

CLUBES

El Bayern de Múnich se asegura el patrocinio de Audi hasta 2029 tras el paso atrás de BMW

La marca automovilística, que aún tenía contrato hasta 2025, ampliará cuatro años más el acuerdo de esponsorización del club bávaro por entre 50 millones de euros y 60 millones anuales.

Palco23

14 ene 2020 - 17:16



Audi se asegura la exclusividad del FC Bayern hasta 2029. La marca automovilística, que ya tenía un acuerdo de patrocinio en vigor hasta 2024, ha extendido otros cuatro años su relación con el club bávaro. Los términos económicos del nuevo contrato no se han desvelado, aunque los medios alemanes apuntan a que sería por entre 50 millones de euros y 60 millones anuales.

“Para el FC Bayern este acuerdo es un importante paso estratégico hacia el futuro, ya que hemos trabajado con Audi durante más de una década y media”, ha asegurado Karl-Heinz Rummenigge, director general del equipo bávaro.

“El FC Bayern encaja perfectamente con el reajuste estratégico de Audi”, ha asegurado Hildegard Wortmann, directora de ventas y márketing de la marca de coches. “La cooperación con uno de los principales clubes internacionales, con 650 millones de aficionados en todo el mundo y 135 millones de aficionados sólo en China, abre nuevas oportunidades de comercialización conjunta”, ha añadido.

El Bayern firmó un nuevo acuerdo de patrocinio con BMW, que finalmente se echó atrás

La relación entre ambas entidades, sin embargo, se rompió durante un breve período de tiempo. A principios de 2019, el Bayern decidió finalizar su contrato con Audi y firmar con su principal rival automovilístico en Alemania: BMW. Sin embargo, BMW decidió dar marcha atrás tras alcanzar un acuerdo con el club, que llevó a la compañía de automóviles a los juzgados y demanda una indemnización de entre diez millones y veinte millones de euros por incumplir los acuerdos iniciales.

La marca había solicitado al Bayern que rescindiera el contrato con Audi de forma anticipada para iniciar la relación lo antes posible, pero finalmente calificó de inviable igualar su propuesta. Ante este escenario, el equipo de fútbol consiguió garantizarse la continuidad de su actual socio durante los próximos doce años, a razón de unos 1.000 millones de euros por todo el periodo.

La marca germana, además, también es uno de los accionistas minoritarios del Bayern, del que adquirió una participación del 8,33% entre 2010 y 2011 por 90 millones de euros. Ahora, esa vinculación se extenderá cuatro años más, por lo que la unión entre ambas entidades alcanzará los 27 años cuando finalice en 2029.

El club bávaro cerró 2018-2019 con una facturación de 750,4 millones de euros, un 14,1% más que el año anterior. Aunque el club no desvela los ingresos exactos por cada división, el año pasado ya se superaron los 200 millones de euros en materia de patrocinios. El beneficio neto, por su parte, se disparó un 78%, hasta 52,5 millones de euros.