

CLUBES

El Bayern levanta un edificio en el centro histórico de Múnich para captar a los turistas

El club financia la reconstrucción de un edificio de 3.500 metros cuadrados cerca de la Marienplatz, que tendrá una tienda oficial, dos restaurantes y un hotel boutique.

Palco23
12 mar 2019 - 09:47

El Bayern levanta un edificio en el centro histórico de Múnich para captar a los turistas

El Bayern de Múnich quiere estar más cerca de los aficionados que llegan a la ciudad bávara. El club, que concentra toda su actividad a las afueras, ha decidido promover la construcción de un edificio de 3.500 metros cuadrados en el centro histórico. En concreto, el inmueble estará muy cerca de la Marienplatz, en una calle que discurre entre la catedral y el ayuntamiento. El volumen de la inversión no se ha hecho público.

El proyecto supone la reconstrucción de una estructura que mantendrá la fachada histórica de 1872 y que se dividirá en siete plantas. En los tres primeros pisos se instalará la tienda oficial más grande del equipo de fútbol, con una superficie total de 1.000 metros cuadrados. Además, se instalarán dos restaurantes y un hotel boutique “de estilo bávaro” con treinta habitaciones y una sala de eventos, según explica en un comunicado.

El complejo comercial es propiedad de la inmobiliaria Nymphenburg Immobilien, pero el club se ha hecho con el alquiler de todos los espacios y es el que se ha encargado de escoger a los socios que exploten el resto de negocios. Es más, ya lo ha hecho. Se trata de la empresa austríaca de restauración DO&CO, que ya se encarga del catering que ya se encarga de la comercialización de las zonas de *hospitality* que hay en el Allianz Arena.

El Bayern de Múnich rehabilitará un edificio histórico que tendrá tienda oficial, restaurantes y

hotel

“Toda la propiedad será espectacular y muestra la solidaridad del FC Bayern con su ciudad natal, Múnich y Baviera. Para nuestra marca es importante que este proyecto extraordinario se cree en una ubicación *premium* del centro”, ha señalado Jörg Wacker, director de internacionalización y estrategia del club. “Nuestros huéspedes del extranjero, los residentes de Múnich y todos los aficionados del FC Bayern tienen un nuevo punto de encuentro”, ha añadido.

Este proyecto refuerza la estrategia a pie de calle del equipo de fútbol, que tiene siete establecimientos en Múnich además, de la *megastore* que del estadio. También están presentes en Oberhausen, situada en la región del Ruhr, al norte del país; en Irschenberg, en la región de los Alpes; en Mannheim, al suroeste de Alemania, y en Berlín.

El club cerró 2017-2018 con una facturación récord en su historia, de 657 millones de euros. Los derechos de televisión fueron importantes, 107,8 millones de euros, casi el doble que un año atrás gracias al nuevo ciclo audiovisual de Bundesliga. Aun así, es una cifra inferior a los 172,7 millones que representaron las cuotas de abonados, venta de entradas y pagos de la Uefa.

Pero si hay un área que destaca es la de patrocinio, que en un año pasó de 113,9 millones a 189,4 millones de euros. A las mejoras que en su día ya acordó con Deutsche Telekom y Adidas, se le unió el estreno de Qatar Airways en la manga de la camiseta. La venta de *merchandising*, por el contrario, bajó en diez millones, hasta 91 millones de euros. La explotación del Allianz Arena supuso otros 30 millones, por los 28,2 millones que obtuvo en plusvalías por traspasos.

En 2017-2018, el Bayern de Múnich destinó 302,5 millones de euros al pago de nóminas, por los 68,9 millones de amortizaciones de traspasos. Fue un 15,5% más que el año anterior, pero insuficiente para volver a pelear por la Champions League. Su reto: conseguirlo en 2020-2021, año al que ha presentado candidatura para albergar la final.