

## Die umsatzstärksten Clubs im Profifußball

### Zehnte Ausgabe der Deloitte Football Money League

Bereits zum zehnten Mal in Folge hat Deloitte Anfang Februar 2007 die „Football Money League“ herausgegeben, in der die zwanzig umsatzstärksten Fußballclubs der Welt abgebildet werden. Als Bewertungseinheit wird dabei die Fähigkeit der Vereine herangezogen, Umsatz aus dem täglichen, operativen Fußballgeschäft zu generieren. Zu Grunde gelegt wurden in der aktuellen Version die Einnahmen aus der Saison 2005/2006.

„Die Einnahmen eines Proficlubs dürfen natürlich nicht allein zur Beurteilung der wirtschaftlichen Lage eines Vereins herangezogen werden, denn die Kostenseite und damit die Fähigkeit ein positives Ergebnis zu erzielen, ist nicht zu vernachlässigen“, erläutert Stefan Ludwig, Verantwortlicher der Sport Business Gruppe bei Deloitte. „Dennoch stellen die Umsätze einen Indikator für das wirtschaftliche Potenzial eines Vereins dar, das im Optimalfall durch ein konsequentes Kostenmanagement begleitet wird.“

#### Spanische Vereine an der Spitze

Meister zumindest im Sinne der Football Money League wurde wie schon im Vorjahr Real Madrid, nachdem es auf dem Spielfeld in der Saison lediglich zur spanischen Vizemeisterschaft und dem UEFA Champions League-Achtelfinale gereicht hatte. Nach einem Umsatzwachstum von etwa 6% auf 292,2 Millionen Euro verfehlte Real die Schallmauer von 300 Millionen Euro nur knapp und konnte den Vorsprung auf die Konkurrenz weiter ausbauen.

Aufsteiger der Saison und zugleich zweiter der Tabelle wurde dank der um beinahe 25% gesteigerten Einnahmen der UEFA Champions League-Gewinner und spanische Meister F.C. Barcelona mit Gesamterlösen von 259,1 Millionen Euro. Barcelona erwartet für die laufende Saison wie Madrid Erlöse von jenseits der 300 Millionen Euro Grenze. Beide profitieren vor allem von erneuten Einnahmesteigerungen aus der dezentralen Verwertung der Übertragungsrechte der Ligaspiele.

Auf dem dritten Platz liegt Juventus Turin mit einem Umsatz von 251,2 Millionen Euro. Juventus weist jedoch das größte Ungleichgewicht zwischen den einzelnen Einnahmekategorien Spielbetrieb, Medienrechte und sonstige Einnahmen auf. Der Anteil der Erlöse aus dem Verkauf von Übertragungsrechten liegt bei 68% (172,0 Mio. Euro), während die Einnahmen aus dem Spielbetrieb lediglich 7% (16,5 Mio. Euro) darstellen. In der Saison 06/07 müssen aufgrund des verordneten Zwangsabstieges deutliche wirtschaftliche Einbußen in Kauf genommen werden.

Zum ersten Mal seit Erhebung der Studie wurde demzufolge Manchester United von den ersten drei Plätzen (Rang 4; 242,6 Millionen Euro) verdrängt. Aufgrund der Steigerung der Stadionkapazität in Old Trafford auf 76.000 sowie dem neuen Vertrag über die Übertragungsrechte in England ab der Saison 2007/2008, spricht jedoch viel für ein zukünftiges Comeback des Vereins in den Top 3.



Die 20 umsatzstärksten Clubs der Saison 05/06 erwirtschafteten damit einen Gesamtumsatz von fast 3,35 Milliarden Euro und steigerten ihre Erlöse um durchschnittlich 9,8 % gegenüber der Vorsaison. Zum Vergleich, in der ersten Ausgabe der „Deloitte Football Money League“ (Saison 96/97) lagen die Gesamterlöse der Clubs noch bei insgesamt 1,2 Milliarden Euro. Schon in der laufenden Saison 06/07 dürfte sich dieser Wert verdreifacht haben.

Seit der Saison 03/04 hat sich die Zusammensetzung der besten zehn Vereine nicht mehr verändert, es gab lediglich Verschiebungen innerhalb dieser Gruppe. Darüber hinaus ist der Abstand der Top 10 auf den nachfolgenden elften Rang im Vergleich zur Vorsaison von etwa 40 auf knapp 50 Millionen Euro angewachsen.

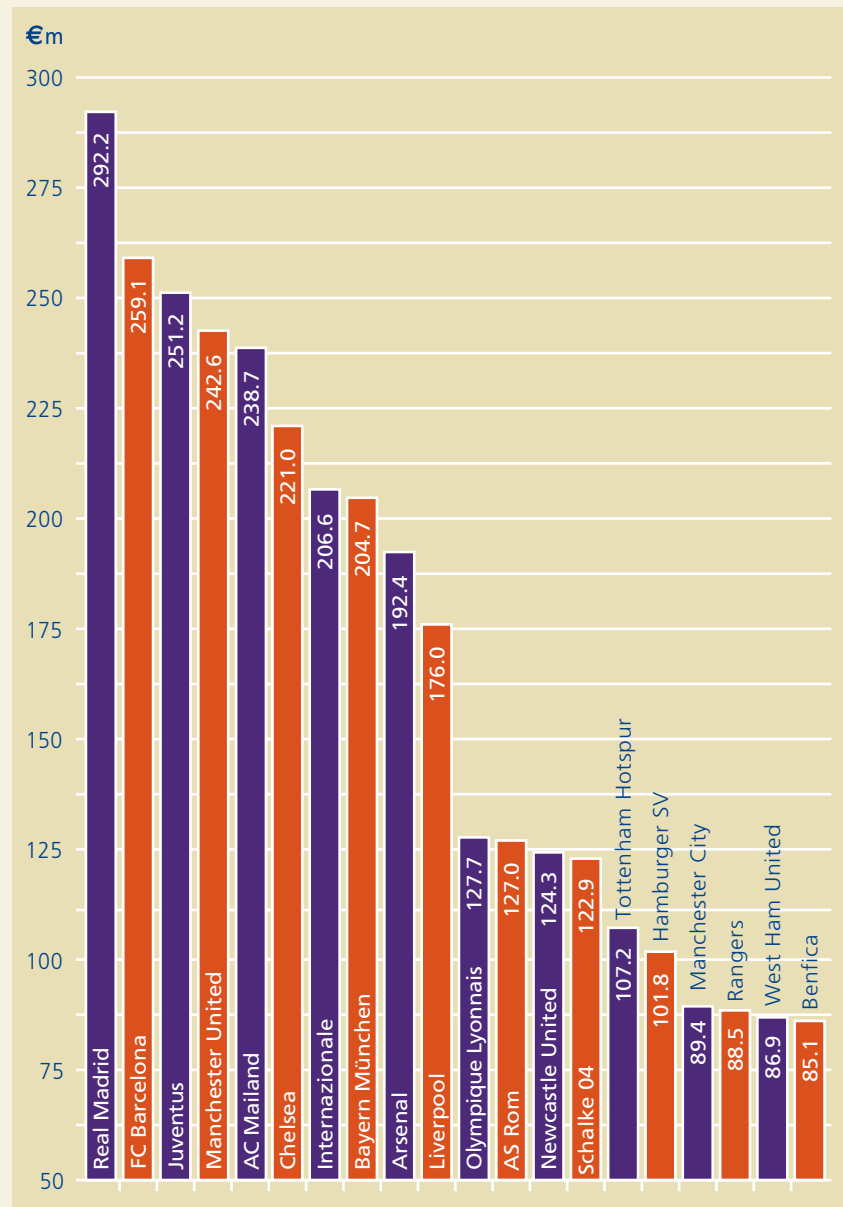
„Nachdem im Vorjahr 100 Millionen Euro noch zu Rang 13 ausreichten, landete Hamburg mit 101,8 Millionen Euro nunmehr lediglich noch auf Platz 16. Spätestens in der Saison 07/08 dürften all Top 20-Clubs einen Umsatz von mehr als 100 Millionen Euro haben“, fasst Stefan Ludwig die Entwicklungen in diesem Marktsegment zusammen.

## Englische Vorherrschaft in den Top 20

In der aktuellen Top 20 stellen die englischen Clubs gleich acht Vertreter. Auf den weiteren Plätzen rangieren vier Clubs der italienischen „Serie A“, drei Clubs der deutschen Bundesliga, zwei Vereine der spanischen „Primera Division“ sowie jeweils ein Club der französischen, portugiesischen und der schottischen Liga.

Die Vormachtstellung der englischen Vereine demonstriert die wirtschaftliche Sonderstellung der Premier League. Nachdem in der Saison 2005/2006 noch etwa insgesamt 2 Milliarden Euro in der Premiership umgesetzt wurden, werden schon für die bevorstehende Saison 2007/2008 Einnahmen von über 2,5 Milliarden Euro erwartet. Grund für diesen Anstieg sind neue Verträge über die Medienrechte, die den einzelnen Clubs deutliche Mehreinnahmen garantieren.

Abbildung 1 – Gesamteinnahmen 2005/06



Quelle: Deloitte Analyse

## Drei deutsche Vereine unter den umsatzstärksten Clubs

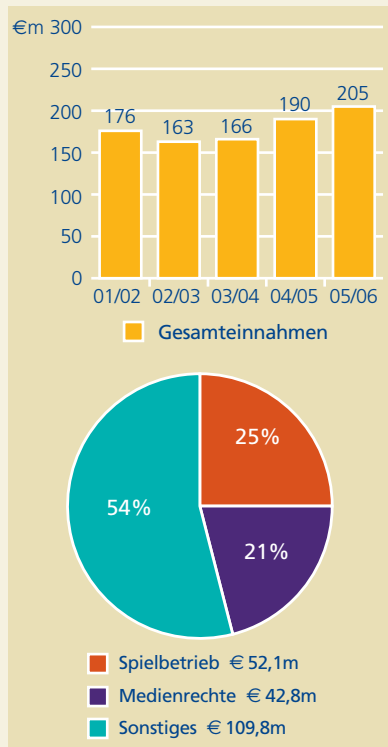
Mit dem erstmaligen Sprung über die 200 Millionen Euro Umsatzmarke (204,7 Millionen Euro), festigt der F.C. Bayern München seine Position in den Top 10, trotz des Abrutschens von Rang sieben auf Rang acht.

Auf dem Platz erreichte der F.C. Bayern in der Saison 05/06 das nationale Double

mit Meisterschaft und dem Sieg im DFB Pokal, während auf internationaler Ebene das Aus in der Championsleague im Achtelfinale gegen den AC Mailand erfolgte. Aus dem Einnahmentopf der UEFA erhielten die Bayern dennoch 19,9 Mio. Euro.

Wesentlichen Anteil an dem Umsatzwachstum hatte auch die Nutzung der neuen Allianz Arena in der kompletten Saison 05/06, die den Zuschauerschnitt von 53.000 auf mehr als 67.000 steigen

**Abbildung 2 –  
F.C. Bayern München:  
Einnahmen und  
Verteilung**

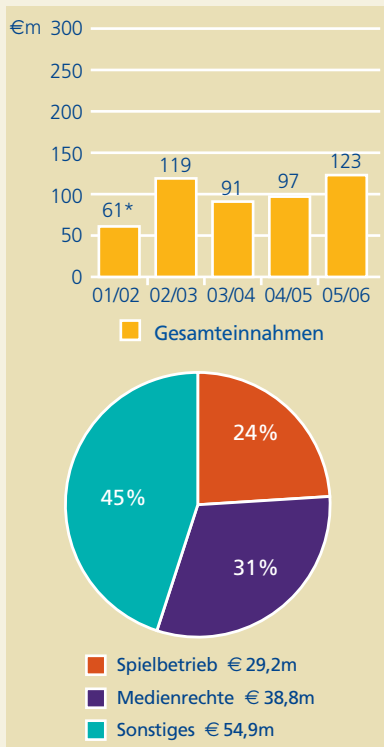


Quelle: Deloitte Analyse

ließ und damit die Einnahmen aus dem Spielbetrieb auf 36 Mio. Euro erhöhte. Innerhalb der ersten zehn Clubs weist der F.C. Bayern mit 42,8 Mio. Euro die niedrigsten Erlöse aus dem Bereich der Medienrechte (inklusive Bundesliga, DFB Pokal und UEFA Champions League) aus, wohingegen die Einnahmen im Bereich Sonstiges, der sich im Wesentlichen aus Marketingeinnahmen zusammensetzt, mit 109,8 Mio. Euro direkt nach Real Madrid die zweithöchsten sind. Aufgrund des neuen TV-Vertrags und des ab der Saison 2006/2007 zugunsten der Top-Clubs geänderten Verteilungsschlüssel dürften die Einnahmen des F.C. Bayern München aus Medienrechten jedoch in Zukunft ansteigen.

Dank der zudem weiterhin guten Einnahmesituation im Bereich Sponsoring und Hospitality sowie eines zumindest identischen Abschneidens in der Champions League dürfte dem F.C. Bayern ein Platz in der Top 10 auch in der Saison 06/07 sicher sein.

**Abbildung 3 –  
F.C. Schalke 04:  
Einnahmen und  
Verteilung**



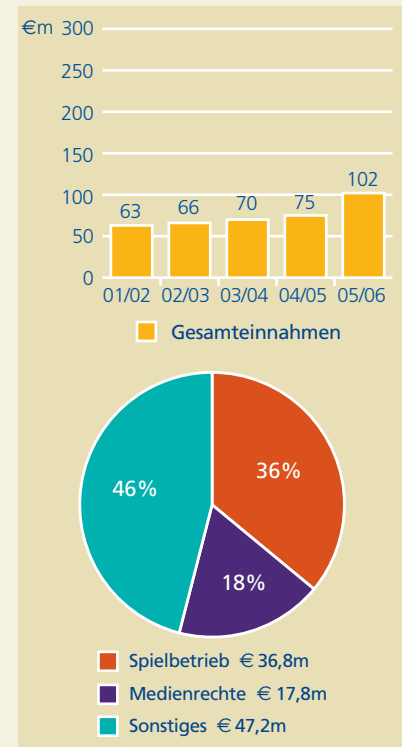
Anm.: \*Die Umsätze in 2002 beziehen sich auf den Zeitraum Juli bis Dezember, da Schalke seinen Berichtszeitraum auf das Kalenderjahr umgestellt hat.

Quelle: Deloitte Analyse

Der F.C. Schalke 04 verteidigte dank eines 25-prozentigen Umsatzwachstums auf 122,9 Millionen Euro seinen 14. Rang. Mitbegründet wurde der Erlösanstieg durch die Teilnahme an der Champions League-Vorrunde sowie dem Erreichen des UEFA Cup-Halbfinals und den daraus resultierenden Mehreinnahmen aus Übertragungsrechten und Zuschauer-einnahmen. Der F.C. Schalke 04 konnte seine Einnahmen aus dem Spielbetrieb dadurch um 5,9 Mio. Euro auf 29,2 Mio. Euro steigern. Trotz des im internationalen Vergleich weit überdurchschnittlichen Zuschauerschnitts von über 61.000 fallen diese Erlöse aufgrund der deutlich niedrigeren Eintrittspreise insbesondere in Relation zu den englischen Vereinen eher gering aus.

Den größten Anteil am Umsatz haben Einnahmen im Bereich Sonstiges in Höhe von 54,9 Mio. Euro und hier insbesondere Erlöse aus Sponsoringverträgen. Nam-

**Abbildung 4 –  
Hamburger SV:  
Einnahmen und  
Verteilung**



Quelle: Deloitte Analyse

hafte Partner wie der russische Energie-lieferant Gazprom, die Brauerei Veltins sowie die Victoria Versicherung sichern dem Verein auch in Zukunft eine solide wirtschaftliche Basis.

Nach dem Verpassen der Champions League-Qualifikation und dem frühen Ausscheiden in der ersten Runde des UEFA Cups gegen den AS Nancy in der laufenden Saison dürfte eine Verteidigung der aktuellen Platzierung in der Deloitte Football Money League jedoch schwer werden.

Erstmals seit der Saison 00/01 schaffte der Hamburger SV mit einem Umsatzwachstum von etwa 36% auf 101,8 Millionen Euro wieder den Sprung unter die Top 20. Sportlich erreichte der HSV in der Saison 2005/2006 Rang drei in der Bundesliga und die Runde der letzten 16 im UEFA Cup. In der bereits 2000 fertig gestellten AOL Arena wurde bei Bundesligaspielen eine durchschnittliche Zuschauerzahl von 52.600 realisiert. Zusätzlich verhalten

neun Heimspiele im europäischen Wettbewerb (die Qualifikation zum UEFA Cup erfolgte über den Intertoto Cup) dem Verein zu einem Anstieg der Erlöse aus Spielbetrieb um 40% auf 36,8 Mio. Euro.

Darüber hinaus verfügt der HSV über Einnahmen im Bereich Sonstiges in Höhe von 47,4 Mio. Euro, die mit den Erlösen von Inter oder Arsenal vergleichbar sind. Wesentliche Sponsoringpartner sind die Fluggesellschaft Emirates (Trikotsponsor) sowie der Onlinedienst AOL, der seit 2001 im Besitz des Namensrechts des Stadions ist, dessen Vertrag allerdings Ende Juli 2007 auslaufen wird.

In den vergangenen fünf Jahren konnte der HSV seine Einnahmen kontinuierlich steigern. Trotz des wenig erfreulichen Abschneidens in der Bundesliga und dem frühen Ausscheidens in der Gruppenphase der UEFA Champions League, dürfte der Verein auch in dieser Saison wieder mehr als 100 Mio. Euro umsetzen.

„Mit drei Clubs unter den Top 20 und weiteren vier Vereinen mit Einnahmen zwischen 60 und 85 Millionen Euro bestätigt die Bundesliga ihre positive wirtschaftliche Entwicklung“, fasst Stefan Ludwig zusammen.

## Methodik

Die „Deloitte Football Money League“ Ausgabe Februar 2007 basiert auf Umsatzinformationen im Geschäftsjahr 2005/06 (oder in einzelnen Fällen im zuletzt verfügbaren Kalenderjahr) und sind den veröffentlichten Jahresbilanzen und weiteren verlässlichen Quellen entnom-

men. Sofern nicht ausdrücklich erwähnt, handelt es sich um Angaben ohne Steuern und Einnahmen aus Spielertransfers. Zur Vereinfachung und zu Vergleichszwecken wurden auch signifikante Einnahmen aus Nichtfußballaktivitäten oder Finanztransaktionen, sofern bekannt, ausgeschlossen. Zum Zweck dieses Berichts wurde keine Überprüfung der Informationen aus den Jahresabschlussberichten durchgeführt. Die Umrechnung in Euro basiert auf dem Wechselkurs vom 30. Juni 2006 (£ 1 = € 1,4464). Vergleichbare Zahlen für die Vorjahre wurden zum Wechselkurs vom 30. Juni des relevanten Jahres berechnet.

Die vollständigen Ergebnisse der Deloitte „Football Money League“ sind unter [www.deloitte.co.uk/sportsbusinessgroup](http://www.deloitte.co.uk/sportsbusinessgroup) verfügbar.

## Über die Sport Business Gruppe

Die Sport Business Gruppe von Deloitte fokussiert sich auf den nationalen und internationalen Sport. Das Team bietet einen multidisziplinären Ansatz, der auf die professionellen Bedürfnisse im kommerziellen Sportgeschäft ausgerichtet ist. Dabei decken die Dienstleistungen das komplette Spektrum des Beratungsfelds ab: Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktions- und Investitionsberatung, Benchmarking, strategische Business Reviews, Reorganisation, Umsatzanalysen, Stadionplanung und -entwicklung, Unternehmensplanung, Markt- und Bedarfsanalysen.

Weitere Informationen erhalten Sie unter: <http://www.deloitte.com/de/leisure>

## Ansprechpartner

### Stefan Ludwig

Schwannstr. 6  
40476 Düsseldorf  
+49 211 8772-2142  
[stludwig@deloitte.de](mailto:stludwig@deloitte.de)

### Niels Gronau

Schwannstr. 6  
40476 Düsseldorf  
+49 211 8772-2748  
[ngronau@deloitte.de](mailto:ngronau@deloitte.de)

**Deloitte ist eine der führenden Prüfungs- und Beratungsgesellschaften in Deutschland. Wir bieten Ihnen ein breites Leistungsspektrum aus Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting und Corporate Finance-Beratung. Mit unserem Verbund Deloitte Touche Tohmatsu steht Ihnen das Know-how von 135.000 Mitarbeitern in der ganzen Welt zur Verfügung – mehr als die Hälfte der weltweit größten Unternehmen profitieren bereits davon.**

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu, einen Verein schweizerischen Rechts, dessen Mitgliedsunternehmen einschließlich der mit diesen verbundenen Gesellschaften. Als Verein schweizerischen Rechts haften weder Deloitte Touche Tohmatsu als Verein noch dessen Mitgliedsunternehmen für das Handeln oder Unterlassen des/der jeweils anderen. Jedes Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig, auch wenn es unter dem Namen „Deloitte“, „Deloitte & Touche“, „Deloitte Touche Tohmatsu“ oder einem damit verbundenen Namen auftritt. Leistungen werden jeweils durch die einzelnen Mitgliedsunternehmen, nicht jedoch durch den Verein Deloitte Touche Tohmatsu erbracht. Copyright © 2007 Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.