

Deloitte.



Football Division Annual Review of Football Finance

Sport Business Gruppe
Dezember 2024

Vorwort	03
Von Stefan Ludwig und Timothy Bridge	
Sport Business Gruppe	06
Die Leistungen der Sport Business Gruppe im Überblick	
Europas Top-Ligen	07
Detaillierte Analysen zur wirtschaftlichen Entwicklung des europäischen Fußballs	
Die Bundesliga im Fokus	19
Ein besonderer Blick auf die höchste deutsche Spielklasse	
Die 2. Bundesliga und die Championship im Vergleich	25
Wirtschaftliche Gegenüberstellung der zweiten Ligen in Deutschland und England	
Die Profiligen der DACH-Region im Vergleich	28
Wirtschaftliche Gegenüberstellung der 2. Bundesliga und weiterer ausgewählter Profiligen in der DACH-Region	
Basis unserer Analysen	32
Ausgewählte Studien von Deloitte	34

Vorwort

Willkommen zur 22. deutschen Ausgabe des „Deloitte Annual Review of Football Finance“. Wie in den Vorjahren analysieren wir die wirtschaftliche Entwicklung des europäischen Fußballmarktes. Unser Schwerpunkt liegt dabei auf dem Vergleich der wesentlichen finanziellen Kennzahlen der Bundesliga mit den anderen „Big Five“-Ligen. Darüber hinaus beleuchten wir die Unterschiede zwischen der 2. Bundesliga und der englischen Championship. Abschließend widmen wir uns dem Vergleich der deutschen Profiligen mit den weiteren Ligen in der DACH-Region.

Von Stefan Ludwig und Timothy Bridge

Wir freuen uns, Ihnen die 22. deutsche Ausgabe des „Annual Review of Football Finance“ präsentieren zu können, in der wir die wirtschaftliche Situation des europäischen Profifußballs analysieren und kommentieren.

Die zugrunde liegende englische Originalstudie erscheint in diesem Jahr bereits in ihrer 33. Auflage. Im Mittelpunkt unserer Analyse stehen die europäischen „Big Five“-Ligen: die englische Premier League, die deutsche Bundesliga, die spanische La Liga, die italienische Serie A und die französische Ligue 1. Darüber hinaus richten wir einen besonderen Fokus auf die wirtschaftliche Entwicklung der Bundesliga und vergleichen die beiden umsatzstärksten zweiten Ligen Europas: die englische Championship und die deutsche 2. Bundesliga. Abschließend betrachten wir die Entwicklung der weiteren Profiligen in der DACH-Region.

Der europäische Fußballmarkt profitierte in der Saison 2022/23 von der vollständigen Aufhebung der COVID-19-Einschränkungen sowie von der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2022 und erreichte mit Rekorderlösen von 35,3 Mrd. Euro (+ 4,9 Mrd. Euro bzw. + 16 % im Vergleich zur Vorsaison) ein neues Höchstniveau. Die europäischen „Big Five“-Ligen erzielten dabei einen Gesamtumsatz (exklusive Transferaktivitäten) von 19,6 Mrd. Euro (+ 2,3 Mrd. Euro bzw. + 14 %) – dies entspricht rund 56 % des gesamten europäischen Fußballmarktes.

Die Premier League führte in der Saison 2022/23 mit einem Gesamtumsatz von 7 Mrd. Euro (+ 525 Mio. Euro bzw. + 8 % gegenüber der Vorsaison) die „Big Five“-Ligen weiterhin klar an. Die Bundesliga eroberte sich mit einem Gesamtumsatz von 3,8 Mrd. Euro den zweiten Platz zurück. Dies wurde insbesondere durch den höchsten absoluten Umsatzzuwachs unter den „Big Five“-Ligen von 686 Mio. Euro (+ 22 %) gestützt. Die spanische La Liga fiel mit einem Gesamtumsatz von 3,5 Mrd. Euro auf den dritten Platz zurück (Vorjahr Platz 2), obwohl sie ein Umsatzwachstum von 258 Mio. Euro (+ 8 %) verzeichnete.

Die Serie A blieb trotz eines Umsatzwachstums von 506 Mio. Euro (+ 22 %) und einem Gesamtumsatz von 2,9 Mrd. Euro auf dem vierten Platz, während die französische Ligue 1 mit einem Gesamtumsatz von 2,4 Mrd. Euro (+ 352 Mio. Euro bzw. + 17 %) auch in dieser Saison das Schlusslicht der Topligen bildet.

Die Personalaufwandsquote konnte in allen „Big Five“-Ligen im Vergleich zur Vorsaison gesenkt werden. Die Bundesliga verzeichnete dabei mit 55 % die niedrigste Quote unter den „Big Five“ und näherte sich damit dem vorpandemischen Niveau von 54 % aus der Saison 2018/19 an. Die italienische Serie A verzeichnete den stärksten Rückgang der Quote (minus 17 Prozentpunkte im Vergleich zur Vorsaison) und lag mit 66 % gleichauf mit der Premier League. Die spanische La Liga erreichte eine Quote von 70 % und damit die zweithöchste unter den „Big Five“-Ligen. Die Ligue 1 wies mit 77 % weiterhin die höchste Personalaufwandsquote in der Saison 2022/23 auf, konnte diese jedoch um neun Prozentpunkte im Vergleich zur Vorsaison senken, was unter anderem auf die verschärften finanziellen Anforderungen zurückzuführen ist.

Nachdem die „Big Five“-Ligen in der Saison 2021/22 ein aggregiertes negatives Betriebsergebnis von - 301 Mio. Euro erzielt hatten, konnte dies in der Saison 2022/23 um 771 Mio. Euro auf ein positives Ergebnis von 470 Mio. Euro verbessert werden – das erste positive Resultat seit der Saison 2018/19. Haupttreiber dieser Entwicklung war die Serie A, die ihr Betriebsergebnis von - 412 Mio. Euro auf 74 Mio. Euro verbesserte (+ 486 Mio. Euro im Vergleich zur Vorsaison).

Die Bundesliga erzielte mit 384 Mio. Euro das zweithöchste Betriebsergebnis hinter der Premier League (452 Mio. Euro) und steigerte sich damit um 157 Mio. Euro im Vergleich zu 2021/22. Während die meisten La-Liga-Clubs Betriebsgewinne erwirtschafteten, verzeichnete die Liga dennoch einen aggregierten Betriebsverlust von - 45 Mio. Euro in der Saison 2022/23, maßgeblich beeinflusst durch den Betriebsverlust des FC Barcelona in Höhe von - 206 Mio. Euro. Damit lag La Liga hinter der Serie A, die einen Betriebsgewinn von 74 Mio. Euro erzielte. Die Ligue 1 konnte ebenfalls eine Verbesserung um 204 Mio. Euro verzeichnen, wies jedoch mit - 395 Mio. Euro weiterhin den größten operativen Verlust unter den „Big Five“-Ligen auf.

Die Bundesliga erzielte mit 384 Mio. Euro das zweithöchste Betriebsergebnis hinter der Premier League (452 Mio. Euro) und steigerte sich damit um 157 Mio. Euro im Vergleich zu 2021/22.

Der Gesamtumsatz der Clubs in den „Big Five“-Ligen wird voraussichtlich weiter wachsen und bis 2024/25 auf rund 21 Mrd. Euro ansteigen. Die Änderungen an den UEFA-Clubwettbewerben ab 2024/25 werden die Haupttreiber für den prognostizierten Umsatzanstieg der Clubs in den fünf Topligen sein. Die neuen Wettbewerbsformate, die für die UEFA Champions League, die UEFA Europa League und die UEFA Conference League zur Saison 2024/25 eingeführt wurden, erhöhen sowohl die Anzahl der Spiele als auch die der teilnehmenden Clubs. Die traditionelle Gruppenphase mit 32 Clubs wird durch eine Liga-Phase mit 36 Clubs ersetzt. Diese Zunahme der Spiele wird zu höheren Spieltageinnahmen der Clubs führen und gleichzeitig zu dem prognostizierten Anstieg der UEFA-Ausschüttungen aus Medienrechten um 0,5 Mrd. Euro beitragen.

Auch auf nationaler Ebene zeigen sich positive Entwicklungen. Die DFL konnte bei der Vergabe der nationalen Medienrechte ab der Saison 2025/26 erneut ein hohes Erlös-niveau sichern. Für die Spielzeiten 2025/26 bis 2028/29 können die 36 Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga mit durchschnittlichen Einnahmen von 1,1 Mrd. Euro pro Saison rechnen. Dies entspricht einem Gesamterlös von 4,5 Mrd. Euro und einer Steigerung von rund zwei Prozent bzw. 84 Mio. Euro im Vergleich zum vorherigen Zyklus. Dieses Ergebnis unterstreicht die Popularität des deutschen Profifußballs und seine wirtschaftliche Stabilität – selbst in herausfordernden Zeiten.

Mit Blick auf die beiden umsatzstärksten „Unterhäuser“ im europäischen Fußball zeigten sich unterschiedliche Entwicklungen. Während der Gesamtumsatz der 2. Bundesliga um 48 Mio. Euro (- 6 %) zurückging, konnte die englische Championship ein Umsatzplus von 61 Mio. Euro (+ 8 %) verzeichnen.

Beim Vergleich der Umsätze pro Club zwischen der 2. Bundesliga (18 Clubs) und der Championship (24 Clubs) zeigt sich, dass die deutschen Zweitligisten in der Saison 2022/23 durchschnittlich einen um 5 Mio. Euro höheren Umsatz erzielten (2. Bundesliga: 41 Mio. Euro pro Club vs. Championship: 36 Mio. Euro pro Club). Die Clubs der 2. Bundesliga erreichten in der Saison 2022/23 ein positives Betriebsergebnis von 15 Mio. Euro (bzw. 1 Mio. Euro pro Club), wohingegen die Clubs der Championship ein negatives Betriebsergebnis von - 363 Mio. Euro (- 15 Mio. Euro pro Club) auswiesen, was eine Verbesserung von 54 Mio. Euro (+ 13 %) gegenüber der Vorsaison darstellt. Diese Verringerung des Verlusts, kombiniert mit höheren Einnahmen, führte dazu, dass die Einnahmen der Championship-Clubs erstmals seit der Saison 2016/17 die Personalkosten übertrafen. Die Personalaufwandsquote lag mit 94 % unter 100 % (Vorsaison: 108 %), was jedoch weiterhin kein nachhaltiges Niveau ist. Die 2. Bundesliga wies hingegen in der Saison 2022/23 eine Personalaufwandsquote von 50 % auf, was erneut die wirtschaftliche Stabilität der Liga unterstreicht.

Beim Vergleich der Umsätze pro Club zwischen der 2. Bundesliga (18 Clubs) und der Championship (24 Clubs) zeigt sich, dass die deutschen Zweitligisten in der Saison 2022/23 durchschnittlich einen um 5 Mio. Euro höheren Umsatz erzielten.

Erstmals haben wir in diesem Jahr die 2. Bundesliga und die 3. Liga mit weiteren Profiligen in der DACH-Region verglichen. Die Analyse verdeutlicht, dass die 2. Bundesliga mit einem Gesamtumsatz von 741 Mio. Euro mehr als das Doppelte der zweitplatzierten österreichischen ADMIRAL Bundesliga (356 Mio. Euro) erwirtschaftete.

Auch beim Umsatz pro Club konnte die 2. Bundesliga mit 41 Mio. Euro die Spitzenposition einnehmen, was einem Vorteil von 11 Mio. Euro gegenüber der zweitplatzierten ADMIRAL Bundesliga entspricht. Zum Vergleich fiel der Umsatz der 3. Liga deutlich geringer aus: 224 Mio. Euro bzw. 12 Mio. Euro pro Club, was rund einem Drittel des Niveaus der 2. Bundesliga entspricht.

Die ADMIRAL Bundesliga wies in der Saison 2022/23 mit 44 % die niedrigste Personalaufwandsquote unter den analysierten Ligen auf (Vorsaison: 49 %) und erzielte gemeinsam mit der 2. Bundesliga den höchsten operativen Gewinn von 15 Mio. Euro. Die 2. Bundesliga folgte mit einer Personalaufwandsquote von 50 % (Vorsaison: 51 %). Die Schweizer Credit Suisse Super League (CSSL) erzielte einen operativen Gewinn von 0,2 Mio. Euro, bei einer Personalaufwandsquote von 73 % (Vorsaison: 62 %). Im Gegensatz dazu erwirtschaftete die 3. Liga einen operativen Verlust von - 18 Mio. Euro bzw. - 1 Mio. Euro pro Club und verzeichnete eine Personalaufwandsquote von 56 % (Vorsaison: 57 %).

Wir möchten allen Beteiligten danken, die uns im Rahmen dieser Studie unterstützt haben, aber auch all denjenigen, die in den letzten über 30 Jahren zu diesem Bericht beigetragen haben oder die zu unseren treuen Lesern und Mandanten zählen. Wir wünschen Ihnen eine informative Lektüre und sowohl sportlich als auch wirtschaftlich eine erfolgreiche Rückrunde der Saison 2024/25.

Auch beim Umsatz pro Club konnte die 2. Bundesliga mit 41 Mio. Euro die Spitzenposition einnehmen, was einem Vorteil von 11 Mio. Euro gegenüber der zweitplatzierten ADMIRAL Bundesliga entspricht.



St. Ludwig

Stefan Ludwig
Partner
Leiter Sport Business Gruppe
Deutschland



T. BRIDGE

Timothy Bridge
Partner
Leiter Sport Business Gruppe
Großbritannien

Sport Business Gruppe

Die Sport Business Gruppe der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft Deloitte beschäftigt sich seit mehr als 25 Jahren mit der Beratung und Analyse der nationalen und internationalen Sport- und Freizeitindustrie.

Im Rahmen unserer Arbeit greifen wir auf das globale Netzwerk von Deloitte zurück und vereinen das Fachwissen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Rechtsberatung, Financial Advisory, Risk Advisory und (Digital) Consulting mit

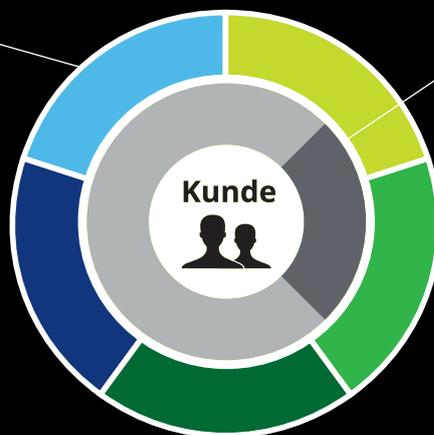
der Branchenexpertise der Sport Business Gruppe. So konnten in jüngerer Vergangenheit beispielsweise vermehrt auch Projekte an der Schnittstelle zwischen Sport, Digitalisierung und Nachhaltigkeit realisiert werden. Insbesondere der multidisziplinäre

Ansatz unseres Teams ermöglicht eine stringente Ausrichtung unserer Arbeit an den verschiedenen Bedürfnissen von Verbänden, Ligen, Clubs, Sponsoren, Investoren, Sportstätten und Sportrechteagenturen.

Unser Beratungsangebot umfasst ein umfangreiches Spektrum an Leistungen:

Kernkompetenzen

- Audit & Assurance
- Financial Advisory
- Consulting
- Tax & Legal
- Risk Advisory



Branchenkompetenz: Sport Business Gruppe

- Betriebs- und finanzwirtschaftliche Beratung
- Unterstützung bei IT- und digitalen Transformationsprozessen und Geschäftsmodellen
- Beratung und Implementierung von digitalen Marketing- und Commerce-Aktivitäten
- Begleitung bei der Organisationsentwicklung und bei Nachhaltigkeitsthemen
- Beratung bei Unternehmenstransaktionen und -finanzierungen
- Commercial, Financial, IT und Tax Due Diligence
- Businessplanerstellung und -prüfung
- Bewertung von Sport- und Fitnessunternehmen
- Markt- und Standortanalysen
- Benchmarking-Analysen
- Bereitstellung von Branchenwissen
- Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung

Eine Übersicht zu ausgewählten Studien von Deloitte finden Sie auf Seite 34 dieser Ausgabe.

Projektreferenzen

Porsche/VfB Stuttgart: Financial und Tax Due Diligence sowie Valuation für die Porsche AG im Zusammenhang mit dem Erwerb der Anteile am VfB Stuttgart einschließlich der Validierung des Businessplans.

DFB: Konzeption einer Umwelt- und Klimaschutzstrategie für den DFB e.V. sowie Überführung der erforderlichen Änderungen in konkrete Ziele, Initiativen und Maßnahmen. Entwicklung eines Steuerungstools für Nachhaltigkeitsmanagement.

UEFA: Überprüfung und Bewertung der IT und Digitalstrategie ausgewählter UEFA-Nationalverbände.

Holstein-Stadion Kiel: Unterstützung im Rahmen der Erstellung eines Businessplans zur Modellierung möglicher Auswirkungen aus der geplanten Sanierung des Stadions.

Europas Top-Ligen

Unter anderem aufgrund der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2022 war die Saison 2022/23 ein weiteres Rekordjahr, in dem der europäische Fußballmarkt ein Wachstum von 16 % auf einen neuen Höchststand von 35,3 Mrd. Euro (exklusive Transferaktivitäten) erzielte. Die fünf großen europäischen Ligen trugen hierzu einen Gesamtumsatz von 19,6 Mrd. Euro (+ 2,4 Mrd. Euro) bei und waren somit weiterhin anteilmäßig führend und der Hauptumsatztreiber.

Gesamtvolumen des europäischen Fußballmarktes

Die Saison 2022/23 war die erste vollständige Saison seit 2018/19, in der alle „Big Five“-Ligen ohne COVID-19-Beschränkungen abliefen. Folglich erzielte der europäische Fußballmarkt ein Wachstum von 16 % auf einen neuen Höchststand von 35,3 Mrd. Euro (exklusive Transferaktivitäten).

Die „Big Five“-Ligen waren mit einem Anteil von 19,6 Mrd. Euro (56 %) weiterhin anteilmäßig führend und der größte Umsatztreiber (+ 2,4 Mrd. Euro im Vergleich zur Vorsaison). Darüber hinaus stellte die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2022 in Qatar ebenfalls einen weiteren Umsatztreiber dar, welcher im Erlössegment „FIFA, UEFA und nationale Verbände“ (s. Abb. 1) verbucht wird und die von der FIFA für die europäischen Übertragungsrechte generierten Einnahmen umfasst. Zudem beinhaltet es den europäischen Anteil der von der FIFA erzielten Einnahmen aus Marketing, Lizenzen, Hospitality/Unterkunft/Ticketverkauf sowie sonstigen Erträgen.

Gesamtvolumen der „Big Five“-Ligen

Aufgrund der erstmaligen vollständigen Aufhebung aller COVID-19-Beschränkungen in allen „Big Five“-Ligen seit der Saison 2018/19 stiegen insbesondere deren Spieldagerlöse um 0,7 Mrd. Euro (+ 35 %) auf 2,8 Mrd. Euro. Die Clubs der Bundesliga und der Serie A verzeichneten hier die größten Zuwächse (+ 260 Mio. Euro bzw. + 94 %; +203 Mio. Euro bzw. + 88 %) nach der vollständigen Aufhebung der COVID-19-Beschränkungen, die in beiden Ligen in der Vorsaison 2021/22 vergleichsweise noch zu starken Umsatzeinbußen geführt hatten.

Die Saison 2022/23 war die erste vollständige Saison seit 2018/19, in der alle „Big Five“-Ligen ohne COVID-19-Beschränkungen abliefen.

Die kommerziellen Erlöse der Clubs stiegen kumuliert um 1,2 Mrd. Euro (+ 19 %) auf 7,6 Mrd. Euro. Dies ist auf neue und verbesserte Sponsoringverträge, die effizientere Nutzung von Stadien einschließlich an spielfreien Tagen (bspw. durch die Vermietung für Veranstaltungen wie Konzerte und Gastspiele der NFL) und die Investition der Private-Equity-Firma CVC Capital Partners in die Ligue de Football Professionnel, die an die Ligue-1-Clubs ausgeschüttet wurde, zurückzuführen.¹⁾

Die Medienerlöse der Clubs in den „Big Five“-Ligen beliefen sich in der Saison 2022/23 auf 9,2 Mrd. Euro. Das Wachstum gegenüber der Vorsaison (8,9 Mrd. Euro) fiel moderat aus, da 2022/23 die zweite Saison der Medienrechtezyklen für die Serie A, die Bundesliga, die Ligue 1 und die UEFA-Clubwettbewerbe war. Außerdem gab es nur moderate Wertsteigerungen bei den neuen Verträgen, die für die Premier League und La Liga begannen.

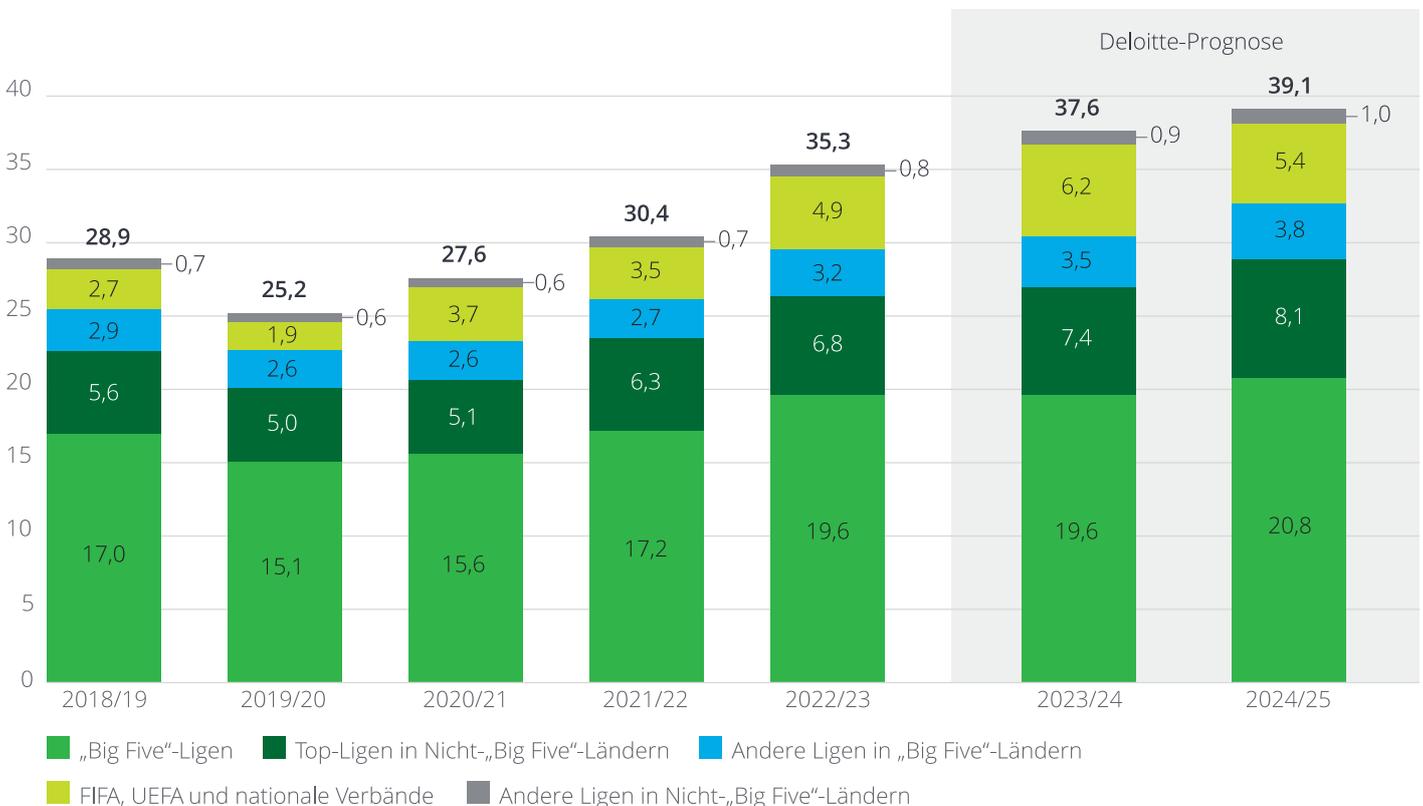
¹⁾ Die Zahlungen von CVC beziehen sich auf eine Beteiligung an der Gesellschaft der Ligue 1, welche die Medienrechte der Ligue 1 hält und somit die Fernseh- und Online-Übertragungsrechte vermarkten wird. Die Beteiligung berechtigt CVC zu einem Anteil an den künftigen Übertragungsrechten. Somit werden die Ausschüttungen der Gesellschaft als Erlöse innerhalb der Medienerlöse dargestellt.

Für die kommende Saison 2023/24 wird mit einer Stagnation der Umsätze der „Big Five“ bei 19,6 Mrd. Euro gerechnet. Die englische Premier League dürfte dabei voraussichtlich einen leichten Umsatzanstieg verzeichnen, hauptsächlich bedingt durch die Aufwertung des Pfunds gegenüber dem Euro, was das schlechtere Abschneiden in den UEFA-Clubwettbewerben mehr als kompensiert. Während Bundesliga und Serie A mit einem leichten Rückgang der Einnahmen rechnen, könnte die spanische La Liga dank Erfolgen in den europäischen Wettbewerben (z.B. dem Champions-League-Gewinn von Real Madrid 2023/24) ein moderates Umsatzplus im Vergleich zur Saison 2022/23 erzielen.

Für die Ligue 1 wird moderates Wachstum erwartet – trotz der Reduzierung der Clubanzahl von 20 auf 18, das unter anderem durch die CVC-Investitionen abgedeckt wird. Über alle „Big Five“-Ligen hinweg wird in der Saison 2023/24 kein einziger neuer nationaler Medienrechtezyklus beginnen. Der wirtschaftliche Ausblick für die Saison 2024/25 bleibt aufgrund der geplanten Änderungen der Spielformate in den europäischen Wettbewerben weiterhin positiv. Der Gesamtumsatz der Clubs in Europas Topligen wird voraussichtlich weiter wachsen und in der Saison 2024/25 rund 21 Mrd. Euro erreichen. Es wird erwartet, dass die Premier League ihren Umsatzvorsprung gegenüber dem nächstgrößeren Wettbewerber weiter ausbauen wird, während auch für jede der anderen „Big Five“-Ligen ein Anstieg des Gesamtumsatzes prognostiziert wird.

Die neuen Formate der UEFA Champions League, UEFA Europa League und UEFA Conference League (ehemals UEFA Europa Conference League) werden sowohl die Anzahl der Spiele als auch die Zahl der teilnehmenden Clubs erhöhen. Diese zusätzliche Anzahl an Spielen wird voraussichtlich zu einem Anstieg der Spieltagerlöse beitragen und gleichzeitig den erwarteten Anstieg der UEFA-Ausschüttungen um 0,5 Mrd. Euro, die auf die Wettbewerbe zurückzuführen sind, unterstützen. Zusätzlich werden die Änderungen am Mechanismus der UEFA-Ausschüttungen einen weiteren positiven Einfluss auf das Umsatzvolumen der „Big Five“-Ligen haben.

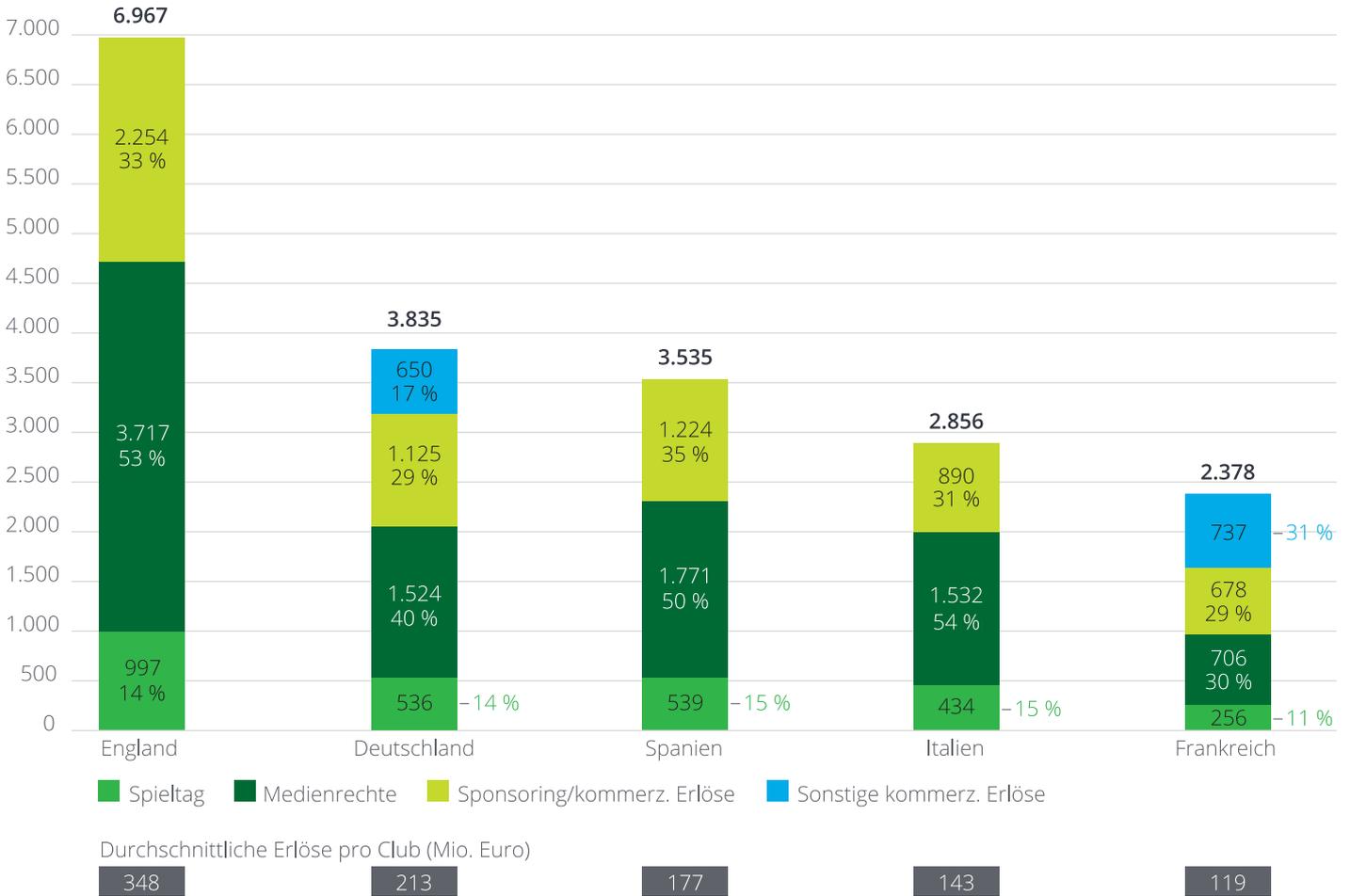
Abb. 1 – Europäischer Fußballmarkt nach Erlösen von 2018/19 bis 2022/23 sowie Prognose bis 2024/25 (in Mrd. Euro)



Anmerkung: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten.

Quellen: FIFA, Ligen, UEFA, Deloitte-Analyse.

Abb. 2 – Aufteilung der Gesamtumsätze der europäischen „Big Five“-Ligen nach Erlöskategorien 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Spieltagerlöse stammen größtenteils aus Ticketverkäufen (inklusive Dauerkarten). Erlöse aus Medienrechten beinhalten Erlöse aus TV- und Rundfunkverträgen, sowohl durch nationale als auch durch internationale Wettbewerbe. Kommerzielle Erlöse spiegeln insbesondere Erlöse aus Sponsoring sowie Erlöse durch Merchandising, Catering, Konferenzen und andere nicht-spieltagbezogene Erlöse wider. Kommerzielle Erlöse in England, Spanien und Italien sind nicht in „Sponsoring“ und „Sonstige kommerzielle Erlöse“ aufgeteilt.

Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

England

In der Saison 2022/23 stiegen die Einnahmen der englischen Premier League auf ein neues Allzeithoch von 7,0 Mrd. Euro (+ 525 Mio. Euro im Vergleich zur Vorsaison). Dieser Anstieg ist vor allem auf neue Rekordeinnahmen der Medienerlöse in Höhe von 3,7 Mrd. Euro (+ 229 Mio. Euro) zurückzuführen, die hauptsächlich aufgrund neuer und lukrativerer internationaler Medienrechteverträge gestiegen sind. Im aktuellen Dreijahreszyklus ab der Saison 2022/23 sind die internationalen Medienrechte um 23 % auf ca. 6,3 Mrd. Euro gestiegen, was auf bedeutende Zuwächse in wichtigen Märkten zurückzuführen ist. Somit übersteigen die internationalen Rechte erstmals den Wert der nationalen Medienrechte, die sich auf ca. 5,5 Mrd. Euro für den gleichen Zeitraum belaufen. Ein weiterer wesentlicher Treiber waren die kommerziellen Erlöse, die mit 2,3 Mrd. Euro neue Höhen erreichten (+ 201 Mio. Euro), wobei die sogenannten „Big Six“-Clubs maßgeblich zum Wachstum beitrugen.

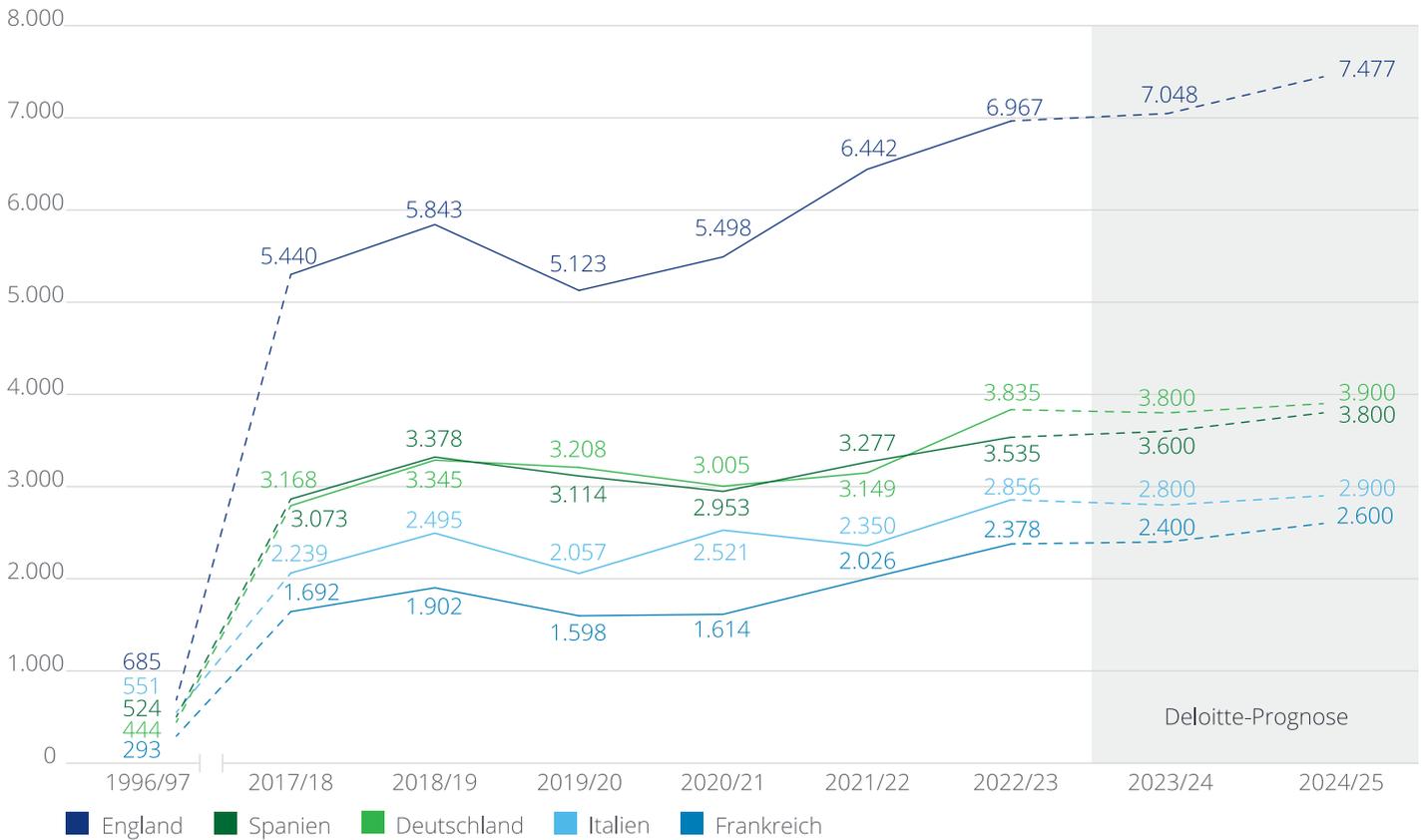
Die Spieltageeinnahmen verzeichneten einen Anstieg von 11 % auf 997 Mio. Euro (+ 96 Mio. Euro), was auf rekordhohe Stadionauslastungsraten, höhere durchschnittliche Zuschauerzahlen in den Stadien und gestiegene Ticketpreise zurückzuführen ist. Diese Entwicklungen spiegeln die robusten und diversifizierten Einnahmequellen der Premier League wider, die zum Wachstum und zur wirtschaftlichen Stabilität der beteiligten Clubs beitragen. Es wird prognostiziert, dass die Premier League erneut den Abstand zur zweitumsatzstärksten Liga (Saison 2022/23: Bundesliga) ausweiten wird.

Der Personalaufwand der Premier League stieg in der Saison 2022/23 um 7 % auf 4,6 Mrd. Euro und somit zum sechsten Mal in Folge. Elf der 17 gleichbleibenden Clubs meldeten einen Anstieg der Personalaufwandsquote, wobei vier Clubs (Aston Villa, Everton, Nottingham Forest und Leicester City) eine Quote von über 90 % verzeichneten. In der Vorsaison waren es hingegen nur zwei Clubs (Everton F.C. und Newcastle United). Der höhere Personalaufwand wurde durch einen stärkeren Anstieg des Umsatzes auf 7,0 Mrd. Euro (+ 8 %) übertroffen, sodass die Personalaufwandsquote für die Liga mit 66 % zum dritten Mal in Folge sank. Dennoch liegt dieser Wert weiterhin über dem Niveau vor der Pandemie (Durchschnitt 2016/17 bis 2018/19: 58 %).

Das Betriebsergebnis der Premier League belief sich in der Saison 2022/23 auf 452 Mio. Euro, was einem Rückgang gegenüber der Vorsaison entspricht (- 20 %). Während der Gesamtumsatz (+ 525 Mio. Euro) und der Personalaufwand (+ 321 Mio. Euro) jeweils um 8 % und 7 % stiegen, waren die sonstigen Betriebskosten um 20 % (+ 317 Mio. Euro) angestiegen. Dies ist teilweise bedingt durch die Inflation und direkte Kosten, die mit der Erbringung bestimmter Umsatzquellen verbunden sind. Trotz eines positiven Betriebsergebnisses verzeichnete die Premier League im fünften Jahr in Folge einen Verlust vor Steuern in Höhe von - 788 Mio. Euro (Vorjahr: - 709 Mio. Euro). Nur vier Clubs konnten in der Saison 2022/23 einen Gewinn vor Steuern erzielen, im Vergleich zu sieben Clubs in der Vorsaison.

Das Betriebsergebnis der Premier League belief sich in der Saison 2022/23 auf 452 Mio. Euro, was einem Rückgang gegenüber der Vorsaison entspricht (- 20 %). Während der Gesamtumsatz (+ 525 Mio. Euro) und der Personalaufwand (+ 321 Mio. Euro) jeweils um 8 % und 7 % stiegen, waren die sonstigen Betriebskosten um 20 % (+ 317 Mio. Euro) angestiegen.

Abb. 3 – Umsatzentwicklung der europäischen „Big Five“-Ligen 1996/97 und 2017/18 bis 2022/23 sowie Prognose bis 2024/25 (in Mio. Euro)



Anmerkung: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Projektionen für Deutschland, Spanien, Italien und Frankreich sind auf die nächsten 50 Mio. Euro gerundet.
 Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

Deutschland

Mit dem höchsten absoluten Umsatzwachstum (+ 686 Mio. Euro bzw. + 22 %) konnte die Bundesliga ihren zweiten Platz unter den „Big Five“-Ligen zurückerobern. Insgesamt erzielte die deutsche Bundesliga einen Gesamtumsatz von 3,8 Mrd. Euro in der Saison 2022/23. Der Anstieg wurde insbesondere durch die Spieltagerlöse (+ 260 Mio. Euro bzw. + 94 %) und die kommerziellen Erlöse (+ 282 Mio. Euro bzw. + 19 %) getrieben. Mit einer durchschnittlichen Stadionausslastung von 92 % und rund 43.000 Stadionbesuchern pro Spiel verzeichnete die Bundesliga die höchsten durchschnittlichen Besucherzahlen im „Big Five“-Ligenvergleich. Unverändert zur Vorsaison entfielen mehr als ein Drittel (34 %) der kommerziellen Erlöse auf den FC Bayern München und Borussia Dortmund, was die Bedeutung der beiden umsatzstärksten Clubs für dieses Segment unterstreicht.

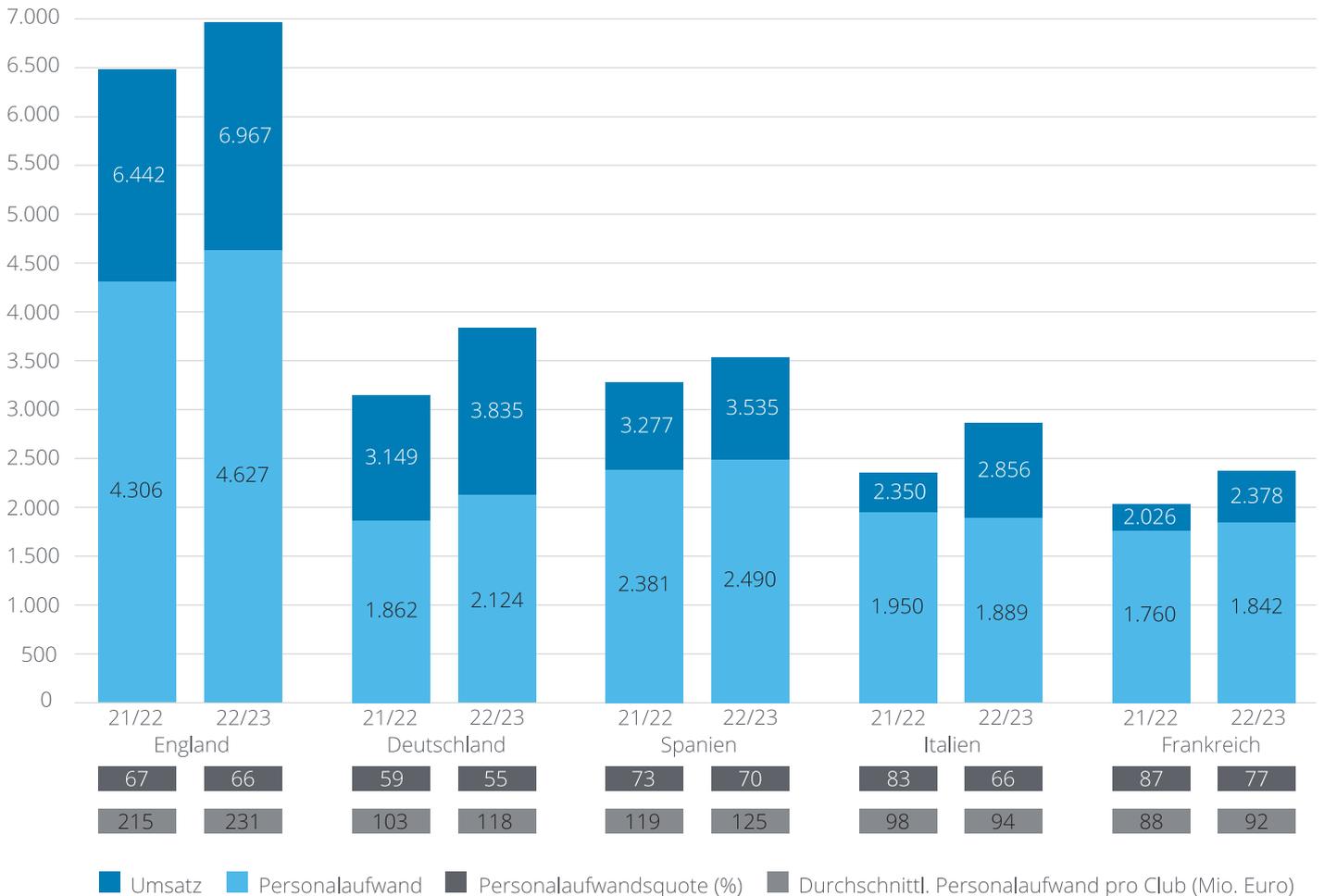
Auch die Medienerlöse stiegen nach einem Rückgang in der Vorsaison um 144 Mio. Euro (+ 10 %) auf 1,5 Mrd. Euro, was vor allem auf das bessere Abschneiden deutscher Clubs in der Champions League zurückzuführen ist: In der Saison 2022/23 erreichten vier Bundesligisten das Achtelfinale (Saison 2021/22: ein Club). Bis zur Saison 2024/25 wird für die Bundesliga ein stabiles Umsatzwachstum erwartet.

Die Personalaufwandsquote der Bundesliga ist in der Saison 2022/23 im Vergleich zur Vorsaison um vier Prozentpunkte auf 55 % gesunken und lag somit einen Prozentpunkt unterhalb des Wertes der Saison 2019/20. Das war erneut die mit Abstand geringste Personalaufwandsquote unter den „Big Five“-Ligen und unterstreicht somit die hohe wirtschaftliche Stabilität der Bundesliga. Mit einem Personalaufwand pro Club in Höhe von 118 Mio. Euro liegt sie im Mittelfeld im „Big Five“-Ligenvergleich hinter der italienischen Serie A (94 Mio. Euro) und der französischen Ligue 1 (92 Mio. Euro).

Der langjährige Fokus der Bundesliga auf finanzielle Nachhaltigkeit spiegelt sich auch in dem seit 20 Jahren konstant positiven Betriebsergebnis wider, das in der Saison 2022/23 mit 384 Mio. Euro (+ 69 % im Vergleich zur Vorsaison) das zweithöchste Betriebsergebnis nach der Premier League (452 Mio. Euro) war. In der Saison 2022/23 konnten 17 der 18 Bundesligisten ein positives operatives Ergebnis erzielen (Vorjahr: 16). Die Bundesliga konnte in der Saison 2022/23 einen Gewinn vor Steuern von 108 Mio. Euro erwirtschaften (Vorjahr: - 186 Mio. Euro). Damit war die Bundesliga neben der spanischen La Liga (380 Mio. Euro) die einzige der „Big Five“, die einen Gewinn vor Steuern ausweisen konnte. Eine detaillierte Analyse der Bundesliga findet sich im Kapitel „Die Bundesliga im Fokus“.

Der langjährige Fokus der Bundesliga auf finanzielle Nachhaltigkeit spiegelt sich auch in dem seit 20 Jahren konstant positiven Betriebsergebnis wider, das in der Saison 2022/23 mit 384 Mio. Euro (+ 69 % im Vergleich zur Vorsaison) das zweithöchste Betriebsergebnis nach der Premier League (452 Mio. Euro) war. In der Saison 2022/23 konnten 17 der 18 Bundesligisten ein positives operatives Ergebnis erzielen.

Abb. 4 – Personalaufwand in den europäischen „Big Five“-Ligen 2021/22 und 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkung: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten.

Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

Spanien

In der Saison 2022/23 erzielte die spanische La Liga einen Rekordumsatz von insgesamt 3,5 Mrd. Euro (+ 258 Mio. Euro bzw. + 8 % im Vergleich zur Vorsaison), was einem durchschnittlichen Umsatz pro Club von 177 Mio. Euro entspricht. Dabei stehen insbesondere zwei Clubs hervor: Sowohl Real Madrid als auch der FC Barcelona erzielten jeweils Einnahmen von über 800 Mio. Euro, während der durchschnittliche Umsatz der übrigen Clubs bei 106 Mio. Euro lag. Mit einem Gesamtumsatz von 3,5 Mrd. Euro lag La Liga in der Saison 2022/23 etwa bei der Hälfte der Premier League und rund 300 Mio. Euro unter dem der Bundesliga. Dadurch verlor die Liga ihren zweiten Platz aus dem Vorjahr und fiel auf den dritten Rang unter den „Big Five“-Ligen zurück.

Die Medienerlöse von La Liga sanken in der Saison 2022/23 auf 1,8 Mrd. Euro (- 8 % im Vergleich zur Vorsaison), was hauptsächlich auf schwächere Leistungen in der Champions League 2022/23 zurückzuführen ist. Die Spieltagerlöse (+ 131 Mio. Euro auf 539 Mio. Euro) und die kommerziellen Einnahmen (+ 274 Mio. Euro auf 1,2 Mrd. Euro) kompensierten jedoch den Rückgang der Medienerlöse mehr als ausreichend und waren die Haupttreiber des Umsatzwachstums. Bemerkenswert ist, dass 67 % der 1,2 Mrd. Euro kommerzieller Einnahmen von den beiden Topclubs erwirtschaftet wurden, mit einem Wachstum von 45 % (+ 128 Mio. Euro) beim FC Barcelona und 27 % (+ 85 Mio. Euro) bei Real Madrid.

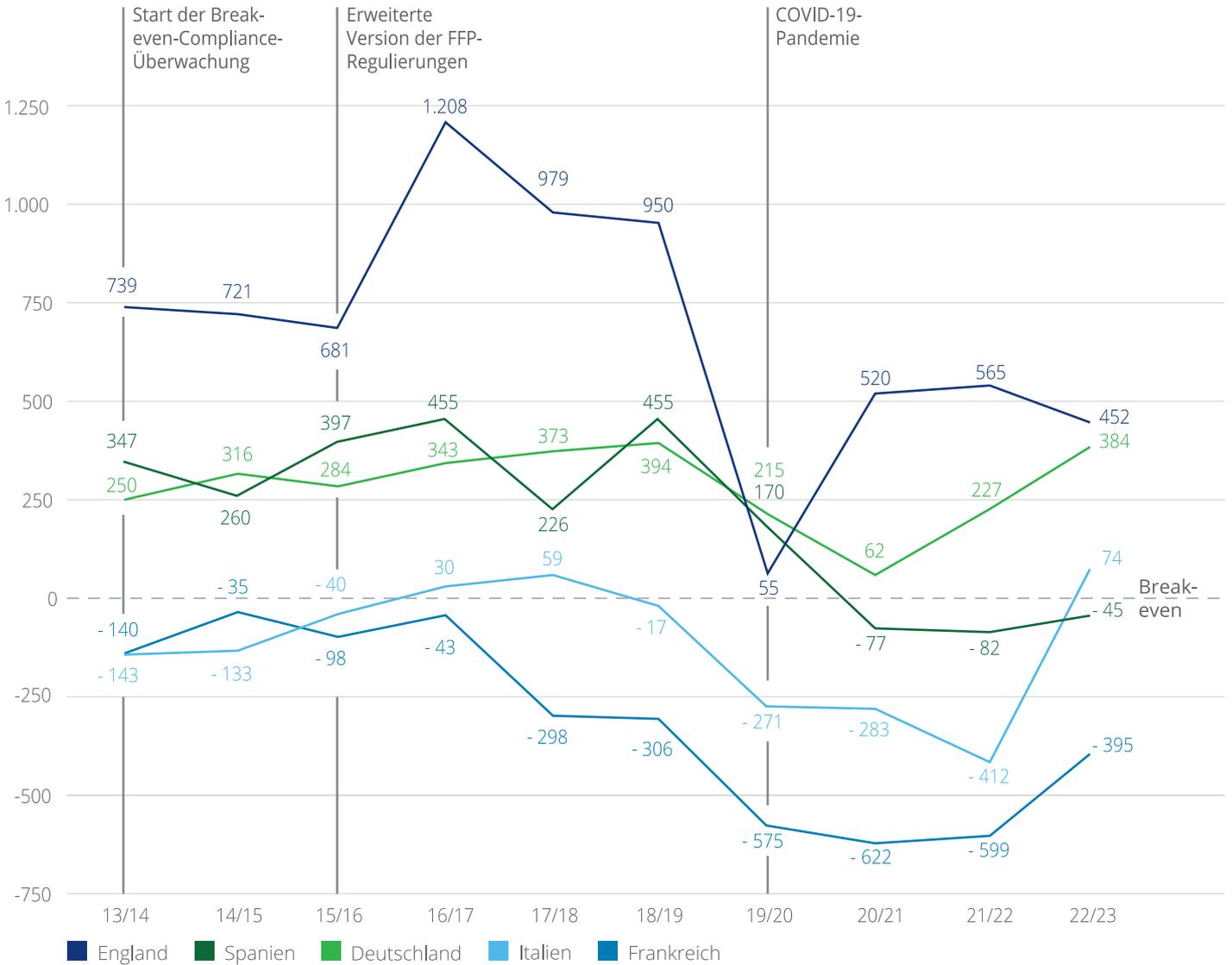
Nachdem die Personalaufwandsquote von La Liga in der Vorsaison im Vergleich zur Saison 2020/21 um einen Prozentpunkt auf 73 % gesunken war, verringerte sie sich in der Saison 2022/23 um weitere drei Prozentpunkte auf 70 %. Dies entspricht genau dem Schwellenwert, der gemäß den UEFA-Richtlinien die Obergrenze für eine nachhaltige finanzielle Stabilität darstellt. Der absolute Personalaufwand stieg jedoch um 5 % (+ 109 Mio. Euro) auf 2,5 Mrd. Euro und lag damit über der von La Liga festgelegten Lohnobergrenze von 2,3 Mrd. Euro.

In der Saison 2022/23 verzeichnete die spanische La Liga zum dritten Mal in Folge ein negatives Betriebsergebnis. Diesmal in Höhe von - 45 Mio. Euro (Vorjahr: - 82 Mio. Euro), obwohl die meisten La-Liga-Clubs ein positives Betriebsergebnis erwirtschafteten. Dieses wirtschaftliche Ergebnis ist insbesondere auf das negative Betriebsergebnis des FC Barcelona (- 206 Mio. Euro) zurückzuführen. Während das aggregierte Betriebsergebnis negativ blieb, verbesserte sich das aggregierte Ergebnis vor Steuern deutlich auf 380 Mio. Euro (Vorjahr: - 59 Mio. Euro). Dies wurde durch eine Verbesserung des Nettotransferergebnisses und durch außerordentliche Erträge begünstigt. Der Effekt dieser Ergebnisse wurde jedoch durch Abschreibungskosten für erworbene Spieler abgeschwächt, welche die Gewinne aus Transfers überstiegen, wenn auch in geringerem Maße als in der Vorsaison.

Dabei nahmen insbesondere Real Madrid und Barcelona in der Saison 2021/22 außerordentliche Erträge in Höhe von 320 Mio. Euro bzw. 303 Mio. Euro ein, wobei Barcelona in der Saison 2022/23 zusätzliche finanzielle Maßnahmen ergriff und damit weitere außerordentliche Erträge in Höhe von 607 Mio. Euro erzielte. Diese Erträge haben jedoch keinen Einfluss auf das Betriebsergebnis, sondern nur auf das Ergebnis vor Steuern. Im Juli 2022 verkaufte der Club weitere 15 % seiner Einnahmen aus den La-Liga-TV-Rechten an Sixth Street Partners, was ihm möglich war, da der Club im Jahr 2021 auf eine Teilnahme am liga-weiten Deal mit CVC verzichtet hatte. Darüber hinaus veräußerte er einen Anteil von 24,5 % an seiner internen Produktionssparte an Socios.com. Während diese Vereinbarungen nicht als Einnahmen verbucht werden (sondern in den Bilanzen der Clubs ausgewiesen werden), profitieren die anderen La-Liga-Clubs von Ausschüttungen aus dem TV-Rechte-Deal der Liga mit CVC im Rahmen des „Boost LaLiga“-Projekts, das in Wachstumsinitiativen investiert.

Mit einem Gesamtumsatz von 3,5 Mrd. Euro lag La Liga in der Saison 2022/23 etwa bei der Hälfte der Premier League und rund 300 Mio. Euro unter dem der Bundesliga. Dadurch verlor die Liga ihren zweiten Platz aus dem Vorjahr und fiel auf den dritten Rang unter den „Big Five“-Ligen zurück.

Abb. 5 – Betriebsergebnisse der europäischen „Big Five“-Ligen 2013/14 bis 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkungen: Das Betriebsergebnis ist als Erlöse minus Gehalts- und Lohnkosten sowie andere operative Kosten definiert und exkludiert Transfers. Unterschiede in der Rechnungslegung mögen einen Einfluss auf den Vergleich der einzelnen Ligen haben. Dennoch sind grundsätzliche Aussagen dieser Analyse unseres Erachtens nach valide. Alle genannten Werte sind exklusive Abschreibungen für Spielertransfers und bestimmter außerordentlicher Positionen.

Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

Italien

Nach der vollständigen Aufhebung der COVID-19-Beschränkungen erreichte der Gesamtumsatz der Serie A in der Saison 2022/23 mit 2,9 Mrd. Euro einen neuen Rekordwert (+ 22 % im Vergleich zur Vorsaison). Der Umsatz stieg in allen drei Segmenten, wobei die Spieltagerlöse in Höhe von 434 Mio. Euro den größten Zuwachs verzeichneten (+ 203 Mio. Euro bzw. + 88 % im Vergleich zur Vorsaison). Die Medienerlöse trugen weiterhin den größten Anteil (54 %) zum Gesamtumsatz der Serie A bei und stiegen um 194 Mio. Euro (+ 15 %) auf 1,5 Mrd. Euro. Dieser Anstieg ist vor allem auf das starke Abschneiden der Serie-A-Clubs in den UEFA-Wettbewerben zurückzuführen: Drei Clubs erreichten ein Finale (UCL: Inter Mailand; UEL: AS Rom; UECL: AC Florenz), zwei weitere ein Halbfinale (UCL: AC Mailand; UEL: Atalanta) und ein Club ein Viertelfinale (UCL: SSC Neapel).

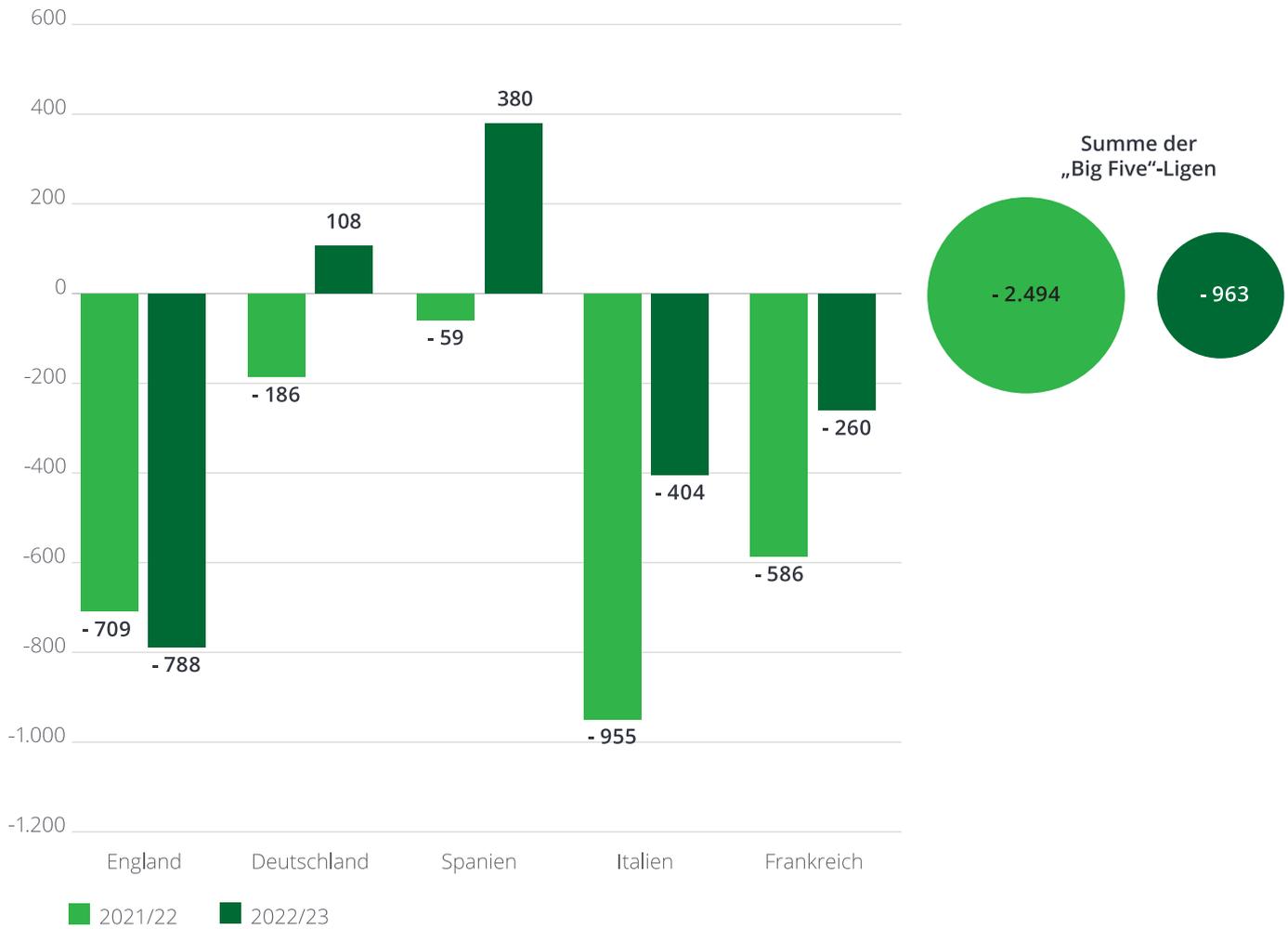
Die kommerziellen Einnahmen der Serie A stiegen um 14 % (+ 109 Mio. Euro) auf 890 Mio. Euro. Dieses Wachstum wurde jedoch teilweise durch den Ausfall eines Blockchain-Shirt-Sponsors bei AS Rom und Inter Mailand (jeweils 14 Mio. Euro) gebremst. Für die Saison 2024/25 begann ein neuer Medienrechtezyklus für die Serie A, bei dem die nationalen Rechte an die bestehenden Partner DAZN und Sky Italia vergeben wurden, allerdings zu einem durchschnittlichen Jahreswert, der etwa 10 % unter dem des vorherigen Zyklus liegt. Dies ist einer der Gründe für den prognostizierten moderaten Umsatzrückgang von rund 50 Mio. Euro für die Saison 2023/24.

Der Personalaufwand der Serie A sank in der Saison 2022/23 als einzige Liga unter den „Big Five“ um 61 Mio. Euro (- 3 %) auf 1,9 Mrd. Euro, was einem durchschnittlichen Personalaufwand von 94 Mio. Euro pro Club entspricht. Dank der gestiegenen Einnahmen konnten die Clubs ihre Personalaufwandsquote deutlich auf 66 % senken (Vorjahr: 83 %).

Aufgrund der gestiegenen Einnahmen und des gleichzeitigen Rückgangs der Personalaufwendungen erzielte die Serie A in der Saison 2022/23 zum ersten Mal seit 2017/18 ein positives Betriebsergebnis in Höhe von 74 Mio. Euro (Vorjahr: - 412 Mio. Euro). Zurückzuführen ist diese Entwicklung auch auf den deutlichen Anstieg der Anzahl profitabler Clubs: Während in der Saison 2021/22 nur zwei Clubs ein positives Betriebsergebnis erwirtschafteten, stieg dieser Wert 2022/23 auf die Hälfte aller Clubs. Zusammen mit der Verbesserung des Nettotransferergebnisses konnten die Clubs der Serie A so die aggregierten Verluste vor Steuern erheblich auf - 404 Mio. Euro reduzieren (Vorsaison: - 955 Mio. Euro).

Nach der vollständigen Aufhebung der COVID-19-Beschränkungen erreichte der Gesamtumsatz der Serie A in der Saison 2022/23 mit 2,9 Mrd. Euro einen neuen Rekordwert (+ 22 % im Vergleich zur Vorsaison). Der Umsatz stieg in allen drei Segmenten, wobei die Spieltagerlöse in Höhe von 434 Mio. Euro den größten Zuwachs verzeichneten (+ 203 Mio. Euro bzw. + 88 % im Vergleich zur Vorsaison).

Abb. 6 – Ergebnis vor Steuern der europäischen „Big Five“-Ligen – 2021/22 und 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkungen: Das Ergebnis vor Steuern ist das Betriebsergebnis zuzüglich/abzüglich Abschreibungen und Wertminderungen auf Spielerregistrierungen und andere immaterielle Vermögenswerte, Gewinne/Verluste aus Spielerverkäufen, bestimmte ausgewiesene außergewöhnliche Posten sowie Finanzerträge/-aufwendungen.

Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

Frankreich

Der Gesamtumsatz der französischen Ligue 1 stieg in der Saison 2022/23 um 352 Mio. Euro (+ 17 %) auf 2,4 Mrd. Euro und erreichte somit einen neuen Rekordwert. Nichtsdestotrotz blieb die Ligue 1 die umsatzschwächste Liga unter den „Big Five“-Ligen. Das Wachstum wurde hauptsächlich durch Investitionen von CVC Capital Partners getrieben, die in den Spielzeiten 2022/23, 2023/24 und 2024/25 insgesamt 1,2 Mrd. Euro einbringen werden.²⁾ Dadurch stiegen die kommerziellen Einnahmen in der Saison 2022/23 um 343 Mio. Euro (+ 32 %) auf 1,4 Mrd. Euro. Ein weiterer Hauptumsatztreiber waren die Spieltagerlöse (+ 31 Mio. Euro auf 256 Mio. Euro).

Das Wachstum wurde jedoch durch den Rückgang der Medienerlöse (- 23 Mio. Euro bzw. - 3 %) auf 706 Mio. Euro gebremst. Dieser Rückgang lässt sich größtenteils auf ein schwächeres Abschneiden der Clubs in den UEFA-Wettbewerben im Vergleich zur Saison 2021/22 zurückführen.

Der Personalaufwand der Ligue 1 stieg um 82 Mio. Euro (+ 5 %) auf 1,8 Mrd. Euro. Dennoch konnte die Ligue 1 einen Rückgang der Personalaufwandsquote um zehn Prozentpunkte auf 77 % erzielen, was auf den prozentual stärkeren Umsatzanstieg (+ 17 %) zurückzuführen ist. Allerdings stellt dieser Wert nach wie vor den höchsten aller „Big Five“-Ligen dar. Paris Saint-Germain wies den höchsten Personalaufwand der Liga auf: Mit 621 Mio. Euro war dieser fast viermal so hoch wie der von Olympique Lyonnais (157 Mio. Euro), das den zweithöchsten Personalaufwand aufwies.

Die hohen Personalkosten trugen wesentlich zu den finanziellen Verlusten der Liga bei. Zudem war die Saison 2022/23 die 16. in Folge, in der die Ligue 1 ein negatives Betriebsergebnis verzeichnete. Die Ligue 1 ist bestrebt, durch bestimmte Kontrollvorschriften die wirtschaftliche Stabilität der Clubs zu gewährleisten, und fordert, dass der Anteil der Personalkosten bis zur Saison 2025/26 unter 70 % des Gesamtumsatzes liegen soll. In Folge reduzierte die Liga ihren Betriebsverlust auf - 395 Mio. Euro (Vorjahr: - 599 Mio. Euro), was jedoch weiterhin den mit Abstand höchsten Betriebsverlust innerhalb der „Big Five“-Ligen darstellt. Der Verlust vor Steuern konnte sich von - 586 Mio. Euro in der Vorsaison auf - 260 Mio. Euro (+ 56 %) verbessern, bleibt aber auf einem negativen Niveau und belastet die Clubs.

Der Gesamtumsatz der französischen Ligue 1 stieg in der Saison 2022/23 um 352 Mio. Euro (+ 17 %) auf 2,4 Mrd. Euro und erreichte somit einen neuen Rekordwert. Nichtsdestotrotz blieb die Ligue 1 die umsatzschwächste Liga unter den „Big Five“-Ligen. Das Wachstum wurde hauptsächlich durch Investitionen von CVC Capital Partners getrieben, die in den Spielzeiten 2022/23, 2023/24 und 2024/25 insgesamt 1,2 Mrd. Euro einbringen werden.

²⁾ Die Zahlungen von CVC beziehen sich auf eine Beteiligung an der Gesellschaft der Ligue 1, welche die Medienrechte der Ligue 1 hält und somit die Fernseh- und Online-Übertragungsrechte vermarktet wird. Die Beteiligung berechtigt CVC zu einem Anteil an den künftigen Übertragungsrechten. Somit werden die Ausschüttungen der Gesellschaft als Erlöse innerhalb der Medienerlöse dargestellt.

Die Bundesliga im Fokus

Nach der vollständigen Aufhebung der COVID-19-Beschränkungen konnte die Bundesliga in der Saison 2022/23 ein Umsatzplus von 22 % erzielen. Der Umsatz (exklusive Transferaktivitäten) der Clubs stieg um 686 Mio. Euro auf 3,8 Mrd. Euro. Haupttreiber waren die Spieltagerlöse, die sich im Vergleich zur Vorsaison nahezu verdoppelten, sowie der Anstieg der kommerziellen Einnahmen um 282 Mio. Euro (+ 19 %).

Gesamtumsatz der Bundesliga

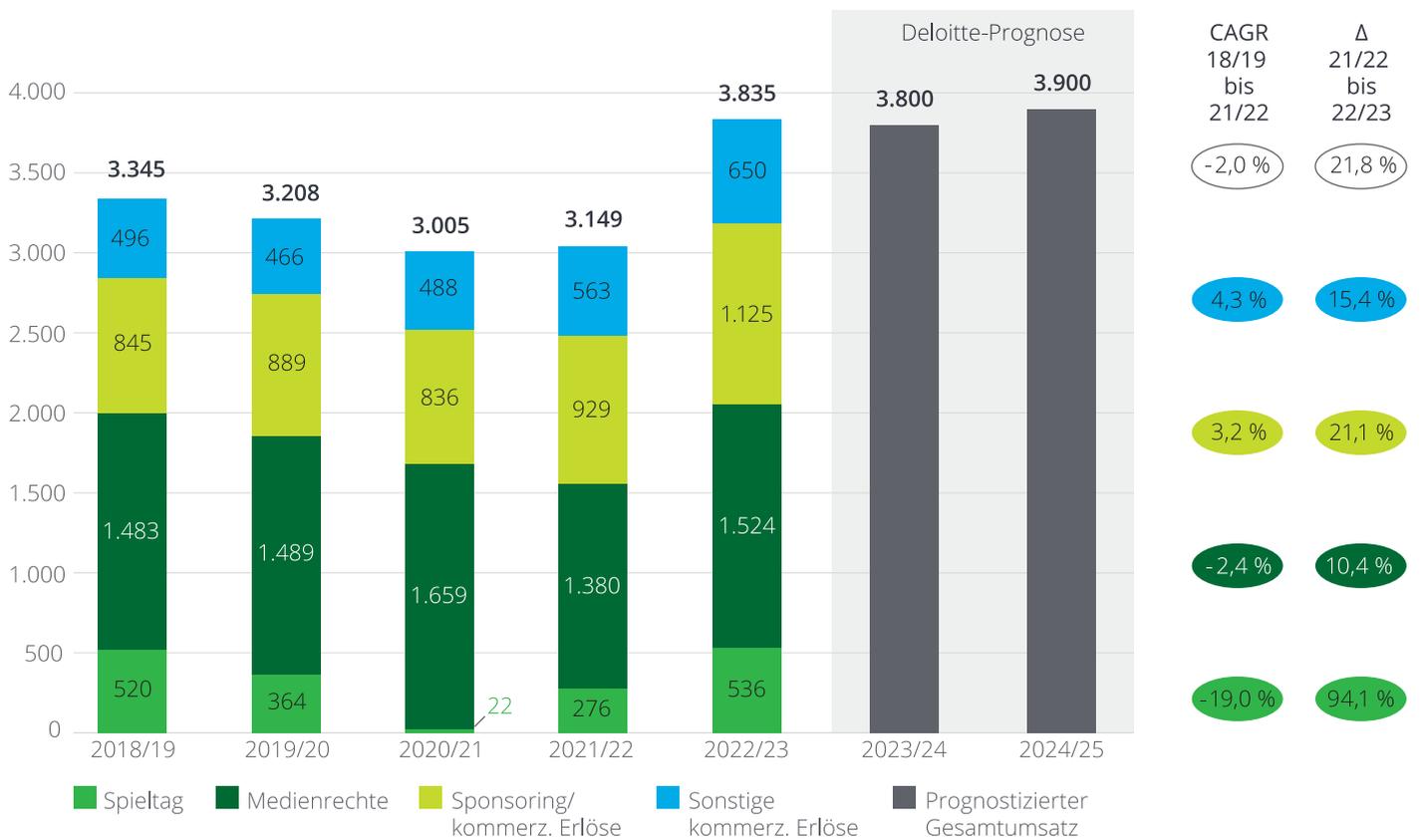
Nachdem die COVID-19-Pandemie in den Spielzeiten 2019/20 und 2020/21 zu rückläufigen Erlösen geführt hatte, konnte der Gesamtumsatz (exklusive Transferaktivitäten) der Bundesliga das zweite Jahr in Folge gesteigert werden und erreichte in der Saison 2022/23 3,8 Mrd. Euro. Damit übertraf die Bundesliga den bisherigen Höchstwert von 3,3 Mrd. Euro aus der vorpandemischen Saison 2018/19 um 491 Mio. Euro. Der Anstieg ist hauptsächlich auf einen deutlichen Zuwachs der Spieltagerlöse auf 536 Mio. Euro (+ 260 Mio. Euro bzw. + 94 %) sowie das Wachstum der kommerziellen Einnahmen (+ 282 Mio. Euro bzw. + 19 %) auf 1,8 Mrd. Euro zurückzuführen. Die Medienerlöse stiegen im Vergleich zur Vorsaison um 10 % auf 1,5 Mrd. Euro.

Für die Saison 2023/24 wird mit einem stabilen bis leicht rückläufigen Gesamtumsatz gerechnet, was unter anderem auf den Abstieg des FC Schalke 04 und des Hertha BSC zurückzuführen ist. Insbesondere der FC Schalke 04 gehörte zu den umsatzstärksten Clubs, während beide in der Vergangenheit stets hohe Zuschauerzahlen erzielten. Für die Saison 2024/25 wird jedoch ein neuer Rekordumsatz von rund 3,9 Mrd. Euro erwartet (vgl. Abb. 7), der unter anderem auf die neuen Spielformate der UEFA Champions League, UEFA Europa League und UEFA Conference League zurückzuführen ist. Diese strukturellen Veränderungen haben der UEFA geholfen, die Medien- und kommerziellen Einnahmen für den Rechtezyklus 2024/25 zu steigern und werden die Ausschüttungen der UEFA an die Clubs voraussichtlich um ca. 20 % erhöhen.

Mit insgesamt fünf Clubs spielt in der Saison 2024/25 im Vergleich zur Vorsaison ein weiterer deutscher Club in der Champions League, was zu zusätzlichen Einnahmen innerhalb der Medienerlöse führen wird.

Für die Saison 2024/25 wird ein neuer Rekordumsatz von rund 3,9 Mrd. Euro erwartet, der unter anderem auf die neuen UEFA-Spielformate zurückzuführen ist.

Abb. 7 – Aufteilung der Gesamtumsätze der Bundesliga nach Erlöskategorien 2018/19 bis 2022/23 sowie Prognose bis 2024/25 (in Mio. Euro)



Anmerkung: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten.

Quellen: DFL, Deloitte-Analyse.

Umsätze pro Club der Bundesliga

Da die Bundesliga im Gegensatz zu den anderen „Big Five“-Ligen aus 18 statt 20 Mannschaften bestand, ist eine Betrachtung der durchschnittlichen Umsätze pro Club hilfreich, um eine bessere Vergleichbarkeit auf Clubebene zu gewährleisten. Zudem wird bei dieser Betrachtungsweise die Diskrepanz zwischen dem umsatzstärksten Club der Bundesliga, dem FC Bayern München, und den übrigen Bundesliga-Clubs deutlich. Der FC Bayern München ist der einzige Bundesligist unter den zehn umsatzstärksten europäischen Clubs in der Saison 2022/23, wie in der Studie „Deloitte Football Money League“ 2024 dargestellt. Mit Borussia Dortmund und Eintracht Frankfurt liegen zudem zwei weitere deutsche Clubs innerhalb der 20 umsatzstärksten europäischen Clubs in der Saison 2022/23.

In der Saison 2022/23 erwirtschaftete der FC Bayern München einen Umsatz (exklusive Transferaktivitäten) in Höhe von 744 Mio. Euro. Damit übertrafen die Münchner den durchschnittlichen Bundesliga-Club-Umsatz (213 Mio. Euro, inkl. FC Bayern München) um das 3,5-Fache (vgl. Abb. 8). Dieser Wert verdeutlicht den insbesondere durch die stetig erfolgreiche Teilnahme an den UEFA-Clubwettbewerben getriebenen Umsatzvorsprung des deutschen Rekordmeisters. Mit einem Umsatz (exklusive Transferaktivitäten) von 420 Mio. Euro ist Borussia Dortmund der Bundesligaclub mit dem zweithöchsten Umsatz gefolgt von Eintracht Frankfurt mit einem Umsatz von 294 Mio. Euro gemäß den uns vorliegenden Zahlen.³⁾

Beim Blick auf den Umsatz pro Club war die Bundesliga (einschließlich des FC Bayern München) mit 213 Mio. Euro die zweitumsatzstärkste Liga unter den „Big Five“-Ligen. Die Premier League (durchschnittlich 348 Mio. Euro pro Club) lag mit einem Vorsprung von 135 Mio. Euro pro Club deutlich davor. Der Abstand hat sich jedoch im Vergleich zum Vorjahreswert um 147 Mio. Euro verringert. Der Hauptgrund hierfür war der in absoluten Zahlen stärkere Anstieg der Spielteinnahmen der Bundesliga, die um 15 Mio. Euro pro Club (+ 94 %) stiegen, verglichen mit einem Umsatzwachstum von 5 Mio. Euro (+ 11 %) der Premier League. Dadurch lagen die Spielteinnahmen der Bundesliga-Clubs im Durchschnitt nur noch 20 Mio. Euro unter denen der Premier-League-Clubs in der Saison 2022/23 (Abstand in der Vorsaison: 30 Mio. Euro). Im kommerziellen Bereich betrug der Rückstand der Bundesliga-Clubs im Schnitt nur noch 14 Mio. Euro gegenüber der englischen Konkurrenz, was eine Verringerung des Abstands um 6 Mio. Euro im Vergleich zur Vorsaison bedeutet. Diese Entwicklung wurde unter anderem durch neue Partnerschaften der Bundesliga-Clubs begünstigt, darunter vier neue Ausrüsterverträge und drei neue Hauptsponsoren. Im Vergleich zu den Spielteinnahmen und den kommerziellen Erlösen fielen die Medienerlöse der Bundesliga-Clubs jedoch um 101 Mio. Euro niedriger aus als die der Premier League (Abstand in der Vorsaison: 98 Mio. Euro), wodurch sich der Abstand minimal um 3 Mio. Euro vergrößerte.

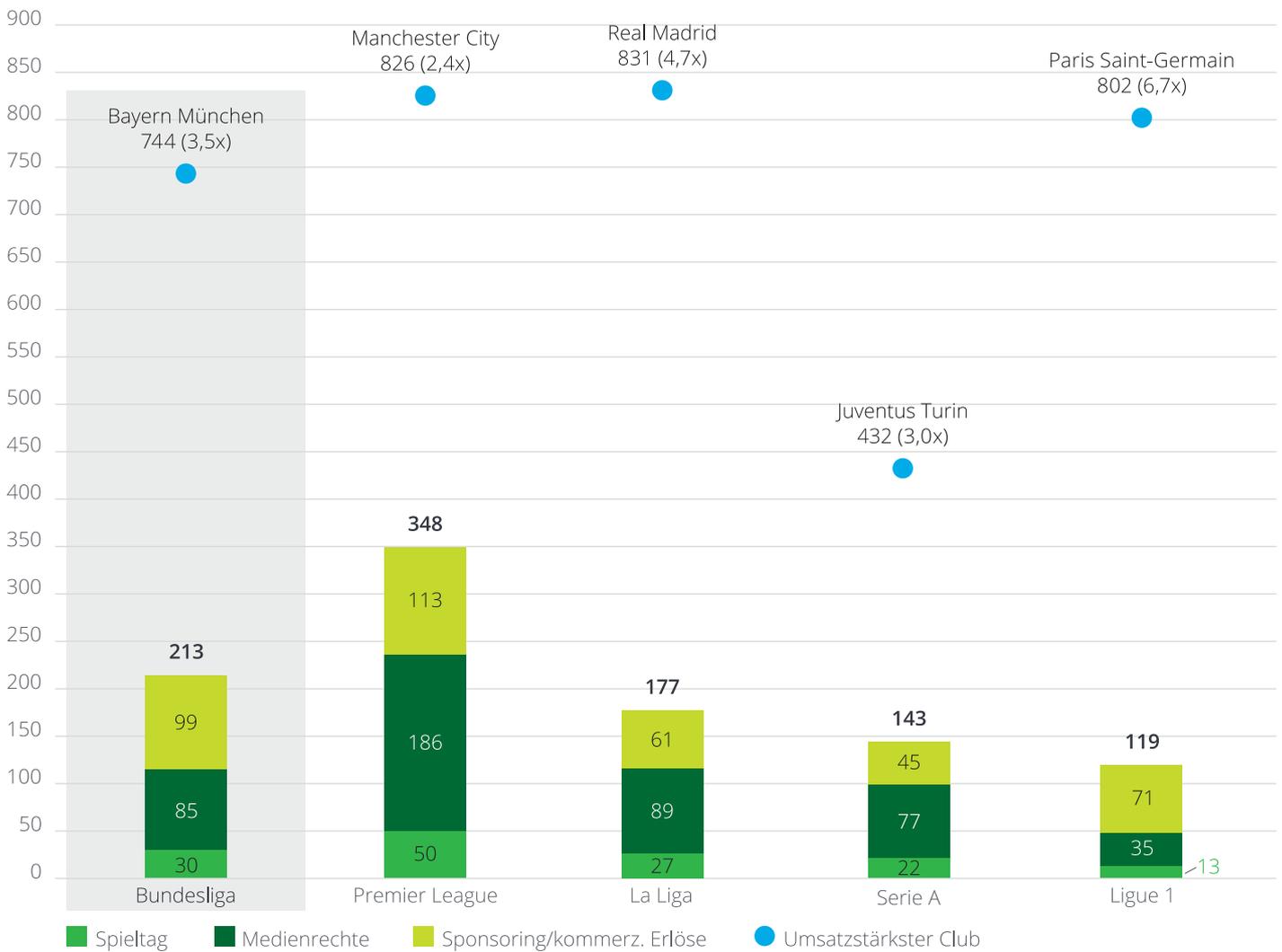
Im Vergleich zur drittplatzierten La Liga konnte die Bundesliga in der Saison 2022/23 einen durchschnittlichen Umsatzvorteil von 36 Mio. Euro pro Club verzeichnen, der hauptsächlich auf einen Vorteil von 37 Mio. Euro bei den kommerziellen Einnahmen zurückzuführen ist. Gegenüber der Serie A wies die Bundesliga einen Umsatzvorteil von 70 Mio. Euro pro Club auf, was ebenfalls primär auf einen deutlichen Vorsprung von 54 Mio. Euro im kommerziellen Bereich zurückgeht – mehr als das Doppelte der italienischen Konkurrenz.

Den größten Umsatzvorteil erzielte die Bundesliga im Vergleich zur Ligue 1 mit 94 Mio. Euro pro Club, was vor allem aus einem Vorsprung von 49 Mio. Euro bei den Medienerlösen und 28 Mio. Euro bei den kommerziellen Einnahmen resultierte.

Die Umsatzunterschiede innerhalb der „Big Five“-Ligen sind unterschiedlich stark ausgeprägt. In der Ligue 1 ist die Diskrepanz am größten: Paris Saint-Germain erzielte rund das 6,7-Fache des Durchschnittsumsatzes der Ligue 1 (inkl. Paris Saint-Germain). Der entsprechende Multiplikator (jeweils inkl. umsatzstärkstem Club der Liga) liegt in der Bundesliga bei 3,5 und damit im Mittelfeld der „Big Five“-Ligen, hinter der Premier League (2,4) und der Serie A (3,0). Innerhalb der Bundesliga erzielte der FC Bayern München insbesondere in den Bereichen Spieltag und Sponsoring/kommerzielle Erlöse deutlich höhere Einnahmen als der Ligadurchschnitt: Mit 121 Mio. Euro aus Spieltagerlösen und 419 Mio. Euro aus Sponsoring und kommerziellen Erlösen erreichte der Club das 4,0- bzw. 4,2-Fache des durchschnittlichen Ligawertes. Ohne den Umsatz des FC Bayern im Ligadurchschnitt wird die Differenz noch deutlicher: Der Club erzielte das 4,9-Fache der Spielteinnahmen und das 5,3-Fache der Sponsoring- und kommerziellen Erlöse im Vergleich zu den übrigen 17 Clubs. Interessant ist zudem, dass der FC Bayern München als umsatzstärkster Club der Bundesliga das 2,4-Fache der Medienerlöse im Vergleich zum Ligadurchschnitt (inkl. FCB) in der Saison 2022/23 generierte, während dieser Faktor in der englischen Premier League (umsatzstärkster Club 2022/23: Manchester City) nur bei 1,9 liegt. Dies ist auf den im Vergleich zur Bundesliga solidarischeren Verteilungsschlüssel der Premier League zurückzuführen.

3) Die vergleichbaren Umsatzzahlen werden von Bayer 04 Leverkusen und RB Leipzig nicht veröffentlicht.

Abb. 8 – Aufteilung des durchschnittlichen Gesamtumsatzes nach Erlöskategorien und Vergleich mit umsatzstärkstem Club 2022/23 (in Mio. Euro)



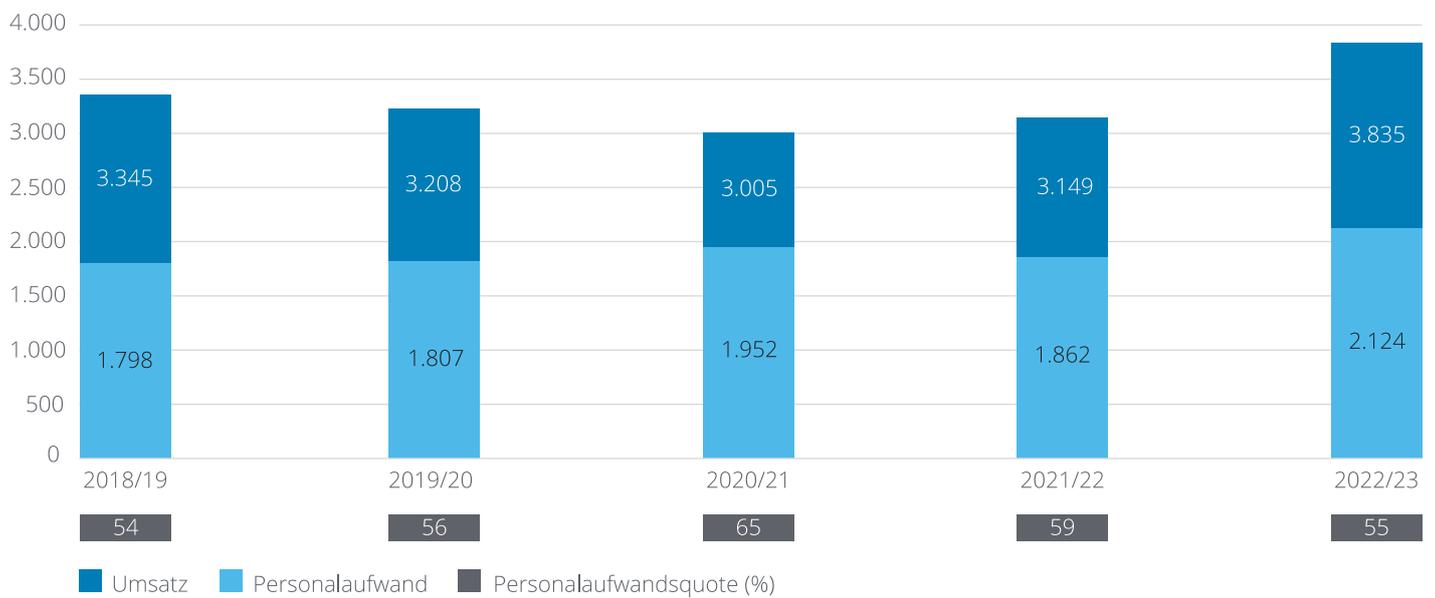
Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Dargestellte Clubs sind die Clubs mit dem höchsten Umsatz der jeweiligen Liga. Der Faktor entspricht dem Verhältnis zum Durchschnittsumsatz der Liga. Die gezeigten Umsätze der Ligen inkludieren jeweils den umsatzstärksten Club.

Quellen: Clubs, Ligen, Deloitte-Analyse.

Personalaufwand der Bundesliga

Nach der pandemiebedingt hohen Personalaufwandsquote in der vorletzten Saison konnte diese das zweite Jahr in Folge gesenkt werden und lag in der Saison 2022/23 mit 55 % nahezu auf vorpandemischem Niveau. Der Hauptgrund dafür war der in absoluten Zahlen stärkere Anstieg der Umsatzerlöse im Vergleich zu den Personalkosten. Diese Entwicklung spiegelt erneut die wirtschaftliche Stabilität der deutschen Clubs wider.

Abb. 9 – Entwicklung des Personalaufwands der Bundesliga im Vergleich zum Umsatz seit 2018/19 (in Mio. Euro)



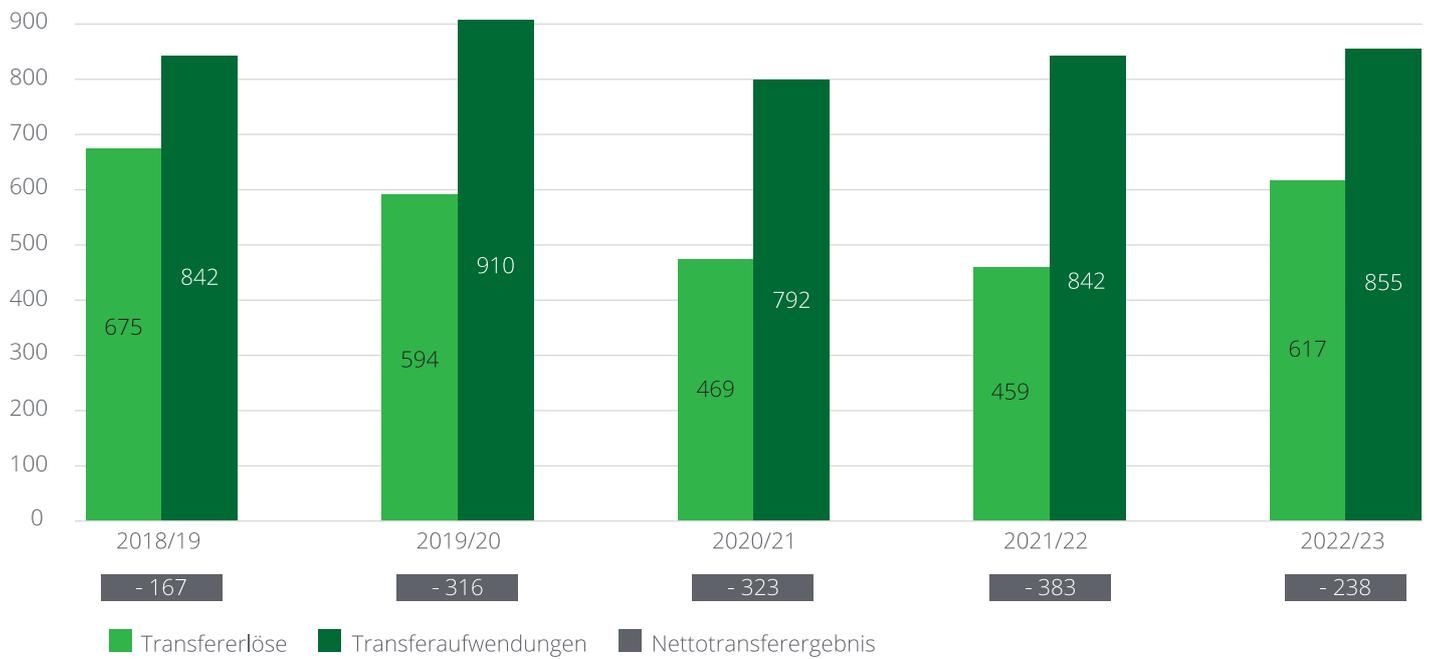
Anmerkung: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten.

Quellen: DFL, Deloitte-Analyse.

Entwicklung der Transferaktivitäten der Bundesliga

Die Transferausgaben stiegen in der Saison 2022/23 um 2 % (+ 14 Mio. Euro) auf 855 Mio. Euro. Damit lagen sie leicht über dem Niveau der Saison 2018/19 und nur 55 Mio. Euro unter dem Rekordwert der Saison 2019/20. Auf der Erlösseite kam es zu einem Anstieg von 34 % (+ 158 Mio. Euro), was zu einer Verbesserung des Nettotransferergebnisses auf - 238 Mio. Euro führte.

Abb. 10 – Entwicklung der Transfererlöse und -aufwendungen der Bundesliga seit 2018/19 (in Mio. Euro)



Quellen: DFL, Deloitte-Analyse.

Die 2. Bundesliga und die Championship im Vergleich

In der Saison 2022/23 zeigten die beiden umsatzstärksten „Unterhäuser“ des europäischen Fußballs unterschiedliche wirtschaftliche Trends. Während der Gesamtumsatz der 2. Bundesliga um 48 Mio. Euro (- 6 %) zurückging, konnte die Championship ein Umsatzplus von 61 Mio. Euro (+ 8 %) verzeichnen. Dies spiegelte sich auch in den kommerziellen Einnahmen wider, die in der 2. Bundesliga um 83 Mio. Euro (- 20 %) sanken, während sie in der Championship um 35 Mio. Euro (+ 18 %) stiegen. Der Rückgang der kommerziellen Einnahmen der 2. Bundesliga wurde teilweise durch einen Anstieg der Spieltagerlöse um 41 Mio. Euro (+ 33 %) gedämpft, was deutlich über dem Anstieg in der Championship um 21 Mio. Euro (+ 14 %) lag.

Gesamtumsätze der 2. Bundesliga und der Championship

Die 18 Clubs der 2. Bundesliga erzielten in der Saison 2022/23 einen Gesamtumsatz von 741 Mio. Euro (exklusive Transferaktivitäten), was einem Rückgang von 48 Mio. Euro (- 6 %) im Vergleich zur Vorsaison entspricht. Der Hauptgrund dafür war ein Minus bei den kommerziellen Einnahmen von 83 Mio. Euro (- 20 %). Dies lässt sich unter anderem auf den gemeinsamen Aufstieg des FC Schalke 04 und des SV Werder Bremen in die Bundesliga in der Saison 2021/22 zurückführen, da beide Clubs vergleichsweise hohe kommerzielle Erlöse erwirtschafteten, insbesondere im Vergleich zu anderen Clubs der 2. Bundesliga.

In der Saison 2022/23 machten die kommerziellen Einnahmen 44 % des Gesamtumsatzes aus (51 % 2021/22) und blieben damit weiterhin das wichtigste Umsatzsegment. Einen weiteren zentralen Bestandteil des Umsatzes stellten die Medienerlöse dar, die in der Saison 2022/23 um 7 Mio. Euro (- 3 %) auf 251 Mio. Euro (14 Mio. Euro pro Club) zurückgingen und 34 % des Gesamtumsatzes ausmachten (plus einen Prozentpunkt im Vergleich zur Vorsaison).

Die negative Entwicklung dieser beiden Erlösströme konnte teilweise durch den Anstieg der Spieltagerlöse um 41 Mio. Euro (+ 33 %) abgefedert werden. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass die Saison 2022/23 für die 2. Bundesliga die erste Spielzeit seit Beginn der COVID-19-Pandemie war, die vollständig ohne jegliche Einschränkungen durchgeführt werden konnte. Dabei stieg der Zuschauerschnitt auf 22.154 in der Saison 2022/23 (+ 7.856 bzw. + 55 % im Vergleich zur Vorsaison).

Mit insgesamt 6,8 Millionen Stadionbesuchern in der Saison 2022/23 verzeichnete die 2. Bundesliga einen neuen Zuschauerrekord und übertraf somit das vorpandemische Niveau der Saison 2018/19 um 17 %. Insgesamt machten die Spieltagerlöse 23 % des Gesamtumsatzes aus (plus sieben Prozentpunkte im Vergleich zur Vorsaison).

Im selben Zeitraum erzielten die 24 Clubs der englischen Championship einen Gesamtumsatz von 861 Mio. Euro, was einem Zuwachs von 61 Mio. Euro (+ 8 %) im Vergleich zur Vorsaison entspricht.

Den größten Anstieg verzeichneten die kommerziellen Einnahmen mit 35 Mio. Euro (bzw. + 18 %), gefolgt von den Spieltagerlösen mit 21 Mio. Euro (+ 14 %). Der Anstieg der Spieltagerlöse war vor allem durch höhere Zuschauerzahlen in der gesamten Liga bedingt.

Insgesamt besuchten mehr als 10 Millionen Fans die Spiele (durchschnittlich 18.925 pro Spiel). Gemessen an der Gesamtzuschauerzahl steht die Liga an fünfter Stelle der meistbesuchten Ligen in Europa, hinter der Premier League, der Bundesliga, La Liga und der Serie A. Dennoch lagen die Spieltagerlöse der Saison 2022/23 in Höhe von 175 Mio. Euro noch unter dem vorpandemischen Niveau der Saison 2018/19 (188 Mio. Euro). Der Zuwachs bei den kommerziellen Erlösen ist sowohl durch den Club-Mix als auch durch verstärkte kommerzielle Aktivitäten in der gesamten Liga zu erklären. Die Clubs suchen vermehrt nach neuen Möglichkeiten, ihre kommerziellen Einnahmen zu steigern, und nutzen ihre Stadien zunehmend als ganzjährige Mehrzweck-Veranstaltungsorte, zum Beispiel für Konzerte und andere Events.

Transferleistungen der Premier League an Championship-Clubs

Im Gegensatz zur 2. Bundesliga, bei welcher die Medienrechte gemeinsam mit der Bundesliga vermarktet werden, wird die Championship zusammen mit der dritt- und vierthöchsten englischen Liga (League One und League Two) – und damit losgelöst von der Premier League – vermarktet.

Unabhängig davon leistet die Premier League jedoch sogenannte „Fallschirm-“ und „Solidaritätszahlungen“ an Championship-Clubs. Diese verfolgen das Ziel, die Umsatzdifferenz zwischen den Ligen sowie das wirtschaftliche Risiko im Falle eines Abstiegs in die zweitklassige Championship zu verringern. So erhalten Clubs, welche in die Championship absteigen, für einen Zeitraum von bis zu drei Jahren Fallschirmzahlungen, deren Höhe mit jedem Jahr geringer wird, während an die übrigen Championship-Clubs (deutlich geringere) Solidaritätszahlungen ausgeschüttet werden. Sowohl Fallschirm- als auch Solidaritätszahlungen stammen aus den zentralen TV-Erlösen der Premier League und werden daher als Erlöse aus Medienrechten kategorisiert.

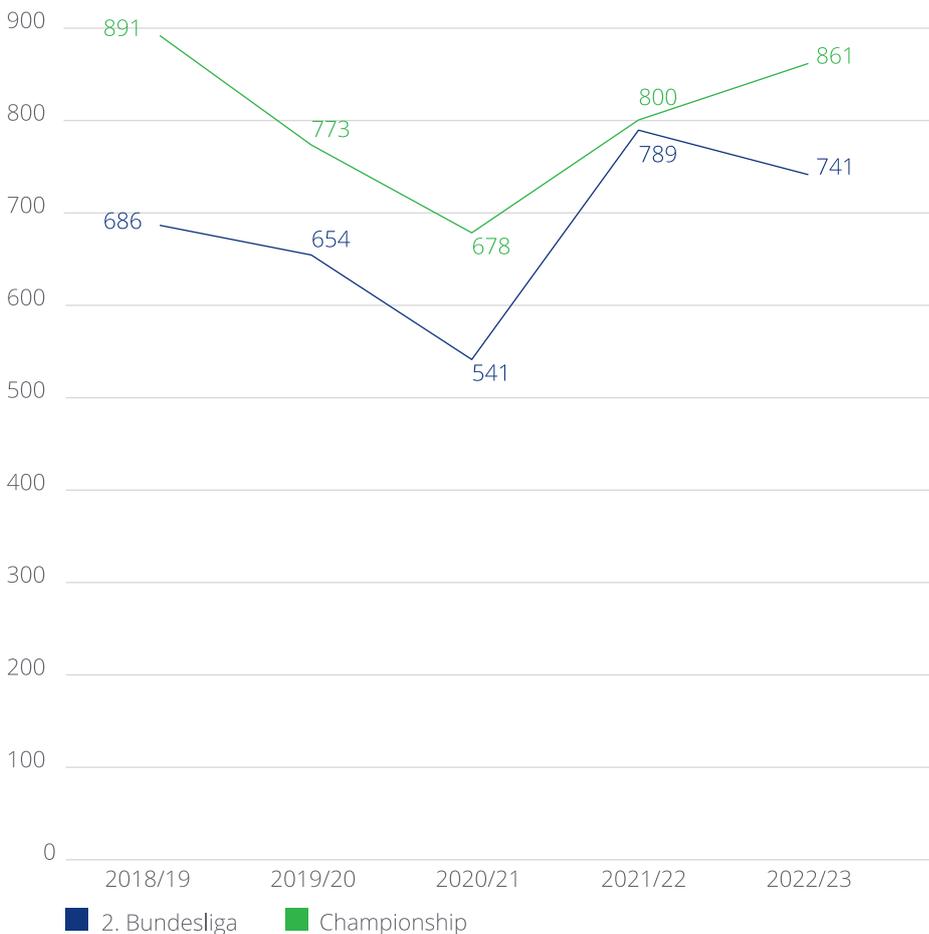
Die 18 Clubs der 2. Bundesliga erzielten in der Saison 2022/23 einen Gesamtumsatz von 741 Mio. Euro (exklusive Transferaktivitäten), was einem Rückgang von 48 Mio. Euro (- 6 %) im Vergleich zur Vorsaison entspricht.

Trotzdem stellten die Medienerlöse in der englischen Championship weiterhin das größte Umsatzsegment dar und machten in der Saison 2022/23 53 % des Gesamtumsatzes aus (57 % 2021/22). Die Medienerlöse stiegen nur moderat um 3 Mio. Euro (bzw. + 1 %) auf 457 Mio. Euro (19 Mio. Euro pro Club), davon betrug die Fallschirmzahlungen etwa 200 Mio. Pfund (230 Mio. Euro). Abzüglich dieser Zahlungen blieben die Medienerlöse relativ stabil (2021/22: 229 Mio. Euro; 2022/23: 227 Mio. Euro).

Die English Football League (EFL) hat jedoch mit Sky Sports einen Rekordvertrag über nationale Rechte der drei Ligen

(Championship, League One und League Two) im Wert von 895 Mio. Pfund (ca. 1 Mrd. Euro) abgeschlossen, zuzüglich weiterer Marketingvorteile im Wert von 40 Mio. Pfund (ca. 46 Mio. Euro). Diese Marketingvorteile werden von Sky Sports in Werbung und Marketing investiert, um das Profil der EFL-Wettbewerbe, der Clubs und ihrer Gemeinschaftsinitiativen zu stärken. Der Vertrag gilt für fünf Jahre ab der Saison 2024/25 und entspricht einer Steigerung von 50 % im Vergleich zum aktuellen Rechtezyklus. Somit profitieren alle drei Ligen der EFL. Mit Blick auf die Championship und auf Basis des bestehenden Verteilungsschlüssels der EFL werden sich deren Medienerlöse ab der Saison 2024/25 um rund 46 % erhöhen.

Abb. 11 – Umsatzentwicklung der 2. Bundesliga und der Championship 2018/19 bis 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkung: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten.

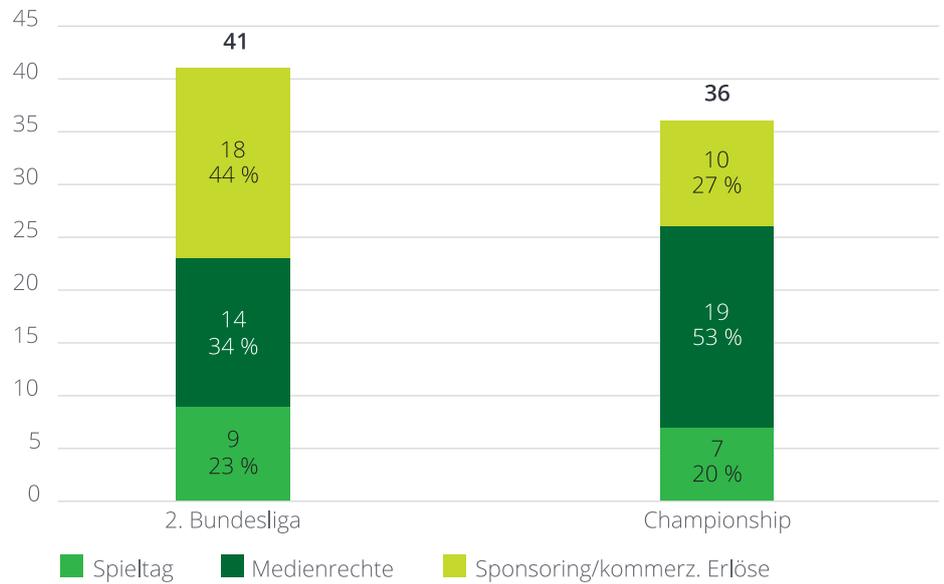
Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

Umsätze pro Club der 2. Bundesliga und der Championship

Beim Vergleich der Umsätze pro Club zwischen der 2. Bundesliga und der englischen Championship lässt sich feststellen, dass die deutschen Zweitligisten in der Saison 2022/23 durchschnittlich einen um 5 Mio. Euro höheren Umsatz erzielten (2. Bundesliga: 41 Mio. Euro pro Club vs. Championship: 36 Mio. Euro). Dieser Abstand hat sich im Vergleich zur Vorsaison verkleinert: In der Saison 2021/22 erzielten die Clubs der 2. Bundesliga im Schnitt 44 Mio. Euro, während die Championship-Clubs bei 33 Mio. Euro lagen. Im Bereich der Medienerlöse lag die Championship in der Saison 2022/23 jedoch vor der 2. Bundesliga, mit 19 Mio. Euro pro Club im Vergleich zu 14 Mio. Euro in der 2. Bundesliga. Auch in der Vorsaison wies die 2. Bundesliga einen ähnlichen Vorteil von 5 Mio. Euro gegenüber der Championship auf.

Ein wesentlicher Unterschied zwischen beiden Ligen liegt in der Vermarktungsstruktur: In Deutschland werden die Bundesliga und die 2. Bundesliga gemeinsam vermarktet, wobei die Erlöse über einen Verteilungsschlüssel auf alle 36 Clubs aufgeteilt werden, was auch den Clubs der 2. Bundesliga zugutekommt. Im Gegensatz dazu werden alle EFL-Clubs (Championship: 24 Clubs; League One: 24 Clubs; League Two: 24 Clubs) unabhängig von der Premier League vermarktet, wobei die Championship-Clubs einen größeren Anteil an den Medienerlösen erhalten als die beiden unteren Ligen. Im kommerziellen Bereich hatte die 2. Bundesliga in der Saison 2022/23 einen Umsatzvorteil von 8 Mio. Euro pro Club gegenüber der Championship, allerdings hat sich dieser Vorsprung im Vergleich zur Vorsaison, als er noch bei 15 Mio. Euro pro Club lag, deutlich verringert.

Abb. 12 – Aufteilung des durchschnittlichen Gesamtumsatzes pro Club der 2. Bundesliga und der Championship nach Erlöskategorien 2022/23 (in Mio. Euro)



Kategorie	2. Bundesliga (Mio. Euro)	Championship (Mio. Euro)
Gesamtumsatz (Mio. Euro)	741	861
Durchschnittliche Zuschauerzahl pro Spiel	22.154	18.925
Anzahl der Clubs	18	24

Anmerkung: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten.

Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

Betriebsergebnisse der 2. Bundesliga und der Championship

In der Saison 2022/23 erzielten die Clubs der 2. Bundesliga ein positives Betriebsergebnis von 15 Mio. Euro (bzw. 1 Mio. Euro pro Club). Im Vergleich zur Vorsaison sank das Betriebsergebnis um 2 Mio. Euro (- 0,1 Mio. Euro pro Club). Diese negative Entwicklung der Profitabilität resultierte daraus, dass der Gesamtumsatz stärker zurückging (- 3 Mio. Euro pro Club bzw. - 6 %) als die Personalkosten (- 2 Mio. Euro pro Club bzw. - 9 %).

Die Clubs der Championship wiesen hingegen ein negatives Betriebsergebnis von - 363 Mio. Euro (- 15 Mio. Euro pro Club) auf, was eine Verbesserung gegenüber der Vorsaison darstellt, mit einem Plus von 54 Mio. Euro bzw. 2 Mio. Euro pro Club (+ 13 %).

Zum dritten Mal in Folge sanken die Personalkosten der Championship-Clubs. Dieser Rückgang, kombiniert mit höheren Einnahmen, führte dazu, dass die Einnahmen der Championship-Clubs erstmals seit der Saison 2016/17 die Personalkosten übertrafen und die Personalaufwandsquote mit 94 % unter 100 % lag (Vorsaison: 108 %). Dennoch bleibt diese Quote weit über der 50-Prozent-Marke der 2. Bundesliga, die durch eine höhere wirtschaftliche Stabilität gekennzeichnet ist. Folglich sehen sich die englischen Clubs weiterhin mit erheblichen wirtschaftlichen Herausforderungen konfrontiert.

Die Profiligen der DACH-Region im Vergleich

Die 2. Bundesliga erzielte im Betrachtungszeitraum von 2020/21 bis 2022/23 durchgehend den höchsten Gesamtumsatz der analysierten Ligen (Saison 2022/23: 741 Mio. Euro) und lag damit mindestens doppelt so hoch wie die zweitplatzierte ADMIRAL Bundesliga (Saison 2022/23: 356 Mio. Euro). Dahinter folgte die Schweizer CSSL mit einem Gesamtumsatz von 281 Mio. Euro, während die 3. Liga mit 224 Mio. Euro in der Saison 2022/23 deutlich hinter den anderen Ligen zurückblieb.

Gesamtumsätze der Profiligen in der DACH-Region

In dieser Ausgabe wurde erstmals eine Analyse durchgeführt, die sich auf weitere ausgewählte Ligen der DACH-Region konzentriert, namentlich die österreichische ADMIRAL Bundesliga, die Schweizer Credit Suisse Super League (CSSL) und die 3. Liga. Im Vergleich dieser Ligen erzielte die 2. Bundesliga über den gesamten Betrachtungszeitraum (2020/21 bis 2022/23) hinweg stets den mit Abstand höchsten Gesamtumsatz, der in der Saison 2022/23 bei 741 Mio. Euro lag.

Die ADMIRAL Bundesliga erzielte in der Saison 2022/23 den bisher höchsten Zuschauerschnitt von 7.551, da erstmals seit der Saison 2019/20 wieder sämtliche Zuschauerkapazitäten voll genutzt werden durften.

Die zweitumsatzstärkste österreichische ADMIRAL Bundesliga, die im Betrachtungszeitraum aus zwölf Clubs bestand, erzielte in der Saison 2022/23 einen Gesamtumsatz von 356 Mio. Euro (+ 36 Mio. Euro bzw. + 11 % im Vergleich zur Vorsaison). Die kommerziellen Einnahmen, die mit 258 Mio. Euro den größten Anteil am Gesamtumsatz ausmachten, trugen 73 % dazu bei und stiegen gegenüber der Vorsaison um 17 Mio. Euro (+ 7 %).

Der zweitgrößte Umsatztreiber waren die Spieltagerlöse, die um 12 Mio. Euro (+ 32 %) anstiegen. Die ADMIRAL Bundesliga erzielte in der Saison 2022/23 den bisher höchsten Zuschauerschnitt von 7.551, da erstmals seit der Saison 2019/20 wieder sämtliche Zuschauerkapazitäten voll genutzt werden durften. Auch die Medienerlöse erhöhten sich um 6 Mio. Euro (+ 16 %) auf 46 Mio. Euro, was größtenteils auf den neuen Vierjahres-Medienrechtezyklus ab der Saison 2022/23 zurückzuführen ist.

Das Spielformat der ADMIRAL Bundesliga

Die ADMIRAL Bundesliga besteht aus zwölf Clubs und wird in zwei Phasen gespielt: den Grunddurchgang und den Finaldurchgang. Im Grunddurchgang tritt jeder Club in einer Hin- und Rückrunde gegen jeden anderen Club an, was insgesamt 22 Spiele pro Club ergibt. Nach Abschluss dieser Phase wird die Tabelle in zwei Hälften geteilt: Die besten sechs Clubs spielen in der Meistergruppe, die restlichen sechs Clubs in der Qualifikationsgruppe.

Vor Beginn des Finaldurchgangs werden die Punkte aus dem Grunddurchgang halbiert (bei halben Punkten aufgerundet). In beiden Gruppen spielt jeder Club erneut 10 Spiele (jeweils einmal zuhause und auswärts gegen die anderen Clubs der Gruppe).

Der Sieger der Meistergruppe wird österreichischer Meister, während der Letzte der Qualifikationsgruppe direkt in die zweite Liga absteigt.

Dank der aktuell guten Platzierung Österreichs in der UEFA-5-Jahreswertung ist der Meister direkt für die Gruppenphase der UEFA Champions League qualifiziert. Weitere Clubs, wie der Vize-Meister, der Dritte der Liga, der ÖFB-Cup-Sieger sowie der Gewinner der ADMIRAL Bundesliga-internen Europacup-Playoffs (ausgetragen zwischen dem Sieger der Qualifikationsgruppe und dem Vierten bzw. Fünften der Meistergruppe) nehmen an Qualifikationsspielen teil, um sich für die UEFA Europa League und die UEFA Conference League zu qualifizieren.

Die Schweizer CSSL, die in den Spielzeiten 2020/21 bis 2022/23 nur aus zehn Clubs bestand, verzeichnete ebenfalls ein Umsatzplus von 14 Mio. Euro (+ 5 %) im Vergleich zur Vorsaison. Haupttreiber hierfür waren die stark gestiegenen Spieltagerlöse, die um 29 Mio. Euro (+ 45 %) anwuchsen, was durch die vollständige Rückkehr der Fans bedingt war. Mit einer Gesamtzahl von 2,4 Millionen Zuschauern (13.172 Zuschauer im Schnitt) erreichte die CSSL einen neuen Rekord in der Lighistorie.

Der aktuelle nationale Rechtezyklus der Schweizer CSSL mit „blue Sport“ (Pay-TV-Angebot der Swisscom) läuft von 2021/22 bis 2024/25 und bringt pro Saison rund 35 Mio. Schweizer Franken ein. Ab der Saison 2023/24 wurde die Liga auf zwölf (zuvor zehn) Clubs erweitert und ein neuer zweistufiger Modus nach schottischem Vorbild eingeführt. Dadurch erhöht sich die Gesamtanzahl der Spiele von 180 auf 228, was Potenzial für höhere Erlöse birgt.

Der Gesamtumsatz der 3. Liga (18 Clubs⁵⁾) konnte in der Saison 2022/23 um 39 Mio. Euro (+ 21 %) auf 224 Mio. Euro gesteigert werden. Haupttreiber dieses Wachstums waren die kommerziellen Einnahmen (+ 25 Mio. Euro bzw. + 19 %) sowie die Spieltagerlöse (+ 14 Mio. Euro bzw. + 47 %). Dennoch blieb die 3. Liga im Vergleich zu den analysierten Ligen deutlich zurück und erzielte etwa ein Drittel des Gesamtumsatzes der 2. Bundesliga.

Das neue Spielformat der Schweizer CSSL ab der Saison 2023/24

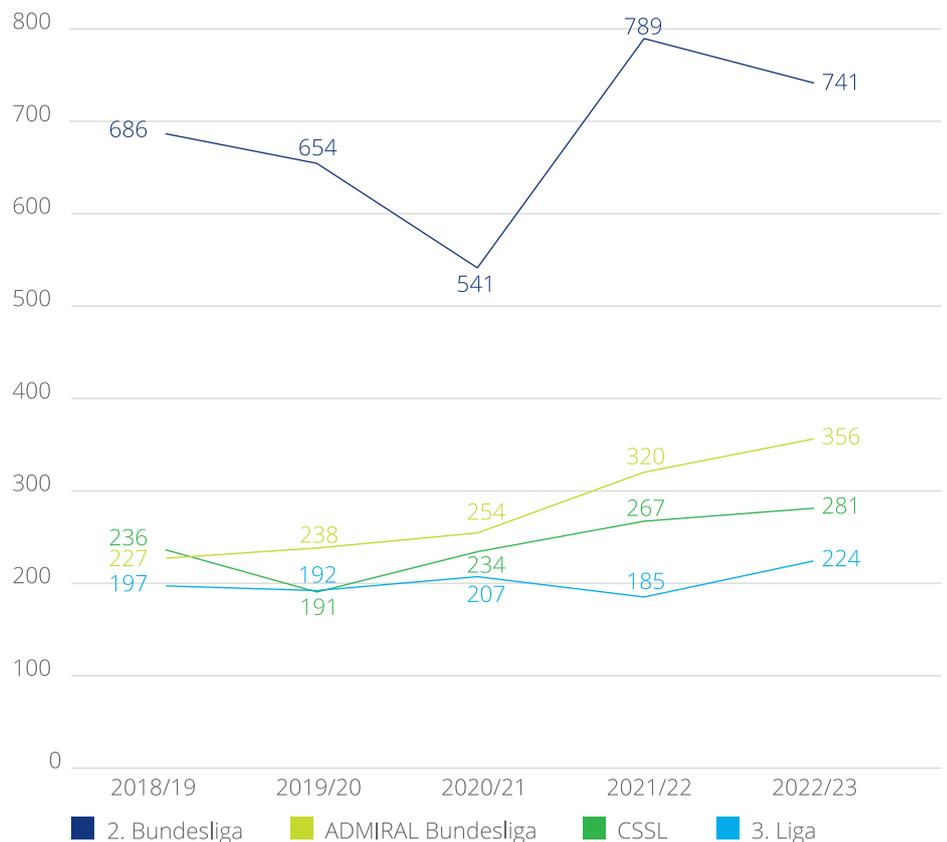
Ab der Saison 2023/24 wird die höchste Liga der Schweiz, die Credit Suisse Super League (CSSL), in einem zweistufigen Modus mit zwölf Clubs ausgetragen.

In der ersten Phase der Meisterschaft treten alle zwölf Clubs dreimal gegeneinander an, was 33 Runden bzw. 198 Spiele ergibt. Anschließend wird die Tabelle geteilt:

- Die besten sechs Clubs spielen in der zweiten Phase (5 Runden, 30 Spiele) um den Meistertitel sowie um die Plätze für die europäischen Wettbewerbe.
- Die unteren sechs Clubs kämpfen in dieser Phase um den Klassenerhalt.

Nach insgesamt 38 Runden (228 Spiele) stehen der Meister, die qualifizierten Clubs für die europäischen Wettbewerbe, der direkte Absteiger (Platz zwölf) sowie der Teilnehmer an der Barrage⁴⁾ (Platz elf) fest. Die in der regulären Saison erzielten Punkte werden in die zweite Phase übernommen.

Abb. 13 – Umsatzentwicklung der Profiligen in der DACH-Region 2018/19 bis 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkung: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Die Ligen bzw. Clubs haben teilweise unterschiedliche Finanzkalenderjahre und wenden teils unterschiedliche Rechnungsabgrenzungen an. Dennoch sind grundsätzliche Aussagen dieser Analyse unseres Erachtens nach valide.

Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

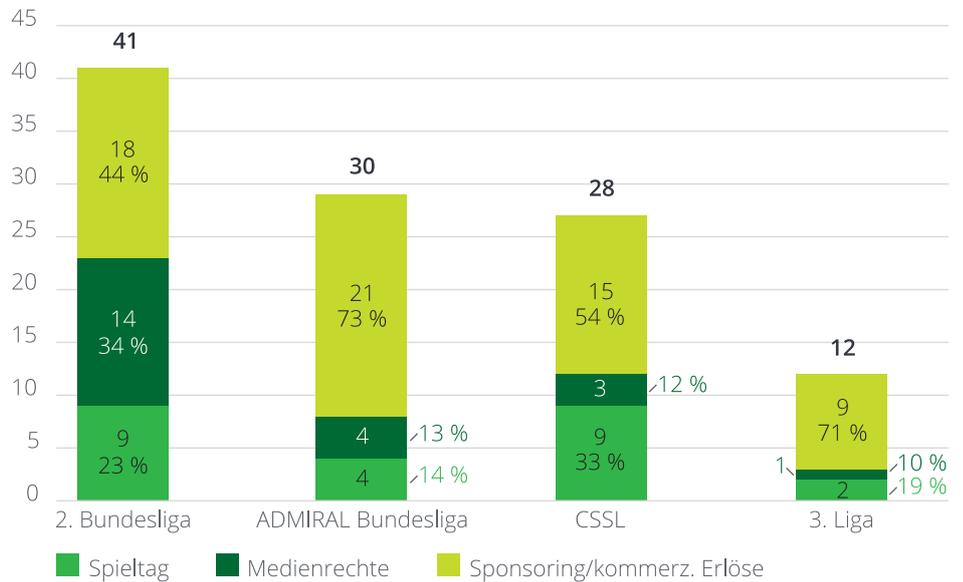
4) In der Schweizer Credit Suisse Super League (CSSL) bezeichnet die Barrage die Relegationsspiele zwischen dem Elften der Super League und dem Zweiten der dieci Challenge League (DCL), also der zweithöchsten Liga. Der Gewinner dieser Spiele sichert sich einen Platz in der Super League für die kommende Saison, während der Verlierer in der dieci Challenge League spielt.

5) Die 3. Liga bestand im Betrachtungszeitraum stets aus 20 Clubs, jedoch werden hier ausschließlich Clubs mit einer ersten Mannschaft in der 3. Liga betrachtet.

Umsätze pro Club der Profiligen in der DACH-Region

Aufgrund der unterschiedlichen Anzahl an Clubs innerhalb der betrachteten Ligen ist eine Pro-Club-Betrachtung sinnvoll. Der Vergleich zeigt, dass die 2. Bundesliga in der Saison 2022/23 mit durchschnittlich 41 Mio. Euro pro Club auch hier die Spitzenposition unter den analysierten Ligen einnahm. Die ADMIRAL Bundesliga folgte mit 30 Mio. Euro pro Club, während die zehn Schweizer Clubs im Durchschnitt 28 Mio. Euro erzielten. Die Einnahmen der Clubs der 3. Liga fielen mit 12 Mio. Euro pro Club deutlich geringer aus.

Abb. 14 – Aufteilung des durchschnittlichen Gesamtumsatzes pro Club der Profiligen in der DACH-Region nach Erlöskategorien 2022/23 (in Mio. Euro)



Gesamtumsatz (Mio. Euro)

741

356

281

224

Durchschnittliche Zuschauerzahl pro Spiel

22.154

7.551

13.172

8.199

Anzahl der Clubs

18

12

10

18

Anmerkung: Exklusive Transferaktivitäten. Da die Ligen bzw. Clubs teilweise unterschiedliche Finanzkalenderjahre verwenden und teils abweichende Rechnungslegungspraktiken anwenden, kann es dazu kommen, dass Umsätze aus einer Saison teilweise in einer anderen Saison gebucht wurden. Es wurden keine Anpassungen an den von den Ligen bereitgestellten Zahlen vorgenommen. Die 3. Liga bestand in der Saison 2022/23 aus 20 Clubs, allerdings werden hier ausschließlich Clubs mit einer ersten Mannschaft in der Liga betrachtet.

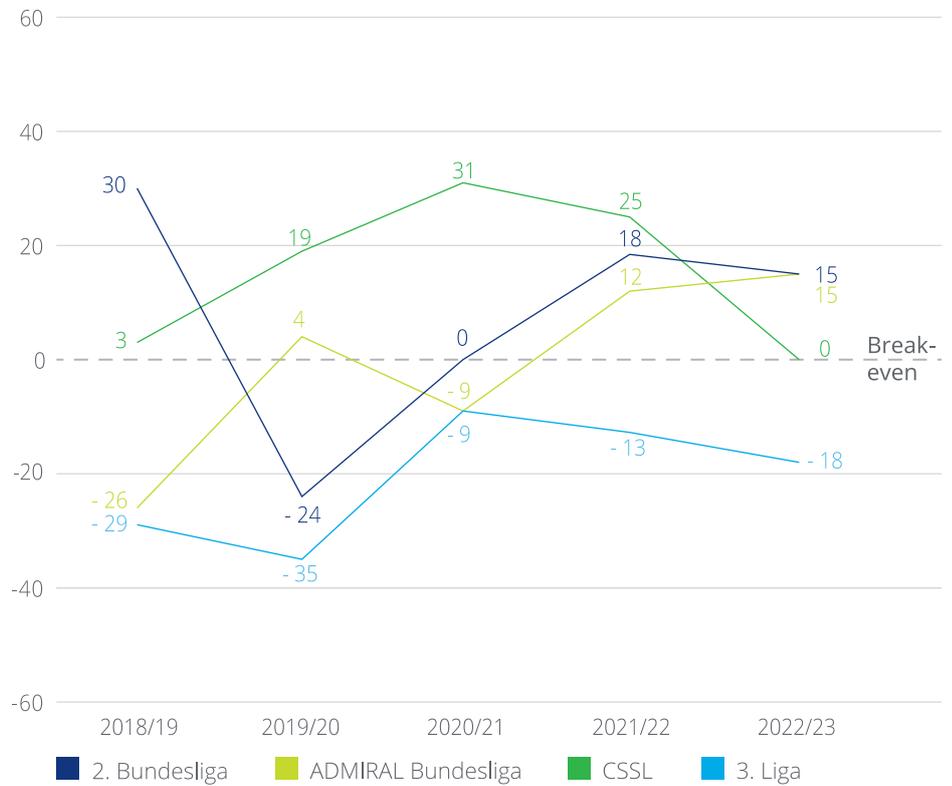
Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

Betriebsergebnisse der Profiligen in der DACH-Region

Die zwölf Clubs der ADMIRAL Bundesliga erwirtschafteten in der Saison 2022/23 einen operativen Gewinn von 15 Mio. Euro (1 Mio. Euro pro Club), was einer Steigerung von 3 Mio. Euro (+ 24 %) im Vergleich zur Vorsaison entspricht. Zudem wies die österreichische Topliga zum zweiten Mal in Folge die niedrigste Personalaufwandsquote (Saison 2022/23 44 %) unter den analysierten Ligen auf, was ihre finanzielle Stabilität unterstreicht.

Die 2. Bundesliga erzielte ebenfalls ein Betriebsergebnis von 15 Mio. Euro (1 Mio. Euro pro Club), was einem Rückgang um 2 Mio. Euro (- 14 %) im Vergleich zur Vorsaison entspricht. Die höchste Personalaufwandsquote wies die CSSL mit 73 % auf (plus elf Prozentpunkte im Vergleich zur Vorsaison). Mit einem Betriebsergebnis von 0,2 Mio. Euro lag sie deutlich hinter den beiden Ligen in der Vergleichsgruppe, was eine Verschlechterung von 24 Mio. Euro gegenüber der Vorsaison darstellt. Bemerkenswert ist, dass die 3. Liga die einzige Liga ist, die einen operativen Verlust in der Saison 2022/23 erwirtschaftete. Mit einem Betriebsergebnis von - 18 Mio. Euro (- 1 Mio. Euro pro Club) ergab sich eine leichte Verschlechterung um 6 Mio. Euro (- 43 %) gegenüber der Vorsaison, wohingegen sich die Personalaufwandsquote um einen Prozentpunkt auf 56 % reduzierte.

Abb. 15 – Betriebsergebnisse der Profiligen in der DACH-Region 2018/19 bis 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkungen: Das Betriebsergebnis ist als Erlöse minus Gehalts- und Lohnkosten sowie andere operative Kosten definiert und exkludiert Transfers. Unterschiede in der Rechnungslegung mögen einen Einfluss auf den Vergleich der einzelnen Ligen haben. Dennoch sind grundsätzliche Aussagen dieser Analyse unseres Erachtens nach valide. Alle genannten Werte sind exklusive Abschreibungen für Spielertransfers und bestimmter außerordentlicher Positionen.

Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

Basis unserer Analysen

Die beiden Begriffe „Land“ und „Liga“ werden im Rahmen dieser Studie synonym verwendet. Gleiches gilt für „Umsätze“ und „Erlöse“ sowie für „Aufwand“ und „Kosten“. Sofern nicht anders vermerkt, bezieht sich die Analyse auf die Top-Liga des jeweiligen Landes. In der folgenden Tabelle ist die Anzahl der Clubs in den „Big Five“-Ligen für den Betrachtungszeitraum von 2018/19 bis 2022/23 dargestellt:

Land	Liga	Clubs
Deutschland	Bundesliga	18
England	Premier League	20
Frankreich	Ligue 1	20
Italien	Serie A	20
Spanien	La Liga	20
Deutschland	2. Bundesliga	18
England	Championship	24
Österreich	ADMIRAL Bundesliga	12
Schweiz	Credit Suisse Super League	10
Deutschland	3. Liga	18/19

Anmerkung: Die 3. Liga besteht aus 20 Clubs, allerdings werden ausschließlich Clubs mit einer ersten Mannschaft in dieser Liga betrachtet. In der Saison 2020/21 waren es 19 Clubs, während es in den Spielzeiten 2021/22 und 2022/23 jeweils 18 Clubs waren. Zudem wird die Ligue 1 ab der Saison 2023/24 aus 18 Clubs bestehen und die Credit Suisse Super League aus 12.

Verfügbarkeit der Finanzdaten von Fußballclubs

Die Analyse der Finanzdaten der verschiedenen europäischen Fußball-Ligen basiert auf öffentlich verfügbaren Einzel- oder Konzernabschlüssen bzw. auf Informationen, die der Sport Business Gruppe von Deloitte von den nationalen Verbänden bzw. Ligen zur Verfügung gestellt wurden.

Clubs, deren Jahresabschlussberichte für die Saison 2022/23 nicht zur Verfügung standen, sind nicht Bestandteil der Analyse. Die Beträge einzelner Ligen wurden hochgerechnet – in der Regel unter Verwendung der jeweiligen durchschnittlichen Zahlen der Liga –, um die Gesamtbeträge für Vergleichszwecke darstellen zu können. Entsprechend wurden auch die aggregierten Zahlen europäischer Ligen, sofern notwendig, hochgerechnet. Unsere Prognosen für die Saisons 2023/24 und 2024/25 basieren auf zukünftigen Finanzaufstellungen, welche uns bereits bekannt sind (z. B. Erlöse aus Medienrechten), sowie weiteren angemessenen Annahmen. Jedoch kann Deloitte keine Verantwortung für eventuelle Abweichungen übernehmen, da Umstände wider Erwarten eintreffen können.

Die Daten für die Clubs der Bundesliga ergeben sich aus den veröffentlichten Zahlen der DFL. Vor 2014/15 wurden verschiedene Tochtergesellschaften nicht konsolidiert. Der Einfluss dieser Veränderung ist aufgrund der Datenlage nicht eindeutig bestimmbar. Die Zahlen verschiedener Ligen ergeben sich aus einer Analyse der Geschäftsabschlüsse der Clubs. Generell werden die angegebenen Werte exklusive der Transferaktivitäten dargestellt.

Falls uns für alle Clubs einer Liga keine Finanzberichte vorlagen, wurden aggregierte Ligagesamtsummen zu Vergleichszwecken (von Jahr zu Jahr oder zwischen den Ligen) geschätzt. Einige Clubs haben im Jahr 2023 ihren Bilanzstichtag geändert, sodass nicht alle Berichtszeiträume zwölf Monate umfassen. Bei einigen Datenpunkten haben wir Anpassungen vorgenommen, um diese vergleichbar mit den anderen Ligen zu machen.

Einschränkungen hinsichtlich der veröffentlichten Informationen

Wie erwähnt, basiert die Untersuchung auf Informationen der Einzel- oder Konzernabschlüsse sowie auf weiteren verfügbaren Quellen. Dies führt aus den folgenden genannten Gründen vereinzelt zu Problemen beim direkten Vergleich zwischen Clubs und Ligen:

- Aufgrund der unterschiedlichen Detailtiefen der veröffentlichten Geschäftszahlen der Clubs und Ligen wird insbesondere die Zuordnung der Erlöse und der kommerziellen Aktivitäten erschwert.
- Einige Clubs (Unternehmen/Konzerne) entfalten zunehmend Aktivitäten, die zum Teil – aufgrund von Bedeutung oder Natur der Aktivität – nur indirekt zum Kernfußballgeschäft zählen.
- Es ergeben sich Unterschiede in den von den Clubs angewandten Rechnungslegungsvorschriften nach den jeweiligen nationalen Rechnungslegungen oder den International Financial Reporting Standards (IFRS) und der Art, wie diese in der Praxis umgesetzt werden. In einigen wenigen Fällen haben wir Anpassungen hinsichtlich der Zuordnung der veröffentlichten Zahlen vorgenommen, um eine nach unserer Ansicht sinnvollere Vergleichbarkeit der Finanzergebnisse der Clubs zu ermöglichen.
- Die von uns verwendeten Werte in vorangegangenen Ausgaben dieser Studie können voneinander abweichen, da einzelne Zahlen auf Basis von neuen Informationen bzw. Korrekturen in den veröffentlichten Quellen angepasst wurden. Analog können sich die in dieser Studie für die Saison 2022/23 präsentierten Zahlen in Zukunft ändern (bspw. aufgrund von Anpassungen in Rechnungslegungsstandards).

Die Studie beinhaltet neben den Informationen aus Jahresabschlüssen verschiedene Informationen aus öffentlichen oder anderen direkten Quellen. Wir haben zum Zwecke dieses Berichts keine Überprüfung der Informationen aus den Jahresabschlussberichten oder aus anderen Quellen durchgeführt.

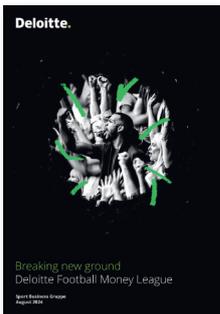
Wesentliche Grundlagen

Die veröffentlichten Geschäftszahlen der Ligen und Clubs unterscheiden im Hinblick auf Lohn- und Gehaltsaufwendungen nur selten zwischen Spielbetrieb und Handel/Verwaltung. Deshalb beziehen sich in dieser Studie die Verweise auf Löhne und Gehälter in der Regel auf die gesamten Personalaufwendungen eines Clubs bzw. einer Liga inklusive der nicht zum Spielbetrieb zählenden Angestellten. Das Betriebsergebnis ergibt sich aus dem Umsatz abzüglich der Personalaufwendungen sowie der sonstigen betrieblichen Aufwendungen, jedoch vor Abschreibungen und außerordentlichem Ergebnis. Das Ergebnis vor Steuern ist das Betriebsergebnis zuzüglich/abzüglich Abschreibungen und Wertminderungen auf Spielerregistrierungen und andere immaterielle Vermögenswerte, Gewinne/Verluste aus Spielerverkäufen, bestimmte ausgewiesene außergewöhnliche Posten sowie Finanzerträge/-aufwendungen.

Wechselkurse

Für unsere grenzüberschreitenden Analysen der Saison 2022/23 wurden alle Finanzzahlen für europäische Ligen mit dem Wechselkurs per 30. Juni des jeweiligen Jahres in Euro umgerechnet (30. Juni 2023: 1 £ = 1,15 €; 1 CHF = 1,02 €). Für Spielzeiten vor 2022/23 wurde der Wechselkurs für Schweizer Franken per 30. Juni des jeweiligen Jahres in Euro umgerechnet, während für den Wechselkurs des britischen Pfund die bereits publizierten Wechselkurse aus vorherigen Auflagen dieser Studie genutzt wurden. Für die Prognosen nach 2022/23 wurde der durchschnittliche Wechselkurs der zehn Monate bis zum 30. April 2024 verwendet (1 £ = 1,17 €).

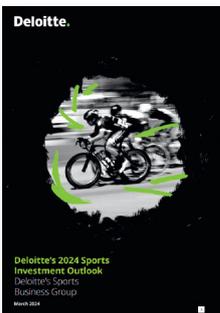
Ausgewählte Studien von Deloitte



Football Money League
(27. englische bzw. 18. deutsche Auflage)
Analyse der umsatzstärksten Fußballclubs der Welt und ausgewählter deutscher Bundesligacclubs



Let's Play!
(8. Auflage)
Analyse der Entwicklung des eSports-Marktes in Europa und differenzierter Blick im Rahmen von Interviews



2024 Sports Investment Outlook
Überblick über M&A-Trends und Marktaktivitäten im Sport für das Jahr 2024



Sports Retail Study
(3. Auflage)
Umfrageergebnisse zum Sport- und Sportkonsumverhalten in Deutschland und Europa



Media Consumer Survey
(16. Auflage)
Analyse der neuesten Trends im Bewegtbild-Konsum deutscher Verbraucher



Der deutsche Fitnessmarkt
(21. Auflage)
The European Health & Fitness Market
(11. Auflage)
Übersicht über die jüngsten Entwicklungen, Trends und Treiber im deutschen und europäischen Gesundheits- und Fitnessmarkt



TMT Predictions – Investitionen in Sportinfrastruktur
Analyse globaler Trends in der Entwicklung von Stadien und Sportstätten und deren wirtschaftliche, soziale und technologische Auswirkungen



2024 Sport Industry Outlook
Betrachtung von fünf Trends und deren Auswirkungen, mit denen Sportorganisationen im Laufe des Jahres 2024 konfrontiert werden

Kontakte



Stefan Ludwig

Partner

Leiter Sport Business Gruppe

Tel: +49 211 8772 4701

sludwig@deloitte.de



Kim Lachmann

Director

Sport Business Gruppe

Tel: +49 211 8772 3565

klachmann@deloitte.de



Tobias Henneke

Senior Consultant

Sport Business Gruppe

Tel: +49 89 29036 8614

thenneke@deloitte.de

Autoren

Stefan Ludwig, Kim Lachmann, Tobias Henneke, Zhida Qian

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte unsere Website auf www.deloitte.com/de/sport

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen (zusammen die „Deloitte-Organisation“). DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen, die sich gegenüber Dritten nicht gegenseitig verpflichten oder binden können. DTTL, jedes DTTL-Mitgliedsunternehmen und verbundene Unternehmen haften nur für ihre eigenen Handlungen und Unterlassungen und nicht für die der anderen. DTTL erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.deloitte.com/de/UeberUns.

Deloitte bietet branchenführende Leistungen in den Bereichen Audit und Assurance, Steuerberatung, Consulting, Financial Advisory und Risk Advisory für nahezu 90 % der Fortune Global 500®-Unternehmen und Tausende von privaten Unternehmen an. Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Unsere Mitarbeitenden liefern messbare und langfristig wirkende Ergebnisse, die dazu beitragen, das öffentliche Vertrauen in die Kapitalmärkte zu stärken, die unsere Kunden bei Wandel und Wachstum unterstützen und den Weg zu einer stärkeren Wirtschaft, einer gerechteren Gesellschaft und einer nachhaltigen Welt weisen. Deloitte baut auf eine über 175-jährige Geschichte auf und ist in mehr als 150 Ländern tätig. Erfahren Sie mehr darüber, wie die rund 457.000 Mitarbeitenden von Deloitte das Leitbild „making an impact that matters“ täglich leben: www.deloitte.com/de.

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen. Weder die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen noch deren verbundene Unternehmen (insgesamt die „Deloitte Organisation“) erbringen mit dieser Veröffentlichung eine professionelle Dienstleistung. Diese Veröffentlichung ist nicht geeignet, um geschäftliche oder finanzielle Entscheidungen zu treffen oder Handlungen vorzunehmen. Hierzu sollten Sie sich von einem qualifizierten Berater in Bezug auf den Einzelfall beraten lassen.

Es werden keine (ausdrücklichen oder stillschweigenden) Aussagen, Garantien oder Zusicherungen hinsichtlich der Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen in dieser Veröffentlichung gemacht, und weder DTTL noch ihre Mitgliedsunternehmen, verbundene Unternehmen, Mitarbeitenden oder Bevollmächtigten haften oder sind verantwortlich für Verluste oder Schäden jeglicher Art, die direkt oder indirekt im Zusammenhang mit Personen entstehen, die sich auf diese Veröffentlichung verlassen. DTTL und jede ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen.

Stand 12/2024

