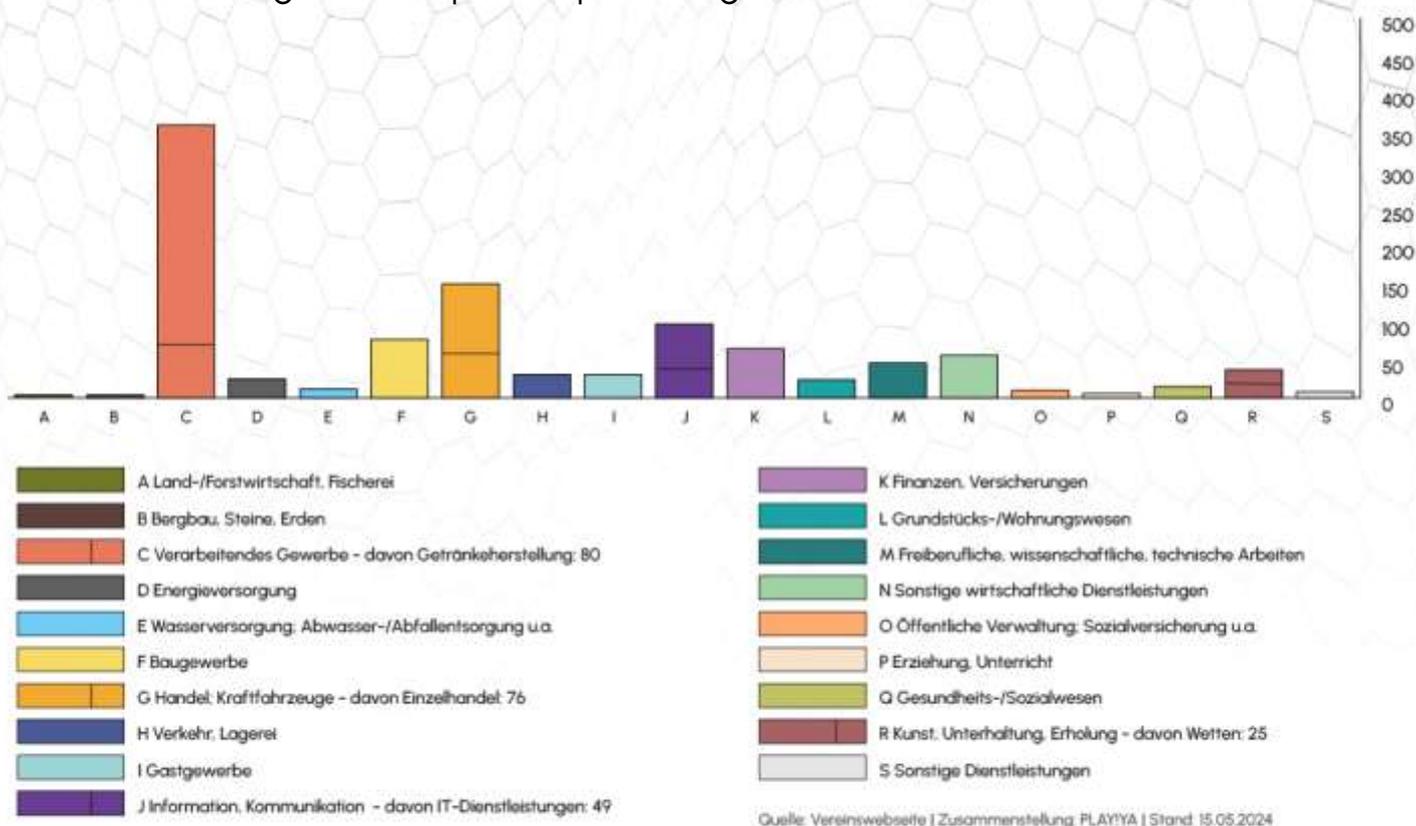


# Alle 18 Bundesligisten

1.047 analysierte Sponsoren

(insgesamt 2.329 Sponsoren / zusätzlich Logen-, VIP-, Frauen-, Jugend-, E-Sports-Sponsoring etc.)



## Kategorie: > [Strategische Vermarktung](#)

„... Die Clubs, die Liga-Gremien und die DFL-Geschäftsführung sind sich einig, dass eine Weiterentwicklung des DFL-Geschäftsmodells notwendig ist, um das Fundament für eine auch weiterhin dauerhaft positive Zukunft der Bundesliga und 2. Bundesliga zu legen ...“

**Umsatz Bundesliga (2022/23): 4,45 Mrd. €**

- Sponsoringeinnahmen: 1,12 Mrd. €
- Personalaufwand: 1,98 Mrd. €

### Zehn umsatzstärkste Sponsoren (2023):

- Finanzwirtschaft: 1.700,0 Mrd. € (Bilanz)
- Finanzwirtschaft: 1.312,0 Mrd. € (Bilanz)
- Finanzwirtschaft: 517,2 Mrd. € (Bilanz)
- Finanzwirtschaft: 455,2 Mrd. € (Bilanz)
- Automobilhersteller: 322,3 Mrd. €
- Finanzwirtschaft: 283,3 Mrd. € (Bilanz)
- Erdöl-/Gasförderung: 237,0 Mrd. US\$
- Automobilhersteller: 176,2 Mrd. US\$
- Handels-/Mischkonzern: 167,2 Mrd. €
- Versicherungskonzern: 161,7 Mrd. €

## Kategorie: > [#BundesligaWIRKT](#)

„... Auf vielfältige Weise setzen sich die 36 Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga ... gesellschaftlich ein. Auf die Frage, was der Profifußball für die Gesellschaft unternimmt, gibt es jedoch keine simple oder kurze Antwort. Denn das gesellschaftliche und soziale Engagement, das in den Clubs fest verankert ist, findet größtenteils individuell statt ...“

### Kurzanalyse Nachhaltigkeit vs. Sponsoring:

- höchstens zwei Prozent der 1.047 analysierten Sponsoren mit explizit bzw. zum Teil nachhaltigem Geschäftsmodell/Wirtschaftsbereich
- umsatzstärkste Sponsoren aus Finanzwirtschaft mit vielen nicht nachhaltigen Investments, Anteil grüner Vermögenswerte (GAR) meist unter 3%
- viele Sponsoren direkt aus Automobilbranche (73) oder als Dienstleister damit verbunden (62)
- mehr als 100 Sponsoren aus Bau- und Immobilienbranche (oft im "Exklusiv-/Luxussegment")
- viele Sponsoren haben nur Geschäftskunden, Fußballengagement also v.a. Kontaktbörse
- Nachhaltigkeit im Sponsoring, der wichtigsten Kommunikationsplattform, fast unsichtbar