

Das sagt der Gegner

Beitrag von „Stevie-B1980“ vom 10. Februar 2018, 16:01

[Zitat von Jeargn](#)

Ich konnte geschäftsmäßig an einer Konferenz teilnehmen, an denen ein Finanzchef von St. Pauli einen Vortrag hielt. Die generieren laut eigener Aussage mit dem Marketing doppelt so viel Umsatz wie mit dem Fussball. Als drittes Standbein haben Sie Einnahmen aus der Stadionvermietung für Seminare, Konferenzen etc., die auch schon die Hälfte der Einkünfte des Fussballs ausmachen, die nicht auf ihre Spiele zurückzuführen sind. Durchaus beeindruckend.

Das das Marketing doppelt soviel Umsatz wie das Merchandise macht halte ich doch für sehr unwahrscheinlich.

Folgender Artikel ist zwar schon etwas älter, aber an der Relation dürfte sich wenig geändert haben:

<https://www.finance-magazin.de...en-finanz-spagat-1371271/>

Damals (Saison 2014/2015) hatte Pauli einen Jahresumsatz von ca. 33 Mio. Danach folgte der Kauf der Vermarktungsfirma Upsolut zum Jahreswechsel 15/16 (diese hielten 90 % der Vermarktungsrechte von Pauli), und Upsolut hatte nen Umsatz von 8,5 Mio zu dem Zeitpunkt - wobei 1,5 Mio davon auf die Vermarktung von Union Berlin fiel.

Unbestritten macht Pauli vergleichsweise viel Umsatz mit Merchandise...aber sich nicht doppelt so viel wie mit Fussball.

Wobei man auch schon über ein Einstellen des Fussballbetriebes geunkelt hat:

<http://blog.zeit.de/hamburg/fc...-marketing-fans-fussball/>