

„EIN GIGANTISCHER WIRTSCHAFTSFAKTOR“

Der Sportclub Freiburg holt mit dem Aufstieg viele Millionen Euro in die Stadt

Von Lars Bargmann



Die Vereine der 1. und 2. Bundesliga haben in der Saison 2007/2008 rund 1,93 Milliarden Euro und damit so viel wie noch nie verdient. Das meldete die Deutsche Fußball Liga (DFL) jetzt im Bundesliga Report 2009. In ganz Europa wächst das Milliardengeschäft Fußball auf Rekordniveau. Die Clubs in

Deutschland, England, Spanien, Frankreich und Italien haben ihre Einnahmen um 402 Millionen auf mehr als sieben Milliarden Euro gesteigert – ohne Transfererlöse. Allein Real Madrid nahm nach einer Studie des Beratungsunternehmens Deloitte & Touche in der gleichen Saison 365,8 Millionen Euro (siehe Infobox) ein.

Jetzt blättert der neue Real-Präsident Florentino Pérez allein für Ronaldo und Kaká 160 Millionen Euro auf den Tisch. Bayern München überweist 30 Millionen für Mario Gomez nach Stuttgart – mithin zwei mehr als Heinrich Breit, Schatzmeister des Bundesliga-Aufstiegers SC Freiburg, für die gesamte Saison in der Schatulle hat.

Foto: © Kai Hockenjos



Von den monetären Möglichkeiten der Branchengrößen ist der kleine Club aus dem Breisgau weit, sehr weit entfernt. Aber für eine kleine Großstadt wie Freiburg ist der SC in der Ersten Liga trotzdem „ein gigantischer Wirtschaftsfaktor“, sagt nicht nur Otto Neideck. Und weil der sowohl Finanz- als auch Sportbürgermeister ist, freut er sich über den vierten Einzug des SC ins Oberhaus gleich doppelt: Der Verein zahlt nach chilli-Informationen allein bis zu acht Millionen Euro Steuern und Sozialabgaben, hat in den vergangenen 25 Jahren rund 38 Millionen Euro in die eigene Infrastruktur gesteckt und macht Freiburg vor allem im für den Tourismus immer wichtigeren Ausland so bekannt, wie es keine andere Aktivität der Wirtschaftsförderer um Bernd Dallmann je könnte: „Der Aufstieg des Sportclubs ist ein besonderes Konjunkturprogramm zur rechten Zeit.“

Es gäbe medial keine vergleichbare Möglichkeit, für so wenig Geld vonseiten der Stadt so viele Menschen in Deutschland und der ganzen Welt zu erreichen. Die Spiele der Bundesliga werden in bis zu 170 Ländern ausgestrahlt – in China gucken bekanntlich mehr Fußball-Fans die Bundesliga als in Deutschland. Für drei bis sechs Millionen Euro mehr Tourismusumsätze dürfte der Bundesligist SC Freiburg gut sein.

Und auch durch die Fernsehgelder fließen in der Ersten Liga jetzt rund 5,6 Millionen Euro mehr nach Frei-

burg – ohne den DFB-Pokal, der traditionell nur mit der ersten Runde und damit 100.000 Euro im Plan steht. In der vergangenen Saison hat das gute Abschneiden des SC mit dem Erreichen des Achtelfinales eine Million Euro in Breits Vereinskasse gespült.

Als Schlusslicht in die Konkurrenz um TV-Gelder

In die Konkurrenz um die TV-Gelder startet die Dutt-Elf hingegen als Schlusslicht und müsste im Schnitt an 34 Spieltagen einen Platz besser als der Vorletzte abschneiden, der FSV Mainz, um weitere 700.000 Euro zu bekommen. Mehr ist hier wohl kaum drin, denn der Drittlletzte ist kein Geringerer als 1899 Hoffenheim, und es „wäre wohl vermessen, dass wir 34 Spieltage lang 4 Plätze besser stehen als die“, so Breit. Denn das müsste der SC, um den Hopp-Club beim Verteilungskampf zu überholen.

In der abgelaufenen Saison hatte der Sportclub einen Etat von 22 Millionen Euro, auch dank der Transfererlöse etwa für Dennis Aogo und Karim Matmour, die dem SC „sehr geholfen haben“, sagt Breit. Für die Bundesliga rechnet der Schatzmeister derzeit vorsichtig mit einem Etat von 28 Millionen Euro – ohne etwaige Transfererlöse. Der Etat setzt sich aus den TV-Geldern, Sponsoren, dem

Kartenverkauf und anderen Umsätzen im Stadion sowie mit Fan-Artikeln zusammen. Zwar haben auch die meisten Sponsoren Verträge, in denen sie für die Erste Liga mehr zahlen müssen als für die Zweite, dasselbe gilt aber auch für die Spieler, deren Gehälter nun auch mal oben sind.

Breit kalkuliert in der kommenden Saison mit Personalkosten von 15 Millionen Euro. Daraus werden die Profis, aber auch Trainer Robin Dutt, Manager Dirk Dufner und das komplette Funktionsteam bis hin zum Busfahrer bezahlt. Bei den Bayern standen zu Beginn der vergangenen Saison hinter dieser Kostenstelle schlappe 80 Millionen Euro. Rund 150 Vollzeit- und 100 Teilzeitbeschäftigte arbeiten für den SC – an Heimspieltagen kommen noch einmal 250 Aushilfen dazu. Der Sportclub ist damit ein gewichtiges mittelständisches Unternehmen. Nach Quellen der Deutschen Fußball Liga sichern erste und zweite Bundesliga in Deutschland derzeit insgesamt knapp 35.000 Arbeitsplätze.

Wie viel Geld der SC mit den Sponsorenpaketen macht, will Breit – aus Wettbewerbsgründen – nicht sagen. Auch über die Höhe der Aufstiegsprä-

>>>

Milliardengeschäft Bundesliga

Info

BUNDESLIGEN MIT REKORD

Zum vierten Mal in Folge erzielten die 36 Vereine und Kapitalgesellschaften in der Saison 2007/2008 einen Rekorderlös. Unbelastet von der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise wuchs der Umsatz um 10,7 Prozent auf 1,934 Milliarden Euro. So steht es im jetzt von der Deutschen Fußball Liga (DFL) vorgelegten Bundesliga-Report 2009. Wie groß der Sprung zwischen 1. und 2. Bundesliga ist, zeigt die Tatsache, dass allein die Clubs im Oberhaus 1,5666 Milliarden verdienen. 15 von 18 Bundesliga- und die Hälfte der Zweitliga-Clubs schrieben schwarze Zahlen, darunter auch der SC Freiburg. Die Verbindlichkeiten gingen um acht Prozent auf 469 Millionen zurück. Die Clubs sind auch ein Jobmotor und mächtiger Steuerzahler: Mehr als 35.000 Menschen sind in Bundesliga oder 2. Bundesliga beschäftigt, über 665 Millionen Euro überweisen die Clubs an Steuern und Abgaben an den Staat. **bar**



>>>

mie schweigt er sich aus. In der Meistersaison kamen zu den 17 Heimspielen insgesamt knapp 280.000 Zuschauer ins Badener-Stadion. Geht man davon aus, dass die zusätzlich zum Eintritt nur acht Euro an den Buden ausgeben, sorgen die Kicker indirekt noch einmal für Umsätze von knapp 2,5 Millionen Euro – an denen der SC über die Pacht beteiligt ist. Diese Erträge fließen steuergünstig in den gemeinnützigen Jugendbereich. Das Geld aus den Business-Sitzen ist nicht mit eingerechnet. Zudem steuern das Merchandising – mindestens eine halbe Million Euro dürften die Fans für Trikots, Schals und andere Utensilien ausgeben –, die Budenpacht, das Catering und die Parkplatzgebühren durchaus mal 15 Prozent zum Gesamtergebnis bei.

Bei den Zuschauern hat Breit mit einem satten Plus in der neuen Saison kalkuliert. Welchen Betrag er aber in die Spalte mit dem Kartenverkauf eingetragen hat, will er nicht sagen. Eine Million Euro Mehreinnahmen sollten hier drin sein.



Der Mann über den Millionen beim SC: Schatzmeister Heinrich Breit.

Auch Neideck glaubt, dass durch den Abstieg des Karlsruher SC die Freiburger vor allem in der Ortenau wieder mächtige Fan-Zuwächse haben werden. 60 Prozent der Stadionbesucher kommen aus dem Umland – sie bringen Geld von außen in die Stadt, und das ist für Dallmann die entscheidende Größe: „Der Aufstieg ist eine Stärkung Freiburgs als Oberzentrum. Freiburg kann mit Bundesliga-Fußball nun wieder etwas bieten, was neue Menschen in die Stadt bringt, und wenn die noch Frauen und Kinder

mitbringen, belebt das die Wirtschaft.“ Die Stadt „wird jetzt wieder in aller Munde sein“, sagt auch Neideck. Weil die Bundesliga zumeist samstags spielt, wird erstens der Tross der Gäste-fans größer werden, und zweitens sind die Sport-schau in der ARD

und das aktuelle Sportstudio im ZDF bessere mediale Multiplikatoren als das DSF. Eine Studie der IHK Mittlerer Niederrhein hatte schon 1995 für die Sendeminuten von Borussia Mönchengladbach in einer Saison einen Gegenwert von 230 Millionen Mark errechnet. Die könnte Dallmann in 50 Jahren nicht für Freiburg-Werbung im TV ausgeben.

Der SC ist in der Region ein großer Wirtschaftsfaktor: Allein ins Badenovastadion sind seit 1984 locker 28 Millionen Euro investiert worden, vom Land, vom Rathaus und vom Club. Mindestens zehn Millionen sind ins Möslestadion geflossen, wo jetzt nach neuer DFB-Auflage auch für die Regionalliga-Mannschaft eine Flutlichtanlage gebaut werden muss. Breit kann sich von 500.000 Euro verabschieden. An der Schwarzwaldstraße müssen die Mixed-Zone und der Arbeitsbereich für die Presse auf den neuesten Stand der Technik gebracht, die Geschäftsstelle ausgebaut werden: Mindestens zwei Millionen Euro für die Infrastruktur. Zum Steueraufkommen schweigen sich die Beteiligten naturgemäß aus. Nach chilli-Informationen dürften sich Lohnsteuer, Sozialabgaben, Umsatz-, Grund- und Gewerbesteuer auf acht, neun Millionen Euro summieren. Insgesamt zahlten die 36 Profi-Clubs 2008 rund 665 Millionen Euro Steuern und Abgaben. Wenn die Profis in Freiburg wohnen, partizipiert die Kommune an den Lohnkosten mit 16 Prozent, bei der Umsatzsteuer bleiben 2,5 Prozent in der Kasse von Stadtkämmerer Bernd Nußbaumer hängen. Hinzu kommt die – auslastungsabhängige – Pacht fürs Stadion, das zwar dem SC gehört, nicht aber der Grund, auf dem es steht.

Ein neues Stadion ist – noch – kein Thema beim SC

Um noch mehr Geld einzunehmen und damit dauerhaft konkurrenzfähig zu werden, bieten sich zwei Alternativen: Der SC investiert in die Qualität des alten Stadions oder er baut ein neues. Dass zur neuen Saison komfortablere und breitere Business-Sitze eingebaut werden,

kostet zwar 40 normale Plätze, bringt aber unterm Strich mehr Geld. Exklusive Logenplätze sind – noch – kein Thema beim SC. Die Kapazität liegt derzeit bei 23.900 Plätzen. „Wir haben in den vergangenen Jahren die maximal mögliche Sitzplatzzahl von knapp 25.000 für mehr Komfort heruntergefahren“, erzählt Breit. Es spricht derzeit nicht viel für einen Stadion-Neubau. Wenn aber ein Investor mit einem solchen Unterfangen bei Breit vorstellig würde, „würde ich ihn sofort hereinbitten. Wir müssen uns immer verbessern.“

Neideck war übrigens im Pfingsturlaub auf Kreta. Als er die Hotelrechnung bezahlen wollte und der Portier sah, dass der Mann aus Freiburg kommt, verabschiedete der Grieche den Bürgermeister mit den Worten: „Nie mehr zweite Liga.“

Spitzenverdiener

Info

DIE TOP 20 IN EUROPA*

1. Real Madrid	365,8 Mio. Euro
2. Manchester United	324,8 Mio. Euro
3. FC Barcelona	308,8 Mio. Euro
4. Bayern München	295,3 Mio. Euro
5. Chelsea London	268,9 Mio. Euro
6. Arsenal London	264,4 Mio. Euro
7. FC Liverpool	210,9 Mio. Euro
8. AC Mailand	209,5 Mio. Euro
9. AS Rom	175,4 Mio. Euro
10. Inter Mailand	172,9 Mio. Euro
11. Juventus Turin	167,5 Mio. Euro
12. Olympique Lyon	155,7 Mio. Euro
13. FC Schalke 04	148,4 Mio. Euro
14. Tottenham Hotspur	145,0 Mio. Euro
15. Hamburger SV	127,9 Mio. Euro
16. Olympique Marseille	126,8 Mio. Euro
17. Newcastle United	125,6 Mio. Euro
18. VfB Stuttgart	111,5 Mio. Euro
19. Fenerbahce Istanbul	111,3 Mio. Euro
20. Manchester City	104,0 Mio. Euro

*Quelle Deloitte (Umsätze aus der Saison 2007/08)