

CLUBES

El Bayern de Múnich crea una filial para explotar su negocio digital

El club ha creado FCB Digital & Media Lab para explotar sinergias con Deutsche Telekom y SAP, con el objetivo de buscar nuevas fuentes de ingresos en el ámbito del entretenimiento.

Palco23
17 may 2018 - 09:26

El Bayern de Múnich crea una filial para explotar su negocio digital

El Bayern de Múnich quiere potenciar su negocio como producto de entretenimiento. El club ha decidido escindir su negocio digital y de medios a una nueva filial denominada FCB Digital & Media Lab, con el objetivo de que tenga más flexibilidad a la hora de buscar alianzas. Y una de las primeras será con ESPN, con la que ha firmado un contrato para generar contenidos exclusivos en Estados Unidos.

La compañía estará presidida por Stefan Mennerich, director de comunicación, medios y digital del club alemán. “Queremos expandir aún más nuestra enorme cobertura mediática. Como resultado, también podemos apoyar nuestra internacionalización y generar ingresos adicionales en las áreas de medios, comercialización y patrocinio”, ha explicado. Para ello, su idea es “ofrecer nuestra infraestructura y nuestra experiencia como un servicio a terceros en el mercado”.

La base de la empresa será el proyecto **FC Bayern Digital 4.0**, que se lanzó en otoño de 2016 y que supuso la creación de su propio centro de datos gracias a la colaboración con Deutsche Telekom, que también es su patrocinador principal, y con SAP. Estos trabajos permitieron el relanzamiento de la página web y la creación de nuevos productos como aplicaciones móviles, una tienda online.

FCB Digital & Media Lab incluirá el área editorial del equipo de fútbol (redes sociales, web, televisión y prensa); producción audiovisual, marketing digital y CRM, plataformas digitales e innovación, informática y tecnología, y las retransmisiones en directo de FCBayern.tv. El centro de operaciones estará en la ciudad deportiva de Säbener Straße, donde se están construyendo nuevos edificios.

Karl-Heinz Rummenigge, presidente ejecutivo, ha defendido esta reordenación porque “los medios y la digitalización son elementos básicos para el futuro del FC Bayern

; [...] tenemos la intención de combinar nuestra experiencia y nuestras fuerzas de nuevo para ampliar aún más el papel principal de Bayern en esta área”. “Nos ayudará a seguir siendo competitivos en la competencia internacional en vista de la gran cantidad de dinero de televisión”, ha añadido Mennerich.