

COMPETICIONES

La Bundesliga consolida su facturación por encima de 4.400 millones y mejora rentabilidad

Los clubes de las dos categorías profesionales del fútbol alemán facturaron un 10,3% más en 2017-2018 gracias al nuevo ciclo audiovisual y obtuvieron un beneficio neto de 128,39 millones, un 17,6% superior al del curso anterior.

M.Menchén
13 feb 2019 - 11:16

La Bundesliga consolida su facturación por encima de 4.400 millones y mejora rentabilidad

La Bundesliga saca partido al ciclo audiovisual iniciado el pasado ejercicio en Alemania. Los clubes que participaron en las dos categorías del fútbol profesional germano facturaron un 10,3% más en 2017-2018 y alcanzaron los 4.421,88 millones de euros. Además, la rentabilidad de estas entidades fue a más, con una mejora interanual del 17,6% y 128,39 millones de euros, que esencialmente se debe al regreso a beneficios de la Bundesliga 2. "Esto se debe, en particular, a los ingresos de los actuales contratos nacionales de televisión, que se reflejan en los balances por primera vez", ha confirmado el consejero delegado de la DFL, Christian Seifert.

La aportación de los derechos de televisión subió un 29,9% y se situó en 1.456,1 millones de euros, lo que representa un tercio de todo el negocio. Se trata de la única línea de negocio ordinario que creció a un ritmo de doble dígito, pues el resto de áreas avanzaron de forma tímida y por debajo de la evolución de la economía alemana. "La digitalización y la globalización abrirán nuevas oportunidades para el fútbol profesional alemán en los próximos años", ha matizado el primer ejecutivo de la competición, que reúne a 18 equipos en Bundesliga y otros 18 en Bundesliga 2.

Especialmente preocupante es el freno en el área de patrocinios, el gran pilar del negocio de muchos clubes y el que durante años les permitió ser competitivos a nivel internacional pese a no tener grandes contratos de televisión; de hecho, es gracias a esto que 17 de los 18 participantes facturaron más de 100 millones de euros el último año. Si bien superó por primera vez el techo de 1.000 millones de euros, no es menos cierto que las ventas de publicidad subieron sólo un 1,3%. También sufrió la venta de *merchandising*

, con una caída del 6% interanual.

La Bundesliga empieza a mostrar cierto agotamiento en el mercado nacional, con frenos en el área de patrocinios y taquilla

La recaudación por taquilla avanzó un 1,1%, hasta 635,8 millones de euros, aunque en este caso se debe a que los estadios rozan la plena ocupación desde hace años. “Continuamos siendo la liga de fútbol más concurrida del mundo en la temporada 2017-2018”, defiende la Bundesliga, que en 2017-2018 promedió 43.879 espectadores en la máxima categoría (segundo dato más alto desde 1963-1964), un 8% más, y 17.473 en su segunda categoría, una caída de casi 4.000 personas que atribuye al cambio de equipos.

Los datos de la competición revelan, además, cierto equilibrio entre abonados y espectadores puntuales, pues los primeros representaron el 56,85% de los 13.426.855 espectadores acumulados. En el caso de la Bundesliga 2, el peso de los socios con pase de temporada se situó en el 56,07% de los 5.346.763 aficionados acumulados en las gradas durante la última temporada.

Deifert asume que el futuro de la competición pasa por “crear el entorno óptimo para los clubes y los socios existentes y potenciales por igual”. “Esto incluye expandir su liderazgo en innovación en el área de nuevas tecnologías, así como su presencia en los mercados internacionales”, añade ante el aparente estancamiento del negocio que pueden generar a nivel local.

Muestra de ello es que el negocio de la Bundesliga 2 retrocedió un 4,2% en 2017-2018, hasta 608,4 millones de euros, por lo que volvió a niveles de dos años atrás. Por el contrario, la máxima competición del fútbol germano generó un 13% más, con 3.813,5 millones de euros y mejoras en todas sus líneas de actividad a excepción de la del *merchandising*. Un síntoma adicional del debilitamiento del consumo interno de sus productos.

En ambas categorías sí hubo un aumento de las plusvalías por traspasos, que en total supusieron 718,5 millones de euros, un 10,8% más. Ahora bien, descontados los

costes asociados a este tipo de incorporaciones, como amortizaciones y pagos a agentes, el saldo neto de su participación en el mercado de fichajes fue negativo en 163,2 millones de euros.

Estos movimientos, al igual que en el resto de grandes ligas, han ayudado a apuntar la rentabilidad de la competición, que en términos agregados también consiguió que la Bundesliga 2 presentara beneficios. La Bundesliga admite en su informe que el número de equipos en beneficios bajó de 16 a 13 entidades entre 2016-2017 y 2017-2018. Por el contrario, en la segunda categoría se pasó de ocho a quince equipos rentables.

En términos de gasto, el pago de salarios deportivos subió un 7,4%, hasta 1.509,4 millones de euros, mientras que las nóminas del personal de oficinas supusieron un 14,1% más, con 310 millones. Las operaciones vinculadas al día de partido exigieron un 7,4% más, hasta 531,8 millones, y la inversión en fútbol formativo subió otro 8,4% y se situó en 177,1 millones de euros.