

## COMPETICIONES

# La Bundesliga desarrollará una línea de productos oficiales con IMG

La multinacional de marketing deportivo se ha hecho con los derechos de licencias globales de la competición, con tal de crear una gama de productos que comercializar en todo el mundo.

Palco23  
3 jun 2019 - 14:15



La Bundesliga ha trazado su propia estrategia internacional, y en la misma se incluye la venta de productos oficiales. La competición no quiere hacerlo en solitario, y ha decidido apoyarse en IMG para construir su porfolio de artículos para todo el mundo. Por ello, la multinacional de marketing deportivo se ha adjudicado el contrato de representación exclusiva de licencias globales.

Los términos económicos no se han hecho públicos, pero permitirán a la empresa construir la red de proveedores que diseñarán distintas referencias de *merchandising* y los canales de distribución a través de los que se venderán. En la actualidad, el campeonato alemán está presente en más de 211 territorios a través de sus retransmisiones.

“Su experiencia, combinada con una marca poderosa como la Bundesliga, creará

muchas más oportunidades de licencia mientras trabajamos juntos para construir una amplia gama de productos para los aficionados”, ha señalado Robert Klein, director general de Bundesliga International.

Sven Thierhoff, vicepresidente de licencias de IMG, también celebró la nueva alianza: “Nos complace representar a una de las mejores ligas de fútbol del mundo; la Bundesliga tiene un atractivo mundial cada vez mayor, lo que hace que este sea un desafío emocionante para nosotros, ya que buscamos un público apasionado e internacional”.

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.