

## **PSG: Die Glamour-Elf, die Paris zum Fußball-Mekka macht!**

Entdecken Sie die glamouröseste PSG-Startelf aller Zeiten, präsentiert von Hannes und Harald, und erfahren Sie mehr über den emotionalen Glanz des Vereins.



**Parc des Princes, 75016 Paris, Frankreich** - Am 23. Mai 2025 sendet „Ansapanier – präsentiert von GATORADE“ eine besondere Folge, in der die glamouröseste Elf von Paris Saint-Germain (PSG) vorgestellt wird. In dieser Episode betonen die Moderatoren Hannes und Harald den schillernden Glamour der Spieler, die auf dem Platz im Prinzenpark stehen. Nicht die Ablösesummen, sondern der Glamour-Faktor steht im Mittelpunkt der Diskussion. Diese Star-Truppe wird auf über 500 Millionen Euro geschätzt und könnte mehr leuchtende Namen mit sich bringen als ein roter Teppich bei den Filmfestspielen von Cannes.

Die Zuschauer sind eingeladen, ihre Meinung über die

Aufstellung zu äußern: Sind sie mit der Wahl zufrieden oder fehlt ein Starspieler?

## **PSG und seine prominenten Fans**

Die Verbindung zwischen PSG und globalen Celebrities ist in den letzten Jahren immer stärker geworden. Laut **iNews** sind berühmte Persönlichkeiten wie Leonardo DiCaprio, Mick Jagger, Beyoncé, Jay-Z, David Beckham, Kendall Jenner, Gigi Hadid und Rihanna häufig Gast bei PSG-Spielen. Diese Prominenz hat dazu beigetragen, den Verein von einem Image, das mit Rassismus und Hooliganismus assoziiert wurde, zu einer hochkarätigen Fußballmarke zu transformieren.

Qatar Sports Investments (QSi), die Eigentümer von PSG, haben seit ihrer Übernahme des Vereins im Jahr 2011 versucht, dessen globale Attraktivität und Markenimage zu verbessern. Dieser Wandel umfasst eine Rebranding-Strategie, die das Vereinslogo herausstellt und PSG als Lifestyle- und Modemarke positioniert. Besonders symbolisch ist die Ersetzung des Eiffelturms auf den Champions-League-Trikots durch das Logo der Jordan Brand.

## **Die Entwicklung von PSG zur Sportmarke**

Paris Saint-Germain hat in den letzten zehn Jahren viele Transformationen durchlaufen. Seit dem Kauf durch QSi für 70 Millionen Euro erlebte der Club eine Verwandlung: Die Einnahmen sind von unter 100 Millionen auf fast 700 Millionen Dollar gestiegen, und PSG belegt heute den 5. Platz im europäischen Finanzranking der Fußballclubs. Die Förderung junger Talente und die Professionalisierung des Managements haben zum Erfolg beigetragen. Auch das Management wird zunehmend mit globalen Marken in Verbindung gebracht, was PSG eine beachtliche Sichtbarkeit gesichert hat.

PSG, das 2023 das Champions-League-Finale erreichte, wurde vom Forbes Magazine als die zweitgrößte Sportmarke der Welt hinsichtlich Wachstum ausgezeichnet. Die neue Identität des

Clubs hat wesentlichen Einfluss auf die Markenwahrnehmung, indem kreative Inhalte und Mode kombiniert werden.

Kooperationen mit Designern wie Christelle Kocher und der Jordan Brand haben PSG nicht nur im Sportbereich, sondern auch in der Urban-Fashion-Szene erfolgreich positioniert.

Der Verein ist mehr als nur ein Fußballteam; er hat sich zu einer lebensstilorientierten Marke entwickelt. Boxen im Parc des Princes werden gar genutzt, um zeitgenössische Künstler zu präsentieren, was das Bestreben von PSG, einen kulturellen Einfluss auszuüben, unterstreicht. Mit einem geschätzten Wert von über 3 Milliarden Euro ist PSG heute ein gefragtes Ziel unter den besten Fußballklubs der Welt, auch ohne einen Champions-League-Sieg.

Mit all diesen Aspekten wird klar, dass PSG nicht nur auf das Feld blickt, sondern auch daran arbeitet, sich als eine der begehrtesten Marken weltweit zu etablieren.

Details	
<b>Ort</b>	Parc des Princes, 75016 Paris, Frankreich
<b>Quellen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="http://www.laola1.at">www.laola1.at</a></li><li>• <a href="http://inews.co.uk">inews.co.uk</a></li><li>• <a href="http://www.luxurytribune.com">www.luxurytribune.com</a></li></ul>

**Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](http://die-nachrichten.at)**