

Bündnis Zukunft 1860



Wir für die Löwen!

Bündnis Talk, 21. Februar 2024, 19 Uhr

Unsere heutigen Sprecher



M. Gräfer

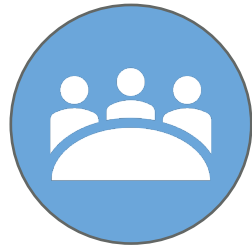


A. Möst



T. Heigl

Unterstützer des Bündnis Zukunft 1860



35

Unternehmen



430

Einzelpersonen

Das Bündnis Zukunft 1860 ist eine Plattform von treuen und langjährigen Unterstützern des TSV 1860 München, die den Verein inhaltlich und strukturell entscheidend voranbringen möchten.

-

Um den Bündnis-Ansatz nachhaltig und erfolgreich zu verfolgen, haben sich im ersten Schritt Sponsoren und Unterstützer des TSV 1860 München zusammengeschlossen.

Unser Kernteam



M. Hagen



M. Gräfer



A. Möst



K. Lutz



A. Hiltmair



T. Heigl



A. Hofmann



K. Çetinkaya

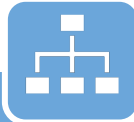
Alles hängt mit allem zusammen

Das Bündnis Zukunft 1860 will gemeinsam mit den Verantwortlichen des TSV 1860 wesentliche Fortschritte bei den wichtigsten Themen machen.

-

Dazu wurden in Arbeitsgruppen die Bereiche Jugend- & Nachwuchsförderung, Vision, Marke & Kommunikation, Stadion & Infrastruktur, Finanzplanung & Gesellschafterstrukturen, bearbeitet.

Unsere Arbeitsgruppen



FINANZEN & GESELLSCHAFTERSTRUKTUREN

- Wie kann finanzielle Stabilität hergestellt werden?
- Welche Strukturen & Verantwortlichkeiten braucht es?



VISION, MARKE & KOMMUNIKATION

- Was macht uns als Löwen aus?
- Wie kann man die Fans beteiligen?



STADION & INFRASTRUKTUR

- Wie sieht die Zukunft des Grünwalder Stadions aus?
- Wie erhält man Giesing dauerhaft als Heimat der Löwen?



JUGEND- & NACHWUCHSFÖRDERUNG

- Welche Werte, Tugenden und Spielphilosophie braucht es?
- Wie fördert man die Eigenständigkeit des NLZ?

Das Bündnis Zukunft 1860 setzt sich zum Ziel, die wesentlichen Themen mit der Unterstützung des TSV 1860, den Entscheidungsgremien, sowie mit der Unterstützung des Investors voranzutreiben.

-

Das Bündnis Zukunft 1860 ist unabhängig von den sonstigen Zielen und Interessen des Vereins, der KGaA und des Investors.

Ziele des Bündnisses

**Nachhaltiger
sportlicher Erfolg**

1.

**Stabile wirtschaftliche
Basis**

2.

**Emotionale und
verbindende Story**

3.

**Geschlossenheit und
Einigkeit**

4.

Das Bündnis Zukunft 1860 ist allen geltenden Bestimmungen wie auch der Satzung des Vereins verpflichtet, aber keiner Person oder handelnden Parteien beim TSV 1860. Das gilt explizit auch für 50+1.

-

So ist das Bündnis auch nicht abhängig von einzelnen Unternehmen, Sponsoren oder Organisationen.

Das Bündnis Zukunft 1860 bearbeitet seine Themen kontinuierlich weiter, unabhängig davon, ob Einzelne aus dem Bündnis austreten oder ob neue Unterstützer hinzukommen.

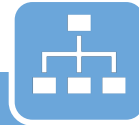
Schritte seit November 2023

- ✓ Beteiligungsmöglichkeiten öffnen – v.a. in Richtung weitere Unterstützer, Mitglieder, Fans
- ✓ Abstimmung mit allen Gremien – Verein, KGaA, Investor
- ✓ Arbeitsgruppen bilden – Projektaufträge definieren / Zeitpläne und Vorgehen

Unsere heutigen Themen:



Wir für die Löwen!



FINANZEN & GESELLSCHAFTERSTRUKTUREN

- Wie kann finanzielle Stabilität hergestellt werden?
- Welche Strukturen & Verantwortlichkeiten braucht es?



VISION, MARKE & KOMMUNIKATION

- Was macht uns als Löwen aus?
- Wie kann man die Fans beteiligen?

Bündnis Zukunft 1860

AG Finanzen & Gesellschafterstrukturen

Thomas Heigl



Wir für die Löwen!

AG Finanzen & Gesellschafterstrukturen

Profifußball in Deutschland

Zahlen in Tsd. €	Vor COVID-19-Pandemie					
	DFL	DFL	DFB	DFL	DFL	DFB
	2021/2022	2021/2022	2021/2022	2018/19	2018/19	2018/19
	BL	2. BL	3. Liga	BL	2. BL	3. Liga
Gesamterlöse						
Spielertrag	276.405	125.463	29.462	520.090	131.257	37.903
Werbung	929.082	176.969	67.888	845.443	158.111	70.878
Mediale Verwertung	1.380.008	257.898	21.546	1.483.048	250.493	20.375
Transfer	459.237	79.041		675.104	96.284	
Merchandising	173.947	52.205		175.993	38.323	
Sonstiges	389.375	176.076	68.736	319.932	107.549	77.744
Summe	3.608.054	867.652	187.632	4.019.610	782.017	206.900
Gesamtaufwendungen						
Personal Spielbetrieb	1.468.585	262.202	80.862	1.431.633	238.961	79.696
Personal Handel/Verwaltung	284.923	102.227	16.829	269.147	65.565	19.790
Transfer	841.776	82.335		842.447	90.918	
Spielbetrieb	391.009	145.443	45.740	428.571	136.938	45.602
Jugend/Amateure/Leistungszentrum	166.228	57.459	11.613	144.147	42.570	17.557
Sonstiges	651.154	227.711	49.975	775.814	193.374	71.792
	3.803.675	877.377	205.019	3.891.759	768.326	234.437
Ergebnis nach Steuern	-195.621	-9.725	-17.387	127.851	13.691	-27.537

Das Profifußballgeschäft in Deutschland ist ein **Milliardengeschäft**, das aktuell noch durch die Nachwirkungen der Pandemie beeinträchtigt ist.

Dabei erzielt die **3. Liga** weiterhin **negative Jahresergebnisse**.

AG Finanzen & Gesellschafterstrukturen

TSV 1860 München im Profifußball-Geschäft von 2005/06 – 2021/22

	2. Liga	2. Liga	2. Liga	2. Liga	2. Liga	2. Liga	2. Liga	2. Liga	2. Liga	2. Liga	2. Liga	2. Liga	2. Liga	4. Liga	3. Liga	3. Liga	3. Liga	3. Liga
(in TEUR)	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	
Gesamtleistung	32.640	25.782	24.708	24.124	25.796	19.266	19.062	17.439	22.628	28.124	28.998	27.022	11.126	11.265	13.614	9.965	13.358	
EBIT	-9	878	-346	-847	-3.681	-7.882	-6.095	-6.840	-5.752	-4.266	-1.506	-21.927	-1.700	-4.300	642	-1.764	-720	
Jahresfehlbetrag	3.603	-285	-560	-1.106	-4.043	-6.054	-6.315	-7.272	-6.038	-5.015	-1.659	-21.975	-1.742	-4.311	-4	-1.642	-483	

- Vor dem Einstieg von HAM (5. Juni 2011) beständig mit einem Jahresfehlbetrag (Ausnahme 2005/06 durch Sondereffekte)
- Die ersten fünf Jahre nach dem Einstieg mit einem Ergebnis von -26,3 Mio.€ (ca. -5,3 Mio.€ pro Saison)
- In den fünf Jahren seit dem Doppel-Abstieg mit einem Ergebnis von -8,2 Mio.€ (ca. -1,6 Mio.€ pro Saison); trotz Transfererlösen von 7,5 Mio.€

AG Finanzen & Gesellschafterstrukturen

Wie wurde der Geschäftsbetrieb seit 2011 finanziert?

Eigenkapital			-21,1 Mio.€	per 30. Juni 2022
	Datum			
Kommanditkapital	01.07.2001	2,6 Mio.€	e.V.	
Kapitalrücklage		0,0 Mio.€		
		2,6 Mio.€		
Kommanditkapital	05.06.2011	3,9 Mio.€	HAM	
Kapitalrücklage		9,1 Mio.€		
		13,0 Mio.€		
Genussrecht	26.10.2012	5,4 Mio.€	HAM	2. Bundesliga
Genussrecht	20.12.2013	8,6 Mio.€	HAM	2. Bundesliga
Genussrecht	18.12.2014	6,0 Mio.€	HAM	2. Bundesliga
Genussrecht	29.12.2016	8,5 Mio.€	HAM	2. Bundesliga
Genussrecht	22.12.2018	1,5 Mio.€	HAM	3. Liga
Genussrecht	03.07.2019	0,5 Mio.€	HAM	3. Liga
Genussrecht	18.12.2019	1,0 Mio.€	HAM	3. Liga
Genussrecht		3,8 Mio.€	HAM	3. Liga
Genussrecht	17.12.2021	3,0 Mio.€	H.I. Squared	3. Liga
		38,3 Mio.€		
Verlustzuweisung Genussrechtskapital		-4,1 Mio.€		
Genussrechtskapital		34,2 Mio.€		
BILANZVERLUST		70,9 Mio.€		
	davon seit 1.7.2011	56,5 Mio.€		
Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern				
e.V.		0,8 Mio.€		
HAM International Limited		15,0 Mio.€		
weitere Verbindlichkeiten				
H.I. Squared International GmbH		4,9 Mio.€		

...davon wurden im Dez. 22 und im Dez. 23 Mio. 0,8 € und Mio. 0,5 € in Genussrechte umgewandelt.

- Gesamte Investition seit dem Einstieg von HAM beträgt 71,2 Mio.€ (einschl. aufgelaufener Zinsen von ca. 6 Mio.€)
=> Mittelzufluss von 65 Mio.€
- Seit dem Aufstieg in die 3. Liga sind mehr als 6 Mio.€ von HAM und H.I. Squared investiert worden.
- H.I. Squared hat zur Überbrückung von Liquiditätsengpässen des laufenden Spielbetriebes aufgrund der COVID-19-Pandemie für die Saisons 2019/20, 2020/21 und 2021/22 ein Darlehen in Höhe von bis zu EUR 6,3 Mio. gewährt, welches in Höhe von EUR 4.663.619,52 in Anspruch genommen worden ist und bereits im Dezember 2021 in Höhe von EUR 3,0 Mio. und im Dezember 2022 in Höhe von EUR 0,8 Mio.€ in Genussrechte umgewandelt wurde.

AG Finanzen & Gesellschafterstrukturen

Fazit:

- Die Gesellschaft ist bilanziell überschuldet (per 30. Juni 2022 mit 21,1 Mio.€)
- Zu jedem Bilanzstichtag wird eine positive Fortführungsprognose benötigt, d.h. die nächsten beiden Geschäftsjahre müssen durchfinanziert sein.
- Um in die 2. Liga aufzusteigen und sich im Mittelfeld zu etablieren und damit nachhaltig deutliche Mehreinnahmen zu realisieren, muss der Gesellschaft Kapital zur Verfügung gestellt werden.

Voraussetzungen für die Einwerbung neuen Kapitals sind insbesondere:

- Einigkeit der Gesellschafter über zukünftige Ausrichtung und das weitere Vorgehen
- Zustimmung von 75% in einer Mitgliederversammlung
- Beseitigung der bilanziellen Überschuldung;
insbesondere durch Umwandlung von Krediten in Eigenkapital.

AG Finanzen & Gesellschafterstrukturen

Möglichkeiten zur Kapitalbeschaffung

Folgende Maßnahmen könnten danach durchgeführt werden:

1. Beide Gesellschafter erhöhen gemäß ihrer derzeitigen Anteile das Kapital – dadurch verändern sich die Beteiligungsquoten nicht
2. Nur der Gesellschafter HAM erhöht das Kapital – dadurch reduziert sich der Anteil des e.V.
3. Ein dritter Gesellschafter wird gefunden und dieser zeichnet das neue Kapital
 - a) Alleine, was zu einer Reduktion der Anteile der Alt-Gesellschafter führt
 - b) Gemeinsam mit HAM, dann reduziert sich der Anteil des e.V.
4. Alternativ: HAM führt Kapital durch Genussrechte zu

AG Finanzen & Gesellschafterstrukturen

Beispiele für realisierte oder geplante Umsetzungen:

1. Regionale Investorengruppe führt bei **Werder Bremen** eine Kapitalerhöhung in Höhe von € 38 Mio. auf einer Bewertungsbasis von rund € 210 Mio.
2. **FC St. Pauli** kündigt die Einwerbung von Eigenkapital an. Dabei will sich der Verein der Rechtsform einer Genossenschaft bedienen, in die Fans eintreten und investieren können.
3. Die **SpVgg Unterhaching** erlöste durch einen Börsengang € 2,7 Mio. bei einer Bewertung von ca. € 30 Mio.
4. Die Pacific Media Group hat im Rahmen einer Kapitalerhöhung für € 3,0 Mio. 9,9 % an der **1. FC Kaiserslautern GmbH & Co.KGaA** übernommen; was einer Post-Money Bewertung von ca. € 30 Mio. entspricht.
5. Darüber hinaus sind auch andere Formen der Kapitalbeschaffung vorstellbar.
Hier sei insbesondere die Möglichkeit einer langfristigen **Fan-Anleihe** genannt.

AG Finanzen & Gesellschafterstrukturen

Weitere diskutierte Themen mit Überschneidungen zu den übrigen Arbeitsgruppen

- **50+1-Regel** des DFB und der DFL:
bei Einigkeit zwischen den Gesellschaftern sollte eine Anwendung dieser Regel nicht nötig sein
- Geschäftsbesorgungsvertrag zwischen e.V. und KGaA betreffend NLZ wurde zum 30. Juni 2019 gekündigt und ist neu zu regeln. ➡ **AG NLZ**
- Es bestehen Streitigkeiten wegen Nutzung der bei der KGaA liegenden Markenrechte zwischen e.V. und KGaA
➡ **AG Marke**
- Der Bau einer Turnhalle auf dem Parkplatz an der Grünwalder Str. 114 ist vom e.V. beabsichtigt. Aber das Erbpachtrecht liegt seit Ausgliederung 2001 bei der KGaA.
- Das Stadion ist derzeit nicht 2. Liga-tauglich und hat aktuell hohe Kosten (1,5 Mio.€ p.a.)
➡ **AG Stadion**

Bündnis Zukunft 1860

AG Vision, Marke & Kommunikation

Alexander Möst



Wir für die Löwen!

AG Vision, Marke & Kommunikation

FREIHEIT.

Wir leben Freiheit. *Als echte Münchner und Bayern sowieso. Als Sechzger erst recht, weil wir aus der Freiheitsbewegung heraus entstanden sind. Wie Löwen ihre Freiheit lieben, weil sie niemanden zu fürchten brauchen.*

RUDEL.

Wir leben als Rudel. *Wie die Löwen im Rudel bereiten wir unsere jungen Spieler auf das harte Leben vor. Wie ein Löwenrudel halten die Spieler auf dem Platz zusammen, wenn sie Jagd auf Beute machen. Wie ein Rudel verteidigen unsere Fans ihr Revier durch lautes Brüllen und mutige Körpersprache.*

STANDHAFTIGKEIT.

Wir sind standhaft, seit jeher. *In unserer Gründung und seitdem immer, gegen alle Widerstände und Widrigkeiten. Wir lehnen uns auf, gegen alles, was uns begrenzt, gleich macht oder klein macht. Deswegen stellen wir uns den Angriffen der Gegner entgegen, sind rebellisch und trotzen der Niederlage.*

UNRUHE.

Wir leben Unruhe. *Wir tragen sie tief im Herzen. Aus dem Verein heraus infiziert die Unruhe unser ganzes Umfeld. Wie die Löwen sind wir unbändig, wenn wir Jagd machen auf Tore und Punkte. Wild und ungezähmt sind wir und weit hört man unser lautes Gebrüll auf und neben dem Platz.*

HEIMAT.

Wir leben Heimat. *In Giesing sind wir tief verbunden mit unserem Ursprung und fühlen uns geborgen. Aus unseren bayrischen Wurzeln ziehen wir Kraft als Gemeinschaft und tragen sie mit Stolz zur Schau in Farben, Sprache und Kleidung.*

AG Vision, Marke & Kommunikation

1860 MÜNCHEN
IST DIE HEIMAT DES
EHRLICHEN FUSSBALLS.

AG Vision, Marke & Kommunikation

KÄMPFERISCH.

...aber nicht besessen

LAUT.

...aber nicht angepasst

MUTIG.

...aber nicht verantwortungslos

REBELLISCH.

...aber nicht engstirnig

EHRlich.

...aber respektvoll

KANTIG.

...aber nicht unsensibel

HERZlich.

...aber nicht oberflächlich

AG Vision, Marke & Kommunikation

UNSER SINN IST ES,
DEN TREUEN ANHÄNGERN EINE HEIMAT
UND GEMEINSCHAFT ZU GEBEN.

AG Vision, Marke & Kommunikation

UNSER BEITRAG

WERTE.

Wir stehen zu unseren Werten. Werte sind für 1860 München wichtig, da sie Identität, Motivation, Entscheidungsfindung und Vertrauen fördern können, indem der Verein sich auf Prinzipien wie Leidenschaft, Teamwork, Respekt und Engagement konzentriert.

SOZIALES ENGAGEMENT.

Wir engagieren uns mit euch sozial. Bei 1860 München sehen wir soziales Engagement nicht nur als Verpflichtung, sondern als unsere Herzensangelegenheit, durch die wir gemeinsam mit euch aktiv unsere Gemeinschaft stärken und unterstützen.

GEMEINSCHAFT.

Nur gemeinsam sind wir groß. 1860 München ist nicht nur ein großartiger Fußballverein, sondern auch ein Ort, an dem Menschen zusammenkommen, um eine starke und lebendige Gemeinschaft zu bilden und diese in unterschiedlichster Form zu leben.

AG Vision, Marke & Kommunikation

MARKENBEHANDLUNG

- **Klare** und **attraktive** Regelung der Markenbehandlung mit allen Beteiligten
- Installation eines **zentralen Ansprechpartners** für Fans in Bezug auf Logonutzung & Co. (Fanbeauftragte und Marketing)
- Kommunikation und Diskurs erhalten immer Vorrang gegenüber Klagen und Behauptungen
- Prüfung der Rücknahme der Fanklagen durch die KGaA aufgrund missbräuchlicher Markenverwendung

AG Vision, Marke & Kommunikation

MERCHANDISING

- **Klare und einheitliche** Regelung der Merchandising-Rechte über alle Beteiligten hinweg (e.V., Merchandising GmbH, und KGaA sowie möglichst auch für die betroffenen Fangruppen abseits vom eV)
- Merchandising soll **fair aus einer Hand** durchgeführt werden mit mehreren Linien (KGaA, e.V., sozial, ...)
- **Besondere Förderung** von kreativen Ideen aus Verein und Umfeld

AG Vision, Marke & Kommunikation

FANS/FANCLUBS

- Entwicklung **regelmäßiger Austauschformate** für Fans, Fanclubs und Mitglieder vor Ort und digital
- Reaktivierung des **Sponsoren-Arbeitskreises**
- Entwicklung digitaler **News- bzw. Newsletter-Formate** für Fans, Mitglieder und Partner an und außerhalb von Spieltagen

AG Vision, Marke & Kommunikation

HEIMAT

- Integration von **regionalen Marketingaktivitäten** außerhalb von Spieltagen in eine ganzheitliche Marketingplanung
- Starke Integration der **Stadt München bzw. des Stadtteils Giesing**
- Eingehen von **regionalen Kooperationen** mit Brands, Institutionen & Co (Nutzung von Markensynergien)
- Vernetzung des TSV 1860 in die **Münchner Kulturzweige** (Culture Marketing)

Bündnis Talk: Themen am 29. Februar



STADION & INFRASTRUKTUR

- Wie sieht die Zukunft des Grünwalder Stadions aus?
- Wie erhält man Giesing dauerhaft als Heimat der Löwen?



JUGEND- & NACHWUCHSFÖRDERUNG

- Welche Werte, Tugenden und Spielphilosophie braucht es?
- Wie fördert man die Eigenständigkeit des NLZ?