



Home truths
Annual Review of Football Finance

Vorwort von Stefan Ludwig und Dan Jones	03
Das führende Team in der Sportberatung Die Leistungen der Sport Business Gruppe im Überblick	05
Europas Top-Ligen Detaillierte Analysen zur wirtschaftlichen Entwicklung des europäischen Fußballs	07
Die Bundesliga im Fokus Ein besonderer Blick auf die höchste deutsche Spielklasse	21
Die 2. Bundesliga und die englische Championship im Vergleich Wirtschaftliche Gegenüberstellung der zweiten Ligen in Deutschland und England	25
Exkurs: Vergabe der DFL-Medienrechte Wesentliche Entwicklungen	29
Exkurs: Die Entwicklung des Frauenfußballs Experteninterview mit Heike Ullrich	31
Basis unserer Analysen	35
Sport Business Gruppe	36

Vorwort

Willkommen zur 18. deutschen Ausgabe des „Deloitte Annual Review of Football Finance“. Neben den gewohnten Analysen zur wirtschaftlichen Entwicklung des europäischen Fußballmarktes und der gesonderten Betrachtung der finanziellen Entwicklung der Bundesliga sowie der 2. Bundesliga beleuchten wir in der diesjährigen Ausgabe in einem Exkurs die aktuelle Situation im professionellen Frauenfußball.

Von Stefan Ludwig und Dan Jones

Wir freuen uns, Ihnen auch in diesen außergewöhnlichen Zeiten der COVID-19-Pandemie die 18. deutsche Ausgabe des „Deloitte Annual Review of Football Finance“ präsentieren zu können, in der wir die wirtschaftliche Situation des europäischen Profifußballs analysieren und kommentieren.

Die zugrunde liegende Originalstudie der Deloitte Sports Business Group aus Manchester (UK) unter der Leitung von Dan Jones ist bereits in ihrer 29. Auflage erschienen. Sie enthält insbesondere detaillierte Informationen und Daten zu den englischen Profiligen. In der deutschsprachigen Studie stehen, wie gewohnt, die sogenannten europäischen „Big Five“-Ligen im Mittelpunkt unserer Analysen. Zu diesen umsatzstärksten Fußballligen der Welt zählen die englische Premier League, die Fußball-Bundesliga, die spanische Primera División, die italienische Serie A und die französische Ligue 1.

Darüber hinaus werfen wir einen gesonderten Blick auf die wirtschaftliche Entwicklung der Bundesliga und vergleichen außerdem die beiden umsatzstärksten zweiten Ligen: die englische Championship und die deutsche 2. Bundesliga. In zwei Sonderkapiteln gehen wir auf das Ergebnis der Medienrechteausschreibung der DFL für die Rechteperiode 2021/22 bis 2024/25 und die Entwicklung im professionellen Frauenfußball ein. Für das Thema Frauenfußball stand uns mit der stellvertretenden Generalsekretärin des DFB Heike Ullrich eine kompetente und erfahrene Interviewpartnerin zur Verfügung.

Obwohl wir uns in dieser Studie vorwiegend auf die Entwicklungen der Saison 2018/19 fokussieren, möchten wir auch auf aktuelle Geschehnisse eingehen. Das Ende der Saison 2019/20 wurde durch den Ausbruch der COVID-19-Pandemie überschattet, der in vielen Ligen zu einem vorzeitigen Abbruch oder einer Unterbrechung des Spielbetriebs führte. Für viele Menschen stellte dieser Schritt den ersten klaren Hinweis auf die Ernsthaftigkeit und den immensen Einfluss des Virus auf unser bisheriges soziales Leben dar. Anhand dieser Tatsache lässt sich bereits erkennen, dass der Fußball nach wie vor einen hohen Stellenwert besitzt und nicht umsonst als die „wichtigste Nebensache der Welt“ bezeichnet wird.

Zudem lässt das weiterhin vorhandene Interesse am Spitzenfußball trotz aller kritischen Diskussionen darauf hoffen, dass dem europäischen Fußball nach der Überwindung der Pandemie eine zeitnahe Erholung gelingt.

In der Saison 2018/19 konnte der europäische Fußballmarkt abermals ein Wachstum verzeichnen und erzielte einen neuen Rekordumsatz. So stiegen die Gesamterlöse im Vergleich zur vorherigen Spielzeit um rund 500 Mio. Euro (+2 %) auf nunmehr 28,9 Mrd. Euro an. Während die Verbände einen Umsatzrückgang in Höhe von 36 % auf insgesamt 2,7 Mrd. Euro verzeichneten, steigerten die „Big Five“-Ligen ihre Erlöse um 1,4 Mrd. Euro (+9 %) auf 17,0 Mrd. Euro und machen somit mittlerweile rund 59 % des europäischen Fußballmarktes aus.

Die englische Premier League weist einen Gesamtumsatz von 5,9 Mrd. Euro (+8 %) auf und vereint somit rund ein Fünftel der Erlöse im europäischen Fußball auf sich. Zudem konnte sie den Abstand zur nächstplatzierten Liga, trotz eines im Vergleich zu den übrigen Top-Ligen moderaten Umsatzwachstums, weiter ausbauen. Clubs der spanischen Top-Liga profitierten vor allem von den gestiegenen Ausschüttungen an die Teilnehmer der UEFA-Clubwettbewerbe und steigerten ihren Umsatz um über 300 Mio. Euro (+10 %) auf insgesamt 3,4 Mrd. Euro. Obwohl die Bundesliga vom 2. Platz im Ranking der europäischen Top-Ligen verdrängt wurde, erreichte sie ein beachtliches Umsatzwachstum von 177 Mio. Euro (+6 %), welches im Wesentlichen auf die vertraglich festgelegte schrittweise Erhöhung der Erlöse aus Medienrechten zurückzuführen ist.

Auf Basis der durchschnittlichen Erlöse pro Club bleibt die Bundesliga weiterhin die zweitumsatzstärkste Liga vor der spanischen Primera División. Darüber hinaus ist die höchste deutsche Liga die einzige der „Big Five“-Ligen mit 18 Teams. In allen anderen Ligen nehmen jeweils 20 Teams am Spielbetrieb teil.

Eine Analyse der Gehaltskosten zeigt, dass die Bundesliga trotz eines Anstiegs der Personalkosten um 7 % im Vergleich zum Vorjahr eine der nachhaltigsten Ligen im europäischen Fußball darstellt. Mit einem Verhältnis der Personalkosten zum Umsatz von 54 % unterbietet sie alle übrigen „Big Five“-Ligen wie z. B. Frankreich (73 %) und Italien (70 %). Noch gravierender ist der Unterschied bei den zweiten Ligen. Während die 2. Bundesliga eine Personalaufwandsquote von 50 % aufweist, beträgt diese bei der englischen Championship 107 %.

Das aggregierte Betriebsergebnis der fünf größten europäischen Ligen stieg in der Saison 2018/19 auf 1,4 Mrd. Euro (+7 %). Dies resultiert im Wesentlichen aus der finanziellen Entwicklung der spanischen Primera División (+219 Mio. Euro, +97 %), in der alle Clubs in der analysierten Saison ein positives Betriebsergebnis aufwiesen. Daneben konnte lediglich die Bundesliga ihre Profitabilität erhöhen (+21 Mio. Euro, +6 %). Die englische Premier League blieb zwar weiterhin die profitabelste Liga in Europa, musste aber bereits zum zweiten Mal in Folge einen Rückgang des Betriebsergebnisses hinnehmen (-45 Mio. Euro, -5 %). Die Ligen in Italien (-95 Mio. Euro, -161 %) und Frankreich (-8 Mio. Euro, -3 %) wiesen ein negatives Betriebsergebnis auf. Die wirtschaftlichen Entwicklungen auf Club- und Ligaebene für die Saisons 2019/20 und 2020/21 sind wesentlich von den Auswirkungen der Pandemie beeinflusst. Noch liegen nur wenige veröffentlichte Finanzdaten vor. In unseren Prognosen haben wir erste Erkenntnisse verarbeitet und verschiedene Annahmen für den weiteren Verlauf getroffen.



St. Ludwig

Stefan Ludwig
Partner
Leiter der Sport Business Gruppe
in Deutschland

Einen Einblick in den professionellen Frauenfußball bietet das Experteninterview mit Heike Ullrich. Für ihre Gesprächsbereitschaft und Auskunftsfreude gilt Frau Ullrich unser besonderer Dank. Zudem möchten wir allen Beteiligten danken, die uns im Rahmen dieser Studie unterstützt haben.

Wir wünschen Ihnen eine informative Lektüre und sowohl sportlich als auch wirtschaftlich trotz aller Herausforderungen eine gute Saison 2020/21.

Bleiben Sie vor allem gesund.



Dan Jones

Dan Jones
Partner
Global Lead for Sport

Das führende Team in der Sportberatung

Seit mehr als 20 Jahren beschäftigt sich die Sport Business Gruppe von Deloitte mit der Beratung und Analyse der nationalen und internationalen Sport- und Fußballindustrie. 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 und Risk Advisory sowie Consulting mit der Branchenexpertise der Sport Business Gruppe. Dieser multidisziplinäre Ansatz kombiniert mit digitaler Kompetenz in allen Bereichen ermöglicht eine stringente Ausrichtung unserer Arbeit an den Bedürfnissen unserer Kunden.



Finanzielle Integrität sicherstellen

Deloitte ist weltweit eine der führenden Prüfungs- und Beratungsgesellschaften. Unsere Kunden im Profisport profitieren von unserer Unterstützung bei regulatorischen, forensischen und rechtlichen Fragestellungen, zu Themen der Corporate Governance und Rechnungslegung sowie bei der Steuerung ihrer Risiken.



Fundierte Investitionsentscheidungen treffen

Wir weisen eine umfangreiche Erfolgsbilanz bei der Bereitstellung von wertsteigernden Dienstleistungen für Investoren, Eigentümer und Kapitalgeber in der Sportbranche auf. Wir nutzen unsere Expertise und unser globales Netzwerk, um unabhängig und vertrauenswürdig zu beraten und unsere Kunden bei ihren geplanten Transaktionen zu unterstützen.

Umsatz und Profitabilität optimieren

Deloitte verfügt über das Marktwissen und die führenden Methoden, um unsere Kunden bei der Analyse und der Steigerung ihres Umsatzes und ihrer Profitabilität zu unterstützen. Wir helfen dabei, Wettbewerbsvorteile zu generieren, neue Märkte zu erschließen und Wachstum zu beschleunigen.



Digitale Innovationen sinnvoll einsetzen

Unser Deloitte-Team verfügt über fundierte Kenntnisse im Bereich der digitalen Transformation in allen Unternehmensbereichen. Wir unterstützen Sie bei der Planung, Integration und Analyse digitaler Geschäftsmodelle, um Ihr Kerngeschäft im Hinblick auf sämtliche Stakeholder zu optimieren und Sie langfristig vom globalen digitalen Wandel profitieren zu lassen.

Strategie und Unternehmensführung verbessern

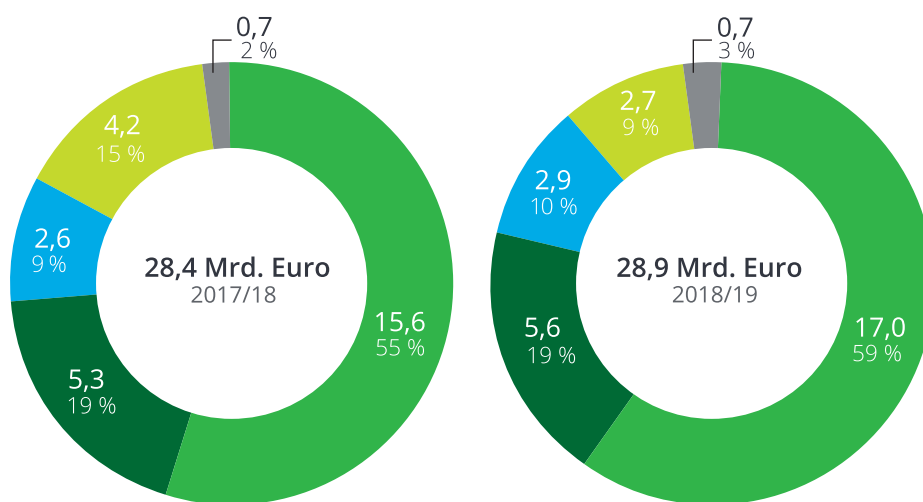
Wir von Deloitte nutzen unser Wissen und unsere Erfahrung im Sport Business, um gemeinsam mit unseren Kunden eine starke Strategie und Organisation zu entwickeln. Damit schaffen wir eine solide Basis, um auf die ökonomischen, politischen und sozialen Entwicklungen in der Sportbranche zu reagieren und diese mitzugestalten.



Europas Top-Ligen

Der europäische Fußballmarkt konnte in der Saison 2018/19 erneut Rekorderlöse verzeichnen und steigerte das aggregierte Umsatzvolumen auf 28,9 Mrd. Euro (+2 %). Vor allem der Beginn des neuen Medienrechtezyklus der europäischen Clubwettbewerbe bescherte den Spitzenclubs zusätzliche Einnahmen und trägt zur weiteren Polarisierung im europäischen Markt bei.

Abb. 1 – Europäischer Fußballmarkt nach Erlösen – 2017/18 und 2018/19 (Mrd. Euro)



- „Big Five“-Ligen
- Top-Ligen in Nicht-„Big Five“-Ländern
- Andere Ligen in „Big Five“-Ländern
- FIFA, UEFA und nationale Verbände
- Andere Ligen in Nicht-„Big Five“-Ländern

Anmerkung: Gesamtumsätze exklusive Transfererlöse.
Quellen: Ligen, UEFA, FIFA, Deloitte-Analyse.

Gesamt volumen der „Big Five“-Ligen

Ohne Berücksichtigung der im Zwei-Jahres-Takt stattfindenden internationalen Turniere der UEFA und FIFA hat der europäische Fußballmarkt im 21. Jahrhundert in jeder Spielzeit steigende Umsätze erzielt. Die immense Popularität des Fußballs und eine weltweite Fangemeinschaft haben seit Jahren für immer lukrativere Medienrechte und anhaltendes Wachstum gesorgt. Zweifellos steht durch die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie eine schwierige Zeit bevor und die Wahrscheinlichkeit für einen Umsatzrückgang in der kommenden Saison ist nicht unerheblich. Dennoch bleibt die Nachfrage nach Profifußball weiterhin hoch und sollte der Branche helfen, diese Herausforderungen zu überstehen.

In der Saison 2018/19 konnten die „Big Five“-Ligen ihren Umsatz um etwa 1,4 Mrd. Euro (+9 %) auf 17,0 Mrd. Euro steigern. Infolgedessen stieg der Anteil der fünf umsatzstärksten Ligen am aggregierten Umsatzvolumen des europäischen Fußballmarktes von 55 auf 59 %. Wie schon in den vorangegangenen Spielzeiten stellten die „Big Five“-Ligen in der Saison 2018/19 somit den wesentlichen Umsatztreiber des europäischen Marktes dar.

In der Saison 2018/19 konnten die „Big Five“-Ligen ihren Umsatz um etwa 1,4 Mrd. Euro (+9 %) auf 17,0 Mrd. Euro steigern.

Die englische Premier League steigerte ihre Umsätze in der Saison 2018/19 auf 5,9 Mrd. Euro (+8 %) und kann den Spitzenplatz in der Gruppe der „Big Five“-Ligen damit erneut behaupten. Zudem wurde der Abstand zur nächstplatzierten Liga trotz eines im Vergleich zu den übrigen Top-Ligen moderaten Umsatzwachstums weiter ausgebaut und beträgt nunmehr etwa 2,5 Mrd. Euro (+9 %). Platz 2 wird von der Primera División (3,4 Mrd. Euro) belegt, welche die Bundesliga (3,3 Mrd. Euro) im Vergleich zur Vorsaison überholte. Die italienische Serie A (2,5 Mrd. Euro) und die französische Ligue 1 (1,9 Mrd. Euro) bleiben unverändert auf den Plätzen 4 und 5.

Das Wachstum im europäischen Fußballmarkt in der Saison 2018/19 ist im Wesentlichen auf den Beginn des neuen dreijährigen Vermarktungszyklus für die UEFA-Clubwettbewerbe zurückzuführen. Durch den gestiegenen Wert der Medienrechte wurden zusätzlich rund 700 Mio. Euro an die Teilnehmer der UEFA-Clubwettbewerbe ausgeschüttet. Obwohl die gestiegenen Auszahlungen zunächst allen teilnehmenden Clubs zugutekamen, profitierten die Clubs der „Big Five“-Ligen überproportional, da sie insgesamt 483 Mio. Euro (rd. 70 %) der zusätzlichen Gelder erhielten. Dies verdeutlicht die zunehmende Polarisierung des europäischen Fußballmarktes, in dem sich die Schere zwischen finanziell starken und schwachen Clubs weiter öffnet.

Da die erfolgreichsten Clubs einen Großteil der Mehreinnahmen auf sich vereinen, stehen ihnen große Summen für die Verpflichtung neuer Topspieler zur Verfügung, die den sportlichen Erfolg sichern sollen. Dadurch wird ein Kreislauf in Gang gesetzt, der das Ungleichgewicht zwischen den Clubs weiter verstärkt.

Die steigende Dominanz der finanzstärksten Clubs ließ sich auch in der Saison 2018/19 wieder beobachten, in der zum ersten Mal seit der Einführung der Champions-League-K.O.-Phase im Jahr 2003 alle teilnehmenden Clubs aus den „Big Five“-Ligen kamen. Obwohl die Korrelation zwischen Umsatz und sportlichem Erfolg natürlich nicht gänzlich perfekt ist, lässt sich dennoch ein klarer Trend erkennen.

Um weiteren Clubs Zugang zu den europäischen Erlösquellen zu ermöglichen und der fortschreitenden Polarisierung zumindest in Ansätzen entgegenzuwirken, führt die UEFA mit der EUROPA Conference League ab der Saison 2021/22 einen neuen Wettbewerbsmodus ein, welcher auch finanziell schlechter aufgestellten Clubs die Möglichkeit bietet, an einem internationalen Wettbewerb teilzunehmen.

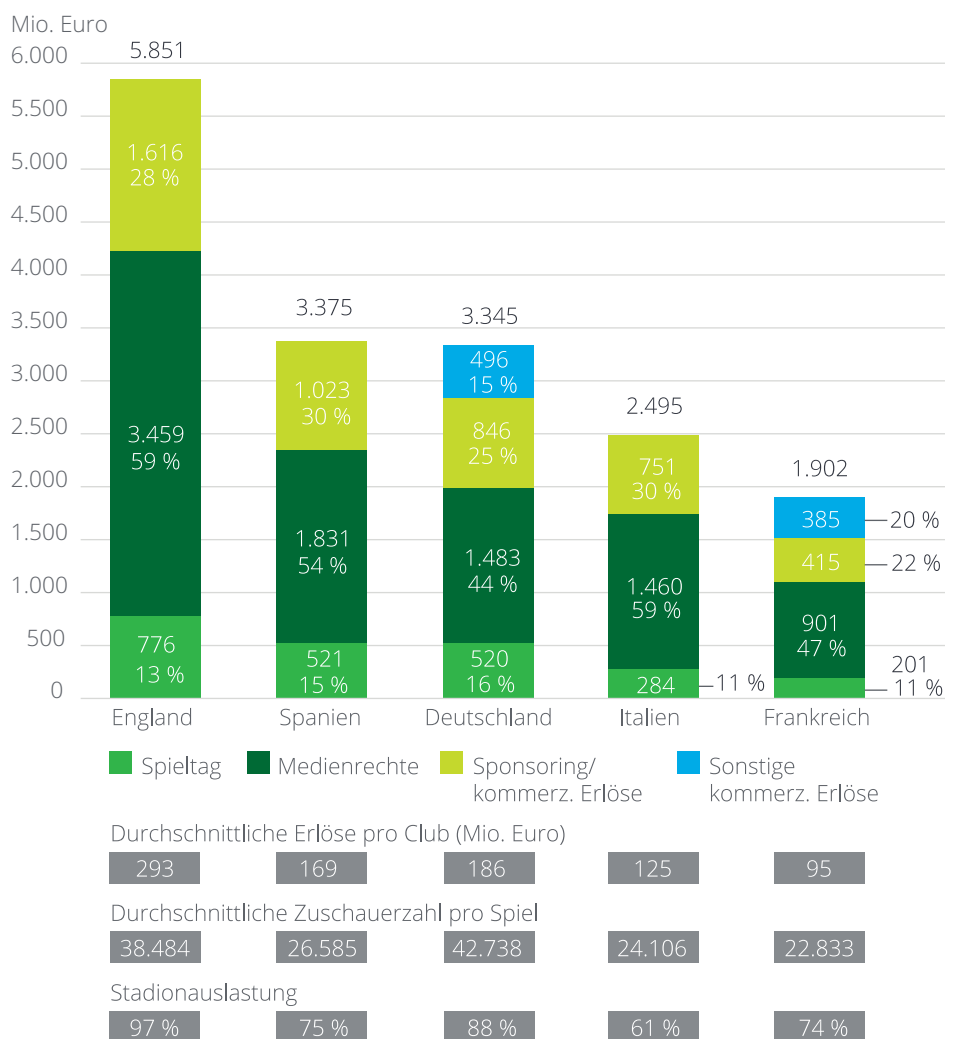
Daneben werden auch die kontinuierliche Evolution und Wahrnehmung des Financial Fair Play Reglement der UEFA entscheidend für die zukünftige Ausrichtung und Gesundheit des europäischen Fußballs sein. Vermutlich wird sich der Verband vermehrt kritischen Stimmen gegenübersehen, dennoch tragen alle Beteiligten gemeinsam die Verantwortung, die sportliche Integrität zu wahren und dementsprechend zu handeln.

Den Sturm abwehren

Der europäische Fußball ist eine große Erfolgsgeschichte. Seit Jahren wachsen die Umsätze, wesentlich beeinflusst durch die Medienerlöse und unterstützt durch Sponsoring-, Merchandising- und Spieltagerlöse. Die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf alle Ligen, die unterbrochen oder vorzeitig beendet wurden, und die Verschiebung der Europameisterschaft 2020 werden 2019/20 zu einem Rückgang der Einnahmen führen. Zwar werden alle Akteure davon betroffen sein, doch die Clubs aus Nicht-„Big Five“-Ligen, die in der Regel stärker von den Spieltageinnahmen abhängig sind, laufen Gefahr, am härtesten von den Auswirkungen getroffen zu werden. Das ruhige Sommer-Transferfenster führt zu weiteren Einschränkungen wichtiger finanzieller Mittel, da die ansonsten kauffreudigeren Clubs nun ihren eigenen finanziellen Herausforderungen gegenüberstehen. Getrübte Erwartungen hinsichtlich des Zeitpunkts und der Art der Rückkehr der Fans in die Stadien, die wirtschaftlichen Herausforderungen der Medienunternehmen und kommerziellen Partner sowie anhaltende Reisebeschränkungen in Europa lassen vermuten, dass eine eher holprige Erholungsphase folgen könnte. Neben einer angemessenen staatlichen Unterstützung zum Schutz des Sports wird es wichtig sein, dass alle Beteiligten ihren Teil zu dieser Erholung beitragen. Solidarität zwischen allen und eine gute und konsequente Führung sowie ein verantwortungsvolles Handeln werden erforderlich sein, um sicherzustellen, dass nichts von der reichen Vielfalt, die der europäische Fußball in den Jahrzehnten seiner Geschichte aufgebaut hat, verloren geht.

Die englische Premier League generiert weiterhin die höchsten Umsätze und erreichte im letzten Jahr des Medienrechtezyklus sogar den höchsten absoluten Umsatzanstieg aller „Big Five“-Ligen. Das Umsatzwachstum von 8 % wurde im Wesentlichen durch zusätzliche kommerzielle Einnahmen (+10 %) sowie gestiegene Einnahmen aus den UEFA-Clubwettbewerben getrieben.

Abb. 2 – Aufteilung der Gesamtumsätze der europäischen „Big Five“-Ligen nach Erlöskategorien 2018/19



Anmerkung: Gesamtumsätze ergeben sich exklusive Transfererlöse. Spieltagerlöse stammen größtenteils aus Ticket-Verkäufen (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-spieltagsbezogene Erlöse wider. Kommerzielle Erlöse in England, Spanien und Frankreich sind nicht in „Sponsoring“ und „Sonstige kommerzielle Erlöse“ aufgeteilt. Die Summe der Prozentwerte ergibt aufgrund von Rundungsfehlern nicht überall 100 %.

Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

England

Die englische Premier League generiert weiterhin die höchsten Umsätze (5,9 Mrd. Euro) und erreichte im letzten Jahr des Medienrechtezyklus sogar den höchsten absoluten Umsatzanstieg (411 Mio. Euro) aller „Big Five“-Ligen. Das Umsatzwachstum von 8 % wurde im Wesentlichen durch zusätzliche kommerzielle Einnahmen (+10 %) sowie gestiegene Einnahmen aus den UEFA-Clubwettbewerben getrieben.

Zum Start der Saison 2019/20 begann auch die neue Rechteperiode, welche über drei Spielzeiten läuft und eine Erhöhung der Einnahmen aus Medienrechten von schätzungsweise 8 % mit sich bringt. Das Wachstum war ausschließlich auf internationale Rechtepakete zurückzuführen, während der Wert der nationalen Medienrechte aufgrund einer geringen Wettbewerbsintensität zwischen den Übertragungsanstalten rückläufig ist. Über die vorangegangenen zwei Rechteperioden war der Wert der nationalen Medienrechte zuvor um 150 % gestiegen.

Besonders der Markteintritt von Amazon durch die Akquisition von Medienrechten für zwei volle Spieltage pro Saison erregte großes Aufsehen. Das Unternehmen berichtete ein signifikantes Wachstum in seinen Prime-Mitgliedschaften über die Periode, in der es Premier-League-Partien übertrug, und wir beobachten mit Spannung, ob dies ein Signal für einen weiteren Kauf von Rechtepaketen durch Amazon oder ähnliche Unternehmen darstellt.

Spanien

Die Clubs der spanischen La Liga erzielten mit einem Umsatzsprung von über 300 Mio. Euro (+10 %) das zweitgrößte absolute Wachstum der europäischen Top-Ligen. Wesentlicher Treiber waren erneut Umsätze aus Medienrechten, welche im Vergleich zum Vorjahr stiegen und durch höhere Erlöse der teilnehmenden Mannschaften an den UEFA-Clubwettbewerben unterstützt wurden.

Mit der Einführung des zentralisierten Vermarktungsmodells zur Saison 2015/16 verfolgte die Liga das klare Ziel, die finanzielle Ungleichheit zwischen den Clubs zu verringern. Für die Saison 2018/19 verkündete La Liga nun öffentlich, dass das Verhältnis der zentralen Umsätze aus Medienrechten zwischen den finanzstärksten und den finanzschwächsten Clubs von beinahe 8 : 1 in der Saison 2014/15 auf 3,5 : 1 reduziert werden konnte. Diese Verringerung der Disparitäten sollte die Attraktivität und den Wert der spanischen Liga weiter vorantreiben.

Die zur Saison 2019/20 anlaufenden nationalen Medienrechteverträge werden voraussichtlich einen Anstieg der Medien Erlöse von etwa 15 % mit sich bringen. Zusammen mit einem Fünfjahresvertrag für die internationalen Medienrechte könnte die Liga in den nächsten Jahren Umsätze in Höhe von über 2 Mrd. Euro pro Jahr erwirtschaften.

Deutschland

Nachdem die Bundesliga in der Saison 2017/18 ihren Status als finanziell zweitstärkste Liga in Europa zurückerlangen konnte, führten der neue Clubmix in der Saison 2018/19 sowie geringere Spieltagerlöse und kommerzielle Einnahmen dazu, dass die spanische Liga erneut den zweiten Platz einnehmen konnte.

Dennoch erreichte die deutsche Top-Liga ein beachtliches Umsatzwachstum von 177 Mio. Euro (+6 %) und profitierte im zweiten Jahr des Rechtezyklus von der vertraglich festgelegten schrittweisen Erhöhung der Erlöse aus Medienrechten (+19 %).

Die Ausschreibungen für die Vergabe der Medienrechte ab der Saison 2021/22 ist bereits abgeschlossen und die Bundesliga muss in diesem Bereich einen leichten Rückgang der Erlöse aus nationalen Medienrechten von 4,6 auf 4,4 Mrd. Euro hinnehmen. Weitere Details zum Ergebnis der Ausschreibung werden im Kapitel über die DFL-Rechtevergabe präsentiert.

Den letzten Platz im Ranking der „Big Five“-Ligen belegt wie schon in den Vorjahren die französische Ligue 1. Das Umsatzwachstum resultiert ähnlich wie in Italien aus einer positiven finanziellen Entwicklung der Top-Clubs. Der Hauptstadtclub Paris Saint-Germain dominiert nach wie vor die Liga und zeichnet für knapp die Hälfte der Umsätze verantwortlich, die nicht durch die Vergabe von Medienrechten generiert werden.

Italien

Die Serie A verzeichnete in der Saison 2018/19 einen Anstieg aller Erlösquellen und belegt mit einem Gesamtumsatz von 2,5 Mrd. Euro (+13 %) weiterhin den 4. Platz unter den umsatzstärksten Ligen im europäischen Fußball. Höhere kommerzielle Einnahmen und Spieltagerlöse sind primär auf die finanzielle Entwicklung einzelner Clubs zurückzuführen. So entfallen 70 % des Wachstums der Spieltageinnahmen auf Inter Mailand und rund die Hälfte der zusätzlichen kommerziellen Erlöse auf Juventus Turin.

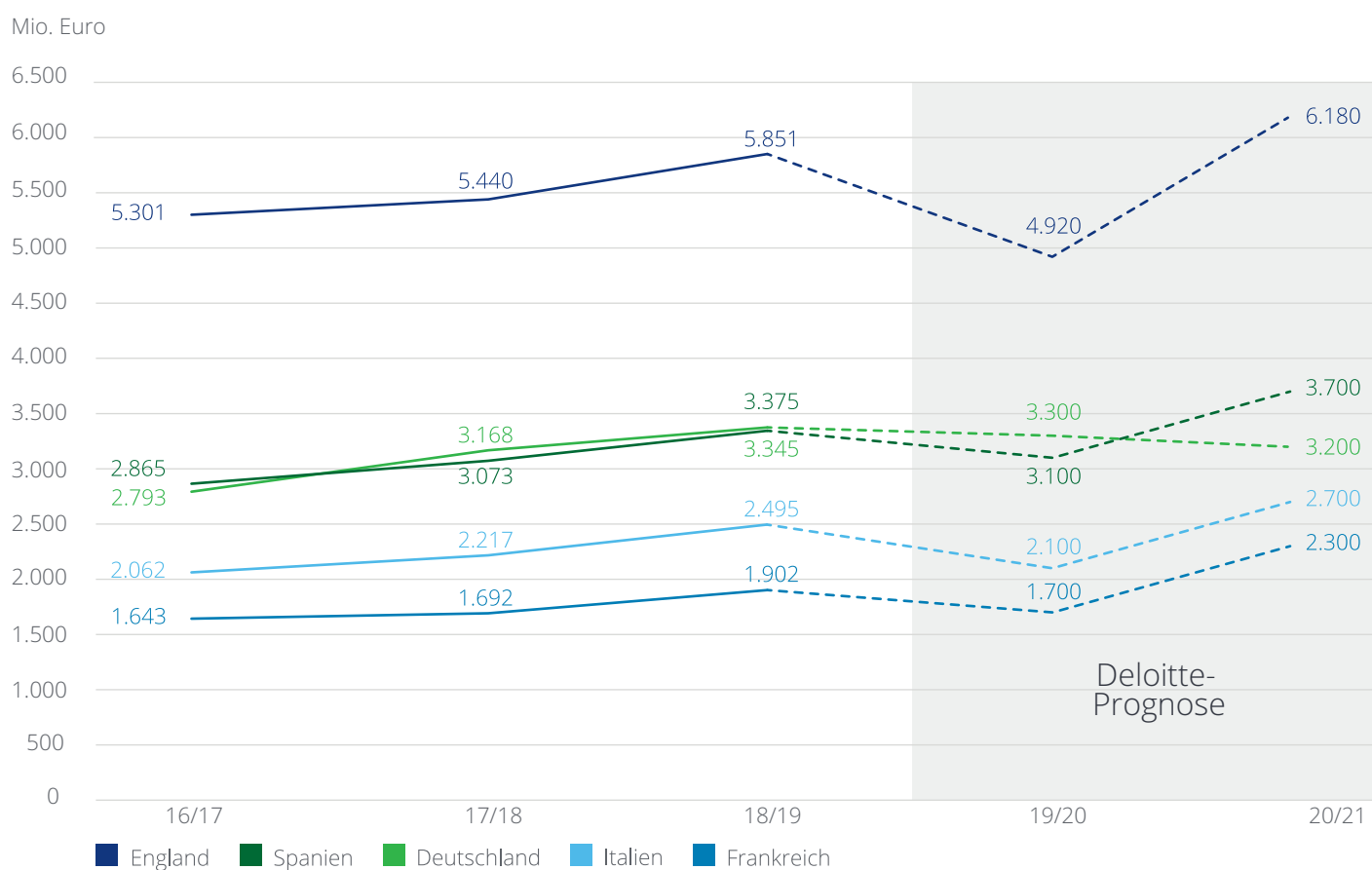
Mit dem Ende der Saison 2020/21 laufen die nationalen und internationalen Medienrechte aus. Die Liga bestätigte im November den Einstieg von CVC Capital Partners and Advent International als Minderheitsgesellschafter einer neuen Medien-Unit der Serie A für die Vermarktung der nationalen und internationalen Rechte. Sollte die neue Strategie tatsächlich zu einer Steigerung der internationalen Attraktivität der Liga führen, könnte die Serie A die bestehende Umsatzlücke zu Deutschland und Spanien verkleinern.

Frankreich

Den letzten Platz im Ranking der „Big Five“-Ligen belegt wie schon in den Vorjahren die französische Ligue 1 mit einem Gesamtumsatz von 1,9 Mrd. Euro. Das Umsatzwachstum von 12 % resultiert ähnlich wie in Italien aus einer positiven finanziellen Entwicklung der Top-Clubs. Der Hauptstadtclub Paris Saint-Germain dominiert nach wie vor die Liga und zeichnet für knapp die Hälfte der Umsätze verantwortlich, die nicht durch die Vergabe von Medienrechten generiert werden.

Die nationalen Medienrechte für den neuen dreijährigen Rechtezyklus ab der Saison 2020/21 wurden vergeben und die finanzstärksten Clubs haben einstimmig eingewilligt, dass die zusätzlichen Erlöse gleichmäßig unter allen Clubs der Liga aufgeteilt werden. Diese gestiegenen Einnahmen in Höhe von etwa 20 Mio. Euro pro Club werden die Auswirkungen der durch den coronabedingten vorzeitigen Abbruch der Spielzeit 2019/20 niedriger ausfallenden Medienerlöse zumindest etwas mildern können.

Die Ligue de Football Professionnel (LFP) zieht außerdem in Betracht, den aus Sicht der Clubs unterbewerteten internationalen Rechtevertrag neu zu verhandeln. Eine Voraussetzung der Top-Clubs zur Einwilligung des neuen Verteilungssystems für die nationalen Medienrechte war es, dass die zusätzlichen internationalen Einnahmen ausschließlich auf die führenden neun Clubs der Liga verteilt werden.

Abb. 3 – Umsatzentwicklung der europäischen „Big Five“-Ligen 2016/17 bis 2018/19 sowie Prognose bis 2020/21

Anmerkung: Gesamtumsätze exklusive Transfererlöse.

Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

Personalaufwand der europäischen „Big Five“-Ligen

In der Saison 2018/19 wuchs der Personalaufwand der „Big Five“-Ligen um etwa 1 Mrd. auf über 11 Mrd. Euro. Das Verhältnis von Personalaufwand zu Umsatz der „Big Five“-Ligen stieg aufgrund eines überproportionalen Wachstums der Personalkosten (+10 %) im Vergleich zu den Umsätzen (+ 9 %) um einen Prozentpunkt auf 63 %. Grund hierfür sind vor allem steigende Personalkosten der Premier League und der italienischen Serie A. In Spanien und Frankreich hingegen nahm die Personalaufwandsquote im Zuge eines starken Umsatzzanstiegs ab.

England

Die Clubs der englischen Top-Liga erhöhten ihre Personalausgaben in der Saison 2018/19 um 11 % auf insgesamt 3,6 Mrd. Euro. Im letzten Jahr des Rechtezyklus wuchsen die Personalkosten überproportional zum Umsatz, sodass die Personalaufwandsquote von 59 auf 61 % stieg. In vorherigen Rechtezyklen wurde das Ausgabenverhalten der Premier-League-Clubs durch die Gewissheit bestimmt, dass die zentralen Vermarktungsrechte im folgenden Zyklus steigen würden. Da der Wert der nationalen Medienrechte für den Rechtezyklus 2019/20–2021/22 zum ersten Mal sank, wirft dies unabhängig von COVID-19-Einflüssen Fragen zur Profitabilität der englischen Clubs in den kommenden Jahren auf.

Spanien

Nachdem die Personalkosten der spanischen Erstligisten drei Jahre in Folge im zweistelligen Prozentbereich gewachsen sind, gab es in der Saison 2018/19 lediglich eine Steigerung um 3 % im Vergleich zum Vorjahr. Dies ist auf die Verringerung des Personalaufwands von Real Madrid zurückzuführen, welcher vor allem aufgrund des Wechsels von Cristiano Ronaldo zu Juven-

tus Turin um 36,5 Mio. Euro geringer ausfiel. Die Personalaufwandsquote sank vom 15-Jahres-Hoch (66 %) in der Saison 2017/18 auf 62 % und markiert die größte prozentuale Verringerung unter den „Big Five“-Ligen. Durch den in der Saison 2019/20 beginnenden neuen Rechtezyklus und das damit einhergehende Umsatzwachstum hätte sich für die spanische Liga ohne Pandemie eine Möglichkeit ergeben, die Personalaufwandsquote weiter zu reduzieren.

Deutschland

Die Clubs der Bundesliga steigerten ihre Personalausgaben um 7 % im Vergleich zum Vorjahr. Obwohl die Bundesliga im zweiten Jahr des Rechtezyklus von einer Umsatzsteigerung profitierte, wuchs die Personalaufwandsquote von 53 auf 54 % an. Dies stellt zwar den höchsten Wert seit der Saison 2009/10 dar, dennoch hat keine andere „Big Five“-Liga in den vergangenen 20 Jahren einen derart niedrigen Wert erreichen können. Seit einigen Jahren zeichnet sich in der Bundesliga der Trend ab, junge Talente aus dem europäischen Ausland zu verpflichten, welche in Nicht-„Big Five“-Ligen für Aufmerksamkeit gesorgt haben oder in den Profiteams der „Big Five“-Ligen nicht genügend Spielpraxis erhielten. Während diese Talente zu Beginn ihrer Karriere nicht dieselben Ansprüche an ihr Gehalt stellen wie erfahrene Top-Spieler, würde eine langfristige Bindung an die Clubs sehr wahrscheinlich zu einem Anstieg der Gehälter und somit der Personalaufwandsquote führen. Dieser Effekt könnte jedoch durch die Steigerung der internationalen Attraktivität der Liga und eine damit einhergehende positive Umsatzentwicklung abgeschwächt werden.

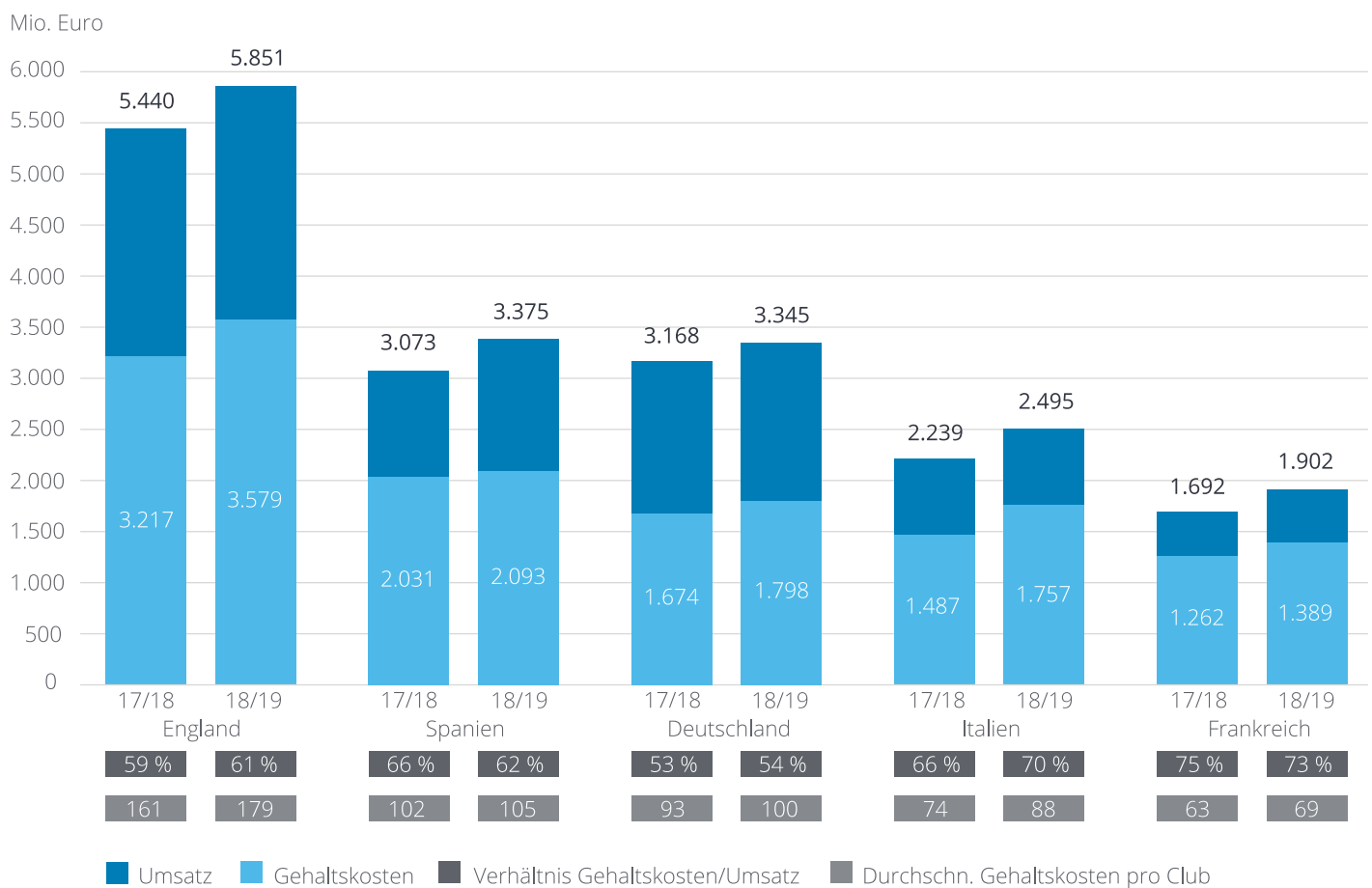
Italien

Die Personalkosten der Clubs der Serie A stiegen in der Saison 2018/19 im Vergleich zu den restlichen „Big Five“-Ligen am stärksten

an und resultierten in einer Personalaufwandsquote von 70 %. Dieser Wert entspricht gemäß den UEFA-Richtlinien der Obergrenze für die nachhaltige, finanzielle Stabilität von Fußballclubs. Da die italienischen Clubs am Transfermarkt sehr aktiv waren und ihre Teams durch teure Neuzugänge ergänzten, wiesen elf der 20 Clubs der Liga eine Personalaufwandsquote von über 70 % auf. Im Vergleich dazu lag die entsprechende Anzahl in der Vorsaison noch bei sieben Clubs. Auch in der Saison 2019/20 verpflichteten die Clubs der Liga namhafte Spieler, um national und international wettbewerbsfähig zu bleiben, sodass wir auch für die nächste Ausgabe dieses Reports unabhängig von COVID-19 einen Anstieg der Personalaufwandsquote erwarten.

Frankreich

Auch die Clubs der Ligue 1 zeigten eine hohe Transferaktivität, wodurch die Personalkosten im Vergleich zum Vorjahr um 10 % stiegen. Die vier Clubs mit den höchsten Personalkosten – Paris Saint-Germain, Monaco, Olympique Lyon und Olympique Marseille – waren für mehr als 50 % der gesamten Personalkosten der Liga verantwortlich. Trotz des Anstiegs des Personalaufwands führte das gleichzeitige Umsatzwachstum zu einer Reduzierung der Personalaufwandsquote von 75 auf 73 %, was jedoch nach wie vor den höchsten Wert aller „Big Five“-Ligen darstellt. Der Beginn des neuen Rechtezyklus in der Saison 2020/21 hätte ohne die Pandemie die Möglichkeit zu einer weiteren Verbesserung der Personalaufwandsquote geboten. Für alle Clubs und Ligen zeichnen sich wesentliche Umsatzrückgänge in der laufenden Saison ab. Es bleibt abzuwarten, welche Bereitschaft bei den Spielern besteht, durch Gehaltsverzicht die Personalaufwände zu reduzieren, um die im Folgenden analysierten Betriebsergebnisse im positiven Sinne zu beeinflussen.

Abb. 4 – Personalaufwand in den europäischen „Big Five“-Ligen 2017/18 und 2018/19

Anmerkung: Gesamtumsätze exklusive Transfererlöse. Die ausgewiesenen Zahlen der Primera División basieren auf den Geschäftsabschlüssen einer Stichprobe von Clubs, wobei die Personalaufwendungen der restlichen Clubs geschätzt wurden.

Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

Betriebsergebnisse der europäischen „Big Five“-Ligen

Das aggregierte Betriebsergebnis der „Big Five“-Ligen stieg von 1,3 auf 1,4 Mrd. Euro (+7 %), da sowohl die Bundesliga als auch die spanische La Liga ihre Vorjahresergebnisse verbessern konnten. Die Eliteklassen in Italien, England und Frankreich hingegen wiesen eine negative Entwicklung der jeweiligen Betriebsergebnisse auf.

England

Nachdem wir seit Jahren von einer positiven Entwicklung der englischen Premier-League-Clubs hin zu einem nachhaltigen Betriebsergebnis berichten konnten, sank das aggregierte Betriebsergebnis der Liga in der Saison 2018/19 aufgrund höherer Gehälter und anderer operativer Kosten auf 934 Mio. Euro (-4,6 %).

Die Erlöse aus Medienrechten des ab der Saison 2019/20 beginnenden Rechtezyklus hätten sehr wahrscheinlich auch ohne die Pandemie nicht zu einer wesentlichen Verbesserung der operativen Ergebnisse in den Folgejahren beigetragen. Die englischen Clubs werden Wege finden müssen, andere Umsatzquellen weiter auszubauen und ihre Kostenstruktur anzupassen. In jüngster Zeit schien es so, als hätten die englischen Clubs nachhaltiger gewirtschaftet. Die Saison 2018/19 könnte sich rückblickend als eine Kehrtwende herausstellen und die Clubs laufen Gefahr, auch ohne den Einfluss der COVID-19-Pandemie im Jahr 2020 wieder mehrheitlich negative Betriebsergebnisse zu generieren.

Spanien

Die spanischen Clubs der La Liga konnten das aggregierte Betriebsergebnis in der Saison 2018/19 beinahe verdoppeln (+97 %) und auf 445 Mio. Euro steigern. Zum ersten Mal in der Geschichte der Liga wiesen zudem alle Clubs ein positives Betriebsergebnis auf, was vor allem vor dem Hintergrund der vor wenigen Jahren noch angespannten finanziellen Situation besonders bemerkenswert ist. Der Grund für diese positive Entwicklung liegt neben der Einführung eines zentralisierten Vertriebssystems für Medienrechte in der Schaffung eines regulatorischen Umfelds, in dem das Ausgabeverhalten der Clubs kontrolliert und notfalls eingeschränkt wird. Für den nächsten nationalen Rechtezyklus ist bereits ein Umsatzanstieg erzielt worden und die Liga hat öffentlich den Wunsch verkündet, das Verteilungsverhältnis zwischen den finanzstarken und den finanzschwachen Clubs der Liga verringern zu wollen.

Deutschland

In Deutschland sorgt das DFL-Lizenzierungsverfahren ebenfalls seit vielen Jahren für ein starkes regulatorisches Umfeld und fördert ein verantwortungsbewusstes finanzielles Handeln der Entscheidungsträger. Das Wachstum der Einnahmen aus Medienrechten sowie ein kontrolliertes Ausgabeverhalten der Clubs führten in der Saison 2018/19 zu einem Rekord-Betriebsergebnis von fast 400 Mio. Euro (+6 %).

Italien

Nachdem die Clubs der Serie A in zwei aufeinanderfolgenden Spielzeiten ein positives Betriebsergebnis vermelden konnten, generierten sie in der Saison 2018/19 ein negatives, aggregiertes Betriebsergebnis von 36 Mio. Euro, da der Anstieg der Gehälter nicht durch ein Wachstum der Umsätze kompensiert werden konnte.

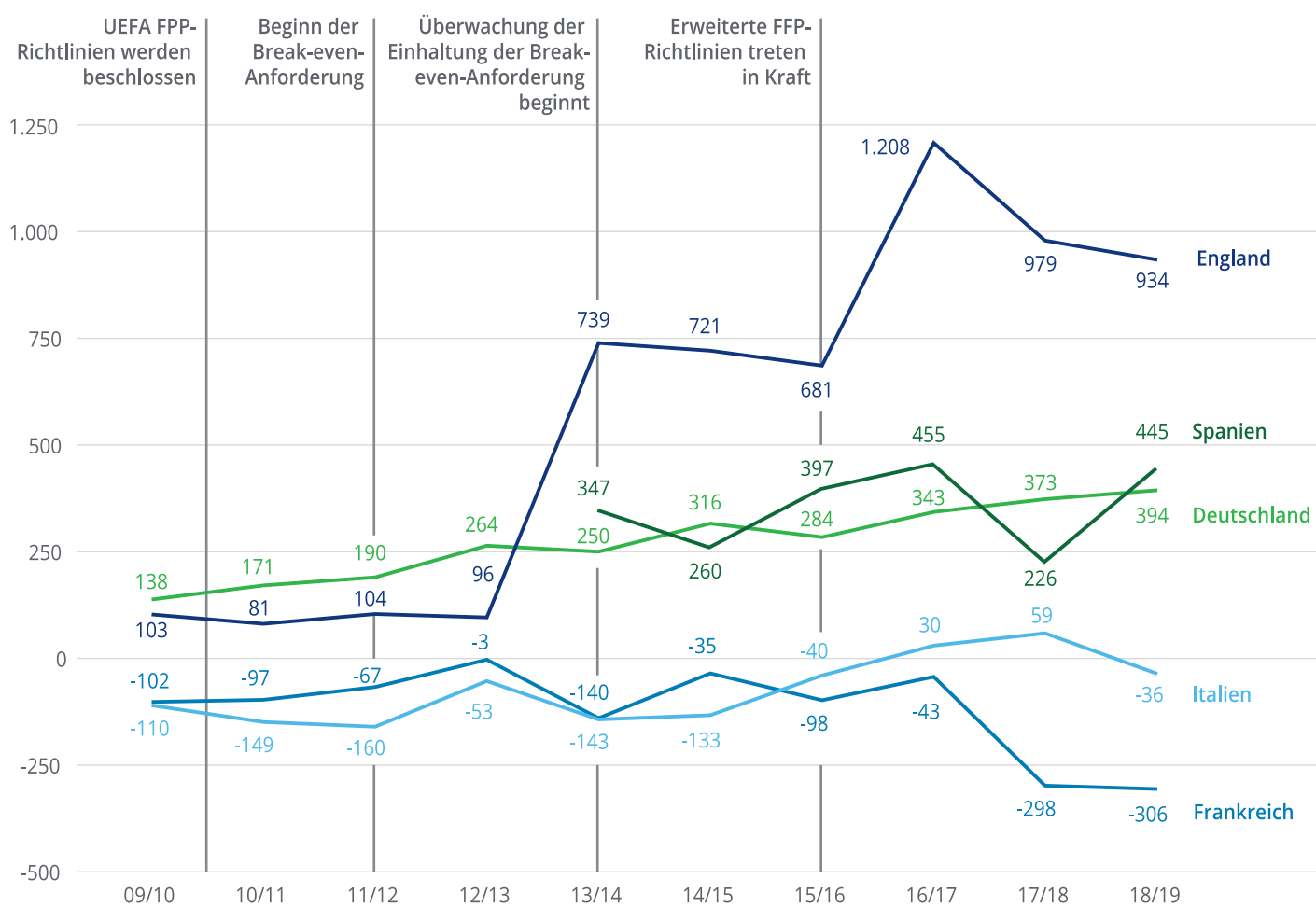
Der Einstieg von Investoren in den italienischen Fußball sowie eine robustere Regulierung des Ausgabeverhaltens der Clubs könnten einen Weg zurück zur Profitabilität darstellen. Zweifellos befinden sich die italienischen Clubs in einer aus finanzieller Sicht angespannten Lage und die Verantwortlichen sollten mit Bedacht eine Lösung für eine finanziell nachhaltigere Entwicklung finden.

Frankreich

Schon zum zwölften Mal in Folge erwirtschafteten die Clubs der Ligue 1 einen Verlust und stellten in der Saison 2018/19 mit einem negativen Betriebsergebnis von 306 Mio. Euro sogar einen Minusrekord auf.

Die französische Liga kann aber auch Positives vermelden. Der neue nationale Rechtezyklus ab der Saison 2020/21 wird voraussichtlich zu einem Umsatzanstieg von etwa 400 Mio. Euro führen. Zusammen mit einer verbesserten Kostenkontrolle könnte dies für die Clubs eine Möglichkeit bieten, wieder profitabel zu operieren und Investoren anzuziehen.

Alle zuvor beschriebenen Entwicklungen in den Ligen wurden bereits in der abgelaufenen Saison 2019/20 als auch in der aktuellen Spielzeit von den Veränderungen durch die Pandemie überschattet. Das Maß der Auswirkungen auf die Betriebsergebnisse zeichnet sich bereits in ersten Ankündigungen und Veröffentlichungen zu den Jahresabschlüssen sowie den Kapitalbedürfnissen der Clubs ab.

Abb. 5 – Betriebsergebnisse der europäischen „Big Five“-Ligen 2009/10 bis 2018/19

Anmerkung: Das Betriebsergebnis ist als Erlöse minus Gehalts- und Lohnkosten sowie andere operative Kosten definiert. 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. Aggregierte operative Ergebnisse der spanischen Clubs vor der Saison 2013/14 sind nicht verfügbar.

Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

Gesamtumsätze der europäischen Nicht-„Big Five“-Ligen

Auch die Umsatzentwicklung der Nicht-„Big Five“-Ligen fiel in der Saison 2018/19 überwiegend positiv aus. Die Top-Ligen in den Niederlanden und Österreich konnten sogar einen prozentual zweistelligen Umsatzzanstieg verzeichnen. Letztere überholte somit die Top-Ligen in Schottland und Dänemark und landet auf Platz 6 der europäischen Nicht-„Big Five“-Ligen. An der Spitze steht erneut die russische Premier-Liga, welche jedoch einen leichten Umsatzrückgang hinnehmen musste. Die Herausforderungen durch die Pandemie für diese Ligen sind teilweise größer als bei den „Big Five“, da in der Regel die Erlöse aus Spieltagen und Sponsoring einen höheren Anteil an den Gesamterlösen ausmachen.

Auch die Umsatzentwicklung der Nicht-„Big Five“-Ligen fiel in der Saison 2018/19 überwiegend positiv aus. Die Top-Ligen in den Niederlanden und Österreich konnten sogar einen prozentual zweistelligen Umsatzzanstieg verzeichnen.

Russland

Die russische Premier-Liga konnte den 6. Platz im Ranking der reichsten Ligen Europas trotz eines leichten Umsatzrückgangs von 61 Mio. Euro (-8 %) verteidigen. Um ein weiteres Wachstum über die nächsten Spielzeiten zu ermöglichen, bot die Liga in der Saison 2019/20 auf der Videoplattform YouTube erstmals kostenpflichtige Mitgliedschaften an, welche internationalen Fans ein Live-Streaming der Spiele ermöglichen. Zudem wird die Ausweitung der Liga von derzeit 16 auf 18 Mannschaften diskutiert, wodurch der Wettbewerb zwischen den Clubs und somit der Unterhaltungswert der Liga gesteigert werden sollen.

Türkei

Die Einnahmen der türkischen Süper League stiegen in Euro umgerechnet nur leicht (+2 %), da sich vor allem die schwierige wirtschaftliche Lage in der Türkei und die Abwertung der türkischen Lira als Wachstumsbremsen herausstellten. Nichtsdesto trotz wirkten sich der Beginn des neuen Rechtezyklus und höhere Spieltageeinnahmen positiv auf die Umsatzentwicklung aus und halfen der türkischen Liga, ihren Platz im europäischen Ranking zu festigen. Auch die abgeschlossenen Umbaumaßnahmen einiger Stadien sowie die Bemühungen des türkischen Verbandes, durch Initiativen wie z. B. „UEFA Grow“ die Teilnahme der Bevölkerung am Fußball zu erhöhen und Familien zu einem Stadionbesuch zu ermutigen, stärkten das finanzielle Ergebnis.

Niederlande

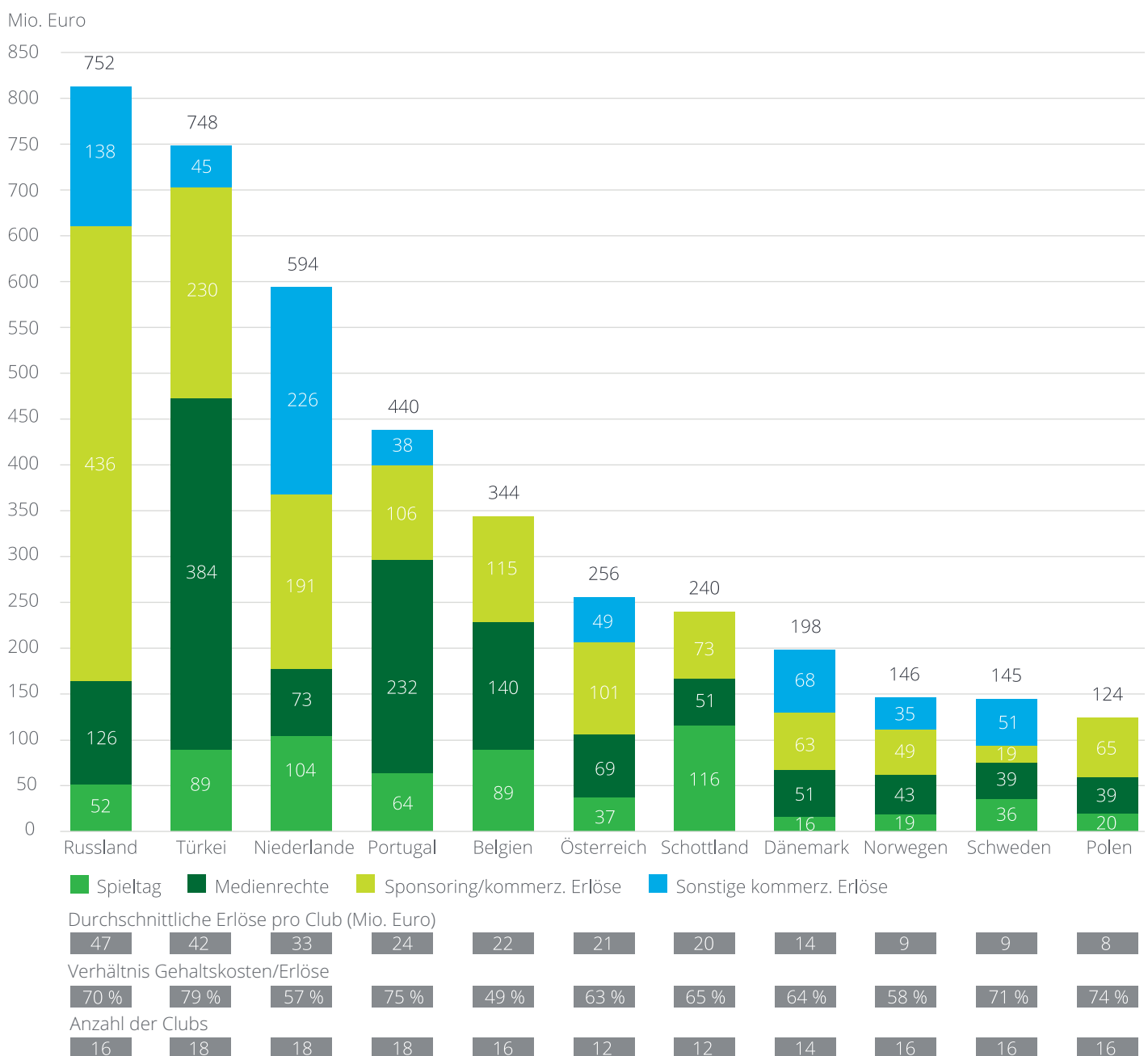
In den Niederlanden verzeichneten die Clubs der Eredivisie einen Umsatzzanstieg von 20 %, welcher primär auf die Champions-League-Halbfinalteilnahme von Ajax Amsterdam und die damit verbundenen UEFA-Prämien in Höhe von 79 Mio. Euro zurückzuführen ist.

Portugal

Der Gesamtumsatz der Primeira Liga stieg im Vergleich zur Vorsaison um 2 % auf 440 Mio. Euro. Auch in der portugiesischen Top-Liga schreitet die Polarisierung voran und die drei finanzstärksten Clubs Benfica Lissabon, FC Porto und Sporting Lissabon trugen durch gestiegene Spieltageeinnahmen und UEFA-Prämien aus den europäischen Clubwettbewerben maßgeblich zu diesem Umsatzwachstum bei.

Belgien

Getrieben durch einen Anstieg der Einnahmen aus Medienrechten (+32 %) und das gute Abschneiden der Clubs in den UEFA-Clubwettbewerben stieg der Umsatz der belgischen Jupiler Pro League um 16 % auf 344 Mio. Euro. Ab 2020/21 wird ein weiteres Wachstum der Einnahmen aus Medienrechten erwartet, da ein neuer Fünfjahresvertrag über nationale und internationale Rechte eine Steigerung von mehr als 25 % gegenüber der bestehenden Vereinbarung bringen soll.

Abb. 6 – Aufteilung der Gesamtumsätze ausgewählter europäischer Nicht-„Big Five“-Ligen nach Erlöskategorien 2018/19

Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transfererlöse. Die Abbildung zeigt Länder, die – gemessen am durchschnittlichen Umsatz der Clubs – unterhalb der „Big Five“-Ligen liegen. Quellen: Ligen, Clubs, UEFA, Deloitte-Analyse.

Die Herausforderungen durch die Pandemie für diese Ligen sind teilweise größer als bei den „Big Five“, da in der Regel die Erlöse aus Spieltagen und Sponsoring einen höheren Anteil an den Gesamterlösen ausmachen.

Österreich

Mit dem Beginn der Saison 2018/19 wurde die Anzahl der am Spielbetrieb der österreichischen Bundesliga teilnehmenden Teams von zehn auf zwölf erhöht und somit, unterstützt durch den Beginn des neuen lukrativeren Rechtezyklus, ein Anstieg des Gesamtumsatzes um 45 % auf 256 Mio. Euro ermöglicht. Eine langfristige positive Umsatzentwicklung scheint möglich zu sein, da der aktuelle Medienrechteinhaber eine Option zur Verlängerung seines derzeitigen Vertrages besitzt, die ab der Saison 2022/23 eine Steigerung der jährlichen Einnahmen um ca. 20 % vorsieht.

Schottland

In der Saison 2018/19 stiegen die Einnahmen der schottischen Premiership-Clubs um 3 % auf insgesamt 240 Mio. Euro. Die Teilnahme der Glasgow Rangers und von Celtic Glasgow an der UEFA Europa League trug maßgeblich zum Wachstum der kommerziellen und Spieltageinnahmen bei. Letztere wurden durch einen bereits vier Jahre anhaltenden Zuschauerzuwachs gestärkt und machten 48 % der Gesamtumsätze der Liga aus – der höchste Wert aller analysierten Top-Ligen in dieser Studie. Die Einnahmen aus dem neuen Medienrechtevertrag ab der Saison 2020/21 werden voraussichtlich 20 % über denen des aktuellen Vertrages liegen und das langfristige Wachstum der zentralen Einnahmen aus Medienrechten sicherstellen.

Dänemark, Polen, Norwegen und Schweden

Da sich 2018/19 kein Club aus Dänemark, Polen, Norwegen oder Schweden für die Gruppenphase der Champions League qualifiziert hat, bietet die Einführung der UEFA Europa Conference League diesen Clubs eine zusätzliche Möglichkeit, finanziell von einem Anteil der UEFA-Ausschüttungen zu profitieren. Diese Ligen suchen auch weiterhin nach anderen Einnahmequellen, um ein weiteres Wachstum zu erzielen. So startete beispielsweise die polnische Ekstraklasa in der Saison 2019/20 ihren eigenen Streaming-Dienst.

Fans for the memories

Fans – als die Nutzer des Produkts – spielen bei den Überlegungen der Entscheidungsträger in der Fußballbranche eine zentrale Rolle, da die drei wesentlichen Erlösquellen letztlich alle von ihrem Konsumverhalten abhängig sind.

Sie verfolgen den Sport über das Fernsehen, Pay-TV oder Streaming-Dienste und beeinflussen somit die Medienerlöse. Es sind die Fans, deren Aufmerksamkeit Unternehmen gewinnen wollen und deshalb Werbeverträge mit Ligen und Clubs eingehen. Und selbstverständlich sind die Fans auch der Haupttreiber für die Spielertagerlöse.

In einer Welt nach der COVID-19-Pandemie wird ihrem Konsumverhalten daher eine essenzielle Bedeutung zukommen, wenn die Fußballindustrie sich erholt und wieder wächst. Kurzfristig ist eine Anpassung der bestehenden Geschäftsmodelle wahrscheinlich, da sich die Branche auf einen Wettbewerb ohne Stadionbesucher einstellen muss und die Präferenzen der Fans, die Fußball von zu Hause aus konsumieren, noch wichtiger werden. Um einen Einblick in die aktuelle Sichtweise der Fußballfans zu erhalten, haben wir Anfang Mai 2020 eine weltweite Konsumentenumfrage in über 30 Ländern durchgeführt.

Konsum



90 % der befragten Fans gaben an, Live-Fußball noch immer im traditionellen linearen Fernsehen zu schauen.



50 % schauen Live-Fußball über Streamingdienste (d.h. webbasierte Angebote), während der Anteil der Stadiongänger ähnlich hoch ist.



Für 40 % der befragten Fans stellt der Stadionbesuch die präferierte Konsumart dar.



Trotz der Verbreitung von Social Media werden die Internetpräsenzen der Clubs und Ligen zur Informationsgewinnung immer noch am häufigsten genutzt. Die meistverwendete Quelle für Informationen über Spieler sind deren Instagram-Feeds.



Bei Fans, die Fußball über Streamingdienste konsumieren (entweder live oder nur die Highlights), war das am häufigsten verwendete Gerät mit 42 % das Smartphone. Da sich die Mobilfunktechnologie und die Videoqualität mit der Weiterentwicklung von 5G verbessern, dürfte sich der Trend zum Smartphone als primäres Streaming-Gerät zukünftig fortsetzen.

Wettbewerbsformate



56 % der Befragten halten die derzeitigen Wettbewerbsformate auf kontinentaler und nationaler Ebene für geeignet. 30 % waren bei dieser Frage neutral, während sich nur 14 % negativ äußerten. Angesprochen auf Wettbewerbe im Stil der „Super League“ reagierten die befragten Fans überwiegend mit Ablehnung: 57 % der Fans äußerten sich eher negativ und nur weniger als ein Viertel (24 %) befürwortete solche Formate.



Spiele nationaler Wettbewerbe werden auch immer häufiger in anderen Ländern ausgetragen, wie beispielsweise der spanische Supercup (Supercopa de España) in Saudi-Arabien. Die befragten Fans äußerten sich diesbezüglich eher negativ: 57 % lehnten die Austragung von Spielen im Rahmen nationaler Wettbewerbe auf ausländischem Boden ab und nur 17 % sprachen sich dafür aus.

Die Bundesliga im Fokus

In der Saison 2018/19 behielt die Bundesliga ihren Wachstumskurs bei und stellte erneut einen Umsatzrekord auf. Der Gesamtumsatz (exklusive Transfererlöse) der Clubs lag bei etwa 3,3 Mrd. Euro und fiel im Vergleich zur Vorsaison um 177,0 Mio. Euro (+6 %) höher aus. Wesentlicher Treiber waren erneut die Einnahmen aus Medienrechten.

Entwicklung der Erlöskategorien der Bundesliga

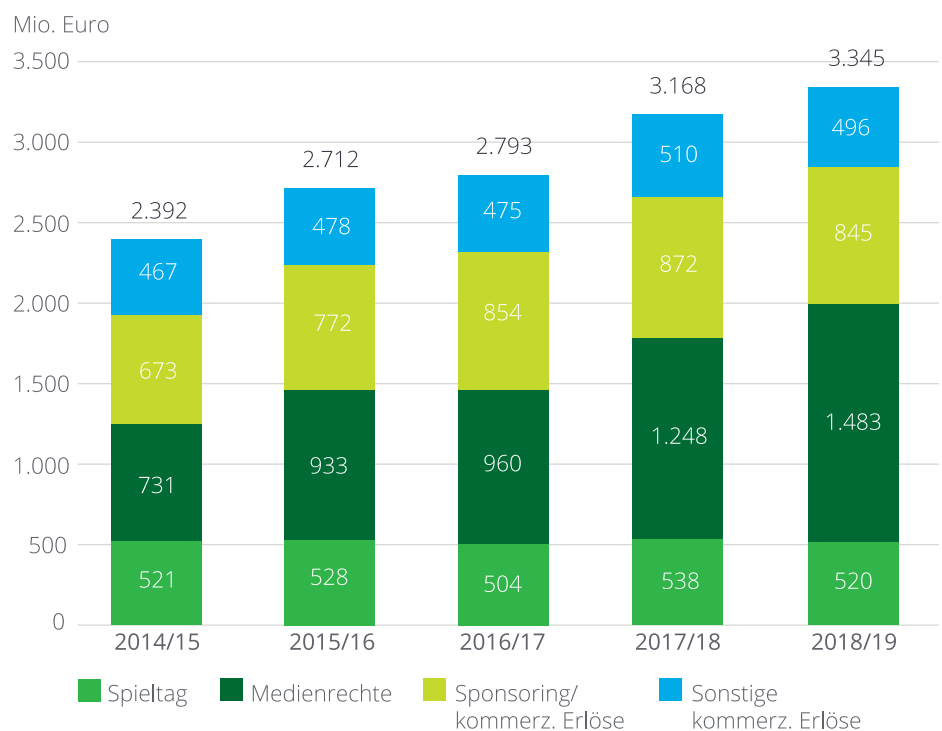
Zum mittlerweile 13. Mal in Folge gelang es den Clubs der Bundesliga, den Gesamtumsatz gegenüber der Vorsaison zu steigern. Dabei profitierte die Bundesliga vor allem von der vertraglich festgelegten schrittweisen Erhöhung der Einnahmen aus den Medienrechten, welche im zweiten Jahr des Rechtezyklus um 235,2 Mio. auf 1.438,0 Mio. Euro (+19 %) stiegen. Seit der Saison 2014/15 haben sich die Einnahmen aus Medienrechten mehr als verdoppelt und machen nunmehr den Großteil (44 %) des Gesamtumsatzes aus.

Die Spieltagerlöse reduzierten sich aufgrund eines leichten Zuschauerrückgangs gegenüber der Vorsaison um 18,3 Mio. Euro (-3 %). Dies ergibt sich durch die auf- und abwärtsbedingte Veränderung der Ligazusammensetzung, da mit dem Hamburger SV und dem 1. FC Köln zuvor zwei der Zuschauerstärksten Clubs in die 2. Bundesliga abgestiegen sind. Die Zuschauerzahlen der Aufsteiger Fortuna Düsseldorf und 1. FC Nürnberg waren zwar ebenfalls überdurchschnittlich hoch, fielen im direkten Vergleich allerdings etwas geringer aus. Mit einer Gesamtzuschauerzahl von 13,1 Mio. und durchschnittlich 42.738 abgesetzten Tickets pro Begegnung bleibt die Bundesliga dennoch die Zuschauerstärkste Liga im europäischen Fußball.

Zum ersten Mal seit der Einführung dieses Reports waren die kommerziellen Erlöse der Bundesligacclubs rückläufig und fielen von 1.381,7 Mio. Euro in der Vorsaison auf 1.341,4 Mio. Euro (-3 %). Auch diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf den Abstieg des Hamburger SV – einem Club mit ver-

hältnismäßig hohen kommerziellen Erlösen – zurückzuführen. Auf den FC Bayern München und Borussia Dortmund entfielen mit rd. 500,0 Mio. Euro rund 38 % der Umsätze, was die Bedeutung der großen Clubs für dieses Erlössegment nochmals unterstreicht.

Abb. 7 – Aufteilung der Gesamtumsätze der Bundesliga nach Erlöskategorien 2014/15 bis 2018/19



Anmerkung: Gesamterlöse exklusive Transferaktivitäten.

Quellen: DFL, Deloitte-Analyse.

Vor dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie testeten die Clubs der Bundesliga weiterhin neue Vermarktungskonzepte und trieben ihre Internationalisierungsstrategien durch eine größere Präsenz im Ausland – beispielsweise durch Auslandsreisen in die Zielmärkte China und die Vereinigten Staaten – weiter voran. In der Saison 2018/19 führte Borussia Dortmund mit der virtuellen Bandenwerbung erfolgreich eine Technologie ein, die es ermöglicht, bei TV-Übertragungen in anderen Ländern unterschiedliche Werbung auszustrahlen. Dadurch können ohne den Einsatz zusätzlicher Werbeflächen mehrere Sponsoring-Verträge parallel abgeschlossen werden.

Erlöse pro Club in der Bundesliga

Da die Bundesliga als einzige der „Big Five“-Ligen aus 18 statt 20 Teams besteht, erlaubt eine Betrachtung der durchschnittlichen Umsätze pro Club eine Vergleichbarkeit gegenüber den Gesamtwerten der Ligen. Zudem wird die Diskrepanz zwischen den umsatzstärksten Clubs der Bundesliga – FC Bayern München, Borussia Dortmund und FC Schalke 04 – und den weiteren Clubs deutlicher herausgestellt. Diese drei Clubs waren bereits zum neunten Mal in Folge die einzigen deutschen Vertreter unter den 20 umsatzstärksten europäischen Clubs in der Saison 2018/19, wie in der im Frühjahr erschienenen Studie „Deloitte Football Money League“ dargelegt.

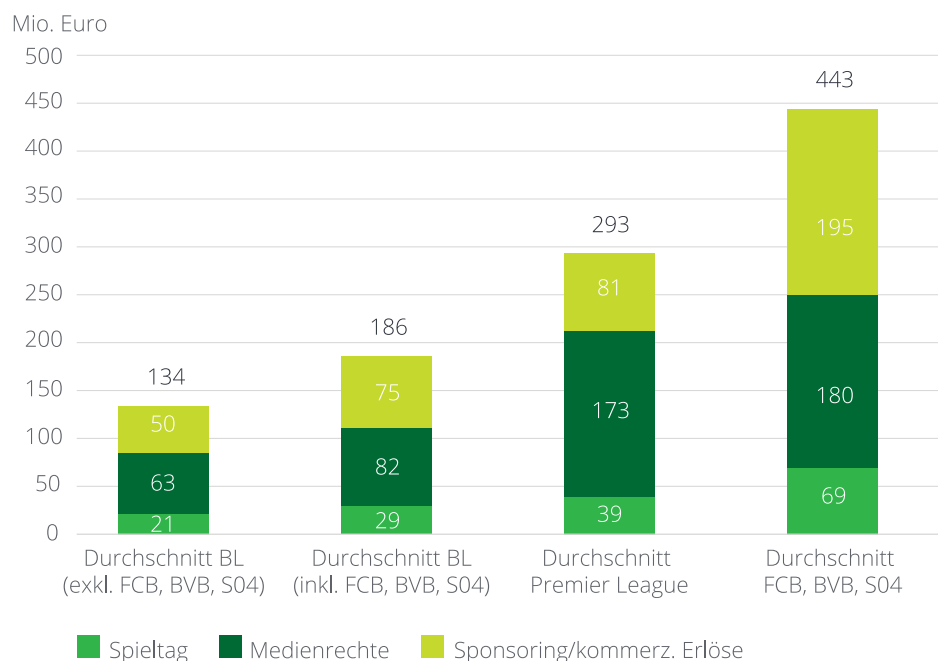
In der Saison 2018/19 erwirtschafteten sie im Durchschnitt einen Umsatz von 443,2 Mio. Euro, während die übrigen Clubs auf durchschnittlich 134,3 Mio. Euro kamen. Eine Analyse der einzelnen Erlössegmente zeigt, dass die drei Top-Clubs das 3,3-Fache der Spieltageinnahmen und das 2,9-Fache der Einnahmen aus Medienrechten im Vergleich zu den anderen Clubs verbuchen konnten.

Bei den Einnahmen aus Sponsoring- und kommerziellen Aktivitäten lag dieser Faktor sogar bei 3,9 und spiegelt einmal mehr die wirtschaftliche Dominanz der Clubs aus München, Dortmund und Gelsenkirchen wider.

Im direkten Vergleich mit den Clubs der englischen Premier League wiesen die Clubs der Bundesliga einen um durchschnittlich 106,7 Mio. Euro niedrigeren Gesamtumsatz auf, nachdem der Abstand in der Vorsaison noch auf 96,0 Mio. Euro verringert werden konnte.

Die Zunahme der Diskrepanz ist vor allem auf die Einnahmen im Bereich Sponsoring/kommerzielle Erlöse zurückzuführen, welche in der Bundesliga in der Vorsaison im Durchschnitt noch über denen der Premier-League-Clubs lagen und in der Saison 2018/19 im Vergleich um 6,3 Mio. Euro geringer ausfielen. Bei den Medienrechten übertreffen die durchschnittlichen Umsätze der Premier-League-Clubs weiterhin diejenigen der Bundesliga um 90,6 Mio. Euro. Obwohl die durchschnittlichen Zuschauerzahlen in der Premier League unter denen der Bundesliga liegen, generieren die englischen Clubs vor allem aufgrund höherer Ticketpreise durchschnittlich um 9,9 Mio. Euro höhere Spieltageinnahmen.

Abb. 8 – Aufteilung des durchschnittlichen Gesamtumsatzes nach Erlöskategorien 2018/19



Anmerkung: Gesamterlöse exklusive Transferaktivitäten.

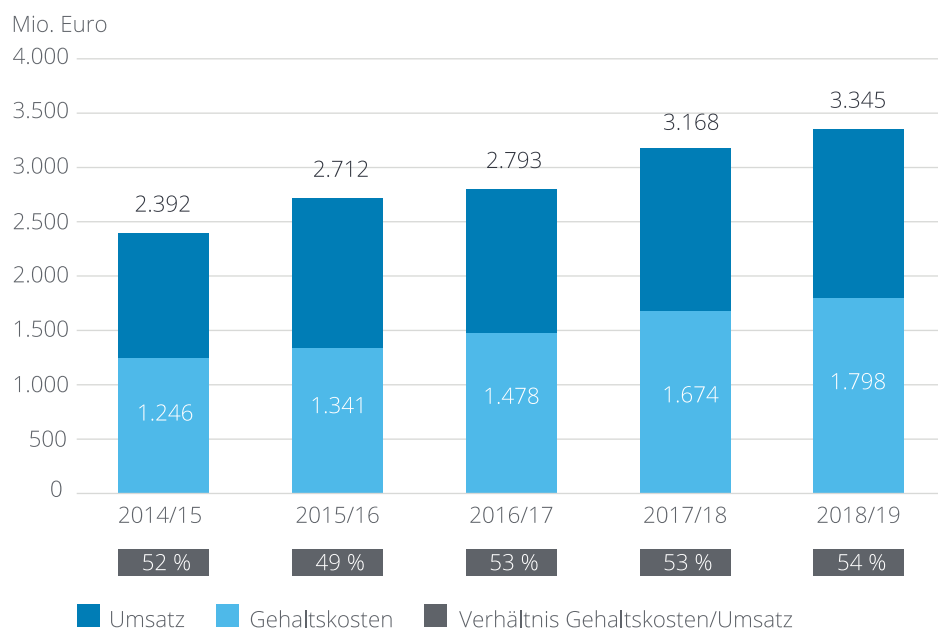
Quellen: DFL, Deloitte-Analyse.

Personalaufwand der Bundesliga

Obwohl das Verhältnis zwischen dem Personalaufwand und den Umsatzerlösen der Bundesliga im Vergleich zur Vorsaison um 1 % auf 54 % stieg, weist die deutsche Top-Liga weiterhin die niedrigste Personalaufwandsquote unter den „Big Five“-Ligen auf. Grund für den leichten Anstieg war das überproportionale Wachstum des Personalaufwands (7 %) im Vergleich zu den Gesamterlösen (6 %).

Seit der Saison 2014/15 stiegen die Personalkosten in der Bundesliga um durchschnittlich 10 % pro Jahr. Da die Gesamtumsätze im selben Zeitraum mit durchschnittlich 9 % pro Jahr ebenfalls ein starkes Wachstum hinlegten, bewegte sich die Personalaufwandsquote relativ konstant bei knapp über 50 %.

Abb. 9 – Personalaufwand der Bundesliga im Vergleich zum Umsatz seit 2014/15



Anmerkung: Gesamterlöse exklusive Transferaktivitäten.

Quellen: DFL, Deloitte-Analyse.

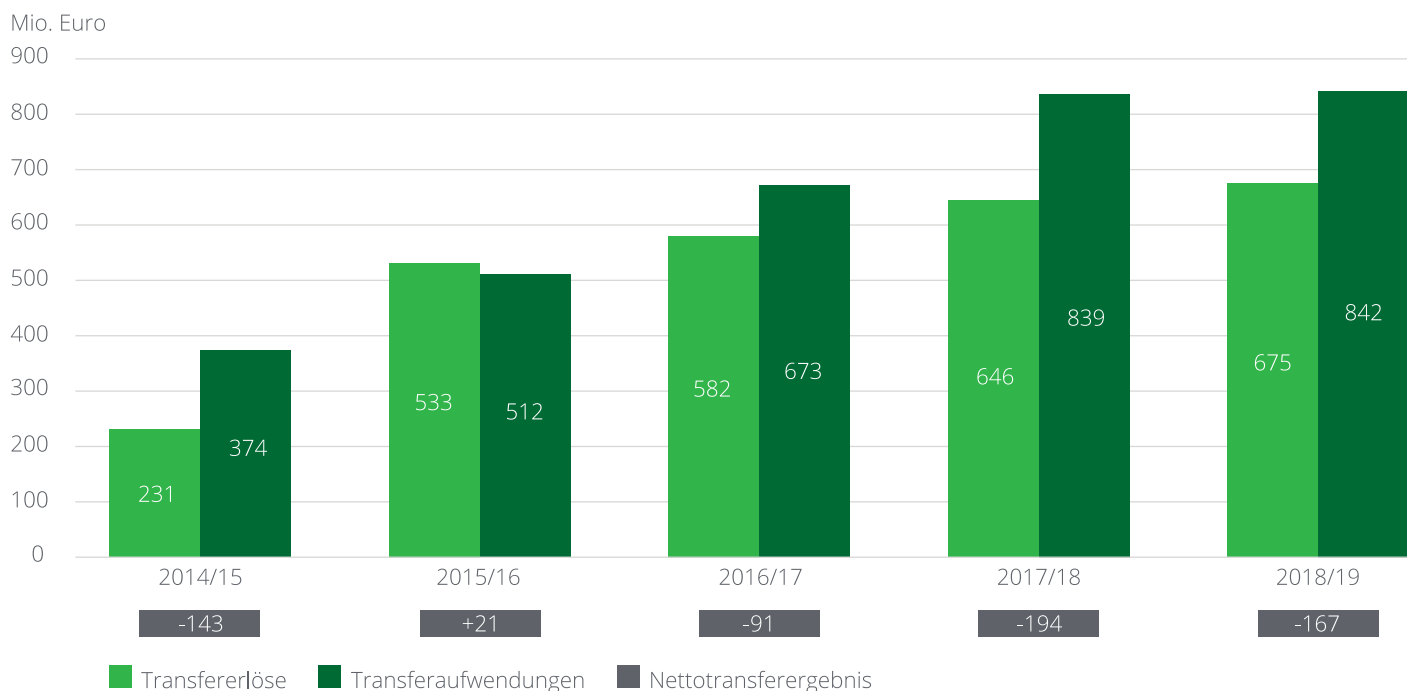
Obwohl das Verhältnis zwischen dem Personalaufwand und den Umsatzerlösen der Bundesliga im Vergleich zur Vorsaison um 1 % auf 54 % stieg, weist die deutsche Top-Liga weiterhin die niedrigste Personalaufwandsquote unter den „Big Five“-Ligen auf.

Entwicklung der Transferaktivitäten

Die hohe Aktivität der Bundesligisten am Transfermarktgeschehen führte in der Saison 2018/19 zu einem Rekordwert von 675,1 Mio. Euro bei den Transfererlösen, was einem Anstieg von 5 % im Vergleich zur Vorsaison entspricht. Da die Transferaufwendungen nahezu stabil blieben (+0,4 %), verringerte sich der Nettoverlust aus Transferaktivitäten von 193,5 Mio. Euro auf 167,3 Mio. Euro (-14 %). Somit stellt 2015/16 weiterhin die einzige im Rahmen dieser Studie betrachtete Saison dar, in der ein positives Nettotransferergebnis erwirtschaftet wurde.

Anders als in der Vorsaison – in der Borussia Dortmund einen Großteil der Transfererlöse auf sich vereinte – führte 2018/19 eine Reihe von Verkäufen namhafter Spieler zu den gestiegenen Transfererlösen. Darunter fallen unter anderem die Transfers von Christian Pulisic (Borussia Dortmund), Naby Keita (RB Leipzig), Douglas Costa (Bayern München) und Thilo Kehrer (Schalke 04).

Abb. 10 – Entwicklung der Transfererlöse und -aufwendungen der Bundesliga seit 2014/15



Quellen: DFL, Deloitte-Analyse.

2. Bundesliga und Championship im Vergleich

Die 2. Bundesliga steigerte ihren Umsatz (exkl. Transfererlöse) in der Saison 2018/19 um 150,4 Mio. Euro auf insgesamt 685,7 Mio. Euro (+28 %) und stellte somit einen neuen Rekord auf. Auch die englische Championship erreichte mit 890,4 Mio. Euro (+5 %) ein neues Allzeithoch. Im direkten Vergleich ist die 2. Bundesliga weiterhin die wirtschaftlich stabilere Liga und liegt bei der Betrachtung des durchschnittlichen Umsatzes pro Club aufgrund der niedrigeren Anzahl an Teilnehmern (18 Clubs) im Vergleich zur Championship (24 Clubs) mittlerweile sogar vor der englischen 2. Liga.

Die Clubs der 2. Bundesliga erzielten in der Saison 2018/19 einen Gesamtumsatz von 685,7 Mio. Euro, was einem Umsatzwachstum von 150,4 Mio. Euro (+28 %) entspricht. Der Anstieg ist im Wesentlichen auf höhere Erlöse aus Medienrechten sowie gestiegene Spieltag- und kommerzielle Einnahmen infolge der veränderten Zusammensetzung der Liga im Vergleich zur Vorsaison zurückzuführen. Der fehlende Umsatz der beiden Erstliga-Aufsteiger der Saison 2017/18 – Fortuna Düsseldorf und 1. FC Nürnberg – konnte durch die hinzugekommenen Clubs aus der ersten Liga – 1. FC Köln und Hamburger SV – mehr als kompensiert werden, da beide Clubs über große Fangemeinschaften verfügen und kommerziell sehr erfolgreich sind. Die höheren Erlöse aus Medienrechten resultieren aus der vertraglich vereinbarten, schrittweisen Erhöhung der Zahlungen aus den Medienrechten der Liga. Im europäischen Vergleich liegt die 2. Bundesliga in Bezug auf den erwirtschafteten Umsatz vor Top-Ligen aus Nicht-„Big Five“-Ligen wie z.B. der niederländischen Eredivisie (594 Mio. Euro).

Im selben Zeitraum erwirtschafteten die 24 Clubs der englischen Championship Gesamterlöse in Höhe von umgerechnet 890,4 Mio. Euro und konnten somit ein Umsatzwachstum von 44,8 Mio. Euro (+5 %) verbuchen. Zudem wiesen die Clubs der zweithöchsten deutschen Spielklasse im Durchschnitt Erlöse in Höhe von 38,1 Mio. Euro aus, während die um sechs Mannschaften stärkere Championship 37,1 Mio. Euro pro Club verbuchte. In der Saison 2017/18 lag der durchschnittliche Erlös der Championship-Clubs noch 5,5 Mio. Euro über dem Durchschnitt der Zweitligaclubs in Deutschland.

Zwischen den Saisons 2015/16 und 2018/19 erzielte die 2. Bundesliga ein jährliches Umsatzplus von 9 %. In der Championship fiel das durchschnittliche jährliche Wachstum mit 6 % deutlich geringer aus. Hierbei ist allerdings auch zu berücksichtigen, dass die Championship – mit Ausnahme der Fallschirmzahlungen aus der Premier League – unabhängig von der Premier League vermarktet wird und die Vermarktung der 2. Bundesliga an die Bundesliga gekoppelt ist.

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 1 und League 2) und damit unabhängig von der Premier League vermarktet.

Dennoch leistet die Premier League sowohl Fallschirm- als auch Solidaritätszahlungen an Championship-Clubs mit dem Ziel, die Umsatzdifferenz zwischen den Ligen sowie das wirtschaftliche Risiko im Falle eines Abstiegs in die zweitklassige Championship zu mindern. So erhalten Clubs, welche in die Championship absteigen, für bis zu drei Jahre über diesen Zeitraum sinkende Fallschirmzahlungen, während an die übrigen Championship-Clubs deutlich geringere Solidaritätszahlungen ausgeschüttet werden. Sowohl Fallschirm- als auch Solidaritätszahlungen stammen aus den zentralen TV-Einnahmen der Premier League und werden daher als Erlöse aus Medienrechten kategorisiert.

Fallschirmzahlungen – wichtiger Treiber der Erlöse in der Championship

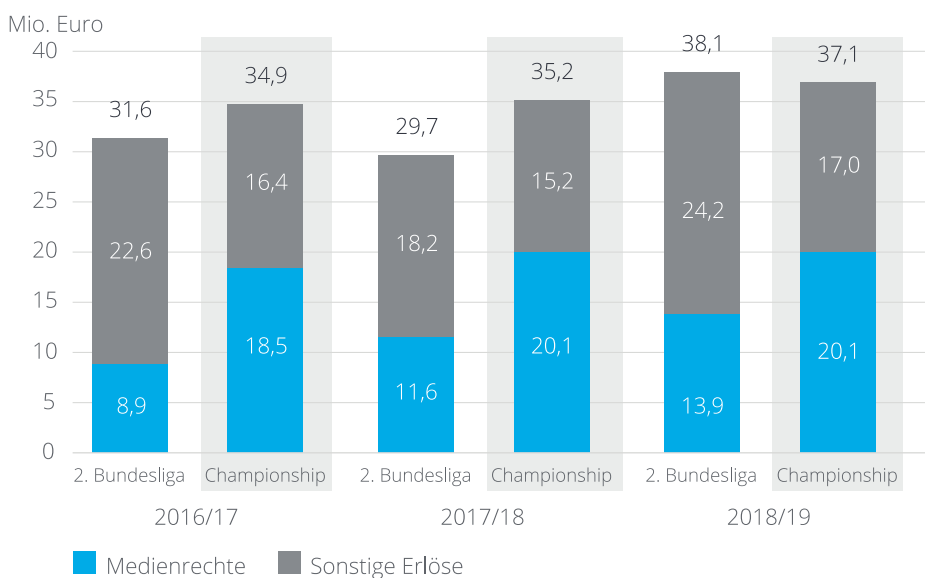
Mit einem Anteil von 54 % an den Gesamterlösen der Championship stellen die Medienerlöse inklusive der zuvor genannten Transferleistungen den dominierenden Umsatztreiber der Liga dar. Davon entfallen 269,2 Mio. Euro auf Fallschirmzahlungen an sieben ehemalige Premier-League-Clubs und 88,7 Mio. Euro aus Solidaritätszahlungen an die übrigen 17 Clubs der zweiten englischen Spielklasse. Die Transferleistungen der Premier League belaufen sich demnach auf insgesamt 357,9 Mio. Euro und repräsentieren 40 % des gesamten Ligaumsatzes.

Während die ehemaligen Premier-League-Clubs Fallschirmzahlungen in Höhe von 18 bis 50 Mio. Euro erhalten, belaufen sich die Solidaritätszahlungen an die übrigen 17 Clubs der Championship auf durchschnittlich 5,2 Mio. Euro. Die Erlöse aus Medienrechten, welche die Fallschirmzahlungen beinhalten, machten für die entsprechenden Clubs der Championship im Schnitt 45,5 Mio. Euro und somit rund 70 % des Gesamtumsatzes aus. Auch für die restlichen Clubs der Championship waren die Umsätze aus Medienrechten im Durchschnitt die wichtigste Erlösquelle, allerdings lagen diese mit 9,6 Mio. Euro deutlich unterhalb des Durchschnittswertes der 2. Bundesliga.

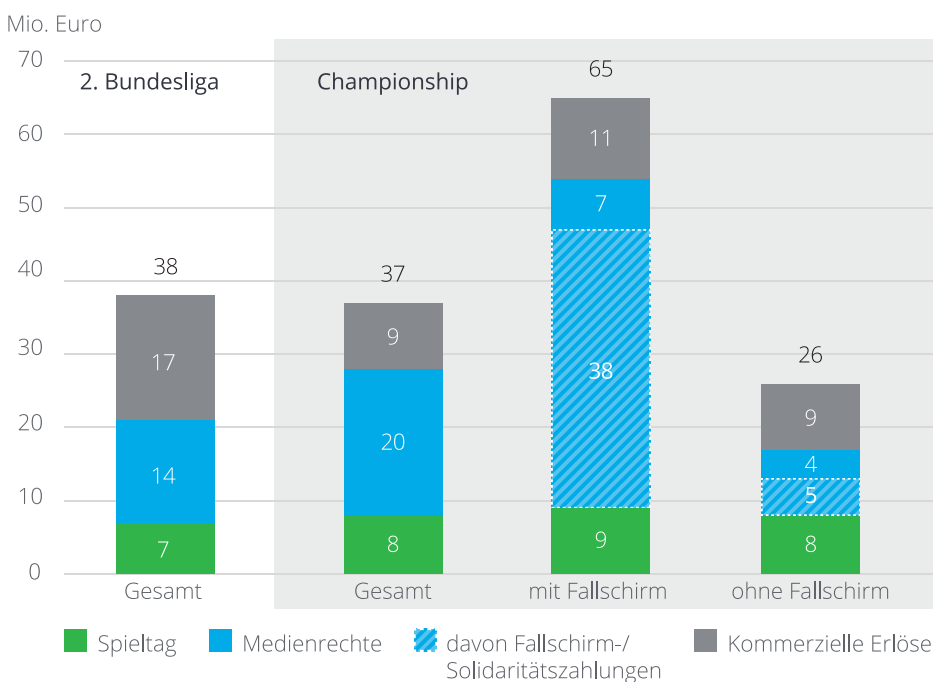
Die Umsätze aus Medienrechten in der zweithöchsten deutschen Spielklasse stiegen in der Saison 2018/19 auf 250,5 Mio. Euro (+20 %) und machten rund 37 % des Ligaumsatzes aus. Der Anstieg resultiert aus der vertraglich vorgesehenen Erhöhung der Zahlungen aus den Medienrechten. Durchschnittlich erzielten die Clubs der 2. Bundesliga Erlöse aus Medienrechten in Höhe von 13,9 Mio. Euro und überschritten damit das Umsatzniveau der nicht fallschirmberechtigten Clubs der Championship deutlich. Dies unterstreicht nochmals die finanzielle Bedeutung der Fallschirmzahlungen in der zweiten englischen Liga bzw. der gemeinsamen Vermarktung mit der Bundesliga für die 2. Bundesliga.

Durchschnittlich erzielten die Clubs der 2. Bundesliga Erlöse aus Medienrechten in Höhe von 13,9 Mio. Euro und überschritten damit das Umsatzniveau der nicht fallschirmberechtigten Clubs der Championship deutlich.

Abb. 11 – Durchschnittlicher Umsatz je Club der 2. Bundesliga und der Championship seit 2016/17



Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

Abb. 12 – Aufteilung des durchschnittlichen Gesamtumsatzes pro Club nach Erlöskategorien 2018/19

Anmerkungen: Alle Angaben sind exkl. Transfererlöse. Spieltagerlöse stammen größtenteils aus Ticketverkäufen (inkl. Dauerkarten und Mitgliedschaften). 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.

Quellen: Ligen, Deloitte-Analyse.

Kommerzielle Erlöse als Umsatztreiber in der 2. Bundesliga

Wie auch in der Bundesliga stellen die kommerziellen Erlöse in der 2. Bundesliga die wichtigste Erlöskategorie dar und setzen sich insbesondere aus Sponsoring, Merchandising und anderen Erlösen zusammen. In diesem Bereich erwirtschafteten die Clubs in der Saison 2018/19 insgesamt 304,0 Mio. Euro, was einem Umsatzanteil von 44 % entspricht.

Mit im Schnitt 16,9 Mio. Euro pro Club wies die 2. Bundesliga einen deutlichen Vorsprung in Höhe von 7,7 Mio. Euro gegenüber der Championship aus. Größter Wachstumstreiber der kommerziellen Erlöse sind die Sponsoring-Einnahmen, welche um 27,1 Mio. Euro auf 158,1 Mio. Euro stiegen.

Steigende Spieltagerlöse in der 2. Bundesliga

Die Spieltagerlöse der 2. Bundesliga stiegen von 97,4 Mio. Euro in der Saison 2017/18 auf 131,3 Mio. Euro in der Saison 2018/19 an, was einem Umsatzanteil von 19 % entspricht. Ein Grund für diese Differenz ist die veränderte Ligazusammensetzung und ein damit einhergehender Zuschauerzuwachs. Die Erlöse pro Club lagen mit 7,3 Mio. Euro unterhalb des Durchschnitts der Championship in Höhe von 7,9 Mio. Euro. Gleichzeitig verzeichnete die 2. Bundesliga mit insgesamt 18.980 Zuschauern pro Spiel einen niedrigeren Zuschauerschnitt als die Championship mit 20.193 Zuschauern, welche zudem eine höhere Anzahl an Spielen aufweist.

In der zweiten englischen Liga machten die Spieltagerlöse rund 21 % des Gesamtumsatzes aus. Für fallschirmberechtigte Clubs lag der Anteil bei lediglich 13 %, während er sich bei Clubs ohne Fallschirm auf rund 29 % belief.

Fallschirmzahlungen – Ziel und Realität?

Die Fallschirmzahlungen sollen die Umsatzlücke zwischen den beiden Top-Ligen im englischen Fußball reduzieren und die Clubs im Falle eines Abstiegs abfedern. Sie stehen jedoch aufgrund ihres polarisierenden finanziellen Effekts in der Championship zunehmend in der Kritik.

In der Saison 2018/19 erreichte keiner der drei Championship-Clubs, die in der Vorsaison aus der Premier League abgestiegen waren, einen Aufstiegsplatz. Während die Fallschirmzahlungen also den finanziellen Verlust abschwächen, befördern sie die Clubs dennoch nicht zwingend zurück in die Premier League.

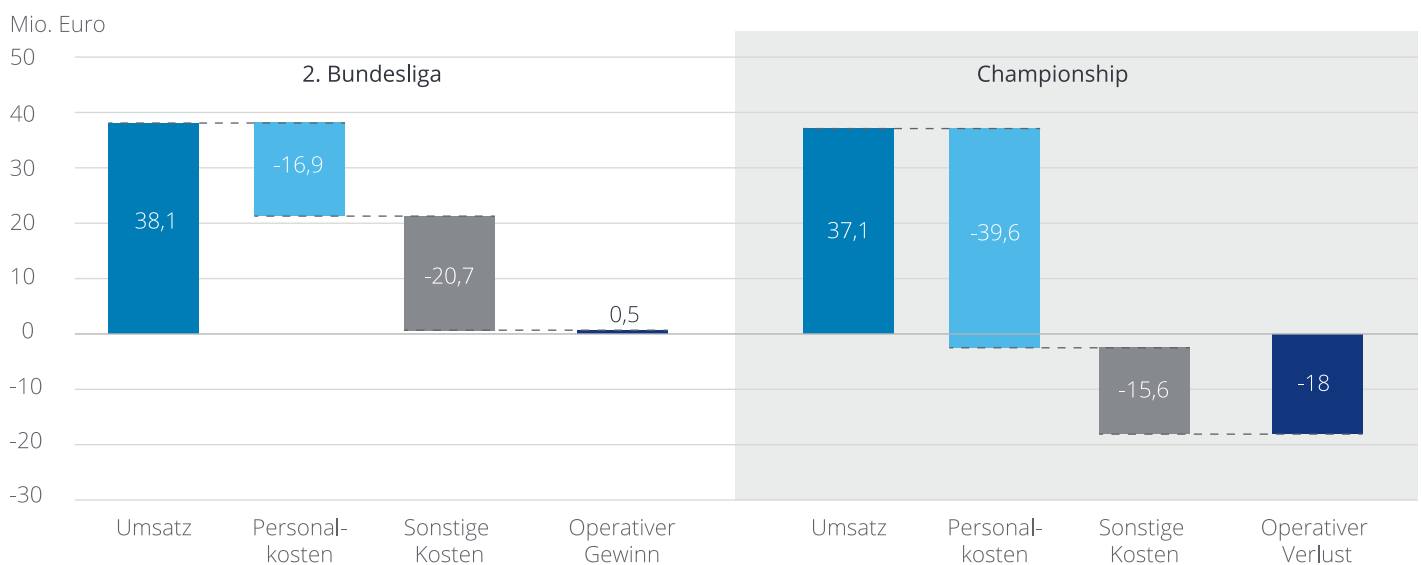
2. Bundesliga deutlich profitabler als die Championship

Die 2. Bundesliga hat in den letzten Jahren – mit Ausnahme der Saison 2016/17 – nachhaltig gewirtschaftet und konnte auch in der Saison 2018/19 ein positives operatives Betriebsergebnis in Höhe von 8,3 Mio. Euro (ca. 0,5 Mio. Euro pro Club) vorweisen. Obwohl die Personalaufwandsquote im Vergleich zur Vorsaison von 50 auf 44 % gesenkt werden konnte, fiel das Betriebsergebnis aufgrund höherer operativer Kosten um rund 7,7 Mio. Euro geringer aus.

Im Gegensatz dazu verzeichneten die Clubs der Championship einen operativen Verlust von 432,8 Mio. Euro (18,0 Mio. Euro pro Club). Der Anstieg des Verlusts um 24,9 Mio. Euro im Vergleich zur Vorsaison (407,9 Mio. Euro) ist auf eine Erhöhung des Personalaufwands von 897,2 auf 949,3 Mio. Euro (+6 %) und einen damit einhergehenden Anstieg der Personalaufwandsquote von 106 auf 107 % zurückzuführen. Die Personalaufwandsquote der Championship ist damit mehr als doppelt so hoch wie jene der 2. Bundesliga. Betrachtet man den Personalaufwand auf Clubebene, betrug dieser in der Championship ebenfalls mehr als das Doppelte des Aufwands der zweithöchsten deutschen Spielklasse.

Die 2. Bundesliga hat in den letzten Jahren – mit Ausnahme der Saison 2016/17 – nachhaltig gewirtschaftet und konnte auch in der Saison 2018/19 ein positives operatives Betriebsergebnis in Höhe von 8,3 Mio. Euro (ca. 0,5 Mio. Euro pro Club) vorweisen.

Abb. 13 – Operative Profitabilität je Club im Vergleich – 2. Bundesliga und Championship 2018/19



Quellen: DFL, Deloitte-Analyse.

Exkurs: Vergabe der DFL-Medienrechte für den Zeitraum 2021/22 bis 2024/25

DFL: Entwicklung der nationalen Medienerlöse (Angaben pro Saison)



Von 2021/22 bis 2024/25

Sky  200 jährliche Liveübertragungen der Bundesliga -66 zur vorherigen Rechteperiode	Sky überträgt im Vergleich zur Vorperiode weniger Live-Spiele, bleibt aber mit 200 Einzelspielen der BL der größte Medienpartner der DFL. Die von Sky erworbenen Pakete umfassen hauptsächlich die Samstage sowie die Spiele der englischen Wochen.
DAZN  106 jährliche Liveübertragungen der Bundesliga +61 zur vorherigen Rechteperiode	DAZN hat seine Position im Vergleich zur Vorperiode verstärkt. Nachdem DAZN bisher über eine Sublizenz von Eurosport 45 Live-Spiele pro Saison zeigte, überträgt der Streamingdienst fortan exklusiv die Live-Spiele an Freitagen und Sonntagen.
ProSiebenSat.1  3 jährliche Liveübertragungen der Bundesliga +3 zur vorherigen Rechteperiode	ProSiebenSat.1 hat ein Live-Paket inklusive der Auftaktspiele der BL und 2. BL erworben. Voraussichtlich werden die Spiele bei „ran“ in Sat.1 zu sehen sein, wodurch Fußball über eine bekannte Marke im Free-TV zu sehen sein wird.
ARD Zugunsten der „Sportschau“ hat die ARD Rechte für Highlight-Zusammenfassungen der BL und der 2. BL im Free-TV erworben. Dazu kommen Audio-Rechte zur Verwertung auf ihren Plattformen.	Sport1 Der Sender behält die Rechte für Highlight-Zusammenfassungen am Sonntagvormittag zugunsten des „Doppelpass“. Zudem erhält er die Rechte für die Übertragung des 2. BL-Topspiels am Samstagabend.
Axel Springer Mit dem Paket M kann der Verlag unmittelbar nach Abpfiff Highlights der Spiele auf seinen Plattformen (u. a. „Sport Bild“ und „Welt“) zeigen.	ZDF Das ZDF behält seine Rechte für Highlight-Zusammenfassungen am Samstagabend zugunsten des „Sportstudios“ und erwarb zudem Rechte an Highlight-Clips für seine digitalen Kanäle.

Die Verwertungsrechte für die vier ab 2021 laufenden Saisons der Bundesliga und der 2. Bundesliga wurden für insgesamt 4,4 Mrd. Euro (1,1 Mrd. Euro pro Saison) vergeben. Auf Basis der in der jüngsten Zeit abgeschlossenen Verträge zu Medienrechten in Europa scheint eine zunehmende Sättigung vorhanden zu sein, die durch die COVID-19-Pandemie zusätzlich verstärkt worden sein dürfte.

Live-Verwertung

A	Pay	Bundesliga (Konferenz) • Samstag 15:30 Uhr • Dienstag 20:30 Uhr • Mittwoch 20:30 Uhr	Sky
B	Pay	Bundesliga (Einzelspiele) • Samstag 15:30 Uhr • Dienstag 18:30 Uhr u. 20:30 Uhr • Mittwoch 18:30 Uhr u. 20:30 Uhr • Relegation (1. vs. 2. Liga)	Sky
C	Pay	Bundesliga (Einzelspiele) • Samstag 18:30 Uhr • Supercup	Sky
D	Pay	Bundesliga (Einzelspiele) • Freitag 20:30 Uhr • Sonntag 15:30 Uhr • Sonntag 17:30 Uhr • Sonntag 19:30 Uhr	DAZN
E	Free	Bundesliga (Einzelspiele) • Eröffnungsspiel Hinrunde • Ein Spiel des 17. Spieltags • Eröffnungsspiel Rückrunde • Relegation (1. vs. 2. Liga) • Supercup 2. Bundesliga (Einzelspiele) • Eröffnungsspiel Hinrunde • Relegation (2. vs. 3. Liga)	ProSieben-Sat.1
F	Pay	2. Bundesliga (Einzelspiele und Konferenz) • Freitag 18:30 Uhr • Samstag 13:30 Uhr • Sonntag 13:30 Uhr • Relegation (2. vs. 3. Liga)	Sky
G	Pay & Free	2. Bundesliga (Einzelspiele) • Samstag 20:30 Uhr	Sky & Sport1

Zeitversetzte Verwertung

H	Free 2. Liga	Highlight-Zusammenfassung • Freitag 22:30–0:00 Uhr • Sonntag 18:45–21:15 Uhr	ARD
I	Free 1./2. Liga	Highlight-Zusammenfassung • Samstag 18:30–20:15 Uhr	ARD
J	Free 1./2. Liga	Highlight-Zusammenfassung • Samstag 21:45–0:00 Uhr	ZDF
K	Free 1./2. Liga	Highlight-Zusammenfassung • Sonntag 06:00–15:00 Uhr	Sport1
L	Free 1. Liga	Highlight-Zusammenfassung • Sonntag 21:15–0:00 Uhr	ARD
M	Pay 1./2. Liga	Highlight-Clips • Unmittelbar nach Abpfiff	Axel Springer
N	Free 1./2. Liga	Highlight-Clips • Ab Montag 0:00 Uhr	ARD Sport1 ZDF

Neben den visuellen Rechtepaketen wurden zwei weitere Pakete vergeben:

- Audio: Die ARD erhielt den Zuschlag für die Broadcast-(UKW) und Netcast-Rechte (Web/Mobile)
- DOOH (Digital Out-of-Home): Axel Springer erhielt die Rechte zur Nutzung 60-sekündiger Highlight-Videos auf digitalen Außenwerbeflächen.

Quellen: DFL, kicker, SPONSORS.

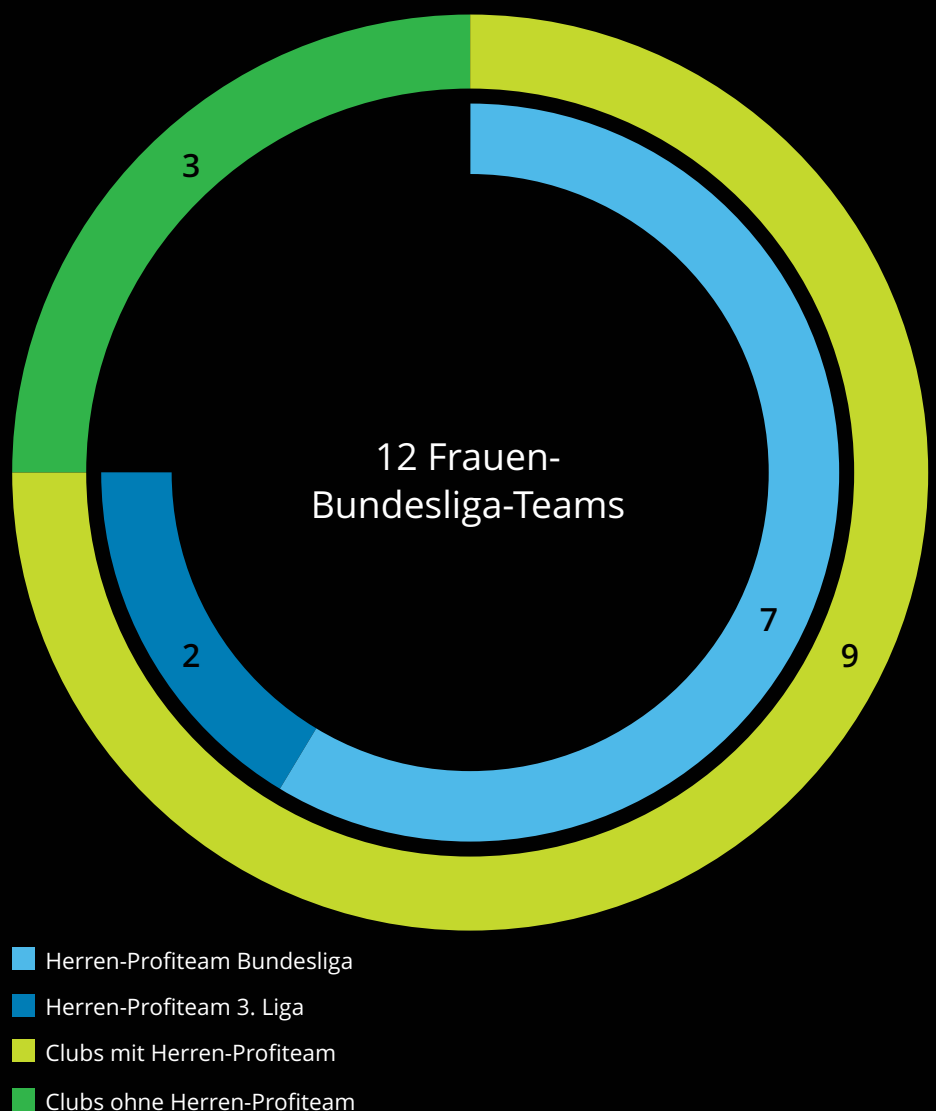
Exkurs: Die Entwicklung des Frauenfußballs

FLYERALARM Frauen-Bundesliga

Finanzen

Gemäß der Ist/Plan-Daten der Saison 2019/20 lag der Aufwand der Clubs der FLYERALARM Frauen-Bundesliga im Durchschnitt bei 2,0 Mio. Euro. Die drei größten Aufwandspositionen waren hierbei die Personalaufwendungen Spielbetrieb, die sonstigen Aufwendungen sowie die Aufwendungen Spielbetrieb.

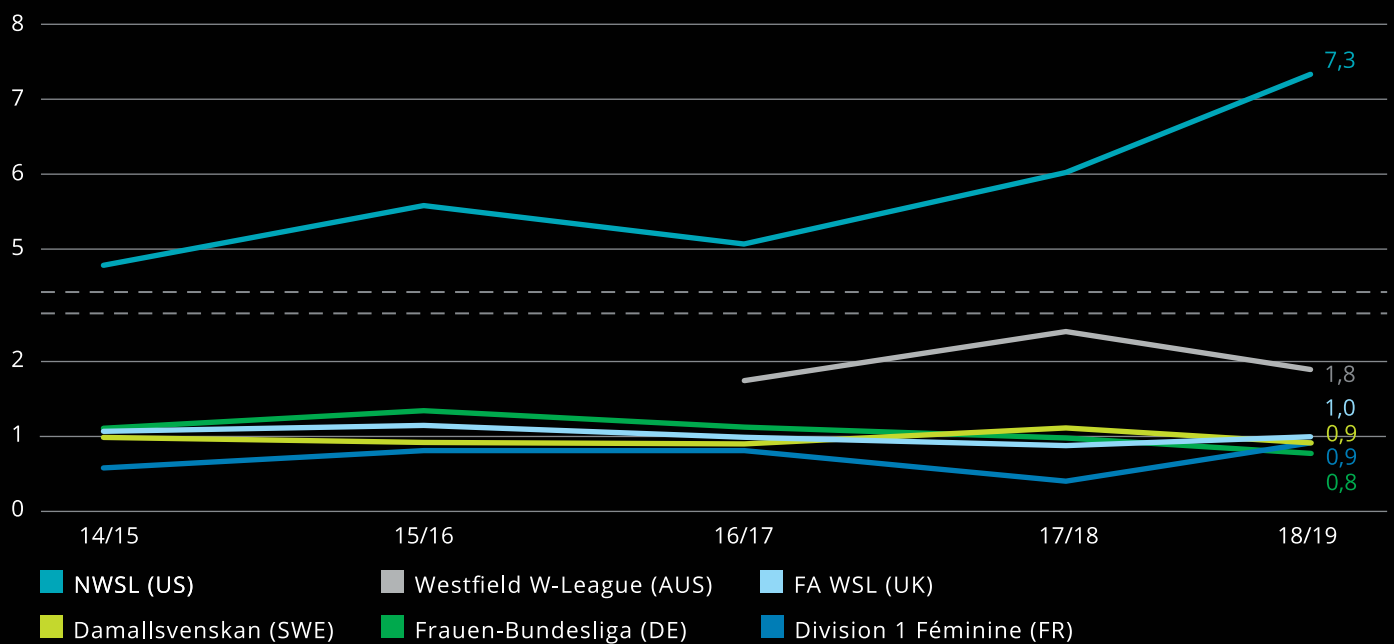
Zusammensetzung (2020/21)



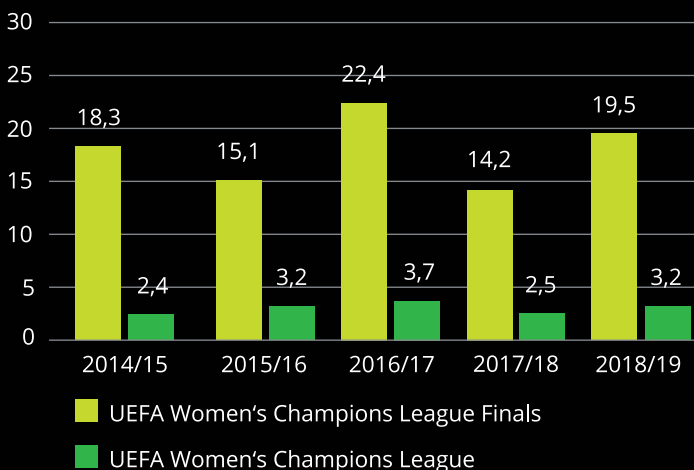
Quellen: DFB, Clubwebseiten, FIFPro.

Die Frauen-Bundesliga weist im internationalen Vergleich unterdurchschnittliche Zuschauerzahlen auf. Eine Reform der UEFA Women's Champions League soll die mediale Präsenz des europäischen Frauenfußballs fördern und sieht für den Zeitraum von 2021 bis 2025 ein neues Wettbewerbsformat inklusive Gruppenphase vor. Zudem erfolgt neben einer Zentralvermarktung der Medienrechte ab der Gruppenphase auch eine teilweise Zentralisierung der Sponsoringvermarktung.

Zuschauerentwicklung im internationalen Vergleich (Durchschn. Anzahl Zuschauer pro Spiel in Tsd.)



UWCL



WM und EM



Trends und Treiber im internationalen Frauenfußball



Gesellschaftliche Relevanz

Fokusthema **Gender Equality** – weltweit steigende Bedeutung von Diversität und der Rolle von Frauen in Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und Sport („Equal Pay“-Debatte). Einige Verbände streben aktiv eine gleiche Bezahlung von Männern und Frauen an. Der brasilianische Fußballverband (CBF) bspw. glich die Bezahlung der beiden Nationalteams 2020 an, sodass Spielerinnen und Spieler fortan bei Spesen und Prämien dieselben Beträge erhalten.



Wirtschaftliches Umfeld

Unternehmen nutzen Sportsponsoring vermehrt zur Kommunikation **sozialer und gesellschaftlicher Werte** („Story Telling“) und schließen Partnerschaften mit Sportmarken, welche diese Werte glaubhaft vertreten können. Dies zeigt sich u.a. bei Namenssponsorings für Frauenfußball-Ligen wie der FLYERALARM Frauen-Bundesliga (Deutschland), Primera Iberdrola (Spanien) oder Barclays FA Women's Super League (England).



Verbände

FIFA und **UEFA** haben **Dachstrategien** für die globale Entwicklung des Frauenfußballs vorgelegt. Zur Steigerung der Attraktivität für Fans und kommerzielle Partner werden UEFA-Wettbewerbe umgestaltet. So sieht bspw. eine Reform der UEFA Women's Champions League für den Zeitraum von 2021 bis 2025 ein neues Wettbewerbsformat inklusive Gruppenphase vor.



Intern. Wettbewerb

Internationale Top-Clubs implementieren Strategiekonzepte für die Entwicklung des Frauenfußballs und realisieren Synergien durch Kooperationen zwischen Männer- und Frauentteams. In Deutschland führten zuletzt der 1. FFC Frankfurt und Eintracht Frankfurt Anfang Juli 2020 erfolgreich eine Fusion durch.



Events

Hohe Zuschauerzahlen bei Mega-Events (ca. 1 Mrd. mediale Reichweite bei Frauen WM 2019) oder Highlight-Spielen verdeutlichen das global zunehmende Interesse am Frauenfußball. Der Zuschauerrekord bei einem Ligaspiel wurde am 17. März 2019 in der Begegnung zwischen den Frauenmannschaften von Atlético Madrid und FC Barcelona aufgestellt (60.738 Zuschauer).



Organisatorische Integration

In den internationalen Top-Clubs, in welchen der Bereich Frauenfußball besonders professionell betrieben wird, herrscht eine **hohe Unabhängigkeit des sportlichen Bereichs**, während **administrative Prozesse** in den Club **integriert** sind.

Quellen: DFB, Öffentlich verfügbare Informationen.

Interview mit Heike Ullrich, stellv. Generalsekretärin des DFB

Guten Tag, Frau Ullrich.

Herzlichen Glückwunsch zum 50-jährigen Jubiläum des Frauenfußballs beim DFB. Was war für Sie der wichtigste Meilenstein in der Geschichte des Frauenfußballs beim DFB?

Heike Ullrich: Den einen wichtigen Meilenstein zu benennen ist fast unmöglich. Vielmehr fallen mir mehrere wesentliche Meilensteine ein, die den Frauenfußball besonders geprägt haben. Zum einen sind da der erste EM-Triumph 1989 – mit dem Finale in Osnabrück vor ausverkauftem Haus – sowie die WM-Titel 2003 und 2007 zu nennen. Zum anderen natürlich die FIFA Frauen-Weltmeisterschaft im eigenen Land im Jahr 2011. Auch wenn für unser Team sportlich der Weg bereits im Viertelfinale beendet war, konnte sich Fußballdeutschland einmal mehr als Gastgeber eines tollen Fußballfestes beweisen. Das Turnier hat gezeigt, dass Frauenfußball sowohl einen wirtschaftlichen als auch einen gesellschaftlichen Mehrwert generieren kann.

Wie schätzen Sie die Entwicklung der FLYERALARM Frauen-Bundesliga ein?

Heike Ullrich: Die FLYERALARM Frauen-Bundesliga nimmt auf der Grundlage fester Verbandsstrukturen und des ziel führenden Austauschs zwischen DFB und den Clubs eine sehr positive und stabile Entwicklung, die auch durch die fortschreitende Professionalisierung in allen Bereichen deutlich wird. Besonders hervorzuheben ist die hervorragende sportliche Entwicklung der Liga, die sich im europäischen Vergleich nicht zu verstecken braucht.

Das ist die perfekte Grundlage, damit die FLYERALARM Frauen-Bundesliga ihr enormes Potenzial auch in den übrigen Bereichen weiter realisieren kann. Die stetig steigende Zahl der Lizenzvereine, die ebenfalls auf hohem Niveau Frauenfußball anbieten, bestätigt diesen Trend.

Wo sehen Sie zukünftig das größte Potenzial für den Frauenfußball?

Heike Ullrich: Im Wesentlichen sehe ich dies in zwei Bereichen. Erstens müssen die starken Strukturen durch ein stetiges und professionell umgesetztes Engagement der Lizenzvereine weiter verfestigt werden. Hierfür ist notwendig, dass der Frauenfußball in die Vereins-DNA aufgenommen und entsprechend gefördert wird. Weiteres Potenzial liegt auch darin, die Sichtbarkeit weiter auszubauen. Hierfür müssen wir bereits an der Basis Jungs und vor allem auch Mädels für den Fußball begeistern, denn Freude am „Kicken“ ist geschlechtsunabhängig. Von entscheidender Bedeutung ist hierbei sicherlich, dass mehr Frauen auf allen Ebenen im Fußball aktiv werden und auch eine Chance erhalten.

Wir bedanken uns für dieses Interview.

Gerne!



Heike Ullrich ist diplomierte Sportökonomin und leitet seit dem 1. Januar 2018 die DFB-Direktion Verbände, Vereine und Ligen, die für DFB-Pokal, 3. Liga, FLYERALARM Frauen-Bundesliga, alle Amateur- und Jugendspielklassen sowie die Schiedsrichter/innen zuständig ist. Ihre Direktion bündelt alle Belange des Breitensports und des Amateurspitzenfußballs. Seit Juli 2020 ist Heike Ullrich zudem stellvertretende Generalsekretärin des DFB.

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 2014/15 bis 2018/19 dargestellt:

Land	Liga	Clubs
Deutschland	Bundesliga	18
England	Premier League	20
Frankreich	Ligue 1	20
Italien	Serie A	20
Spanien	Primera División	20

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 Deloitte Sport Business Gruppe von den nationalen Verbänden bzw. Ligen zur Verfügung gestellt wurden. Clubs, deren Jahresabschlussberichte für die Saison 2018/19 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 2019/20 und 2020/21 basieren auf zukünftigen Finanzaufgaben, 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 Transfererlöse dargestellt.

Einschränkungen hinsichtlich der veröffentlichten Informationen

Wie erwähnt, basiert die Untersuchung auf Informationen der Einzel- oder Konzernabschlüsse sowie auf weiteren verfügbaren Quellen. Dies führt aus folgenden 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. Differenzen beim Ansatz von Abschreibungen bei Stadien können sich beispielsweise auf die Profitabilität auswirken. 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.

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 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.

Wechselkurse

Für unsere grenzüberschreitenden Analysen der Saison 2018/19 wurden alle Finanzaufgaben für europäische Ligen mit dem Wechselkurs per 30. Juni des jeweiligen Jahres in Euro umgerechnet (30. Juni 2019: £1 = €1,12). Für Spielzeiten vor 2018/19 wurden die bereits publizierten Wechselkurse aus vorherigen Auflagen dieser Studie genutzt. Für die Prognosen nach 2018/19 wurde der durchschnittliche Wechselkurs der zehn Monate bis zum 30. April 2020 verwendet (£1 = €1,13).

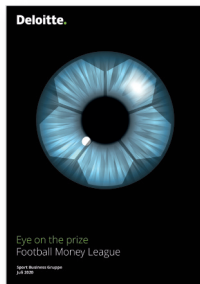
Sport Business Gruppe

Die Sport Business Gruppe der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Deloitte beschäftigt sich seit mehr als 20 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 Fußball und Digitalisierung realisiert werden. Insbesondere der multidisziplinäre Ansatz unseres Teams ermöglicht eine stringente Ausrichtung unserer Arbeit an den verschiedenen Bedürfnissen von Verbänden, Ligen, Clubs, Investoren, Sportstätten und Sportrechteagenturen.

Unser Beratungsangebot umfasst ein umfangreiches Spektrum an Leistungen:

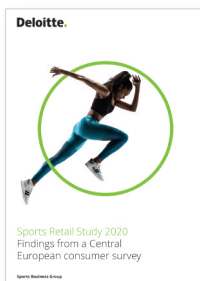


Weitere ausgewählte Studien von Deloitte im Sport Business



Football Money League

Jährlich erscheinender deutscher Auszug aus der internationalen Studie der Deloitte Sports Business Group in Manchester (GB). Diese listet die 20 umsatzstärksten Fußballclubs der Welt auf und gibt eine Übersicht über deren Erlösstrukturen. Daneben fokussiert sich die deutsche Ausgabe auf weitere Analysen zu den Bundesliga-Clubs innerhalb und außerhalb der Top 20. Die 23. Auflage dieser Studie wurde im Januar 2020 veröffentlicht.



Sports Retail Study

Stellt durch Primärdatenerhebung die aktuelle Entwicklung des Sportkonsums dar und analysiert das Verhalten von Sportproduktanbietern und -konsumenten. Zusätzlich wird die Sportbeteiligung in Deutschland untersucht, um so die Schnittstelle zur finanziellen Entwicklung der Branche herzustellen.



Let's Play! The European esports market

Analyse des europäischen eSports-Marktes. eSports rollt derzeit im Expresstempo in den Mainstream. Noch vor einigen Jahren als Nische für wenige Hardcore-Gamer unterschätzt, wird eSports auch in Europa immer stärker von der Öffentlichkeit wahrgenommen. Diese Entwicklung analysieren wir in unserer Studie und geben im Rahmen von Interviews einen differenzierten Blick auf diesen spannenden Zukunftsmarkt. „Let's Play! – The European esports market“ ist die zweite Studie mit Bezug auf den europäischen eSports-Markt und die insgesamt fünfte Deloitte-Studie im eSports-Bereich.



European Health & Fitness Market Report

Die Studie gibt eine Übersicht über die Top-Anbieter und größten Ländermärkte im europäischen Gesundheits- und Fitnessmarkt und stellt diese in Form von detaillierten Profilen vor. Zudem widmet sich die Studie aktuellen Trends im Betreiber- und Geräteherstellermarkt sowie den jüngsten M&A-Transaktionen in der Branche. Die 7. Auflage dieser Studie wurde im April 2020 veröffentlicht.

Ansprechpartner



Stefan Ludwig

Partner

Leiter Sport Business Gruppe

Tel: +49 (0)211 8772 4701

sludwig@deloitte.de



Kim Lachmann

Senior Manager

Sport Business Gruppe

Tel: +49 (0)211 8772 3565

klachmann@deloitte.de

Autoren

Stefan Ludwig, Kim Lachmann, Jan Halter, Hendrik Hölzenbein, Jakob Papenbrock, Lukas Seelemeyer

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

Deloitte.

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, Mitarbeiter 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 selbständige und unabhängige Unternehmen.

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 Mandanten. Weitere Informationen finden Sie unter www.deloitte.com/de/UeberUns.

Deloitte ist ein weltweit führender Dienstleister in den Bereichen Audit und Assurance, Risk Advisory, Steuerberatung, Financial Advisory und Consulting und damit verbundenen Dienstleistungen; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Unser weltweites Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften und verbundenen Unternehmen in mehr als 150 Ländern (zusammen die „Deloitte-Organisation“) erbringt Leistungen für vier von fünf Fortune Global 500®-Unternehmen.

Erfahren Sie mehr darüber, wie rund 330.000 Mitarbeiter von Deloitte das Leitbild „making an impact that matters“ täglich leben:

www.deloitte.com/de/UeberUns

TEAM



Deloitte.

Partner und Co-Förderer

TEAM

