

Vier deutsche Clubs in den Top 20 der umsatzstärksten Vereine im Profifussball

Elfte Ausgabe der Deloitte Football Money League

Bereits zum elften Mal in Folge hat Deloitte Anfang Februar 2008 die „Football Money League“ herausgegeben, in der die zwanzig umsatzstärksten Fußballclubs der Welt abgebildet werden. Als Bewertungsgrundlage wird dabei die Fähigkeit der Vereine herangezogen, Umsatz aus dem täglichen, operativen Fußballgeschäft zu generieren. Zu Grunde gelegt wurden die Einnahmen aus der Saison 2006/2007. Die Football Money League ist somit die aktuellste und verlässlichste Analyse der finanziellen Entwicklung im Clubfußball.

Dabei dürfen die Einnahmen eines Proficlubs natürlich nicht allein zur Beurteilung der wirtschaftlichen Lage herangezogen werden, denn ohne eine umsichtige Kostenkontrolle ist eine gesunde Finanzstruktur nicht möglich.

Die zwanzig umsatzstärksten Clubs der Saison 06/07 erwirtschafteten einen Gesamtumsatz von fast 3,7 Milliarden Euro und steigerten ihre Erlöse um durchschnittlich 11% gegenüber der Vorsaison. „Dies ist gleichbedeutend mit der größten Wachstumsrate seit vier Jahren. Die diesjährigen zwanzig Vertreter konnten somit dreimal höhere Umsätze generieren als die Clubs, die in der Saison 96/97 die Spitze der ersten Ausgabe der Football Money League bildeten“, erläutert Stefan Ludwig, Verantwortlicher der Sport Business Gruppe bei Deloitte.

Englische Vereine schließen zu spanischen Topclubs auf

Bereits zum dritten Mal in Folge schaffte Real Madrid den Sprung an die Spitze der Football Money League. Neben dem Gewinn des spanischen Meistertitels gelang den Madrilenen somit in wirtschaftlicher Hinsicht sogar ein „Hatrick“. Durch einen bedeutenden Umsatzwachstum von 20% auf nunmehr 351,0 Millionen Euro durchbrach Real erstmals die Schallmauer von 300 Millionen Euro und scheint auf bestem Wege die 400 Millionen Euro in den nächsten Jahren erreichen zu können.

Den zweiten Platz zurückerobert hat Manchester United mit einer Steigerung der Einnahmen um 33%. Mit Gesamterlösen in Höhe von 315,2 Millionen Euro ist der englische Meister der zweite Club, der die magische Grenze übertrifft. Vor allem Dank der Steigerung der Stadionkapazität in Old Trafford auf 76.000 und der Halbfinalteilnahme in der UEFA Champions League, gelang Manchester United dieser Sprung.

Auf dem dritten Platz folgt mit dem FC Barcelona (290,1 Millionen Euro) der zweite spanische Club, der zwar mit einem Umsatzwachstum von etwa 12% die Schallmauer von 300 Millionen Euro nur knapp verfehlte, jedoch im Vergleich zum Vorjahr einen Platz einbüßte.

Der englische Vizemeister Chelsea London verbesserte sich mit 283,0 Millionen Euro auch dank des Einzugs ins Halbfinale der UEFA Champions League um zwei Plätze auf Position vier. Komplettiert wird der



Erfolg der englischen Vereine durch Arsenal London. Mit einem Gesamtumsatz von 263,9 Millionen Euro verbesserten sich die „Gunners“ nicht zuletzt aufgrund des Umzugs in das neu erbaute Emirates Stadion und den damit verbundenen gesteigerten Einnahmen um vier Plätze und schafften auf diese Weise erstmalig den Sprung unter die Top 5.

Erstmals vier deutsche Vereine in den Top 20

Neben sechs englischen, vier italienischen, drei spanischen, zwei französischen und einem schottischen Vertreter haben es dieses Jahr erstmals vier Vereine aus der Fußball-Bundesliga in die Football Money League geschafft. Ein neuer Medienvertrag ab der Saison 2006/07, stetig wachsende Sponsoringeinnahmen und der anhaltende Zuschauerboom verbunden mit einer modernen Stadioninfrastruktur sind die Hauptgründe für die Rekordumsätze der Fußball-Bundesligisten. Somit ist neben den Vorjahresvertretern FC Bayern München, FC Schalke 04 und dem Hamburger SV nun erstmals auch der SV Werder Bremen in den Top 20 vertreten. Daneben wird der positive Trend der Bundesliga durch die Tatsache bestätigt, dass Borussia Dortmund, der VfB Stuttgart und Bayer 04 Leverkusen mit Umsatzzahlen zwischen 80 und 90 Millionen Euro nur

denkbar knapp den Einstieg in den Kreis der zwanzig Top-Vereine verfehlten.

„Aufgrund der kontinuierlichen Umsatzanstiege könnten auch diese Clubs bei Erreichen der UEFA Champions League zukünftig den Sprung in die Top 20 schaffen“, fasst Niels Gronau, Projektmanager der Sport Business Gruppe von Deloitte, die positive Entwicklung der deutschen Bundesliga zusammen.

Mit einem neuen Rekordumsatz von 223,3 Millionen Euro festigte der FC Bayern München seine Position in den Top 10 der Football Money League. Trotz der enttäuschenden sportlichen Saison 2006/07, die mit Platz 4 in der Bundesliga und dem erstmaligen Verpassen der UEFA Champions League seit 1996/97 beendet wurde, verbesserte sich der Rekordmeister im Vergleich zur Vorsaison um eine Position auf den siebten Platz.

Wesentlichen Anteil an dem Umsatzwachstum hatte die 43-prozentige Steigerung der Erlöse aus dem Bereich Medienrechte (inklusive Bundesliga, DFB Pokal und UEFA Champions League) auf 61,2 Millionen Euro. Mitbegründet wurde dies durch das Inkrafttreten des neuen TV-Vertrags in der Bundesliga und der gesteigerten Erlöse aus den Fernsehübertragungsrechten der UEFA Champions League, die dem

FC Bayern 28,7 Millionen Euro bzw. 26,3 Millionen Euro in die Kasse spielten. Trotzdem blieben die vom FC Bayern generierten Einnahmen aus Medienrechten die geringsten innerhalb der Top 10.

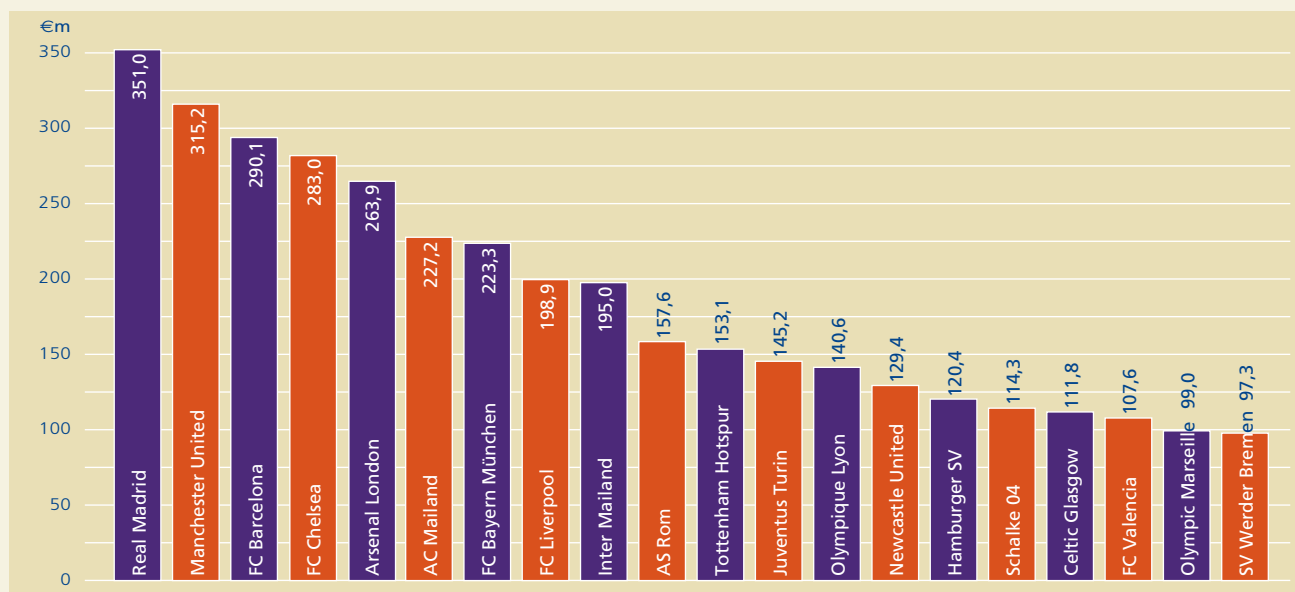
Erneut machten die Einnahmen des Bereichs Werbung & Sonstiges, der sich im Wesentlichen aus Erlösen durch Sponsoring und Merchandising zusammensetzt, mit 107,2 Millionen Euro den größten Teil der Gesamteinnahmen aus (48%). Dies war gleichbedeutend mit dem zweiten Platz direkt hinter Real Madrid.

Unter der Annahme einer Einnahmensteigerung u.a. durch die Übernahme aller Anteile an der Allianz Arena sowie eines erfolgreichen Abschneidens im UEFA Cup dürfte der FC Bayern auch in der Saison 2007/08 seine Position in den Top 10 der Football Money League verteidigen.

Der Hamburger SV verbesserte sich dank eines Umsatzwachstums von 18,6 Millionen Euro (18%) auf 120,4 Millionen Euro um einen Platz auf Position 15 gegenüber der Vorsaison. Hauptgrund dafür war die erstmalige Qualifikation für die UEFA Champions League seit der Saison 2000/01.

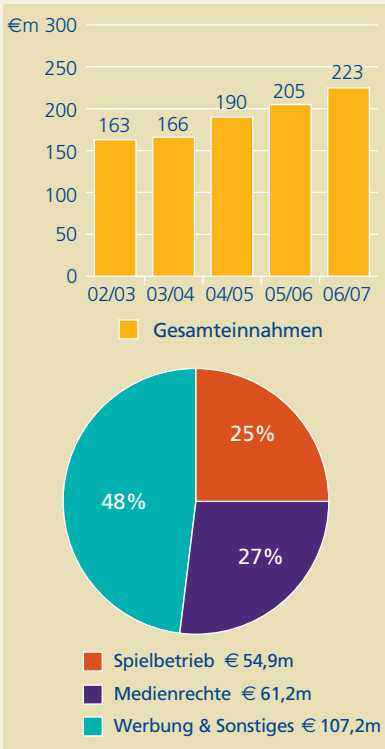
Für die Teilnahme an der europäischen Königsklasse, bei der der HSV bereits in

Abbildung 1 – Gesamteinnahmen 2006/07



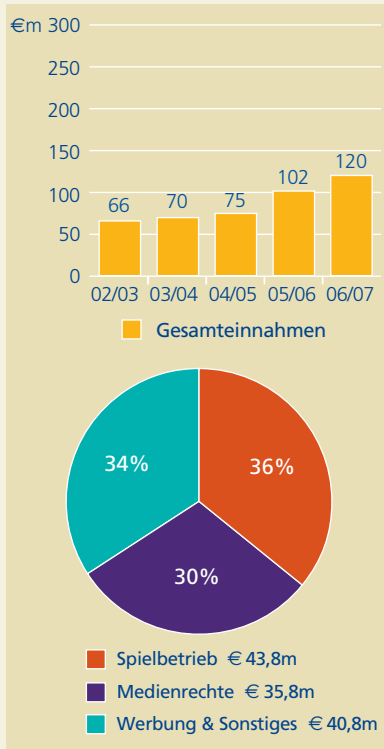
Quelle: Deloitte Analyse

**Abbildung 2
Gesamteinnahmen
FC Bayern München**



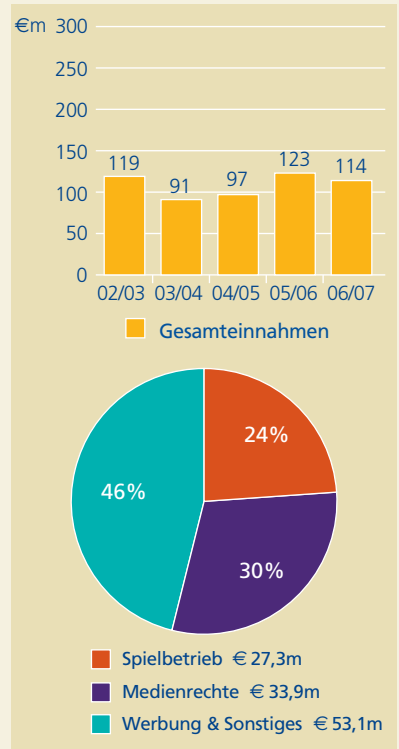
Quelle: Deloitte Analyse

**Abbildung 3
Gesamteinnahmen
Hamburger SV**



Quelle: Deloitte Analyse

**Abbildung 4
Gesamteinnahmen
FC Schalke 04**



Quelle: Deloitte Analyse

der Gruppenphase ausschied, erhielten die Hamburger 14,3 Millionen Euro aus der TV-Zentralvermarktung. Zusammen mit den gestiegenen Erlösen aus dem neuen TV-Vertrag der Fußball Bundesliga konnte der HSV seine Einnahmen aus den Medienrechten auf 35,8 Millionen Euro verdoppeln.

Begünstigt durch die modernen Strukturen des im Jahr 2000 erbauten Stadions, steigerte der HSV in dieser Saison seine Erlöse aus dem Spielbetrieb um 7 Millionen Euro auf 43,8 Millionen Euro. Dabei führte der Anstieg der Zuschauerzahl von über 3.000 pro Spiel im Vergleich zur Vorsaison zu einem neuen Rekord-Zuschauerschnitt von knapp 56.000.

Im Bereich Werbung & Sonstiges generierte der HSV Einnahmen in Höhe von 40,8 Millionen Euro.

In den vergangenen fünf Jahren konnte der HSV seine Einnahmen kontinuierlich steigern. Nach dem Verpassen der UEFA

Champions League und trotz der Qualifikation für den UEFA Cup über den UI Cup bleibt abzuwarten, inwieweit der HSV seine Position in der Football Money League 2007/08 behaupten kann.

Der FC Schalke 04 schaffte bereits zum fünften Mal den Sprung unter die Top 20 der Football Money League, verlor jedoch im Vergleich zur Vorsaison zwei Plätze und lag mit einem Gesamtumsatz von 114,3 Millionen Euro auf Platz 16.

Sportlich erreichte der FC Schalke 04 den zweiten Platz in der Fußball Bundesliga, schied jedoch frühzeitig im UEFA Cup gegen den AS Nancy und im DFB Pokal gegen den 1. FC Köln aus. Dennoch wurden mit 18 ausgetragenen Pflichtspielen in der Veltins-Arena 27,3 Millionen Euro an Erlösen aus dem Spielbetrieb generiert. Mit einem Zuschauerschnitt von über 61.000 Zuschauern konnte der FC Schalke 04 den sechsten Platz unter allen Vereinen der Football Money League belegen. Zudem wurden fünf Spiele der FIFA

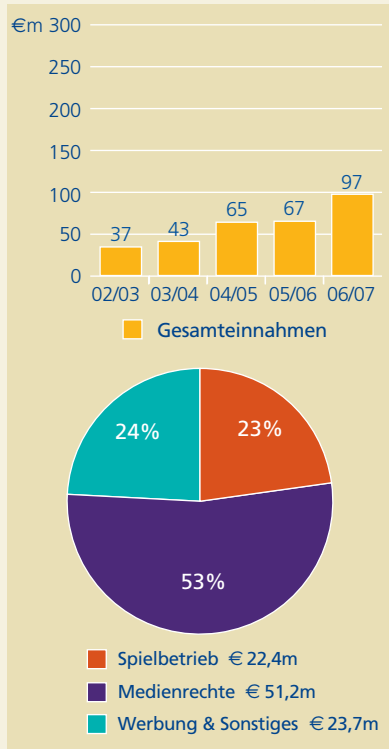
Weltmeisterschaft 2006 in der Veltins-Arena ausgetragen. Trotz des im internationalen Vergleich weit überdurchschnittlichen Zuschauerschnitts fallen die Erlöse aufgrund der deutlich niedrigeren Eintrittspreise insbesondere in Relation zu den englischen Vereinen eher gering aus.

Den größten Anteil am Umsatz haben die Einnahmen im Bereich Werbung & Sonstiges in Höhe von 53,1 Millionen Euro (46%) und hier insbesondere Erlöse aus Sponsoringverträgen.

Dank der Qualifikation für das Achtelfinale der diesjährigen UEFA Champions League Saison und den daraus resultierenden Mehreinnahmen aus Übertragungsrechten und Zuschauereinnahmen dürfte der FC Schalke 04 im nächsten Jahr die Möglichkeit haben, seinen 16. Platz zu verbessern.

Dem SV Werder Bremen gelang mit einem Gesamtumsatzwachstum von etwa 45% auf 97,3 Millionen Euro erstmals der Sprung unter die Top 20. Dank einer zweiten er-

Abbildung 5
Gesamteinnahmen
SV Werder Bremen



Quelle: Deloitte Analyse

folgreichen Saison auf europäischem Parkett und den Zusatzeinnahmen aus dem neuen TV-Vertrag der Fußball Bundesliga stieg der SV Werder Bremen als einziger Debütant in die diesjährige Football Money League auf.

Obwohl der SV Werder Bremen den geringsten Zuschauerschnitt aller der in der Football Money League vertretenen Vereine aufwies, konnten die Spieltageeinnahmen um 22% auf 22,4 Millionen Euro gesteigert werden.

Der für einen deutschen Verein ungewöhnlich hohe Umsatz aus Medienrechten von

51,2 Millionen Euro machte 53% der Gesamteinnahmen des SV Werder Bremen aus. Mitbegründet wurde dieses positive Ergebnis (+ 16,4 Millionen Euro) durch die Teilnahme an der UEFA Champions League-Gruppenphase, die dem Verein 18,5 Millionen Euro einbrachten sowie dem Erreichen des UEFA Cup-Halbfinals und den daraus resultierenden Mehreinnahmen aus Übertragungsrechten.

Trotz der 68-prozentigen Steigerung der Einnahmen aus dem Bereich Werbung & Sonstiges belegte der SV Werder Bremen mit 23,7 Millionen Euro den letzten Platz in dieser Wertung.

Aufgrund des dritten Platzes in der Gruppenphase der diesjährigen UEFA Champions League, gleichbedeutend mit der Teilnahme an der K.O.-Runde des UEFA Pokals, dürfte der SV Werder Bremen auch in der Saison 2007/08 wieder Umsätze nahe der 100 Millionen Euro-Grenze generieren.

Methodik

Die Football Money League Ausgabe Februar 2008 basiert auf Umsatzinformationen im Geschäftsjahr 2006/07 (oder in einzelnen Fällen im zuletzt verfügbaren Kalenderjahr) und sind den veröffentlichten Jahresbilanzen und weiteren verlässlichen Quellen entnommen. 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 durchgeführt. Die Umrechnung in Euro basiert auf dem Wechselkurs vom 30. Juni 2007 (£ 1 = € 1,4856). 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 <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, Lizenzierung, Transaktions- und Investitionsberatung, Benchmarking, strategische Business Reviews, Reorganisation, Umsatzanalysen, Stadionplanung und -entwicklung, Unternehmensplanung, Markt- und Bedarfsanalysen.

Mit unserem Ansatz wahren wir jederzeit den Blick für das Ganze – und schaffen so Mehrwert für unsere Kunden.

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

Niels Gronau
Schwannstr. 6
40476 Düsseldorf
+49 211 8772-2748
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 rund 150.000 Mitarbeitern in der ganzen Welt zur Verfügung – mehr als 80 Prozent 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 © 2008 Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.