

A.0

#BundesligaWIRBT – Erste elf Erkenntnisse

1 Sponsoringeinnahmen

Ohne Sponsoring kein Profifußball: Rund 60 Prozent der aktuellen Gesamteinnahmen der 18 Bundesligavereine von 4,45 Milliarden Euro stammen laut der Deutschen Fußball Liga (DFL) aus dem Sponsoring (1,12 Milliarden Euro) und der medialen Verwertung (1,52 Milliarden Euro). Letztere funktioniert nur, weil die Inhaber der Übertragungsrechte ihre Ausgaben größtenteils durch Werbeeinnahmen refinanzieren.
> [DFL Wirtschaftsreport 2024](#) | S. 13

2 Ausstrahlung

Fußball ist der global beliebteste Sport. Seine hohe Emotionalität und Reichweite sind ideal für Markenkommunikation und Sponsoring. Die großen Vereine gehören zu den weltweit wichtigsten Social-Media-Akteuren. Auf den vier großen Plattformen führt ein spanischer Klub mit 411 Millionen Followern. Der erste deutsche Verein liegt mit 137 Millionen Followern auf Platz 9. Zum Vergleich: Die Bundesregierung kommt lediglich auf 2,4 Millionen Follower (Oktober 2024).
> [CIES Football Observatory \(05.06.2024\): Clubs with the most followers on social networks](#)

3 Bewusstseinsbildung

Dank ihrer Ausstrahlung könnte die Bundesliga viele Nachhaltigkeitsthemen ins öffentliche Bewusstsein rücken. Doch es dominiert Produktwerbung, die vor allem junge Menschen prägt. Aus der Medien- und Werbeforschung ist bekannt, dass sich Präferenzen für Lebensstile und Marken schon im Vorschulalter entwickeln. Bei jungen Erwachsenen steht bereits rund die Hälfte aller Markenbindungen fest.
> [#BundesligaWIRBT: Interview Jennifer Amann „Wachstum nicht über alles stellen“](#) | S. 35

4 Sportswashing

Analog zum "Greenwashing", mit dem Unternehmen sich unberechtigt ein umweltfreundliches Image verpassen, wird seit einigen Jahren der Begriff "Sportswashing" benutzt. Eine aktuelle internationale Studie zeigt, dass viele große Öl- und Gasfirmen das Sportsponsoring benutzen, um sich "reinzuwaschen". Auch die Bundesliga ermöglicht etlichen nicht nachhaltigen Unternehmen eine glänzende Imagepolitik.
> [New Weather Institute \(September 2024\): Dirty Money – How Fossil Fuel Sponsors are Polluting Sport](#)

5 #BundesligaWIRBT

Viele der fast 1.050 analysierten Sponsoren kommen aus den Bereichen Energie, Gebäude und Verkehr – darunter die zwei größten deutschen Kohlendioxid-emittenten, rund 100 Bau- und Immobilienfirmen und fünf führende Automobilhersteller. Ohne diese Sektoren, die beständig ihre Klimaziele verfehlen, kann Nachhaltigkeit in Deutschland nicht vorankommen.
> [#BundesligaWIRBT: Übersicht – Alle 18 Bundesligavereine mit Sponsoringschwerpunkten](#) | ab S. 10

6 #BundesligaWIRKT (nicht)

2022 nahm die DFL Nachhaltigkeitskriterien in ihre Lizenzierungsordnung auf. Verstöße werden aktuell jedoch nur bei neun der 54 Punkte sanktioniert. Nicht verpflichtend ist zum Beispiel die Prüfung der Nachhaltigkeit von Sponsoren (ESG-Check).
> [DFL Nachhaltigkeitsrichtlinie Saison 2024/25](#)

7 Zertifizierungen

Nachhaltigkeit in der Bundesliga ist schwer überprüfbar. Es fehlen transparente Verfahren, und Zertifizierungsfirmen betreiben teils selber Sportsponsoring.
> [#BundesligaWIRBT: Infokasten Zertifizieren](#) | S. 33

8 Zerstörungen

Die zerstörerischen Folgen internationaler Liefer- und Produktionsketten im Globalen Süden tauchen in der Werbung und im Bewusstsein nicht auf. Sportsponsoring hilft, diese Realitäten effektiv auszublenden.
> [#BundesligaWIRBT: Interview Eze Alloysius „Raubbau an Mensch und Natur“](#) | S. 7

9 Lobbyismus

Business-Clubs, VIP-Logen, Stiftungen und andere exklusive Orte der Vereine sind nur für wenige Entscheider (meist ohne -innen) aus Politik, Sport und Wirtschaft da. Nachhaltigkeit hat dort keinen Platz.
> [#BundesligaWIRBT: Infokasten Lobbyismus](#) | S. 33

10 Lösungen

Instrumente wie die EU-Taxonomie für nachhaltiges Wirtschaften könnten Sportsponsoring verbessern.
> [#BundesligaWIRBT: Interview Henri Cuin „Sponsoring könnte nachhaltig sein“](#) | S. 22

11 LeaveNoOneBehind

Um nachhaltiger zu werden, müsste der Sportsektor allerdings auch destruktive Ideen wie das "Gewinnen um jeden Preis"-Prinzip über Bord werfen.
> [#BundesligaWIRBT: Ausblick – Nebelkerze Nachhaltigkeit?](#) | S. 34