

Deloitte.



Breaking new ground
Deloitte Football Money League

Sport Business Gruppe
August 2024

Vorwort	03
Von Stefan Ludwig und Timothy Bridge	
Wirtschaftliche Entwicklung der Top-20-Clubs	05
Detaillierte Analysen zu den umsatzstärksten Fußballclubs der Welt	
Wirtschaftliche Entwicklung der Top-15-Frauenteam	11
Detaillierte Analysen zu den umsatzstärksten Frauenteam der Welt	
Sport Business Gruppe	13
Die Leistungen der Sport Business Gruppe im Überblick	
Exkurs: Nachhaltigkeit im Profifußball	15
Richtlinien und Regularien zum Thema Nachhaltigkeit im Profifußball	
Wirtschaftliche Entwicklung deutscher Clubs	17
Detaillierte Analysen zu den Bundesliga- Clubs innerhalb der Top 20 und weiteren Bundesligisten	
Basis unserer Analysen	27
Ausgewählte Studien von Deloitte	28

Vorwort

Willkommen zur diesjährigen Ausgabe der „Deloitte Football Money League“, in der wir die umsatzstärksten Fußballclubs der Welt in der Saison 2022/23 darstellen. Im Mittelpunkt der deutschen Ausgabe stehen die Bundesliga-Vertreter im internationalen Top-Ranking sowie eine Übersicht weiterer Bundesligisten.

Von Stefan Ludwig und Timothy Bridge

Wir freuen uns, Ihnen die deutsche Ausgabe unserer „Deloitte Football Money League“ zu präsentieren, welche dieses Jahr zum 18. Mal erscheint. Die zugrunde liegende englische Ausgabe wurde in diesem Jahr bereits in ihrer 27. Ausgabe veröffentlicht und umfasst detaillierte Informationen zu allen 20 internationalen Spitzenclubs der „Deloitte Football Money League“. Zudem enthält die diesjährige Ausgabe auch ein Kapitel zu den Top 15 der umsatzstärksten Frauentteams der Saison 2022/23.

Die Gesamteinnahmen der Top-20-Clubs beliefen sich in der Saison 2022/23 auf den Rekordwert von 10,5 Mrd. Euro (exkl. Transferaktivitäten). Dies entspricht einem Anstieg von 1,3 Mrd. Euro bzw. 14 Prozent gegenüber den Top-20-Clubs in der Saison 2021/22. Somit lag der Gesamtumsatz erstmals wieder über dem Vor-Pandemie-Niveau (+ 1,2 Mrd. Euro im Vergleich zur Saison 2018/19).

Die Top-20-Clubs erzielten in der Saison 2022/23 Rekord-Spieltagerlöse in Höhe von 1,9 Mrd. Euro (+ 0,5 Mrd. Euro bzw. + 36 % gegenüber der Vorsaison). Ein wesentlicher Treiber für die Entwicklung liegt in der großen Nachfrage der Fans nach Live-Sport, zumal die Stadien in Europa erstmals seit der Saison 2018/19 wieder mit voller Zuschauerkapazität genutzt werden konnten. Insgesamt meldeten 13 der Top-20-Clubs Rekordeinnahmen an Spieltagen, wobei diese Entwicklung vor allem auf die Clubs außerhalb von England zurückzuführen ist. Eine Reihe von Clubs, die in diesen Ligen spielen, meldeten zudem eine höhere Stadionauslastung als in der Saison 2018/19 vor der Pandemie.

Neben den Rekord-Spieltagerlösen haben die Clubs der „Deloitte Football Money League“ auch eine neue Bestmarke bei den kommerziellen Erlösen aufgestellt. Diese beliefen sich in der Saison 2022/23 auf insgesamt 4,4 Mrd. Euro, was einem Wachstum von 17 Prozent (+ 0,6 Mrd. Euro) im Vergleich zur Vorsaison entspricht. Die kommerziellen Erlöse stellten erstmals seit der Saison 2015/16 (abgesehen von der durch COVID-19-Restriktionen betroffenen Saison 2019/20) die größte Einnahmequelle der Top-20-Clubs dar. 17 Clubs innerhalb der Top 20 meldeten hierzu einen Anstieg im Vergleich zum Vorjahr, wobei das Wachstum vor allem auf die verbesserten Erlöse aus Merchandising, die Einnahmen aus Veranstaltungen außerhalb von Spieltagen (z. B. Konzerte) und die Erholung der Sponsoreneinnahmen, welche durch die Pandemie beeinträchtigt waren, zurückzuführen ist.

Die Medienerlöse in der Saison 2022/23 stiegen eher moderat um 0,2 Mrd. auf 4,3 Mrd. Euro (+ 5 %), da die Saison 2022/23 in die bestehenden nationalen Übertragungszyklen für die deutsche, italienische und französische Liga fiel und der Umsatz bei den neuen nationalen Rechtezyklen in England und Spanien im Vergleich zu den vorherigen Perioden stabil blieb bzw. zurückging. Die Medienerlöse wurden ebenfalls durch die Einnahmen aus der Investition der Private-Equity-Gesellschaft CVC Capital Partner („CVC“) in eine kommerzielle Tochtergesellschaft der Ligue de Football Professional erhöht. Dies brachte allein den beiden Ligue-1-Clubs einen kumulierten Zuwachs von rund 120 Mio. Euro.¹

In der diesjährigen Ausgabe der „Deloitte Football Money League“ wurden ebenfalls die 15 umsatzstärksten Frauenteams im europäischen Fußball untersucht. Der durchschnittliche Umsatz der analysierten Frauenteams lag in der Saison 2022/23 bei 4,3 Mio. Euro. Wie bereits in der Vorsaison belegte das Frauenteam des FC Barcelona mit 13,4 Mio. Euro den ersten Rang. Mit Eintracht Frankfurt (3,6 Mio. Euro) auf Rang acht und dem FC Bayern München (3,1 Mio. Euro) auf Rang neun finden sich auch zwei deutsche Vertreter im Top-15-Ranking der umsatzstärksten Frauenteams.

Traditionsgemäß haben wir auch in diesem Jahr wieder ein Kapitel denjenigen Bundesligisten gewidmet, die uns freundlicherweise ihre Umsatzzahlen zur Verfügung gestellt haben, ohne derzeit ein Kandidat für eine Position in den Top 20 der „Deloitte Football Money League“ zu sein.

Im Namen der Sport Business Gruppe von Deloitte bedanken wir uns auch stellvertretend für unserer Kolleginnen und Kollegen bei den beteiligten Clubs für die langjährige und vertrauensvolle Zusammenarbeit und wünschen eine erfolgreiche Bundesliga-Saison 2024/25.



St. Ludwig

Stefan Ludwig
Partner
Leiter Sport Business Gruppe
Deutschland



T. BRIDGE

Timothy Bridge
Partner
Leiter Sport Business Gruppe
Großbritannien

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

Wirtschaftliche Entwicklung der Top-20-Clubs

Im Folgenden analysieren wir die Gesamtumsätze (exkl. Transferaktivitäten) der Top-20-Clubs der Welt und stellen die Entwicklung im Vergleich zur Vorsaison dar. Neben den diesjährigen Top-20-Clubs betrachten wir auch die weiteren Clubs innerhalb der Top 30.

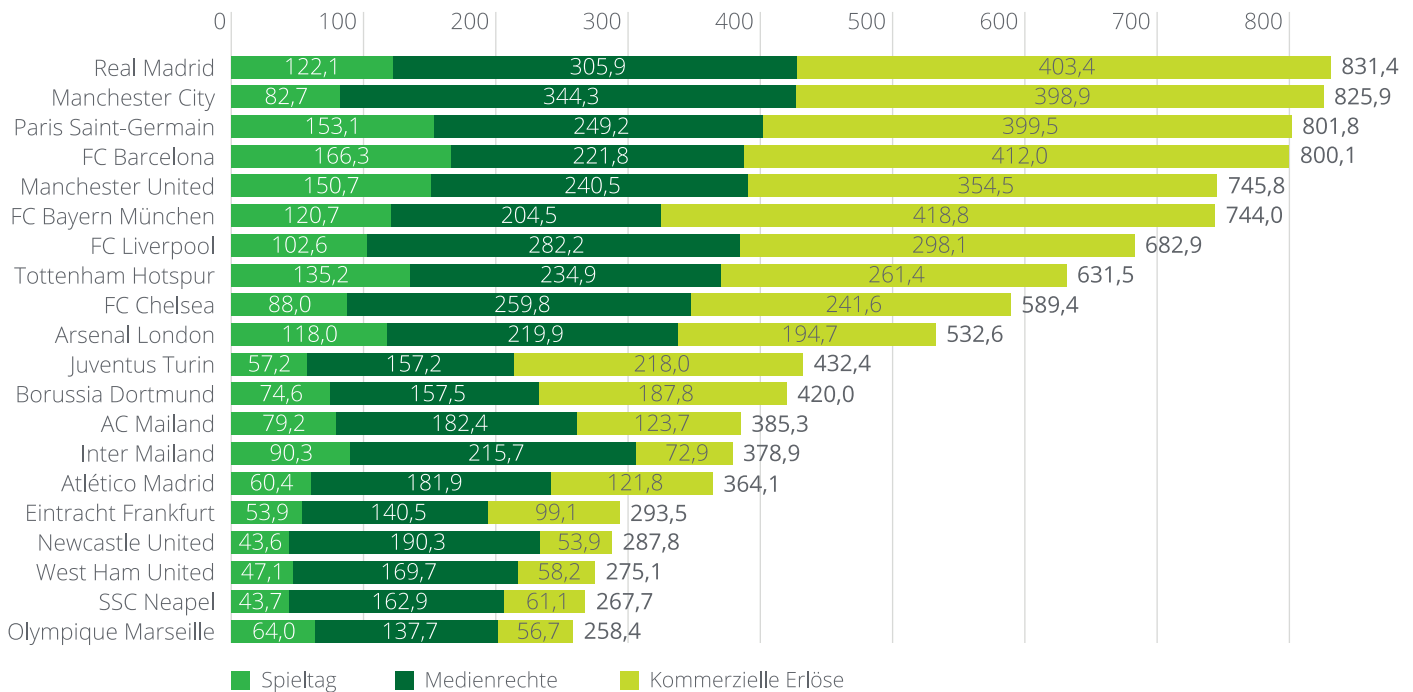
Insgesamt meldeten die Top-20-Clubs in der „Deloitte Football Money League“ durchschnittliche Einnahmen von 527,4 Mio. Euro (exkl. Transferaktivitäten), wobei die kommerziellen Erlöse und die Medienerlöse mit durchschnittlich 221,8 Mio. Euro (42 %) bzw. 212,9 Mio. Euro (40 %) einen ähnlich hohen Anteil am Gesamtumsatz hatten, gefolgt von den Spieltagerlösen mit durchschnittlich 92,7 Mio. Euro (18 %). Die Top 20 werden, wenn auch nicht so stark wie in den Vorjahren, von den Clubs der englischen Premier League dominiert. Während in der Vorsaison elf der 20 Clubs aus der Premier League stammten, gehörten in der Saison 2022/23 acht der Top-20-Clubs der englischen ersten Liga an. Die übrigen zwölf Positionen verteilen sich auf die vier übrigen „Big Five“-Ligen (vier Serie-A-Clubs, je drei La-Liga- und Bundesliga-Clubs und zwei Ligue-1-Clubs). Die acht englischen Clubs innerhalb der Top 20 erwirtschafteten insgesamt rund 43 Prozent des aggregierten Umsatzes (Vorsaison 53 %). Dabei fällt auf, dass alle in der Saison 2022/23 neuen Top-20-Clubs (Eintracht Frankfurt, SSC Neapel und Olympique Marseille) an der UEFA Champions League teilnahmen.

Real Madrid überholte in der Saison 2022/23 Manchester City und ist zum ersten Mal seit der Saison 2017/18 wieder der umsatzstärkste Fußballclub. Die Madrilenen verzeichneten Rekordeinnahmen in Höhe von 831,4 Mio. Euro, was einer Steigerung von 117,6 Mio. Euro (+ 16 %) gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das Wachstum des Clubs ist vor allem auf eine deutlichere Steigerung der Umsatzzahlen im Merchandising und auf höhere Zuschauerzahlen nach Auflösung der COVID-19-Beschränkungen zurückzuführen.

Trotz einer Rekordsaison in sportlicher (Gewinn des Triples) sowie wirtschaftlicher Hinsicht fiel Manchester City in der Rangliste auf den zweiten Platz zurück. Der Club verbuchte mit 825,9 Mio. Euro (+ 94,9 Mio. Euro bzw. + 13 %) die höchsten Einnahmen aller Zeiten. Dies ist auf den erstmaligen Sieg in der UEFA Champions League und den gleichzeitigen Gewinn der Premier League zurückzuführen. Folgerichtig verzeichnete der Club aus Manchester ein Wachstum aus den Einnahmen aus Medienrechten und kommerziellen Erlösen um jeweils 50,2 bzw. 26,4 Mio. Euro.

Real Madrid überholte in der Saison 2022/23 Manchester City und ist zum ersten Mal seit der Saison 2017/18 wieder der umsatzstärkste Fußballclub. Die Madrilenen verzeichneten Rekordeinnahmen in Höhe von 831,4 Mio. Euro, was einer Steigerung von 117,6 Mio. Euro (+ 16 %) gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Abb. 1 – Aufteilung der Gesamtumsätze der Top-20-Clubs in der „Deloitte Football Money League“ 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Spieltagerlöse stammen größtenteils aus Ticketverkäufen. Erlöse aus Medienrechten beinhalten Erlöse aus TV- und Rundfunkverträgen sowohl durch nationale als auch durch internationale Wettbewerbe. Kommerzielle Erlöse spiegeln insbesondere Erlöse aus Sponsoring, Merchandising und Catering sowie sonstige betriebliche Erträge wider.

Quellen: Club-Informationen, Deloitte-Analyse.

Paris Saint-Germain schaffte mit einem Gesamtumsatz von 801,8 Mio. Euro zum ersten Mal in der Geschichte der „Deloitte Football Money League“ den Sprung unter die ersten drei Clubs und lag damit zum zweiten Mal in Folge vor dem FC Barcelona (800,1 Mio. Euro). Der Club aus Paris konnte seine Einnahmen gegenüber dem Vorjahr um 147,6 Mio. Euro steigern, was vor allem auf seinen Anteil an der bereits erwähnten CVC-Investition in die kommerzielle Tochtergesellschaft der Ligue de Football Professional zurückzuführen ist. Diese brachte dem Club 83,5 Mio. Euro ein.

Zu den größten Aufsteigern im Deloitte-Football-Money-League-Ranking gehört der FC Barcelona, der von Platz sieben auf Platz vier vorrückte. Dies hing stark mit der vollständigen Rückkehr der Fans in die Stadien, Rekorderlöse aus Lizenzen und Merchandising sowie steigenden Sponsoringeinnahmen zusammen.

Demgegenüber musste der FC Liverpool den größten Rückgang im Vergleich zum Vorjahr hinnehmen und fiel von Rang drei auf Rang sieben zurück. Neben Atlético de Madrid und West Ham United war der FC Liverpool einer von drei Clubs in der „Deloitte Football Money League“, der im Vergleich zur Vorsaison einen Rückgang der Einnahmen verzeichnete. Das schlechtere Abschneiden in den nationalen und europäischen Wettbewerben hat diese Entwicklung maßgeblich beeinflusst. Während der Club in der Saison 2021/22 den FA Cup gewann, das Finale der UEFA Champions League erreichte sowie den zweiten Platz in der Premier League belegte, schied der FC Liverpool in der Saison 2022/23 bereits im Achtelfinale der UEFA Champions League aus und verpasste mit dem fünften Platz in der Liga die erneute UEFA-Champions-League-Qualifikation.

Der umsatzstärkste Club der Bundesliga im diesjährigen Ranking ist erneut der FC Bayern München, welcher mit einem Gesamtumsatz von 744 Mio. Euro wie bereits im Vorjahr den sechsten Platz belegte. Neben den Münchnern sind mit Borussia Dortmund und Eintracht Frankfurt zwei weitere Bundesligisten in den Top 20 der diesjährigen „Deloitte Football Money League“ vertreten. Mit einem Gesamtumsatz von 420 Mio. Euro (+ 63 Mio. Euro bzw. + 18 % zur Vorsaison) belegt Borussia Dortmund den zwölften Rang und verbessert sich damit um einen Platz im Vergleich zum Vorjahres-Ranking. Mit einem Gesamtumsatz von 293,5 Mio. Euro (+ 85,2 Mio. Euro bzw. + 41 %) ist Eintracht Frankfurt erstmals seit der Saison 2019/20 wieder in den Top 20 vertreten.

**Tab. 1 – Umsätze der Top-20-Clubs in der „Deloitte Football Money League“ 2022/23
(in Mio. Euro)**

1	↑	+1	Real Madrid	831,4	+117,6
2	↓	-1	Manchester City	825,9	+94,9
3	↑	+2	Paris Saint-Germain	801,8	+147,6
4	↑	+3	FC Barcelona	800,1	+161,9
5	↓	-1	Manchester United	745,8	+57,2
6	↔	0	FC Bayern München	744,0	+90,4
7	↓	-4	FC Liverpool	682,9	-18,8
8	↑	+1	Tottenham Hotspur	631,5	+108,6
9	↓	-1	FC Chelsea	589,4	+21,1
10	↔	0	Arsenal London	532,6	+99,1
11	↔	0	Juventus Turin	432,4	+31,8
12	↑	+1	Borussia Dortmund	420,0	+63,0
13	↑	+3	AC Mailand	385,3	+128,0
14	↔	0	Inter Mailand	378,9	+70,5
15	↓	-3	Atlético de Madrid	364,1	-29,8
16	n/a	neu	Eintracht Frankfurt	293,5	+85,2
17	↑	+3	Newcastle United	287,8	+75,5
18	↓	-3	West Ham United	275,1	-26,2
19	n/a	neu	SSC Neapel	267,7	+111,1
20	n/a	neu	Olympique Marseille	258,4	+20,8

- Platzierung in der Football Money League
- Veränderung zum Vorjahr
- Veränderung Platzierung zum Vorjahr
- Umsatzveränderung zum Vorjahr in Mio. Euro

Anmerkung: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten.

Quellen: Club-Informationen, Deloitte-Analyse.

Während die Top 10 im Vergleich zur Saison 2021/22 unverändert blieben, gab es auf den Plätzen elf bis 20 größere Veränderungen: Eintracht Frankfurt (Platz 16), SSC Neapel (Platz 19) und Olympique Marseille (Platz 20) ersetzen ein Trio aus der Premier League, bestehend aus Leicester City, Leeds United und dem FC Everton. Olympique Marseille ist zum ersten Mal seit der Saison 2011/12 und der SSC Neapel zum ersten Mal seit der Saison 2019/20 in den Top 20 vertreten.

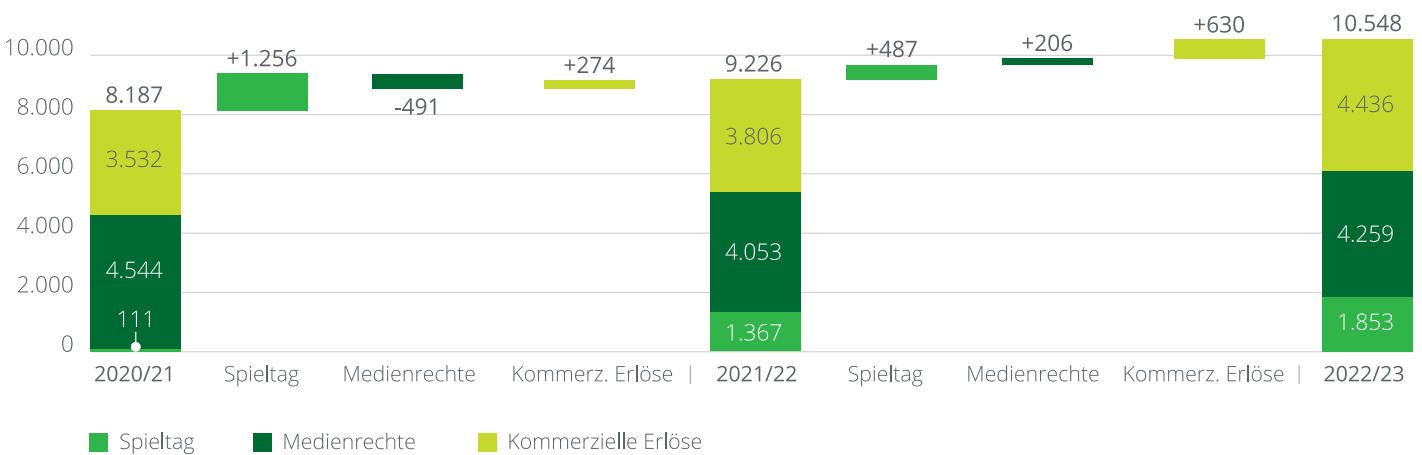
Die Clubs der Serie A – AC Mailand, Inter Mailand und SSC Neapel – verzeichneten ebenfalls dank verbesserten sportlichen Abschneidens auf nationaler und/oder internationaler Ebene ein deutliches Wachstum der Einnahmen.

Die Zusammensetzung der Clubs auf den Plätzen elf bis 20 in der „Deloitte Football Money League“ verdeutlicht erneut, wie stark das sportliche Abschneiden das finanzielle Ergebnis beeinflusst. So belegt Eintracht Frankfurt, unter anderem aufgrund des erstmaligen Erreichens des UEFA-Champions-League-Achtelfinales, im diesjährigen Ranking Platz 16, während der Club in der Saison 2021/22 noch auf Platz 22 rangierte.

Olympique Marseille kommt in der diesjährigen „Deloitte Football Money League“ auf Rang 20. Der Gesamtumsatz des Ligue-1-Clubs wuchs von 237,5 auf 258,4 Mio. Euro (+ 20,8 Mio. Euro bzw. + 9 %). Dabei wurde ein Großteil der Erlöse durch Medienrechte erwirtschaftet, was vor allem mit der Qualifikation für die UEFA Champions League sowie der bereits erwähnten CVC-Investition zusammenhängt.

Die Clubs der Serie A – AC Mailand, Inter Mailand und SSC Neapel – verzeichneten ebenfalls dank verbesserten sportlichen Abschneidens auf nationaler und/oder internationaler Ebene ein deutliches Wachstum der Einnahmen. Der SSC Neapel erzielte nach seiner ersten Meisterschaft – dem Scudetto – seit 1989/90 und dem Erreichen des Viertelfinales der UEFA Champions League (Vorsaison: UEFA Europa League, Zwischenrunde) einen Anstieg der Medienerlöse um 80 Prozent auf 162,9 Mio. Euro. Insgesamt erwirtschaftete der SSC Neapel in der Saison 2022/23 267,7 Mio. Euro (Vorsaison: 156,5 Mio. Euro) und verzeichnete mit 71 Prozent (+ 111,1 Mio. Euro) das größte prozentuale Wachstum der Top-20-Clubs. Auch die beiden Clubs aus Mailand konnten in der Saison 2022/23 einen Anstieg der Medienerlöse verzeichnen. Nachdem der AC Mailand zum ersten Mal seit der Saison 2006/07 das Halbfinale der UEFA Champions League erreichen konnte, meldete der Club ein Umsatzwachstum von 50 Prozent (+ 128 Mio. Euro) auf 385,3 Mio. Euro. Ebenso steigerte Inter Mailand den Gesamtumsatz um 23 Prozent bzw. 70,5 Mio. auf insgesamt 378,9 Mio. Euro, da der Club erstmals seit 2009/10 wieder im Finale der UEFA Champions League stand.

Abb. 2 – Entwicklung der aggregierten Umsätze der Top-20-Clubs der „Deloitte Football Money League“ (in Mio. Euro)



Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Spieltagerlöse stammen größtenteils aus Ticketverkäufen. Erlöse aus Medienrechten beinhalten Erlöse aus TV- und Rundfunkverträgen sowohl durch nationale als auch durch internationale Wettbewerbe. Kommerzielle Erlöse spiegeln insbesondere Erlöse aus Sponsoring, Merchandising und Catering sowie sonstige betriebliche Erträge wider.

Quellen: Club-Informationen, Deloitte-Analyse.

Erwähnenswert ist zudem, dass keiner der Premier-League-Clubs auf den Plätzen 21 bis 30 in der Saison 2022/23 an europäischen Wettbewerben teilnahm. Im Gegensatz dazu haben alle Clubs außerhalb der Premier League, welche zwischen den Rängen 21 und 30 lagen, an europäischen Wettbewerben teilgenommen, mit Ausnahme von Olympique Lyon, welche von der CVC Investition profitiert haben. Dies unterstreicht ein weiteres Mal den Einfluss der UEFA-Wettbewerbe auf die Erlöse der Fußballclubs. Zudem zeigt es aber auch die Finanzkraft der Premier-League-Clubs auf. Ein Beispiel hierfür ist Leeds United, welches in der Saison 2022/23 aus der Premier League abstieg. In der diesjährigen Rangliste der „Deloitte Football Money League“ übertrifft Leeds United Ajax Amsterdam, welches trotz der Teilnahme an der Gruppenphase der UEFA Champions League nicht zu den Top 30 der umsatzstärksten Clubs gehört.

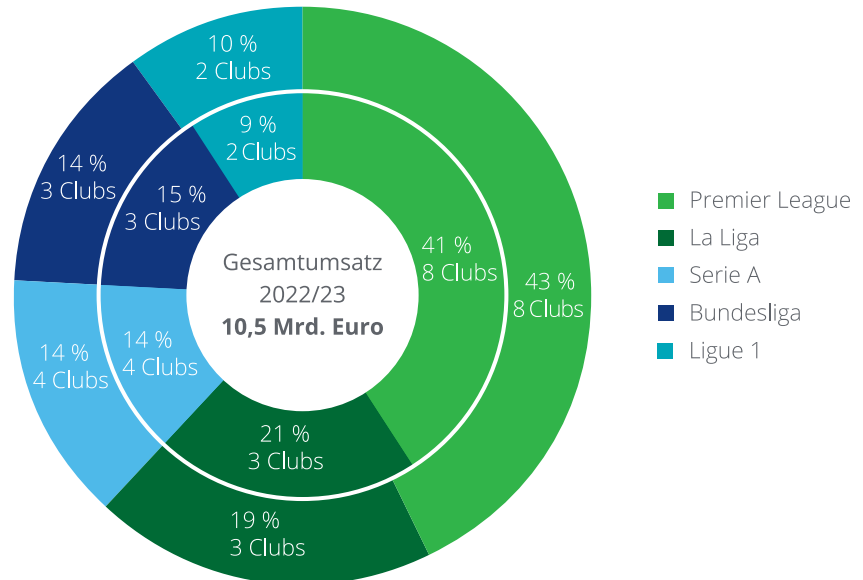
Tab. 2 – Umsätze der Clubs von den Positionen 21 bis 30 in der „Deloitte Football Money League“ 2022/23 (in Mio. Euro)

Pos. Club	Umsatz
21. Aston Villa	250,5
22. Benfica Lissabon	233,4
23. Brighton & Hove Albion	231,3
24. AS Rom	214,9
25. FC Sevilla	214,3
26. FC Fulham	209,8
27. Leeds United	207,8
28. Crystal Palace	206,5
29. Olympique Lyon	199,1
30. FC Everton	198,0

Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Olympique Lyons Einnahmen für 2022/23 beinhalten 40 Mio. Euro Erlöse aus der Beteiligung von CVC an einer kommerziellen Tochtergesellschaft der Ligue de Football Professional.

Quellen: Club-Informationen, Deloitte-Analyse.

Abb. 3 – Umsatzverteilung und Anzahl der Clubs je Liga in den Top 20 der „Deloitte Football Money League“ – Vergleich 2022/23 (äußerer Ring) und 2018/19 (innerer Ring)



Anmerkung: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten.

Quellen: Club-Informationen, Deloitte-Analyse.

Aktuelle Entwicklungen im europäischen Clubfußball

In den nächsten Jahren ist davon auszugehen, dass die englischen Clubs ihre starke finanzielle Leistung zumindest kurz- bis mittelfristig beibehalten werden. Für die Saisons 2025/26 bis 2028/29 hat die Premier League neue nationale Medienrechteverträge verhandelt, welche trotz schwieriger Marktbedingungen ein durchschnittliches jährliches Wachstum von rund 4 Prozent verzeichnen sollen. Die Serie A einigte sich auf neue nationale Medienrechteverträge bis 2029, wobei der durchschnittliche Jahreswert im Vergleich zum laufenden Zyklus (ohne variable Komponenten) geringfügig um rund 3 Prozent sank. Währenddessen steht die Ligue 1 derzeit in Verhandlungen mit potenziellen Partnern für den nächsten Medienrechtszyklus, welcher die Saisons 2024/25 bis 2028/29 umfasst. Die Übertragungsrechte der La Liga sind bereits bis 2027 gesichert, während die Verhandlungen um die Vergabe der Medienrechte der Bundesliga noch ausstehen. Die Vergabe der nationalen Medienrechte für die Bundesliga startete im April 2024.²

Die hohe Nachfrage nach Live-Sport und anderen Unterhaltungsangeboten deutet generell auf ein vielversprechendes Wachstum der Spieltag- und kommerziellen Erlöse hin – bei Letzteren insbesondere außerhalb des originären Fußballgeschäfts. So konnten die Einnahmen in der Saison 2022/23 vor allem durch eine höhere Zuschaueranzahl sowie eine effektivere Nutzung der Stadien auch an spielfreien Tagen (z. B. durch Konzerte und andere Veranstaltungen) gesteigert werden. Durch einen stärkeren Fokus auf Infrastrukturinvestitionen ist davon auszugehen, dass dieser Trend auch in Zukunft zunehmen wird. Der europäische Fußball befindet sich in einer Phase zahlreicher Stadionerweiterungen, welche auf verschiedene Weise wie beispielsweise mit dem Verkauf von Minderheitsbeteiligungen finanziert werden. Mehrere Clubs in ganz Europa, darunter auch viele Clubs der Top 20 wie Real Madrid, Manchester City, FC Barcelona, FC Liverpool sowie AC und Inter Mailand, sind dabei, ihre Stadien umzubauen. Solche Investitionen werden getätigt, um das Live-Erlebnis und die Vermarktungsmöglichkeiten am Spieltag zu verbessern, aber auch um die Stadien regelmäßiger für andere Veranstaltungen außerhalb des Fußballalltags zur Verfügung zu stellen. Beispielsweise hat Manchester City vor Kurzem das Projekt einer Errichtung eines sogenannten Entertainment-Distrikts mit vielzähligen Unterhaltungsangeboten am und rund um ihr Stadion bekannt gegeben.

In einer Zeit, in der sich der Markt für Übertragungsrechte teilweise weniger positiv als in vergangenen Rechtezyklen entwickelt hat (z. B. Serie A und Bundesliga), könnten solche höheren kommerziellen Erlöse aus der Stadionnutzung den Clubs helfen, weiteres finanzielles Wachstum zu erzielen. Eine bessere Diversifizierung der Erlösströme ermöglicht den Clubs zudem eine größere Unabhängigkeit vom sportlichen Abschneiden.

Hinzu kommen zwei Reformen der internationalen Club-Wettbewerbe, welche sich positiv auf die Umsatzerlöse einiger Clubs auswirken werden. Zum einen wird die UEFA Champions League ab der Saison 2024/25 mit 36 statt 32 Clubs ausgetragen. Dazu kommt ein neues Spielsystem: Die klassische Gruppenphase mit acht Gruppen je vier Clubs wird durch ein Ligasystem ersetzt, in welchem jeder Club acht Spiele (zwei mehr als in der aktuellen Gruppenphase) bestreitet. Dementsprechend wird auch der Spielmodus in der UEFA Europa League und der UEFA Conference League angepasst. Zum anderen wird ab 2025 statt der bisherigen FIFA Club WM mit sieben Clubs eine Club-WM mit 32 Clubs im Vier-Jahres-Rhythmus stattfinden. Der Wettbewerb wird mit Clubs aus der ganzen Welt ausgetragen, wobei mindestens zwölf Clubs der UEFA angehören werden. Eine Folge der zusätzlichen Spiele in den Wettbewerben können höhere Einnahmen aus den Medienrechten sein. Auch die erhöhte Anzahl an Clubs, welche an internationalen Wettbewerben teilnehmen, wird möglicherweise eine Auswirkung auf die Zusammensetzung der Top-20-Rangliste der umsatzstärksten Fußballclubs haben.

² Verhandlungen zu den Medienrechten der Bundesliga sind zum Stand Juni 2024 nicht abgeschlossen.

Wirtschaftliche Entwicklung der Top-15-Frauentteams

In der diesjährigen Ausgabe wurden zudem die umsatzstärksten Frauentteams der Saison 2022/23 analysiert.

Der durchschnittliche Umsatz der Top 15 der umsatzstärksten Frauentteams betrug in der Saison 2022/23 4,3 Mio. Euro (exkl. Transferaktivitäten). Dies bedeutet einen Anstieg um 61 Prozent gegenüber den durchschnittlichen Einnahmen dieser Clubs in der Saison 2021/22 (2,6 Mio. Euro). Ein wesentlicher Wachstumsfaktor ist die kontinuierlich zunehmende Kommerzialisierung der Frauentteams. Dementsprechend machten die kommerziellen Erlöse im Durchschnitt 58 Prozent (34,9 Mio. Euro) des Gesamtumsatzes (exkl. Paris Saint-Germain³) aus, gefolgt von den Spieltagerlösen mit 22 Prozent (13,3 Mio. Euro) und den Medienerlösen mit 20 Prozent (12,1 Mio. Euro).

Der FC Barcelona, Gewinner der UEFA Women's Champions League 2021 und 2023, erzielte in der Saison 2022/23 einen Umsatz in Höhe von 13,4 Mio. Euro und damit den höchsten Umsatz der betrachteten Frauentteams. Das Frauentteam von Manchester United generierte den zweithöchsten Umsatz im Ranking (8 Mio. Euro), gefolgt von Real Madrid (7,4 Mio. Euro) und Manchester City (5,3 Mio. Euro). Mit den Frauentteams von Eintracht Frankfurt und FC Bayern München sind auch zwei deutsche Clubs unter den Top 15. Dabei konnte Eintracht Frankfurt mit einem Gesamtumsatz von 3,6 Mio. Euro Rang acht belegen.

Die Frauen des FC Bayern München erzielten einen Gesamtumsatz von 3,1 Mio. Euro (+ 1,4 Mio. Euro bzw. + 82 %) in der Saison 2022/23 und belegten damit Platz neun.

Zwischen den Frauentteams, auch innerhalb derselben Liga, sind teilweise deutliche Unterschiede hinsichtlich der Bedeutung der einzelnen Erlösströme am Gesamtumsatz zu erkennen. Dies fällt besonders auf, wenn man die Wichtigkeit der Erlösströme der Frauentteams von Manchester United und Arsenal London aus der englischen Women's Super League vergleicht. So erwirtschaftete ersteres Frauentteam in der Saison 2022/23 74 Prozent (6 Mio. Euro) seiner Erlöse aus kommerziellen Partnerschaften, während das von Arsenal London 58 Prozent (3,1 Mio. Euro) seiner Gesamteinnahmen aus Spieltagerlösen erzielte. Diese Differenzen werden durch die unterschiedlichen Medienerlöse der einzelnen Ligen verstärkt.

Der jährliche Wert der Medienrechte in der englischen Women's Super League und der spanischen Primera División Femenino betrug in der Saison 2022/23 rund 8 Mio. Euro und war damit etwa achtmal so hoch wie in der deutschen Frauen-Bundesliga und der italienischen Serie A Femminile (beide ca. 1 Mio. Euro). Letztere wird erst seit der Saison 2022/23 vollständig professionell betrieben.

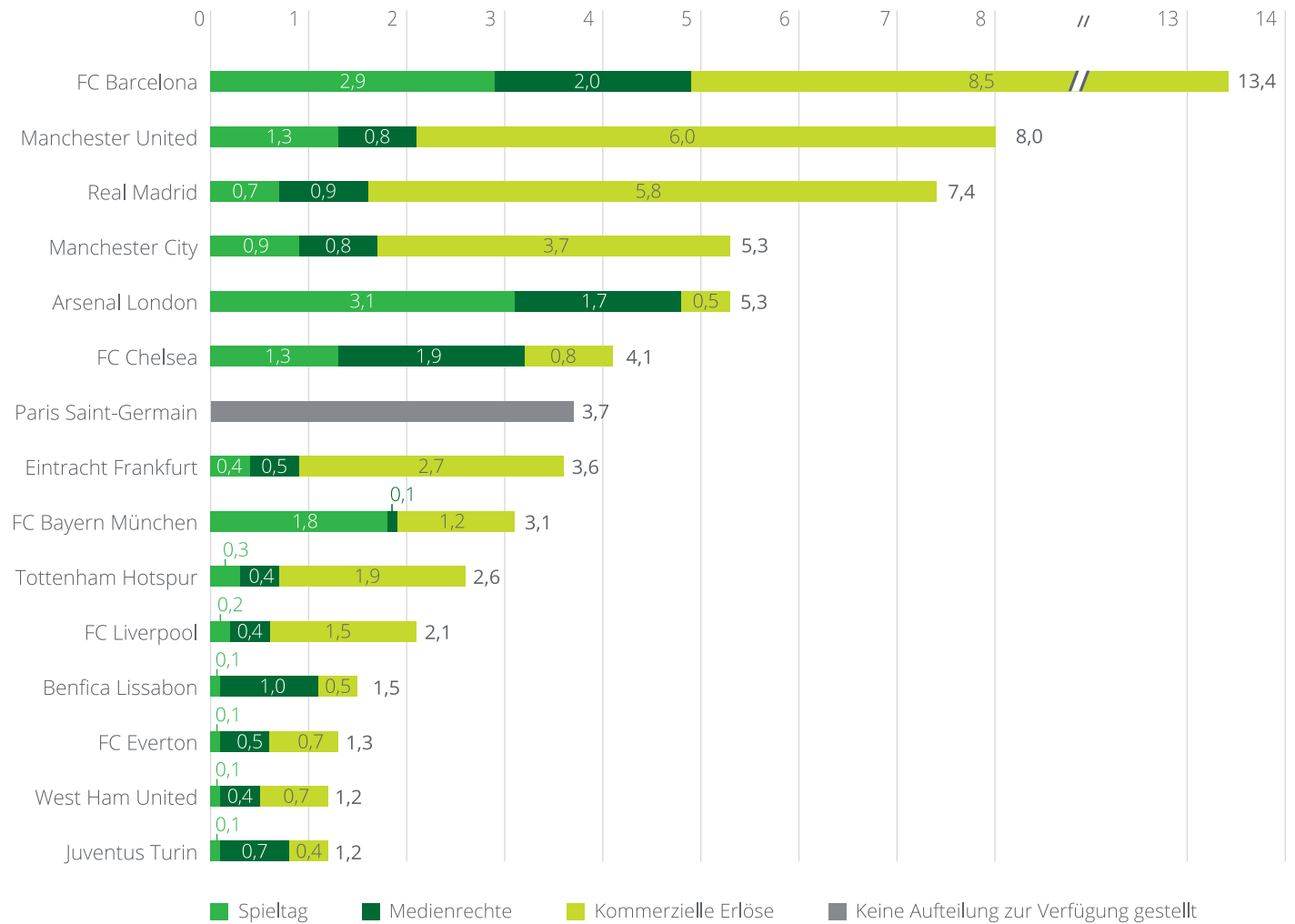
Dementsprechend befindet sich die italienische Liga im Vergleich zu anderen genannten Ligen noch in einer frühen Phase der Professionalisierung.

In der Saison 2022/23 war keines der analysierten Top-15-Frauentteams profitabel, was angesichts der Tatsache, dass sich die Clubs weiterhin in einer Wachstumsphase befinden, zu erwarten war. Die durchschnittliche Personalaufwandsquote der Top-15-Frauentteams lag in der Saison 2022/23 bei 106 Prozent (der Vergleichswert für die Top 20 der umsatzstärksten Männerteams lag bei 59 Prozent).

Analog zum Männerbereich unterstreicht das Ranking die Dominanz englischer Clubs: acht der fünfzehn hier analysierten umsatzstärksten Frauentteams kommen aus England. Mit Manchester United, Manchester City, Arsenal London, FC Chelsea und Tottenham Hotspur sind fünf Clubs in den Top 10 vertreten, die ebenfalls in der Top 10 der Männer platziert sind. Trotz dieser wirtschaftlichen Dominanz ist es bisher noch keinem Frauentteam aus der englischen Women's Super League gelungen, die UEFA Women's Champions League zu gewinnen (Arsenal London gewann in der Saison 2006/07 als einziges englisches Frauentteam den Vorgängerwettbewerb, den UEFA Women's Cup).

³ Bei der Aufteilung der Spieltagerlöse, Medienerlöse und kommerziellen Erlöse ist Paris Saint-Germain exkludiert, da der Club keine Aufteilung nach Erlösen zur Verfügung gestellt hat.

Abb. 4 – Aufteilung der Gesamtumsätze der Top-15-Frauenteams in der „Deloitte Football Money League“ 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Spieltagerlöse stammen größtenteils aus Ticketverkäufen. Erlöse aus Medienrechten beinhalten Erlöse aus TV- und Rundfunkverträgen sowohl durch nationale als auch durch internationale Wettbewerbe. Kommerzielle Erlöse spiegeln insbesondere Erlöse aus Sponsoring, Merchandising und Catering sowie sonstige betriebliche Erträge wider. Grundsätzlich ist es schwierig, die verschiedenen Erlösströme klar voneinander zu trennen, was die Zuverlässigkeit der Aufschlüsselung beeinträchtigt. Die Aufteilung der Erlöse aus Spieltagen und Medienrechten sowie den kommerziellen Erlösen schließt Paris Saint-Germain aus, da der Club keine Aufteilung der Erlöse mitgeteilt hat.

Quellen: Club-Informationen, Deloitte-Analyse.

Sport Business Gruppe

Die Sport Business Gruppe der Wirtschaftsprüfungs- 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 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:



Eine Übersicht zu ausgewählten Studien von Deloitte finden Sie auf Seite 28 dieser Ausgabe.

Club-Assessment-Ansatz

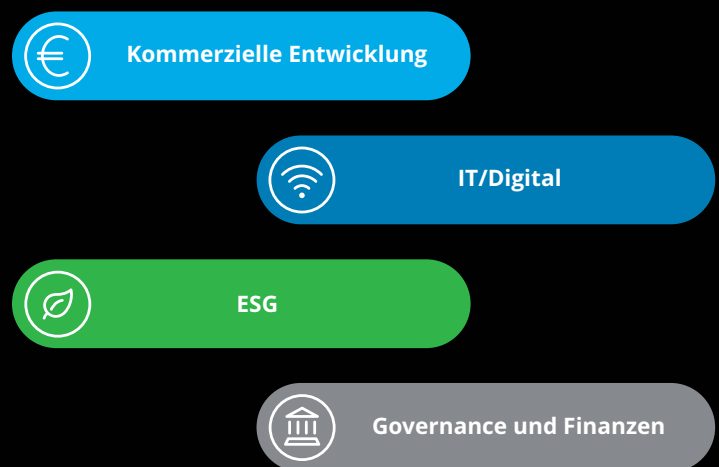
Sportorganisationen, insbesondere professionelle Fußball-Clubs, stehen vor diversen Herausforderungen – auch abseits der sportlichen Performance. Zu diesen Herausforderungen zählen die Sicherstellung der kommerziellen Attraktivität, die Weiterentwicklung der digitalen und IT-Infrastruktur, die steigende Bedeutung von nachhaltigem Handeln sowie die Weiterentwicklung bzw. Implementierung von zeitgemäßen Governance- und Finanzprozessen.

Diverse Sportorganisationen konnten wir bereits in einem oder mehreren der genannten Themenfelder unterstützen. Gerne begleiten wir auch Ihre Organisation mit unserem erprobten zweistufigen Assessment-Ansatz. Für einen unverbindlichen Austausch stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Projektreferenzen

- **FC Bayern München**
Beratung des Clubs bei der Entwicklung einer Strategie für die Frauenfußballabteilung von 2020 bis 2024
- **UEFA**
Entwicklung einer IT-/Digital-Strategie für drei UEFA-Mitgliedsverbände auf Basis des zweistufigen Assessment-Ansatzes
- **DOSB**
Unterstützung des DOSB bei der Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie
- **FC Augsburg/Bolt Ventures**
Due-Diligence-Leistungen im Rahmen des Erwerbs einer Minderheitsbeteiligung am FC Augsburg durch Bolt Ventures

Assessment-Module



Zweistufiger Assessment-Ansatz

1. Auswahl der Assessment-Module

Auf Basis des Club-individuellen Status quo und potenzieller Ressourcenbeschränkungen erfolgt eine Priorisierung bzw. Auswahl der Assessment-Module. Die Analyse einzelner Module ist unabhängig voneinander möglich.

2. Assessment-Methodik (je Modul)

- Analyse des Status quo
- Definition von Zielerfordernissen
- Ableitung von Maßnahmen und Roadmap

Exkurs: Nachhaltigkeit im Profifußball

Im folgenden Exkurs wird besonders auf die Anforderungen der Verbände und der EU an die Clubs zur Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie und der entsprechenden Berichterstattung eingegangen.

Nachhaltigkeitsregularien im Fußball

In der Saison 2022/23 waren fünf Clubs (vier Clubs im Vorjahr) im Ranking der „Deloitte Football Money League“ enthalten, welche den Rahmenvertrag „Sport für den Klimaschutz“ (engl.: Sports for Climate Action Framework) der Vereinten Nationen unterschrieben haben. Diese Rahmenvereinbarung ist eine Initiative der Vereinten Nationen mit dem Ziel, den Sportsektor weltweit in die Bemühungen um den Klimaschutz einzubeziehen. Die Regulierung der Nachhaltigkeit im Fußball und im gesamten Sport hat stetig zugenommen und wird sich in naher Zukunft auch auf eine Vielzahl von Clubaktivitäten auswirken.

Des Weiteren fordert die UEFA seit der Saison 2022/23 von allen Clubs, welche an UEFA-Wettbewerben teilnehmen, eine Strategie zur sozialen Verantwortung gemäß der UEFA-Strategie für nachhaltigen Fußball 2030 (engl.: UEFA Football Sustainability Strategy 2030). Diese Strategie muss mindestens die Themen Gleichstellung und Inklusion, Bekämpfung von Rassismus, Schutz von Kindern und Jugendlichen, Zugang zum Fußball für alle und Umweltschutz umfassen.

Auf nationaler Ebene hat die DFL zur Saison 2023/24 eine Nachhaltigkeitsrichtlinie in das Lizenzierungsverfahren verankert und für die Saison 2024/25 weiterentwickelt. Diese verpflichtet die Bundesliga-Clubs zum Aufbau von Nachhaltigkeitsstrukturen und zur Umsetzung gezielter Maßnahmen in den Dimensionen „Clubführung und Organisation“, „Klima, Umwelt und Ressourcen“ sowie „Anspruchsgruppen und soziale Verantwortung“.

Demnach sind die Clubs dazu verpflichtet, beispielsweise eine Nachhaltigkeitsstrategie, ein klima- und umweltfreundliches Mobilitätskonzept oder die Durchführung und Dokumentation einer regelmäßigen Anspruchsgruppenanalyse (Fans, Mitglieder, Mitarbeitende, Sponsoren, Partner und Politik) nachzuweisen.

Auch der DFB führt zur Saison 2024/25 eine Nachhaltigkeitsrichtlinie ein, die für die Clubs der Frauen-Bundesliga und der 3. Liga der Männer gilt. Die Anforderungen orientieren sich an der DFL-Nachhaltigkeitsrichtlinie und beinhalten ebenfalls die im vorherigen Absatz genannten Dimensionen und Maßnahmen. Damit decken die Richtlinien die drei Säulen der Nachhaltigkeit – Umwelt, Soziales und Governance (ESG) ab.

EU-Regulatorik im Bereich Nachhaltigkeit

Hinzu kommen Regularien, welche Kapital- und Personengesellschaften in der EU im Allgemeinen betreffen. Um den Grundstein für eine stärkere Gewichtung von Umwelt-, Sozial- und Governance-Aspekten (ESG) in der Unternehmenstätigkeit zu legen, hat die Europäische Union 2019 den „Green Deal“ eingeführt, welcher Klimaziele festlegt, um den Übergang zu einer emissionsfreien Wirtschaft zu forcieren. Als unmittelbare Folge davon wurden in den letzten Jahren mehrere rechtliche Rahmenbedingungen implementiert.

Dazu gehört unter anderem die Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (Corporate Sustainability Reporting Directive – CSRD), die umfassende und transparente ESG-Berichtspflichten festlegt.

Die Verordnung wird stufenweise eingeführt und gilt sowohl für große als auch für mittlere Unternehmen, darunter auch professionelle Fußballclubs. Allerdings sind eingetragene Vereine (e. V.), wie zum Beispiel der 1. FSV Mainz 05, nach jetzigem Stand von der Reportingpflicht nicht direkt betroffen, da diese nur für Kapital- und Personengesellschaften gelten. Jedoch kann sich die CSRD wie bereits in der Vergangenheit gesehen jederzeit ändern und könnte in Zukunft auch eingetragene Vereine, welche dann unter die CSRD-Kriterien fallen, betreffen.

Der erste von der CSRD abgedeckte Berichtszeitraum ist bereits das laufende Geschäftsjahr 2024. Dabei müssen nicht alle Aspekte die Fußballclubs direkt, sondern können diese auch indirekt durch ihre Partner und Sponsoren betreffen. Allgemein ist davon auszugehen, dass auch größere europäische Fußballclubs zukünftig regelkonforme Nachhaltigkeitsanstrengungen unternehmen müssen.

Unsere Dienstleistungen im Bereich Nachhaltigkeit

Deloitte kann Fußballclubs und andere Unternehmen bei ihren Nachhaltigkeitsbemühungen unterstützen. Unsere Sustainability Services begleiten Sportorganisationen dabei, Veränderungen umzusetzen und voranzutreiben. Unser Nachhaltigkeitsteam steht an vorderster Front und hilft Mandanten aus allen Branchen dabei, klare Entscheidungen für eine nachhaltigere Zukunft zu treffen. Neben den klassischen Beratungen im Bereich Nachhaltigkeitsstrategie und -reporting können wir dank unserer Verbindung aus Fußball- und Nachhaltigkeitsexpertise Clubs auch bei der Erfüllung der Nachhaltigkeitskriterien der DFL unterstützen.

Abb. 5 – Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)

1. Report im Jahr	2025	2026	2027	2029
Reportingjahr	GJ 2024	GJ 2025	GJ 2026 ¹	GJ 2028
Betroffene Unternehmen	Für europäische kapitalmarktorientierte Unternehmen, die bereits der NFRD ² unterliegen	Für alle großen europäischen Unternehmen, die derzeit nicht der NFRD ² unterliegen	Für alle europäischen börsennotierten kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) sowie nicht-komplexe Kreditinstitute und firmeneigene Versicherungsunternehmen	Für alle außereuropäischen Unternehmen mit einer bestehenden Tochtergesellschaft oder Niederlassung in der EU
Kriterien³	Erfüllen mindestens 2/3	Erfüllen mindestens 2/3	Erfüllen mindestens 2/3	Erfüllen folgendes Kriterium
	> 40 Mio. Euro Nettoumsatz	> 50 Mio. Euro Nettoumsatz	> 900 Tsd. Euro Nettoumsatz	> 150 Mio. Euro Nettoumsatz in der EU in den letzten zwei aufeinanderfolgenden Jahren
	> 500 Mitarbeiter ⁴	> 250 Mitarbeiter ⁴	> 10 Mitarbeiter ⁴	
	> 20 Mio. Euro Bilanzsumme	> 25 Mio. Euro Bilanzsumme	> 450 Tsd. Euro Bilanzsumme	

Und erfüllen mindestens eins der folgenden Kriterien:

- > 1 Tochtergesellschaft in der EU, welche als großes Unternehmen definiert wird
- > 1 in einem EU-regulierten Markt börsennotierte Tochtergesellschaft
- > 1 Niederlassung in der EU mit > 50 Mio. Euro Nettoumsatz im Vorjahr

Anmerkungen: 1) Kapitalorientierte KMUs haben die Möglichkeit auf eine zweijährige Übergangsperiode bis GJ 2028.
 2) NFRD = Non-Financial Reporting Directive. 3) Aktuelle Auslegung der Kriterien, die in der Vergangenheit bereits verändert wurden. 4) Durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten pro Jahr.
 Quellen: Europäische Kommission, öffentliche Informationen, Deloitte-Analyse.

Abb. 6 – Deloitte Serviceportfolio im Bereich Nachhaltigkeit



Anmerkungen: 1) ESG = Environmental, Social, Governance. 2) CSRD = Corporate Sustainability Reporting Directive.
 Quellen: Europäische Kommission, öffentliche Informationen, Deloitte-Analyse.

Wirtschaftliche Entwicklung deutscher Clubs

Im Folgenden stellen wir die wirtschaftliche Situation der drei deutschen Vertreter in den Top 20 der diesjährigen „Deloitte Football Money League“ sowie weiterer zehn Bundesliga-Clubs, welche ihre Umsatzzahlen der Saison 2022/23 für diesen Bericht zur Verfügung gestellt haben, dar. Hierbei handelt es sich neben dem FC Bayern München, Borussia Dortmund und Eintracht Frankfurt um den VfB Stuttgart, FC Schalke 04, Borussia Mönchengladbach, 1. FC Köln, TSG 1899 Hoffenheim, Werder Bremen, Hertha BSC, 1. FSV Mainz 05, FC Augsburg und VfL Bochum.

Der Gesamtumsatz (exkl. Transferaktivitäten) der analysierten Bundesliga-Clubs belief sich in der Saison 2022/23 auf 2,7 Mrd. Euro. Dabei waren COVID-19-bedingt die Spieltagerlöse sowohl prozentual als auch absolut der größte Wachstumstreiber. Der FC Bayern München belegt im Ranking der Top-20-Clubs der „Deloitte Football Money League“ wie bereits in der Vorsaison den sechsten Platz und steigerte seinen Gesamtumsatz von 653,6 Mio. auf 744 Mio. Euro (+ 90,4 Mio. Euro bzw. + 14 %). Der Bundesliga-Club mit dem zweit höchsten Umsatz Borussia Dortmund konnte sich gegenüber dem Vorjahr um einen Rang verbessern und belegt mit einer Umsatzsteigerung von 63 Mio. Euro (+ 18 %) auf insgesamt 420 Mio. Euro Platz zwölf.

FC Bayern München umsatzstärkster Bundesliga-Club

Beim FC Bayern München stellten die kommerziellen Erlöse mit 418,8 Mio. Euro (+ 40,6 Mio. Euro bzw. + 11 %) den größten Erlösstrom dar. Während der Bundesliga-Club seine Spieltagerlöse um 76 Prozent (+ 52,3 Mio. Euro) auf 120,7 Mio. Euro steigern konnten, sanken die Erlöse aus Medienrechten in der Saison 2022/23 um 2,5 Mio. Euro (- 1 %) von 207 Mio. auf 204,5 Mio. Euro.

Borussia Dortmund steigt um einen Platz im Ranking auf

Mit Platz zwölf verbessert sich Borussia Dortmund im Vergleich zur Vorsaison um einen Platz im Ranking der Top-20-Clubs und lässt international Schwergewichte wie AC Mailand, Inter Mailand und Atletico Madrid hinter sich. Bei den Spieltagerlösen (74,6 Mio. Euro) konnte der Bundesliga-Club sowohl absolut als auch prozentual den größten Umsatzanstieg von 30,2 Mio. Euro bzw. 68 Prozent verzeichnen. Die Medienere Erlöse wuchsen von 145,1 auf 157,5 Mio. Euro (+ 12,4 Mio. Euro bzw. + 9 %). Zudem konnte der BVB auch die kommerziellen Erlöse in der Saison 2022/23 um 12 Prozent bzw. 20,4 Mio. auf 187,8 Mio. Euro steigern.

Eintracht Frankfurt neuer Bundesligist in den Top 20

Mit Eintracht Frankfurt auf Rang 16 (Vorjahr Rang 22) erreichte ein weiterer Bundesligist wieder die Top 20 im Umsatz-Ranking in der diesjährigen „Deloitte Football Money League“. Die Eintracht konnte in der Saison 2022/23 einen Umsatz in Höhe von 293,5 Mio. Euro und damit einen entsprechenden Anstieg von 85,2 Mio. Euro (+ 41 %) erzielen. Einerseits basierte diese Steigerung auf dem Umsatzwachstum der Spieltagerlöse von 31,1 Mio. auf 53,9 Mio. Euro (+ 22,8 Mio. Euro bzw. + 73 %), welcher teilweise mit den Ergebnissen innerhalb des DFB-Pokals (Finalist 2022/23) und der UEFA Champions League (Achtelfinale 2022/23) sowie der Erhöhung der Stadionkapazität (u. a. Erweiterung der Stehtribüne) zusammenhängen. Andererseits ist diese Steigerung auch auf einen deutlichen Anstieg innerhalb der Erlöse aus Medienrechten (+ 33,7 Mio. Euro bzw. + 32 %) und der kommerziellen Erlöse (+ 28,7 Mio. Euro bzw. + 41 %) zurückzuführen. Diese Steigerung ist insbesondere durch die erstmalige Teilnahme an der UEFA Champions League und das Erreichen des Achtelfinales in diesem Wettbewerb sowie auf das Einziehen in das DFB-Pokalfinale zurückzuführen.

Spieltagerlöse – erste Saison ohne COVID-19-Einschränkungen

Die Saison 2022/23 war die erste Saison nach der COVID-19-Pandemie, welche komplett ohne Einschränkungen und Schutzmaßnahmen ausgetragen werden konnte. Der FC Bayern München (+ 52,3 Mio. Euro), Borussia Dortmund (+ 30,2 Mio. Euro), FC Schalke 04 (+ 22,9 Mio. Euro) und Eintracht Frankfurt (+ 22,8 Mio. Euro) konnten den größten absoluten Umsatzanstieg innerhalb dieses Erlössegments realisieren. Abgesehen vom Olympiastadion Berlin wiesen die Clubs Borussia Dortmund, FC Bayern München und FC Schalke 04 die höchsten Stadionkapazitäten (81.365, 75.024 bzw. 62.271 Plätze) in ihren jeweiligen Stadien in der Bundesliga-Saison 2022/23 vor. FC Bayern München, Borussia Dortmund und Eintracht Frankfurt konnten aufgrund ihrer sportlichen Leistung im DFB-Pokal und/oder den UEFA-Clubwettbewerben mehr Heimspiele als die übrigen Bundesliga-Clubs bestreiten. Beim FC Schalke 04 spielte der Wiederaufstieg in die Bundesliga eine entscheidende Rolle beim Anstieg der Spieltagerlöse auf 41,5 Mio. Euro (+ 123 %).

Medienerlöse – Teilnahme an UEFA-Clubwettbewerben weiterhin der größte Wachstumstreiber

Lediglich vier der hier analysierten Clubs (FC Bayern München, Borussia Mönchengladbach, Hertha BSC und FC Augsburg) konnten keinen Anstieg in den Erlösen aus Medienrechten verzeichnen. Der durchschnittliche Umsatzanstieg dieses Segments betrug 7,6 Mio. Euro pro Club. Ein wesentlicher Treiber hierbei ist das im Vergleich zur Vorsaison bessere Abschneiden in den UEFA-Clubwettbewerben.

Durch den Gewinn der UEFA Europa League in der Saison 2021/22 war in der Saison 2022/23 mit Eintracht Frankfurt neben Bayern München, Borussia Dortmund, Bayer 04 Leverkusen und RB Leipzig⁴ ein zusätzlicher fünfter deutscher Club in der UEFA Champions League vertreten. Nachdem Borussia Dortmund in der Saison 2021/22 bereits in der Gruppenphase der UEFA Champions League ausschied, konnten die Borussen in der Saison 2022/23 das Achtelfinale erreichen und ihre Medienerlöse um 12,4 Mio. Euro bzw. 9 Prozent steigern. Eintracht Frankfurt konnte in der Saison 2022/23 den größten Anstieg der Medienerlöse von 106,8 auf 140,5 Mio. Euro verzeichnen. Der 1. FC Köln nahm in der Saison 2022/23 an der UEFA Europa Conference League teil, was unter anderem dazu führte, dass der Club ein deutliches Plus von 19 Mio. Euro bzw. 46 Prozent auf 60,1 Mio. Euro in den Medienerlösen erzielte.

Kommerzielle Erlöse – der kumuliert größte Erlösstrom der hier analysierten Bundesliga-Clubs

In der Saison 2022/23 verzeichneten sieben der 13 hier analysierten Clubs einen Anstieg der kommerziellen Erlöse. Dabei betrugen diese in der Saison 2022/23 durchschnittlichen 92,7 Mio. Euro. Insbesondere der Anstieg von Leistungen rund um den Spieltag (bspw. Aktivierungen oder Werbeplatzierungen im Stadion) hatte wesentliche Auswirkungen auf die generierten Sponsoringerlöse. In der Saison 2022/23 konnten neue Sponsoringpartnerschaften abgeschlossen bzw. bestehende Vereinbarungen verlängert werden.

Seit der Saison 2017/18 dürfen die Fußball-Bundesligisten ihren Trikotärmel eigenverantwortlich vermarkten. In der Saison 2022/23 hatten wieder alle Bundesligisten Ärmelsponsoren, wobei drei der hier analysierten Clubs eine neue Sponsoringpartnerschaft für den Trikotärmel in dieser Spielzeit eingegangen sind. So präsentierten Borussia Dortmund (GLS), Hertha BSC (CG Elementum) und 1899 TSG Hoffenheim (hep global) einen neuen Sponsor in diesem Kontext.

In Anbetracht der zuvor beschriebenen Effekte auf Spieltag- und Medienerlöse sowie kommerzielle Erlöse konnten insgesamt elf der dreizehn hier analysierten Clubs eine Umsatzsteigerung im Vergleich zur Vorsaison erzielen. Lediglich Hertha BSC und der 1. FSV Mainz verzeichneten in der Saison 2022/23 einen Rückgang der Gesamterlöse. Diese Entwicklungen sind folgend je Club im Detail dargestellt.

⁴ Bayer 04 Leverkusen und RB Leipzig werden innerhalb der „Deloitte Football Money League“ nicht genauer analysiert, da keine Daten der Clubs vorlagen.

Abb. 7 – Aufteilung der Gesamtumsätze von Bundesliga-Clubs 2022/23



Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Spieltagerlöse stammen größtenteils aus Ticketverkäufen. Erlöse aus Medienrechten beinhalten Erlöse aus TV- und Rundfunkverträgen sowohl durch nationale als auch durch internationale Wettbewerbe. Kommerzielle Erlöse spiegeln insbesondere Erlöse aus Sponsoring, Merchandising und Catering sowie sonstige betriebliche Erträge wider. Abkürzung: BL = Bundesliga

Quellen: Club-Informationen, Deloitte-Analyse.



Abb. 8 – FC Bayern München: Umsatzentwicklung 2020/21 bis 2022/23 (in Mio. Euro)

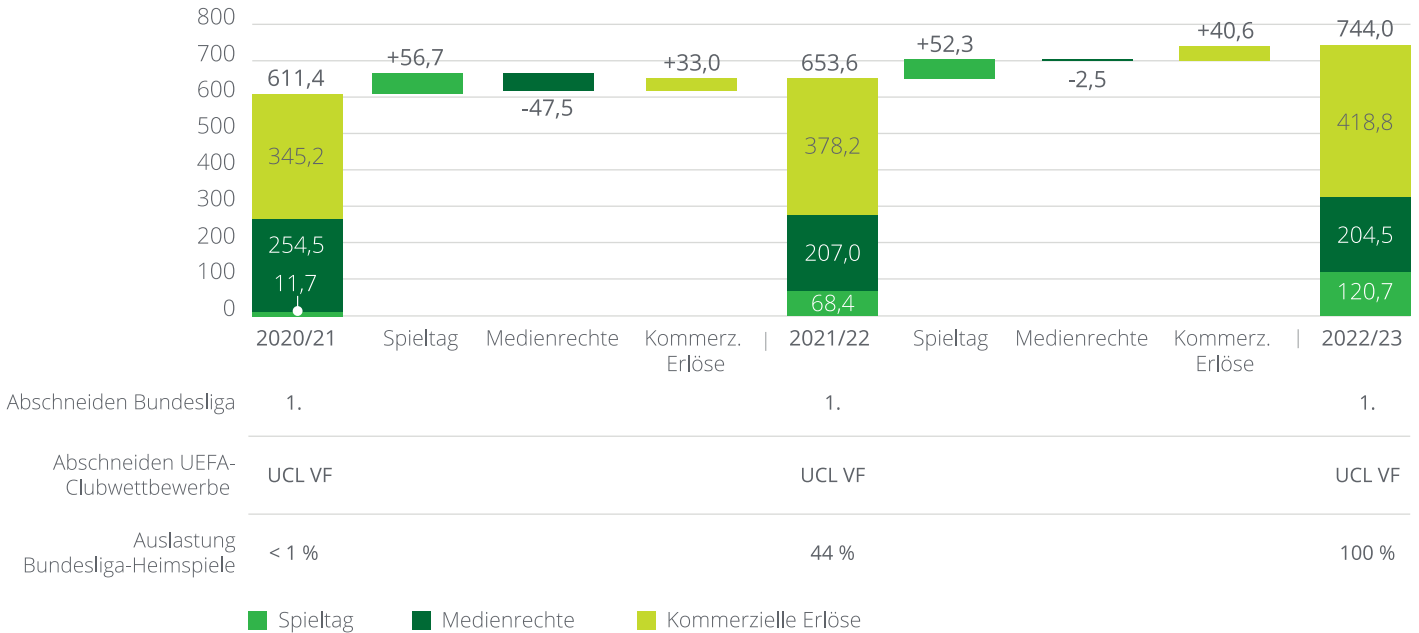
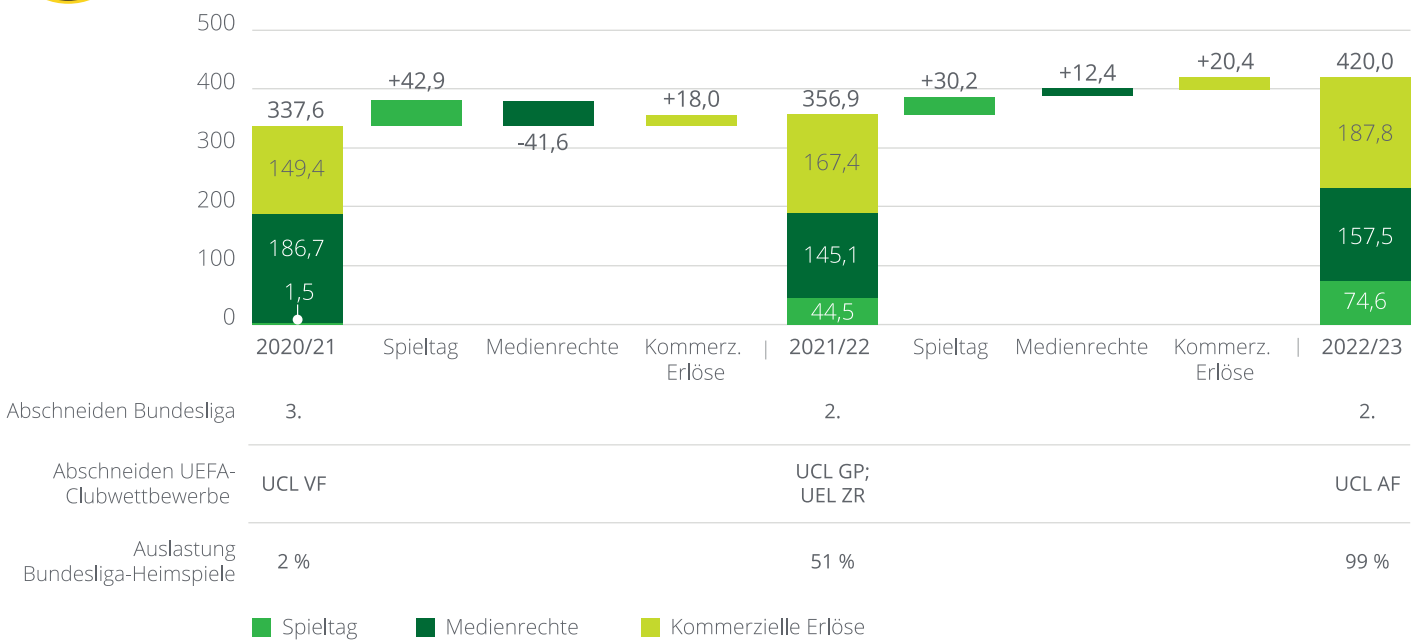


Abb. 9 – Borussia Dortmund: Umsatzentwicklung 2020/21 bis 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Spieltagerlöse stammen größtenteils aus Ticket-Verkäufen. Erlöse aus Medienrechten beinhalten Erlöse aus TV- und Rundfunkverträgen sowohl durch nationale als auch durch internationale Wettbewerbe. Kommerzielle Erlöse spiegeln insbesondere Erlöse aus Sponsoring, Merchandising und Catering sowie sonstige betriebliche Erträge wider. Auslastung der BL-Heimspiele berechnet auf Basis der jeweiligen Maximalkapazität für alle Spiele der Saison, auch solche, welche unter COVID-19-bedingte Zuschauerbeschränkungen gefallen sind.
 Abkürzungen: UCL = UEFA Champions League, UEL = UEFA Europa League, UECL = UEFA Europa Conference League, AF = Achtelfinale, GP = Gruppenphase, VF = Viertelfinale, ZR = Zwischenrunde.

Quellen: Club-Informationen, öffentliche Informationen, Deloitte-Analyse.



Abb. 10 – Eintracht Frankfurt: Umsatzentwicklung 2020/21 bis 2022/23 (in Mio. Euro)

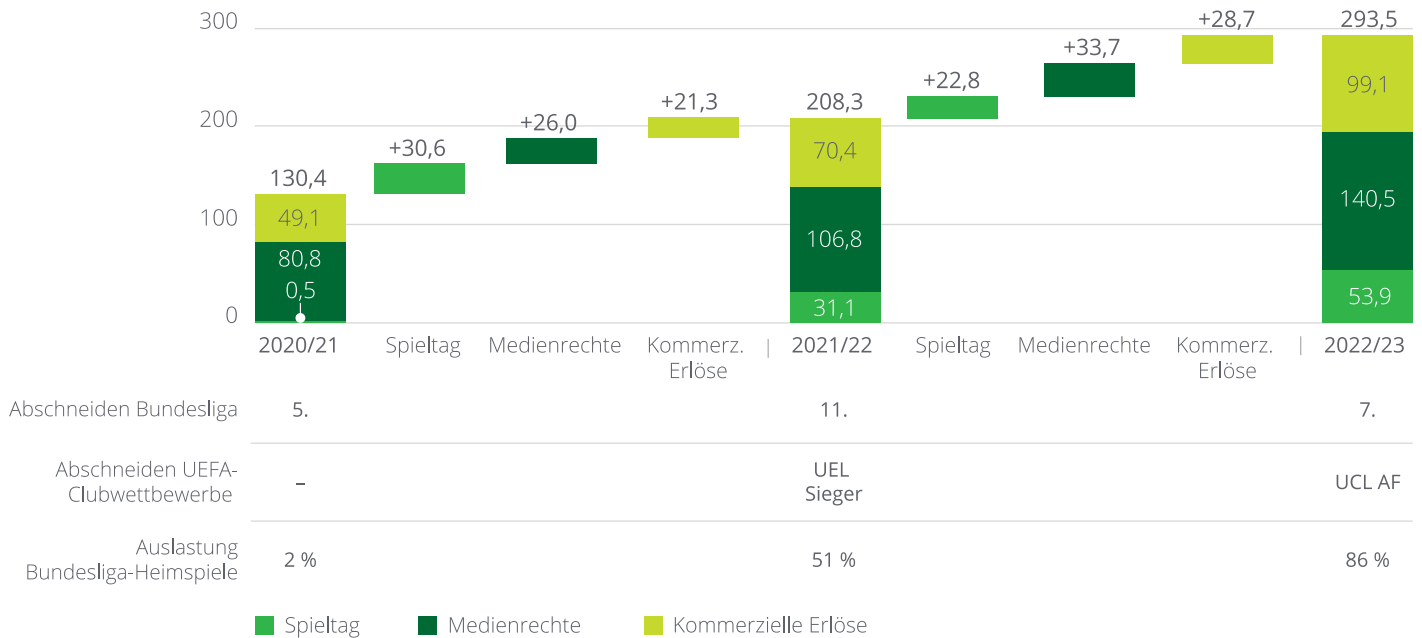
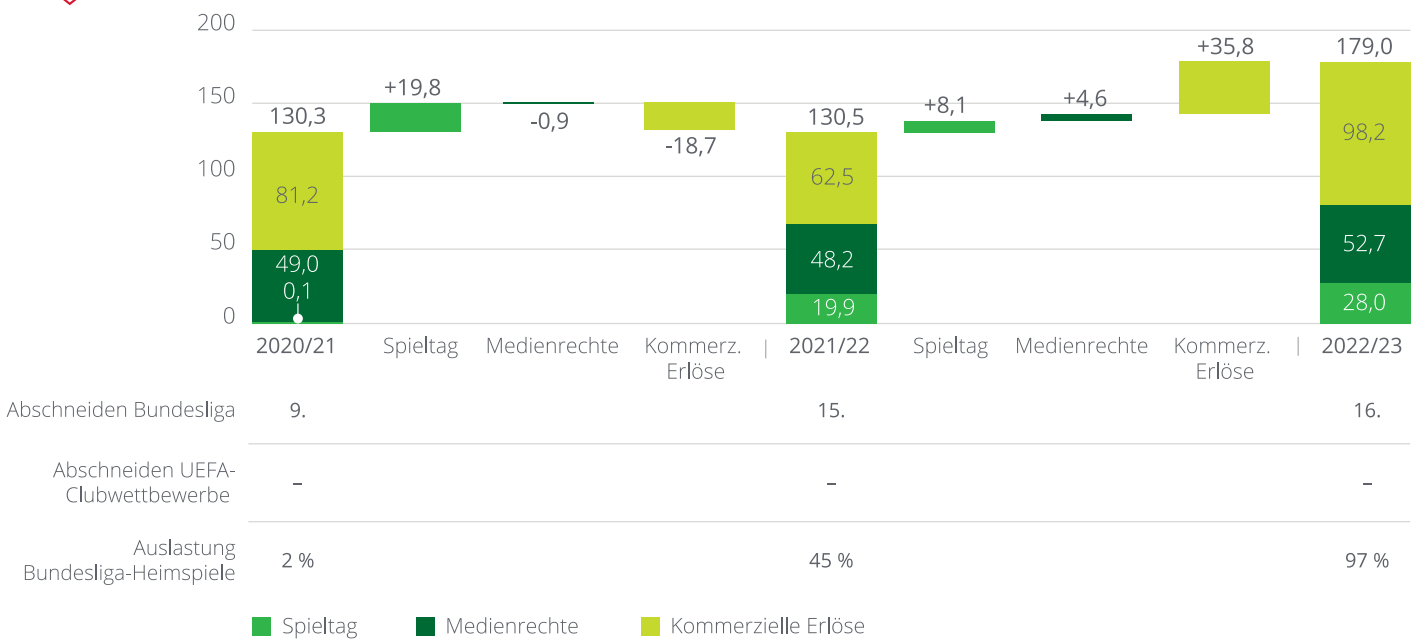


Abb. 11 – VfB Stuttgart: Umsatzentwicklung 2020/21 bis 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Spieltag Erlöse stammen größtenteils aus Ticket-Verkäufen. Erlöse aus Medienrechten beinhalten Erlöse aus TV- und Rundfunkverträgen sowohl durch nationale als auch durch internationale Wettbewerbe. Kommerzielle Erlöse spiegeln insbesondere Erlöse aus Sponsoring, Merchandising und Catering sowie sonstige betriebliche Erträge wider. Auslastung der BL-Heimspiele berechnet auf Basis der jeweiligen Maximalkapazität für alle Spiele der Saison, auch solche, welche unter COVID-19-bedingte Zuschauerbeschränkungen gefallen sind.
 Abkürzungen: UCL = UEFA Champions League, UEL = UEFA Europa League, UECL = UEFA Europa Conference League, AF = Achtelfinale, GP = Gruppenphase, VF = Viertelfinale, ZR = Zwischenrunde.

Quellen: Club-Informationen, öffentliche Informationen, Deloitte-Analyse.



Abb. 12 – FC Schalke 04: Umsatzentwicklung 2020/21 bis 2022/23 (in Mio. Euro)

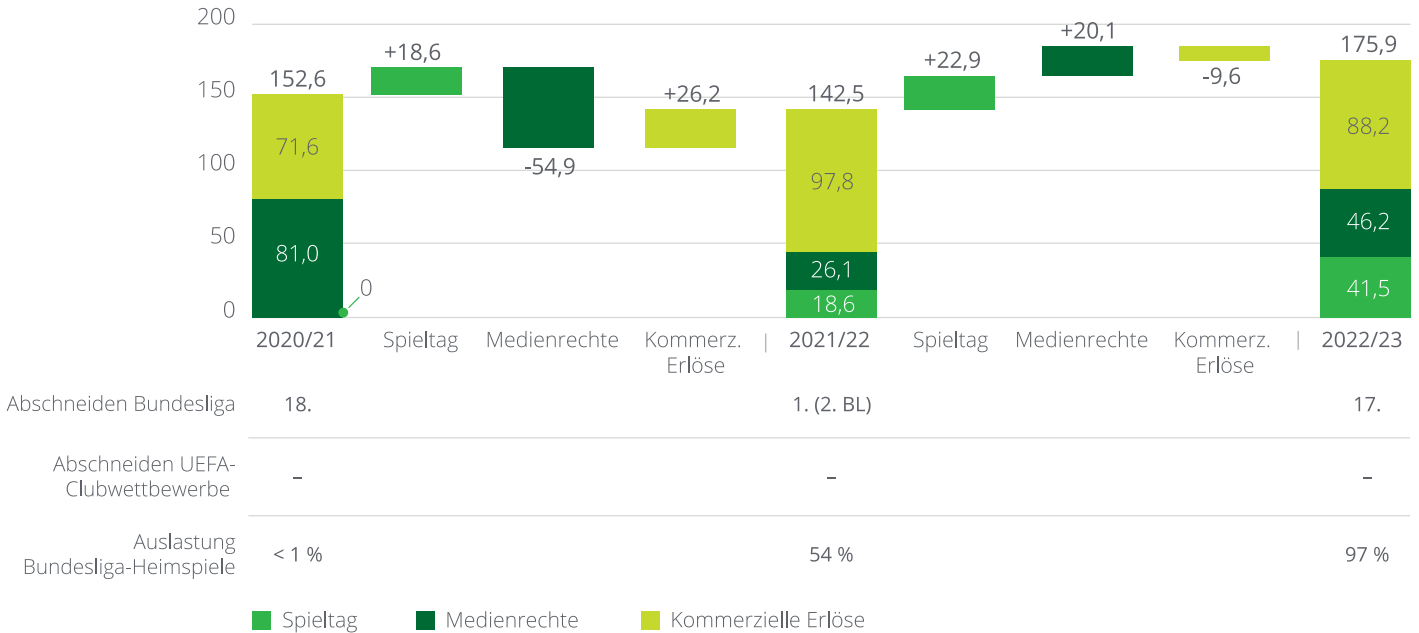
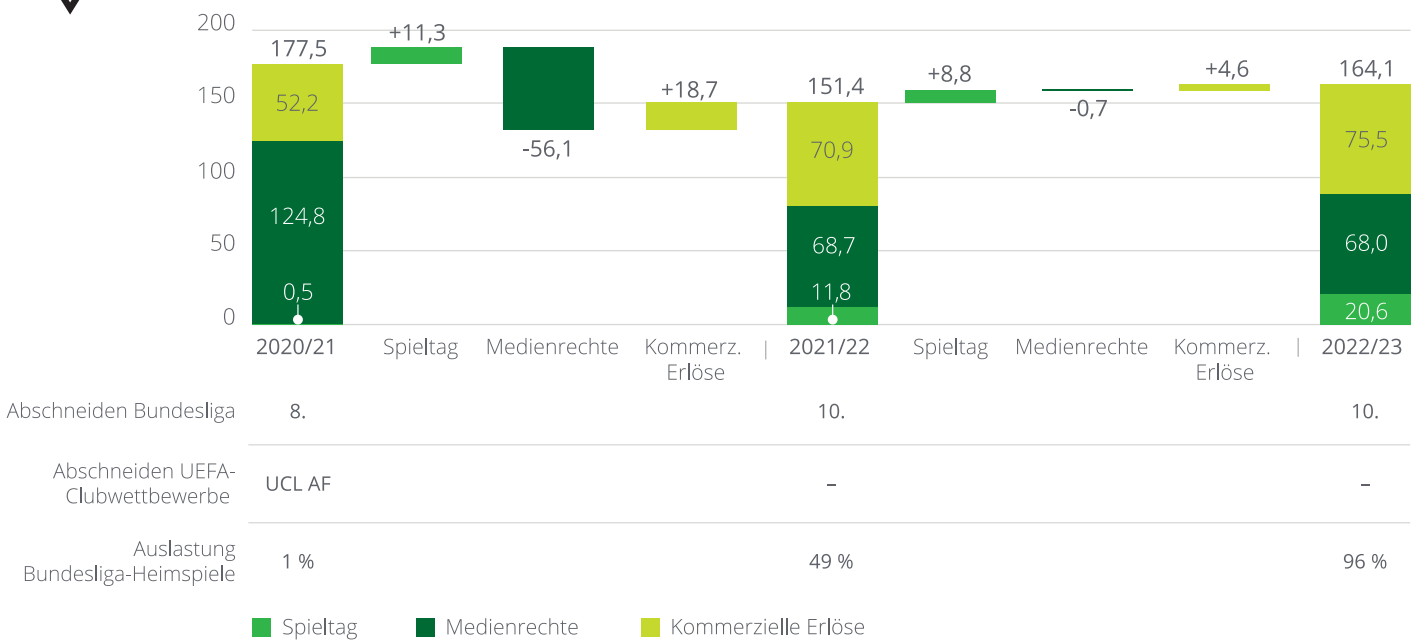


Abb. 13 – Borussia Mönchengladbach: Umsatzentwicklung 2020/21 bis 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Spieltagerlöse stammen größtenteils aus Ticket-Verkäufen. Erlöse aus Medienrechten beinhalten Erlöse aus TV- und Rundfunkverträgen sowohl durch nationale als auch durch internationale Wettbewerbe. Kommerzielle Erlöse spiegeln insbesondere Erlöse aus Sponsoring, Merchandising und Catering sowie sonstige betriebliche Erträge wider. Auslastung der BL-Heimspiele berechnet auf Basis der jeweiligen Maximalkapazität für alle Spiele der Saison, auch solche, welche unter COVID-19-bedingte Zuschauerbeschränkungen gefallen sind.

Abkürzungen: UCL = UEFA Champions League, UEL = UEFA Europa League, UECL = UEFA Europa Conference League, AF = Achtelfinale, GP = Gruppenphase, VF = Viertelfinale, ZR = Zwischenrunde.

Quellen: Club-Informationen, öffentliche Informationen, Deloitte-Analyse.



Abb. 14 – 1. FC Köln: Umsatzentwicklung 2020/21 bis 2022/23 (in Mio. Euro)

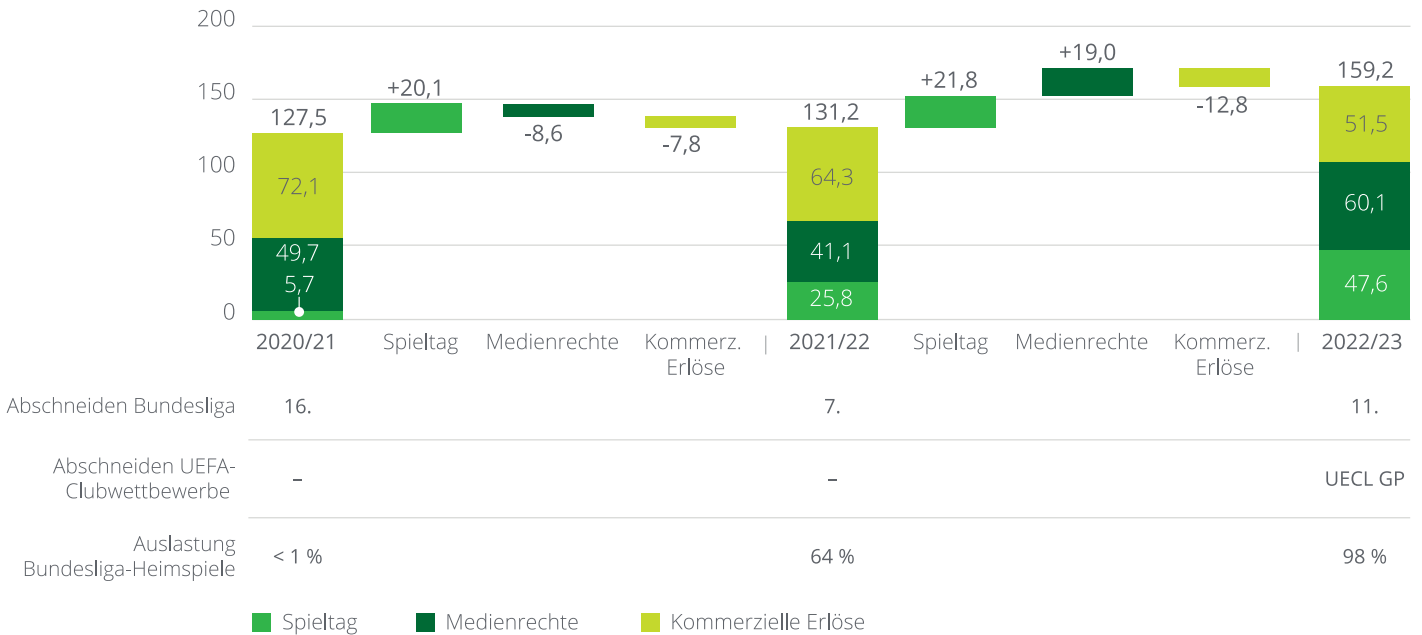
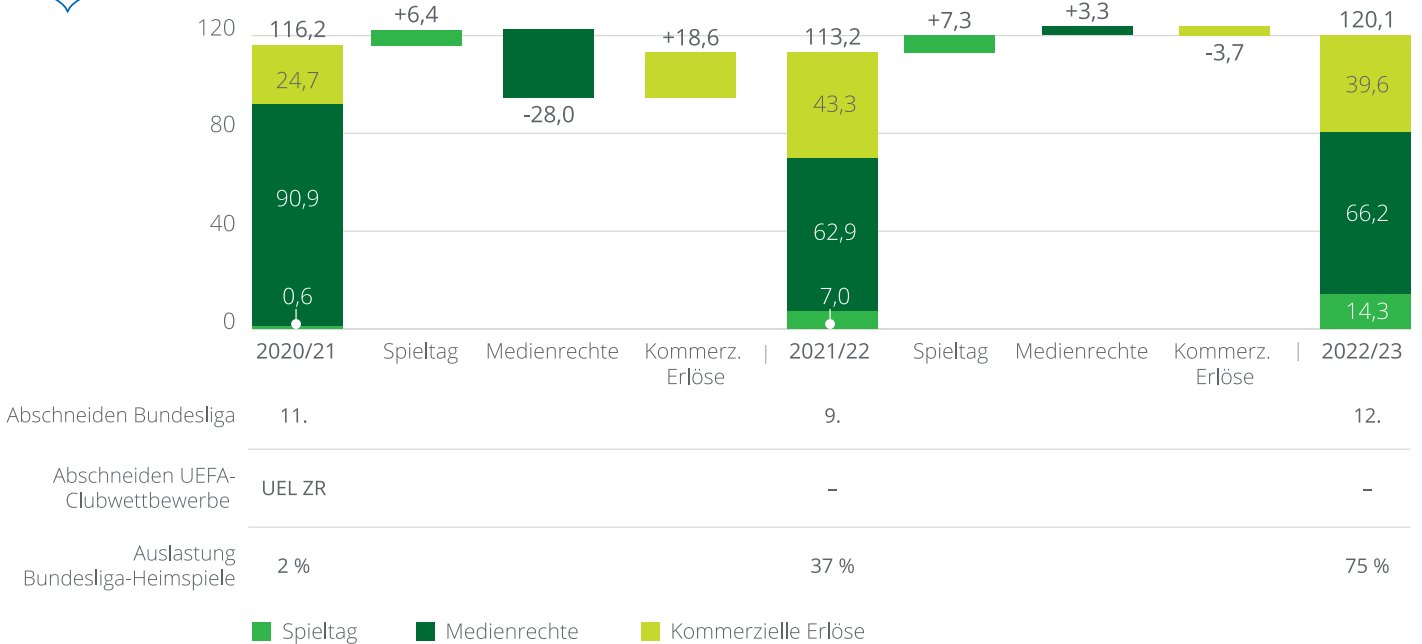


Abb. 15 – TSG 1899 Hoffenheim: Umsatzentwicklung 2020/21 bis 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Spieltag Erlöse stammen größtenteils aus Ticket-Verkäufen. Erlöse aus Medienrechten beinhalten Erlöse aus TV- und Rundfunkverträgen sowohl durch nationale als auch durch internationale Wettbewerbe. Kommerzielle Erlöse spiegeln insbesondere Erlöse aus Sponsoring, Merchandising und Catering sowie sonstige betriebliche Erträge wider. Auslastung der BL-Heimspiele berechnet auf Basis der jeweiligen Maximalkapazität für alle Spiele der Saison, auch solche, welche unter COVID-19-bedingte Zuschauerbeschränkungen gefallen sind.

Abkürzungen: UCL = UEFA Champions League, UEL = UEFA Europa League, UECL = UEFA Europa Conference League, AF = Achtelfinale, GP = Gruppenphase, VF = Viertelfinale, ZR = Zwischenrunde.

Quellen: Club-Informationen, öffentliche Informationen, Deloitte-Analyse.



Abb. 16 – Werder Bremen: Umsatzentwicklung 2020/21 bis 2022/23 (in Mio. Euro)

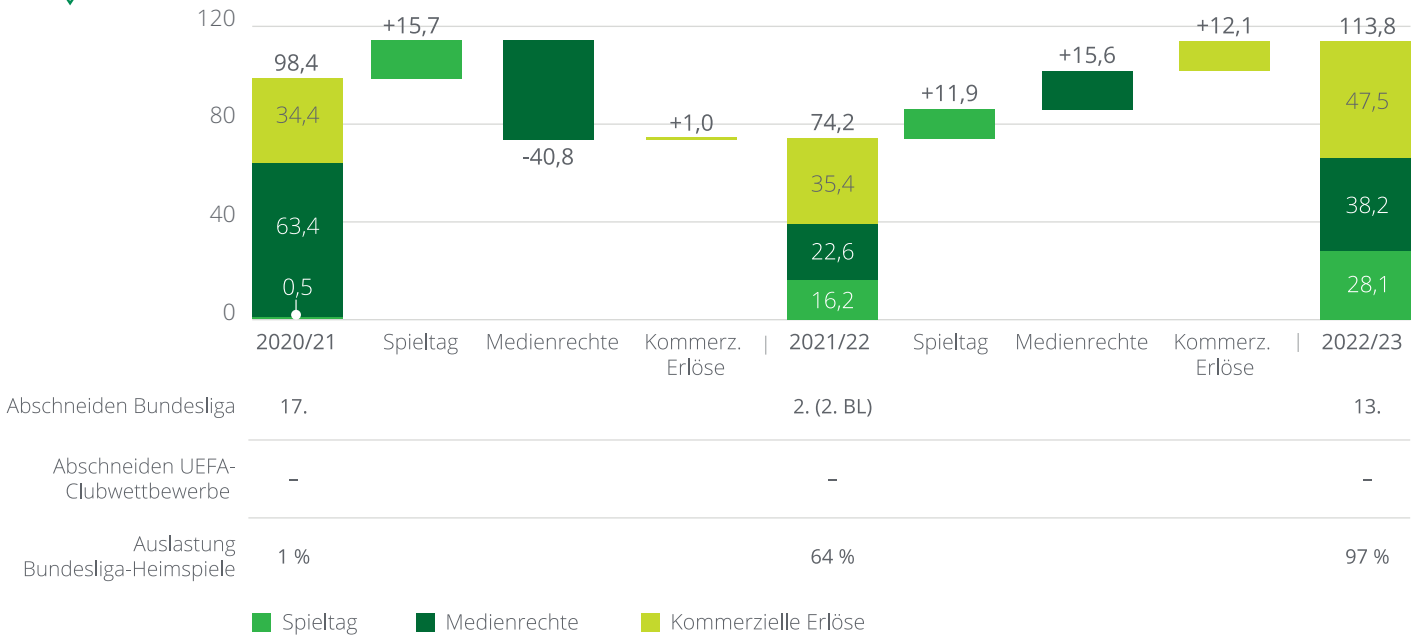
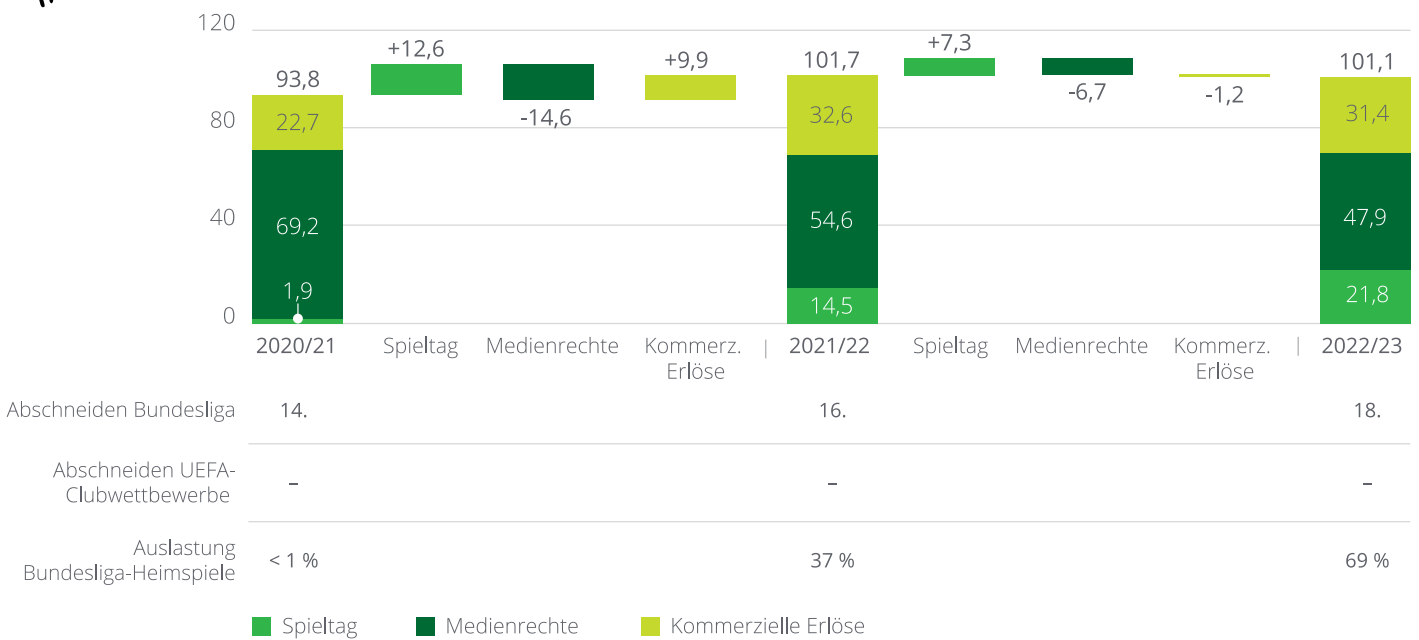


Abb. 17 – Hertha BSC: Umsatzentwicklung 2020/21 bis 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Spieltag Erlöse stammen größtenteils aus Ticket-Verkäufen. Erlöse aus Medienrechten beinhalten Erlöse aus TV- und Rundfunkverträgen sowohl durch nationale als auch durch internationale Wettbewerbe. Kommerzielle Erlöse spiegeln insbesondere Erlöse aus Sponsoring, Merchandising und Catering sowie sonstige betriebliche Erträge wider. Auslastung der BL-Heimspiele berechnet auf Basis der jeweiligen Maximalkapazität für alle Spiele der Saison, auch solche, welche unter COVID-19-bedingte Zuschauerbeschränkungen gefallen sind.

Abkürzungen: UCL = UEFA Champions League, UEL = UEFA Europa League, UECL = UEFA Europa Conference League, AF = Achtelfinale, GP = Gruppenphase, VF = Viertelfinale, ZR = Zwischenrunde.

Quellen: Club-Informationen, öffentliche Informationen, Deloitte-Analyse.



Abb. 18 – 1. FSV Mainz 05: Umsatzentwicklung 2020/21 bis 2022/23 (in Mio. Euro)

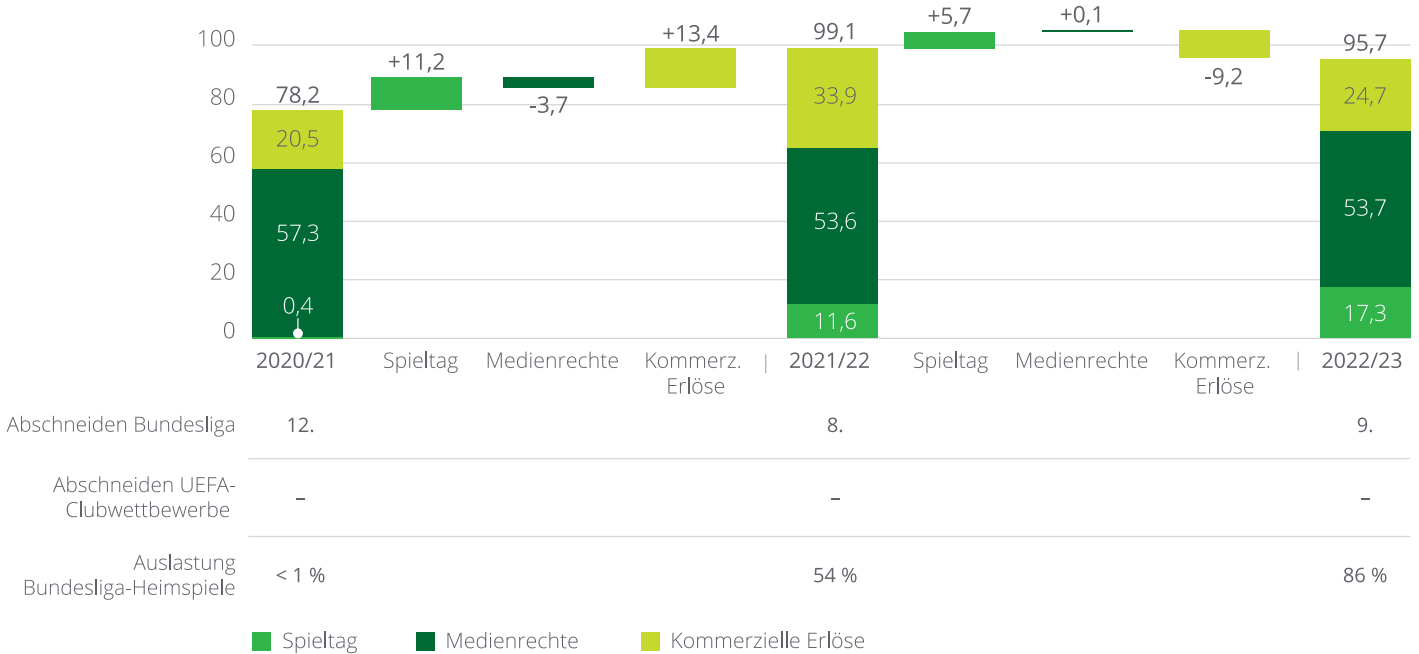
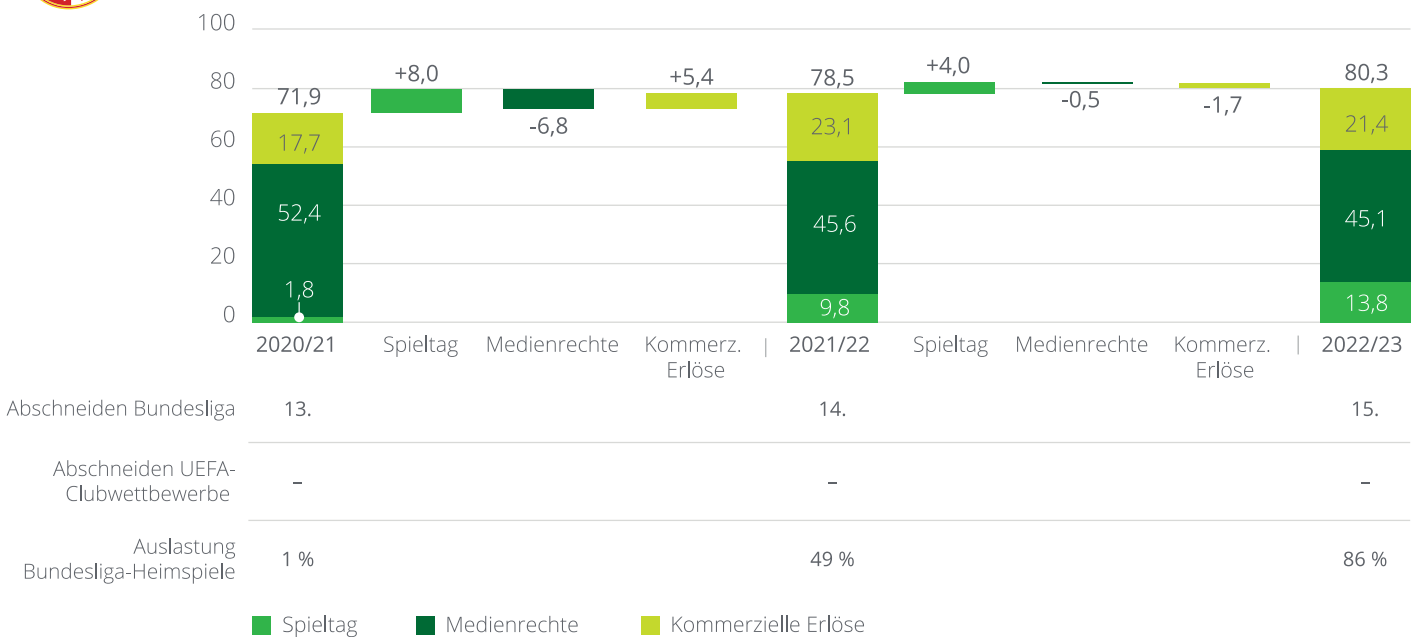


Abb. 19 – 1. FC Augsburg: Umsatzentwicklung 2020/21 bis 2022/23 (in Mio. Euro)



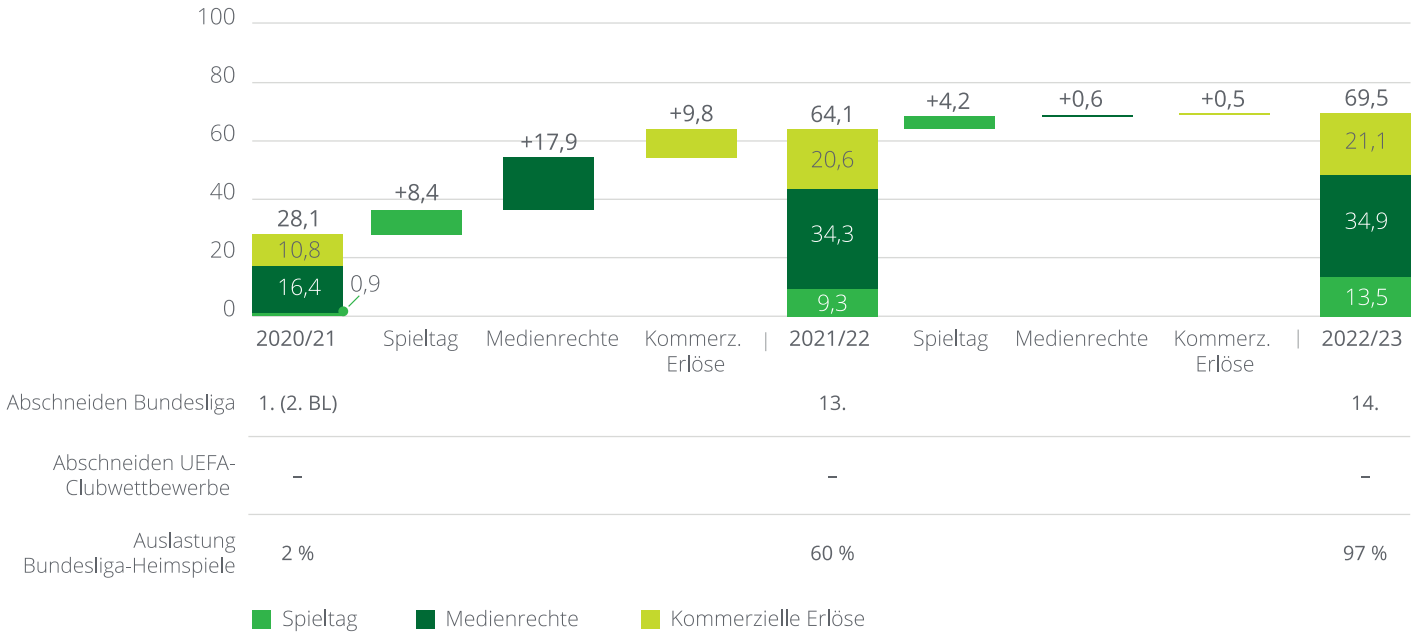
Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Spieltagerlöse stammen größtenteils aus Ticket-Verkäufen. Erlöse aus Medienrechten beinhalten Erlöse aus TV- und Rundfunkverträgen sowohl durch nationale als auch durch internationale Wettbewerbe. Kommerzielle Erlöse spiegeln insbesondere Erlöse aus Sponsoring, Merchandising und Catering sowie sonstige betriebliche Erträge wider. Auslastung der BL-Heimspiele berechnet auf Basis der jeweiligen Maximalkapazität für alle Spiele der Saison, auch solche, welche unter COVID-19-bedingte Zuschauerbeschränkungen gefallen sind.

Abkürzungen: UCL = UEFA Champions League, UEL = UEFA Europa League, UECL = UEFA Europa Conference League, AF = Achtelfinale, GP = Gruppenphase, VF = Viertelfinale, ZR = Zwischenrunde.

Quellen: Club-Informationen, öffentliche Informationen, Deloitte-Analyse.



Abb. 20 – VfL Bochum: Umsatzentwicklung 2020/21 bis 2022/23 (in Mio. Euro)



Anmerkungen: Gesamtumsätze exklusive Transferaktivitäten. Spieltagerlöse stammen größtenteils aus Ticket-Verkäufen. Erlöse aus Medienrechten beinhalten Erlöse aus TV- und Rundfunkverträgen sowohl durch nationale als auch durch internationale Wettbewerbe. Kommerzielle Erlöse spiegeln insbesondere Erlöse aus Sponsoring, Merchandising und Catering sowie sonstige betriebliche Erträge wider. Auslastung der BL-Heimspiele berechnet auf Basis der jeweiligen Maximalkapazität für alle Spiele der Saison, auch solche, welche unter COVID-19-bedingte Zuschauerbeschränkungen gefallen sind.

Abkürzungen: UCL = UEFA Champions League, UEL = UEFA Europa League, UECL = UEFA Europa Conference League, AF = Achtelfinale, GP = Gruppenphase, VF = Viertelfinale, ZR = Zwischenrunde.

Quellen: Club-Informationen, öffentliche Informationen, Deloitte-Analyse.

Basis unserer Analysen

In der „Deloitte Football Money League“ betrachten wir die Umsatzerlöse aus dem operativen Geschäft der europäischen Fußballclubs. Im Rahmen unserer Detailanalyse gliedern wir die Gesamtumsätze der europäischen Top-Clubs in ihre drei wichtigsten Erlöskategorien: (i) Spieltagerlöse, (ii) Umsätze aus der Vermarktung von medialen Verwertungsrechten sowie (iii) kommerzielle Erlöse. Spieltagerlöse stammen in erster Linie aus Ticketverkäufen inklusive der Hospitality-Umsätze. Erlöse aus Medienrechten beinhalten entsprechende Erlöse sowohl aus nationalen als auch internationalen Wettbewerben. Kommerzielle Erlöse spiegeln insbesondere Erlöse aus Sponsoring, Merchandising und Catering sowie sonstige betriebliche Erträge wider. Sämtliche hier ausgewiesenen Umsatzzahlen sind exklusive Transfererlöse, Finanzerträge, Umsatzsteuern sowie sonstiger umsatzbezogener Steuern.

Einschränkungen hinsichtlich der Vergleichbarkeit der Finanzdaten von Fußballclubs

Die Clubs unterscheiden sich teilweise erheblich im Hinblick auf ihre Strukturen sowie bezüglich der Klassifizierung ihrer Umsätze in den einzelnen Erlöskategorien. In einigen wenigen Fällen haben wir Anpassungen hinsichtlich der Zuordnung der veröffentlichten Finanzdaten vorgenommen, um eine nach unserer Ansicht bessere Vergleichbarkeit der Umsatzkategorien zu ermöglichen. Transfererlöse werden aufgrund ihrer hohen Volatilität sowie ihrer begrenzten Aussagekraft für die Wertschöpfung von Fußballclubs nicht in unsere Analysen einbezogen. Bei einigen Clubs enthalten die Umsätze der Saison 2020/21 aufgrund teilweiser Spielbetriebsverschiebungen Umsätze aus der Saison 2019/20. Es wurde unsererseits keine Adjustierung dieser Umsätze vorgenommen.

Verfügbarkeit der Finanzdaten von Fußballclubs

Die Analyse der Umsatzzahlen der internationalen Fußballclubs basiert auf öffentlich verfügbaren Einzel- oder Konzernabschlüssen bzw. auf Informationen, die der Sport Business Gruppe von den Clubs zur Verfügung gestellt wurden (sofern nicht anders ausgewiesen).

Für die übrigen Bundesliga-Clubs (1. FC Union Berlin, Bayer Leverkusen, RB Leipzig, SC Freiburg und VfL Wolfsburg) lagen keine Daten vor.

Analyse der Finanzdaten der Frauentteams

Die „Deloitte Football Money League“-Rangliste für den Frauenfußball umfasst die 15 umsatzstärksten Clubs in Europa für das Jahr 2023. Die Rangliste deckt die Saison 2022/23 ab und exkludiert etwaige Umsatzbeiträge aus dem jeweiligen Herrenbereich. Die Rangliste umfasst Frauentteams, welche in der obersten Spielklasse der wichtigsten europäischen Fußballligen (England, Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien und Portugal) vertreten sind und für die Informationen bereitgestellt wurden. Die Einnahmen von Frauentteams in anderen wichtigen Märkten wie Australien, Japan, Norwegen, Schweden und den USA wurden uns nicht zur Verfügung gestellt und sind daher nicht Bestandteil dieser Analyse. In der Rangliste der Frauentteams sind die Erlöse der zugehörigen Männerteams nicht berücksichtigt. Da es nur wenige automatische Qualifikationsplätze für die UEFA Women's League gibt, wurde die Qualifikation für den Wettbewerb als Teilnahme an der zweiten Qualifikationsrunde definiert.

Einschränkungen hinsichtlich der veröffentlichten Informationen

Die Finanzinformationen der Clubs wurden auf Basis von nationalen Rechnungslegungsvorschriften oder der International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt. Die Umsatzzahlen von einigen Clubs können infolge einer geänderten Rechnungslegungspraxis von den Vorjahren abweichen oder sich in Zukunft ändern. In manchen Fällen können diese Abweichungen beträchtlich sein. Zum Beispiel wurden aufgrund der einzigartigen Umstände rund um die COVID-19-Pandemie 2019/20, 2020/21 und 2021/22 gewisse Rechnungslegungsstandards von den Clubs unterschiedlich ausgelegt. Wir haben zum Zwecke der Berichterstellung keine Überprüfung der Informationen aus den veröffentlichten Jahresabschlüssen und anderen genutzten öffentlich verfügbaren Quellen durchgeführt. Vereinzelt kommt es in den Diagrammen in den gezeigten Summen zu rundungsbedingten Abweichungen.

Für einen detaillierteren Vergleich der Clubs wären zusätzliche Informationen zu den Gesamterlösen, -aufwendungen, Bilanzen und Kapitalflussrechnungen erforderlich, die größtenteils nicht öffentlich verfügbar sind. Unterschiede zwischen den Clubs bzw. im Zeitverlauf können sich aufgrund von veränderten kommerziellen Rahmenvereinbarungen oder infolge einer abweichenden buchhalterischen Erfassung von Handelsgeschäften ergeben. Vergleichszahlen aus den Vorjahren sind früheren Versionen der „Football Money League“ oder relevanten Jahresabschlüssen sowie anderen direkten Quellen entnommen.

In der Studie getroffene Prognosen können von den tatsächlich realisierten Ergebnissen abweichen, da sich die zugrunde liegenden Annahmen und Umstände ändern können.

Wechselkurse

Für unsere grenzüberschreitenden Analysen wurden Finanzaufstellungen mit dem durchschnittlichen Wechselkurs des Jahres per 30. Juni 2023 (€ 1 = £ 0,87) umgerechnet.

Die vollständigen Ergebnisse der englischsprachigen Ausgabe der „Football Money League“ sind verfügbar unter <https://www.deloitte.com/uk/fml>

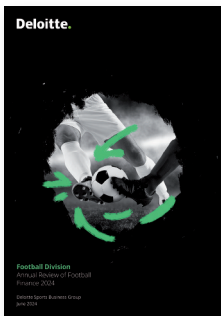
Sport Business Gruppe (Deutschland)

Stefan Ludwig
Tel: +49 211 8772 4701
sportbusiness@deloitte.de
www.deloitte.com/de/sport

Sports Business Group (Großbritannien)

Timothy Bridge
Tel: +44 161 455 6071
sportsteamuk@deloitte.co.uk
www.deloitte.co.uk/sportsbusinessgroup

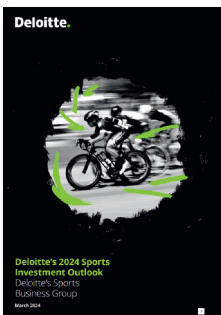
Ausgewählte Studien von Deloitte



Annual Review of Football Finance
(33. englische bzw. 21. deutsche Auflage)
Analyse der finanziellen Entwicklung des europäischen Fußballmarktes



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



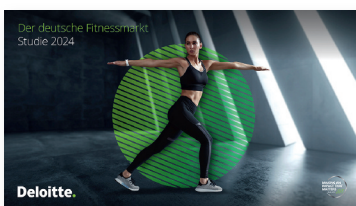
2024 Sports Investment Outlook
Überblick über M&A-Trends und Marktaktivitäten im Sport für das Jahr 2024



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



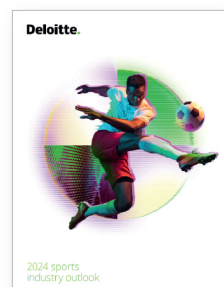
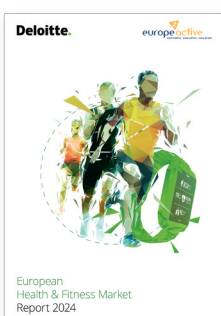
Media Consumer Survey
(16. Auflage)
Analyse der neuesten Trends im Bewegtbild-Konsum deutscher Verbraucher



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 Prediction
(2. Auflage)
Analyse und Prognose des Umsatzes des professionellen Frauensports in 2024



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, Paul Bork

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 08/2024

