

## **Fußball-Bundesliga tritt die Vormachtstellung in Europa an**

Düsseldorf, 18.05.2012 - Die Rekordeinnahmen durch den neuen Vertrag mit dem Fernsehsender Sky belegen die Stärke der Bundesliga. Nun werden die Aussagen aus der Fußball-Nachhaltigkeitsstudie von A.T. Kearney vor zwei Jahren Realität: Deutsche Klubs profitieren von den Finanzproblemen der Vereine in England, Spanien, Italien und Frankreich – und stehen vor einer neuen Ära europäischer Dominanz.

An Merchandising und Ticketverkäufen verdienen deutsche Fußballklubs schon lange gut. Nun haben sie mit dem neuen Sky-Vertrag auch die letzte Schwachstelle im europäischen Vergleich geschlossen: die Medienrechte. Die Einnahmen aus der Vermarktung der Inlandsrechte steigen um mehr als die Hälfte auf rund 628 Millionen Euro pro Saison. „Der Vertrag hat die finanzielle Dominanz der Bundesliga bestätigt“, sagt Emmanuel Hembert, Prinzipal bei A.T. Kearney und Experte für das Geschäftsfeld Fußball. „Die Dominanz auf dem Spielfeld ist jetzt nur noch eine Frage der Zeit.“

Wer sich im europäischen Fußball umschaute, muss lange nach einem nachhaltigen Geschäftskonzept suchen. Die spanische Primera División schlägt sich mit Schulden von mehr als einer Milliarde Euro gegenüber Steuerbehörden und Sozialversicherungen herum – und die ausstehenden Gehälter sind noch nicht berücksichtigt. Wenig besser geht es den italienischen Vereinen: Ihre Verluste erreichen Rekordniveau – allein vergangene Saison waren es 285 Millionen Euro. Trübe Aussichten auch auf der Insel: Bei acht englischen Spitzenklubs finden derzeit Steuerprüfungen statt. Die französischen Erstligisten wiederum plagt der schwache Transfermarkt: Sie können nicht die erhofften Gewinne aus dem Verkauf von Spielern in andere Ligen realisieren.

Während andernorts traditionsreiche Klubs in die Insolvenz rutschen, steigern deutsche Vereine ihre Wirtschaftskraft – und bauen teilweise sogar Schulden ab. Was ist das Erfolgsrezept? „Die Bundesliga ist neben der französischen die einzige Liga, die ihre Kosten über zwei zentrale Mechanismen steuern kann“, sagt Hembert. „Erstens hält die finanzielle Kontrolle durch das Lizenzierungsverfahren der Deutschen Fußball Liga die Vereine davon ab, über ihre Verhältnisse zu leben. Zweitens zahlt sich nun die systematische Ju-

gendarbeit in Fußballakademien aus. Durch sie kommen die Klubs günstiger an Leistungsträger als auf dem Transfermarkt.“

Auch bei den Einnahmen sind die Bedingungen gut. Vor der Weltmeisterschaft in Deutschland 2006 flossen rund 1,4 Milliarden Euro in den Stadionbau. Die Vereine verfügen dadurch heute über moderne Arenen mit großer Zuschauerkapazität, die lukrative Hospitality-Möglichkeiten bieten und durch ihren Komfort Besucher anlocken. Keine andere Liga hat in den vergangenen Jahren einen derartigen Boom bei den Zuschauerzahlen erlebt. Zum Vergleich: Bei der WM 1998 in Frankreich entfielen drei Viertel der Investitionen auf das Pariser „Stade de France“. Die französische Liga profitiert davon aber nicht, weil kein Klub dort seine Spiele austrägt.

### **Über A.T. Kearney**

A.T. Kearney zählt zu den weltweit führenden Unternehmensberatungen für das Top-Management und berät sowohl global tätige Konzerne als auch führende mittelständische Unternehmen und öffentliche Institutionen. Mit strategischer Weitsicht und operativer Umsetzungsstärke unterstützt das Beratungsunternehmen seine Klienten bei der Transformation ihres Geschäftes und ihrer Organisation. Im Mittelpunkt stehen dabei die Themen Wachstum und Innovation, Technologie und Nachhaltigkeit sowie die Optimierung der Unternehmensperformance durch das Management von Komplexität in globalen Produktions- und Lieferketten. A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet. 1964 eröffnete in Düsseldorf das erste Büro außerhalb der USA. Heute beschäftigt A.T. Kearney rund 3.000 Mitarbeiter in 39 Ländern der Welt. Seit 2010 berät das Unternehmen Klienten klimaneutral.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.atkearney.de](http://www.atkearney.de) und auf Facebook: [www.facebook.com/atkearney.de](https://www.facebook.com/atkearney.de).

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Thomas A. Becker

Director Marketing & Communications

A.T. Kearney GmbH

Kaistraße 16A

40221 Düsseldorf

Germany

+49 175 2659 533 Mobile

+49 211 1377 2533 Office

+49 211 1377 2990 Fax

[Thomas.Achim.Becker@ATKearney.com](mailto:Thomas.Achim.Becker@ATKearney.com)

