

PRESSEINFORMATION***Profi-Fußball: Vereine reizen das Ertragspotenzial für Stadion-Namensrechte nicht aus***

München, 8. November 2019 – Eine Studie der internationalen Beratungsgesellschaft Duff & Phelps hat ergeben, dass zahlreiche europäische Fußball-Clubs die Erlöspotenziale aus der Vergabe von Namensrechten für ihre Stadien nur unzureichend oder überhaupt nicht ausnutzen. Die derzeit im Vergleich zum Trikot-Sponsoring noch günstigen Preise für entsprechende Werbeverträge bieten deshalb Unternehmen langfristig lukrative Möglichkeiten, ihre internationale Bekanntheit deutlich zu steigern.

Die Bewertungsexperten von Duff & Phelps haben insgesamt 98 europäische Clubs untersucht, darunter mit Bayern München, Borussia Dortmund und Schalke 04 drei deutsche Spitzenvereine. Nur rund 27 Prozent der analysierten Vereine haben die Namensrechte für ihre Stadien bereits an einen Sponsor vergeben, alle übrigen halten bisher an Traditionsnamen fest.

Zu den bisherigen Verweigerern zählen mit dem FC Barcelona und Real Madrid ausgerechnet die beiden europäischen Spitzenvereine, für die Duff & Phelps die höchsten Werte für Werberechte errechnet hat. So könnte nach dieser Schätzung Barca für eine Umbenennung des Camp Nou (katalanisch für „Neues Spielfeld“) pro Jahr rund 37 Millionen Euro zusätzlich kassieren. Real Madrid, dessen Stadion Bernabeu nach einem ehemaligen Präsidenten des Vereins benannt ist, könnte die Kasse ebenfalls mit rund 37 Millionen pro Jahr aufstocken.

Die Bundesliga liegt bei der Vermarktung der Namensrechte im internationalen Vergleich mit den anderen Top-Ligen zwar vorn – rund 80 Prozent der Bundesliga-Profiabteilungen in Deutschland haben einen Stadion-Deal mit einem Sponsor abgeschlossen, während es in der englischen Premier League rund 30 Prozent sind, in Italien und Frankreich 10 Prozent und in Spanien sogar nur 5 Prozent. Doch optimal ausgenutzt werden die Möglichkeiten offenbar auch in der Bundesliga nicht.

Für den FC Bayern München schätzt Duff & Phelps den Wert der Namensrechte für die Allianz-Arena auf über 20 Millionen Euro pro Jahr. Der internationale Konzern hat einen besonders lukrativen Werbe-Deal abgeschlossen, denn der Versicherer überweist für den langfristigen Vertrag mit 6 Millionen Euro pro Jahr nicht einmal ein Drittel dieser Summe an die Bayern. Die Allianz-Manager sind vom Fußball als Werbepartner offensichtlich sehr überzeugt: Sie schlossen vor zwei Jahren einen weiteren Stadion-Vertrag mit Juventus Turin, jetzt spielt die Ronaldo-Mannschaft im Allianz Stadium. Duff & Phelps schätzt den Wert der Juventus-Stadionnamensrechte auf rund 18 Millionen Euro pro Saison. Was die Allianz bezahlt, wurde seinerzeit nicht kommuniziert.

Auch Borussia Dortmund bleibt mit den Werbeerlösen von 6 Millionen Euro jährlich für die Vergabe der Namensrechte des Signal Iduna Parks unter den von Duff & Phelps geschätzten Möglichkeiten, die mit 11,8 Millionen Euro fast beim doppelten Wert liegen. Lediglich der Revier-Konkurrent Schalke 04 nutzt das Potenzial der geschätzten Werbeeinnahmen für die Veltins-Arena von knapp 7 Millionen Euro relativ stark aus.

Die meisten Unternehmen, die in der Bundesliga Stadiennamen sponsern, stammen mit 28% aus dem Finanzbereich. 17% sind dem Automobilsektor zuzuordnen. Die anderen Sponsoren sind unter anderem aus den Sektoren Energie, Chemie oder Nahrungsmittel.

„Wir sehen in ganz Europa noch erhebliches Potenzial für weitere Vertragsabschlüsse,“ sagt Daniel Kittlauss, Managing Director bei Duff & Phelps, „Insbesondere für die Vereine, die verlässlich jedes Jahr in der Champions League spielen und die deshalb eine große Aufmerksamkeit rund um den Globus genießen. Sie sind als Werbepartner für internationale Konzerne sehr interessant, insbesondere aus dem Finanzsektor.“

Über Duff & Phelps

Duff & Phelps ist eine internationale Beratungsgesellschaft, die für ihre Klienten Unternehmenswerte schützt, wiederherstellt und maximiert. Duff & Phelps bietet Beratungsleistungen in den Bereichen Unternehmensbewertungen, Corporate Finance, Investigations, Disputes, Cyber-Security, Compliance und Regulatorik sowie in Fragen der Governance. Wir arbeiten mit Klienten aus unterschiedlichsten Branchen und reduzieren Risiken für Vermögenswerte, Prozesse und Mitarbeiter. Mit der Eingliederung von Kroll, seit 2018 ein Geschäftsbereich von Duff & Phelps, arbeiten nun 3.500 Experten in 28 Ländern für unser Unternehmen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.duffandphelps.de

M&A advisory, capital raising and secondary market advisory services in the United States are provided by Duff & Phelps Securities, LLC. Member FINRA/SIPC. Pagemill Partners is a Division of Duff & Phelps Securities, LLC. M&A advisory, capital raising and secondary market advisory services in the United Kingdom are provided by Duff & Phelps Securities Ltd. (DPSL), which is authorized and regulated by the Financial Conduct Authority. M&A advisory and capital raising services in Germany are provided by Duff & Phelps GmbH, which is a Tied Agent of DPSL. Valuation Advisory Services in India are provided by Duff & Phelps India Private Limited under a category 1 merchant banker license issued by the Securities and Exchange Board of India.

Pressekontakt:

IWK Communication Partner
Ira Wülfing / Benedikt Nesselhauf
T: +49 89 2000 30 30
E: duffandphelps@iwk-cp.com