

1000 ЕВРО ЗА ПРАВО ОБМЕНА

Известный немецкий журналист Гвидо Грандт на материале масштабного исследования написал книгу “Место преступления — брачный рынок”. В эксклюзивном интервью он делится с “Бизнес.LV” добытой информацией и своим возмущением:

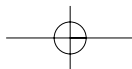
— Услуги международных брачных посредников в Германии обходятся немецким мужчинам в 1000—3000 евро. Срок договора колеблется от года до 18 месяцев. Часто договор заканчивается только после успешного посредничества. В цену входит консультация в Германии, контакт с выбранной дамой посредством письма или имейла, перевод послания и плата заграничному помощнику или партнеру. Агентство организует немецким мужчинам поездки с целью знакомства с дамой, дорожные расходы оплачиваются дополнительно в зависимости от пункта назначения. Четырехдневное путешествие в Ригу, например, стоит ровно 2000 евро. Это просто бессовестно! Некоторые туры в Польшу с тремя ночевками стоят всего 300 евро!

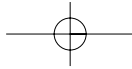


Брачный посредник организует вечера знакомств для группы, скажем, из 5 человек в Бухаресте, Риге, Санкт-Петербурге, Варшаве и т. д. Мужчины там могут познакомиться примерно с 25 женщинами. В цену входят перелет, трансфер, отель, ужин, танцы. И здесь цены колеблются от 300 до 1000 евро. Агентства посредничают и при поездках иностранных женщин в Германию: к примеру, пригласить даму из Санкт-Петербурга (перелет, виза, заграничный паспорт) стоит 500 евро.

То, чего не знают зарубежные женщины: агентства оговаривают с немецким клиентом “право возврата” и “гарантию обмена”! То есть если женщина не понравилась, ее ближайшим авиарейсом возвращают на родину. А мужчине присылают следующую. Невероятно, чего я только не накопал во время расследования! Так, например, практикуется “пробный брак” с правом трехкратного обмена: таким образом происходит сексуальное использование женщин. Я первый среди немецких журналистов провел такой эксперимент: обращаясь в брачное агентство, я признавался, что якобы иногда бью женщин. Несмотря на это все агентства знакомили меня с женщинами. Мне говорили, что восточноевропейские дамы привыкли и не к такому! Я летал в Польшу и Чехию, чтобы встретиться с wybranными женщинами, и ни одна из них не была предупреждена агентством, что претендент склонен к насилию. Фильм об этом, который я снял скрытой камерой, вызвал в Германии большой скандал.

Но и немецких мужчин иногда обманывают. Часто восточноевропейские женщины отнюдь не настроены на брак, а являются подсадными утками, которые должны “раскрутить” мужчину.





ны страдают от вымогательства: после недолгой успешной переписки женщина просит мужчину выслать ей денег на билет — но не приезжает. Таких дам на интернет-сленге называют “скамерами”, информация о них выкладывается в Сети в открытом доступе.

Если мужчина находит женщину, зарегистрированную на сайте агентства, в каких-либо скамерских списках или уличает ее в том, что она выступает под чужими фотографиями, или сообщает, что знал ее под другим именем, сотрудники агентства удаляют ее анкету, предварительно убедившись, что компромат — не месть отвергнутого мужчины. В любом другом случае анкеты с сайта удаляются только по инициативе их хозяек. Бывает, что информация становится недостоверной “за давностью срока”, а администрация сайта может разве что напомнить даме, чтобы та сменила фотографии. Бывает, женщина выходит замуж, уезжает за границу, рождает детей, а об анкете просто забывает. Если находится желающий познакомиться с хозяйкой заброшенной анкеты, сотрудникам агентства, связавшись с дамой, приходится приносить клиенту извинения.

Впрочем, Ирина Припек признает, что западные мужчины хоть и уязвимы экономически, все же защищены в большей степени, чем наши женщины. Дамы с постсоветского пространства, даже если и нечисты на руку, малограмотны и бороться с западными юристами не могут. А вот безопасность женщин в системе интернет-знакомств обеспечить невозможно, тем более что “черного списка” женихов на сайтах не существует. Запросто может попасться в сети насильника или торговца живым товаром. Поэтому как только через агентство проходит информация о том, что клиентка собирается ехать к потенциальному жениху за границу, работники агентства стараются провести с ней беседу о необходимых предосторожностях.

СВАТОВСТВО С ПРОВЕРКОЙ

Брачное агентство *Aurelia* не торгует имейлами, адресами и прочей информацией сомнительной степени достоверности. Оно делает упор на индивидуальный сервис — то есть брачные туры. У агентства есть интернет-страничка с галереей невест, часть которой выставлена на сайтах местных и зарубежных партнеров. Хозяйка агентства Диана Дзалбе признает: Интернет отнял у традиционного брачного бизнеса львиную долю заработка и продолжает наступать. Однако человек, который, оторвавшись от монитора, тратит время и деньги (немалые) на поход в уютный офис агентства, видимо, настроен серьезно.

Партнерская сеть *Aurelia* покрывает солидное пространство: в одной только Германии у агентства семь партнеров, есть они и во Франции, Италии, Испании, Греции, Израиле, в Скандинавских странах, Люксембурге. Таким образом обеспечивается свобода выбора, к которой так стремятся женщины. Каталоги с их анкетами и фотографиями партнерам предоставляются безвозмездно, контактная информация хранится в агентстве. К женским нуждам и чаяниям здесь подходят более чутко: в анкете женщина сама отмечает степень своей публичности и доступности. Особые недотроги могут общаться с претен-

В ответ на упрек в разбазаривании генофонда Диана рассказала про новую тенденцию: мужчины с Запада все чаще остаются в Латвии. Пенсионеры копаются в огороде, а бизнесмены видят здесь удачное размещение инвестиций, возможность начать бизнес.

дентами исключительно при посредничестве *Aurelia*. Женщин предупреждают, что успех дела на 80–90% зависит от фотографий. Эти 10–15 латов за фотосессию — единственное вложение дамы в поиски жениха. Практикуются видеоконференции по скайпу. После того как мужчина выбирает женщину, с которой хочет познакомиться, агентство убеждается в том, что он ей интересен, и только после этого сводит их без долгой переписки. Поездку женщины к мужчине за границу Диана берет на себя лишь в том случае, если джентльмен проверен и надежен, а принимающее агентство несет ответственность за прием, обеспечивает трансфер и производит ежедневный контрольный звонок. Если отношения не сложились и дама стремится домой, сотрудники *Aurelia* приобретают ей обратный билет как можно скорее.

Вместо того чтобы широким неводом ловить невест, *Aurelia* сосредоточилась на женихах.

Охотясь на денежного клиента, Диана однажды чуть не завязала партнерские отношения с неким западным VIP-агентством, обслуживавшим матримониальные планы крупного бизнеса и аристократии. Рекламу оно не публиковало. Эксклюзивный партнер навязывал кабальные условия: эксклюзивный договор о сотрудничестве, отказ от какой бы то ни было собственной публичности и интернет-знакомств. Диана предпочла “золотой клетке” более затратную, но и более прибыльную независимость. Будучи замужем за голландцем, она открыла филиал в Амстердаме, получив прямой доступ к мужским кошелькам. Самая большая статья расходов западного брачного агентства, ориентированного на поиски клиента, — реклама, она съедает около 30% прибыли. Объявление в бесплатной или в маленькой региональной газете обходится довольно дешево, но обеспечивает клиента невысокой платежеспособности. А солидный клиент читает, например, *Frankfurter Allgemeine*, цена объявления в которой достигает 500 евро. Требуется затрат и аренда солидного офиса в Риге — дорогого клиента в квартиру в Плявниеки не пригласишь. Непосредственно на брачном бизнесе в рижском офисе сидит два с половиной человека, остальные три с половиной обслуживают аренду квартир и бронирование номеров.

Активных анкет в базе данных — около 200. Индивидуальных туров на стадии организации — 6, намечаемых — 4.

В ответ на упрек в разбазаривании генофонда Диана рассказала про новую тенденцию: мужчины с Запада все чаще остаются в Латвии. Пенсионеры копаются в огороде, а бизнесмены видят здесь удачное размещение инвестиций, возможность начать бизнес.

