

BUSINESS ECHO



DAS PARTNERMAGAZIN DES 1. FC KÖLN

Saison 2026/2027



PARTNER MÄNNER

HAUPTPARTNER



NAMENSGEBER STADION



AUSRÜSTER



ÄRMELPARTNER



TECHNOLOGIEPARTNER



EXKLUSIVPARTNER



PREMIUMPARTNER



GEIßBOCKPARTNER



LIEBE PARTNER & FREUNDE DES FC,



nach der Länderspielpause wartet direkt eines dieser Spiele auf uns, für die wir den Fußball so lieben: Derby gegen Borussia Mönchengladbach. Volles Stadion, maximale Emotionen und 90 Minuten, auf die ganz Köln hinfiebert.

Die Stimmung ist bei diesem Duell einzigartig – und nichts weniger als das ist unser Anspruch.

In den vergangenen Monaten haben wir intensiv daran gearbeitet, das Spieltagserlebnis in Müngersdorf auf ein neues Level zu heben – für unsere Fans, unsere Business-Gäste und insbesondere für unsere Partner.

Mit der neuen FRÜNDEBAR auf der Osttribüne schaffen wir einen Ort, an dem Fußball, Gemeinschaft und eine entspannte Sportsbar-Atmosphäre zusammenkommen. Vielfältiges Catering, kurze Wege zu den zentral gelegenen Sitzplätzen und beste Sicht auf den Rasen machen die FRÜNDEBAR zu einem neuen Erlebnis für einen besonderen FC-Spieltag.

Unsere neue 270-Grad-LED-Bande im Oberrang schafft eine noch aufmerksamkeitsstärkere Bühne für unsere Partner und sorgt gleichzeitig für ein

moderneres und hochwertigeres Gesamtbild im Stadion. Die neue Technologie eröffnet uns dabei deutlich mehr Möglichkeiten: mehr Dynamik, mehr kreative Inszenierung und mehr Flexibilität.

Mit unserer neuen Business-Plattform gehen wir digital den nächsten Schritt. Tickets einfacher verwalten, Prozesse komfortabler gestalten und mehr Self-Service ermöglichen – und das bereits lange vor dem Anpfiff. Die Plattform soll kontinuierlich um neue Features und Services erweitert werden und sich Schritt für Schritt zum digitalen Begleiter rund um das Business-Erlebnis beim FC entwickeln.

Ihr seid herzlich dazu eingeladen, all das mit Leben zu füllen. Probiert die FRÜNDEBAR gemeinsam mit Euren Gästen aus. Sprecht mit uns über die neuen Möglichkeiten unserer LED-Bande. Testet die Business-Plattform und gebt uns Euer Feedback.

Wir wollen den Spieltag beim FC gemeinsam mit Euch immer wieder ein Stück besser machen – emotionaler, moderner und erlebnisreicher. Wir freuen uns auf Euch und auf ein ganz besonderes Derby in Müngersdorf.

COME ON FC!



Philipp Liesenfeld

INHALT

- ④ Heimspiel gegen Borussia Mönchengladbach
Derbyatmosphäre
- ⑥ FC-Partner im Sommer-Trainingslager der Profis
Hinter den Kulissen in Kitzbühel
- ⑨ Best Practices Sponsoring
Exklusive Eindrücke mit der Telekom

Neues aus der FC-Familie

- ⑩ Hübis Seitenwechsel
- ⑫ Partner-Netzwerk startet in die Saison

Neu in der FC-Familie

- ⑭ Neuer FC-Premiumpartner STRAUSS
Ein Vogel für neue Wege
- ⑮ Neuer FC-Exklusivpartner OSMAB
Gemeinsam Zukunft gestalten

FC-Geißbockpartner stellen sich vor

- ⑯ Rudolf Weber Gebäudereinigung und Gebäudedienste SE & Co. KG
YOUCOOK GmbH
- ⑰ ZOXS GmbH
Uber

»Das Derby ist pure Emotion und Leidenschaft. So spüren es unsere Mitglieder und Fans, und genauso geht es mir – wir wollen unbedingt gewinnen und unseren FC als Sieger sehen. Gleichzeitig gehört Respekt vor einem traditionsreichen Rivalen dazu. Und bei aller Rivalität verbindet uns der Wunsch, uns auch in Zukunft immer wieder auf höchster Ebene in der Bundesliga zu begegnen.«

Jörn Stobbe, Präsident



»Fußball in seiner Reinform, das ist es, was das Derby gegen Mönchengladbach ausmacht. Wenn diese historische Rivalität aufeinandertrifft, spürt man in Müngersdorf eine elektrisierende Energie, die alle ansteckt und miteinander verbindet: Auf dem Platz, in der Kurve und in den Business-Bereichen. Diese gebündelte Leidenschaft ist nicht nur für unsere Fans, sondern auch für mich persönlich immer wieder ein außergewöhnliches Erlebnis.«

Philipp Liesenfeld, Geschäftsführer

DERBY



»Spiele gegen Gladbach sind die wahren Derbys. Es knistert schon in den Tagen zuvor. Mein Sohn und ich sehen immer noch aus der Gästekurve den Ball von Marcel Risse in den Winkel fliegen.«

Jörg Alvermann, Vizepräsident

FC-Partner im Sommer-Trainingslager der Profis

HINTER DEN KULISSEN IN KITZBÜHEL

**Rund 20 Vertreterinnen und Vertreter
ausgewählter FC-Partnerunternehmen reisten
Ende Juli ins Trainingslager der Profis nach Kitzbühel
und verbrachten dort gemeinsam intensive Tage.**



Intensive Trainingseinheiten, lockere Teambuilding-Events und ganz viel gemeinsame Zeit – im Sommer-Trainingslager legen die FC-Profis jedes Jahr den Grundstein für eine erfolgreiche Saison. Diesmal ging es für eine Woche nach Kitzbühel, wo bestes Wetter, traumhafte Bedingungen und ein Berg-Panorama vor dem Trainingsplatz auf die Spieler warteten.

„Wir waren sehr zufrieden mit den Bedingungen und hatten ein super Hotel, in dem sich die Jungs zurückziehen und Zeit miteinander verbringen konnten“, resümierte FC-Geschäftsführer Thomas Kessler am Ende der Woche. „Ein Trainingslager ist dazu da, um auf dem Platz intensiv und fokussiert zu arbeiten,

bietet aber gleichzeitig die Möglichkeit, dass sich die Spieler und die Neuzugänge besser kennenlernen. Die Jungs haben das gut genutzt und auch das eine oder andere neben dem Platz zusammen gemacht.“ Mittendrin waren neben Verantwortlichen und Mitarbeitenden des FC auch einige Partner: Rund 20 Vertreterinnen und Vertreter ausgewählter Partnerunternehmen reisten für einige Tage zur Mannschaft. Ein bunter Mix also, der Raum für reichlich Gespräche und gemeinsame Aktivitäten bot. Besonders in Erinnerung bleiben drei Events abseits des Trainingsplatzes – im BusinessEcho berichten die Teilnehmer von ihren Erlebnissen.



»Spannend fand ich die Fragen, wie man seinen Arbeitsalltag strukturiert, welche Faktoren Stress auslösen und vor allem auch, wie andere Partner damit umgehen. Ich finde es immer schön, wie offen wir uns bei solchen Gelegenheiten untereinander austauschen können.«

Sebastian Lenninghausen, Leiter Produktmanagement Marketing bei Gaffel

Workshop auf der Bergalm

Raus aus dem Hotel und rein in die Kitzbüheler Bergwelt: Für einen gemeinsamen Workshop mussten sich die FC-Partner zunächst aufs Fahrrad schwingen. Mit E-Bikes von FC-Partner ZEG radelte die Gruppe die rund sechs Kilometer von ihrer Unterkunft hinauf zu Rosis Sonnbergstuben, einer bekannten Alm mit traumhaftem Panorama.

Dort waren die Teilnehmenden dann gleich auf eine andere Art gefordert. Nach einem Impulsvortrag von Jonas Höhn, Gründer der detoxRebels, ging es in kleinen Arbeitsgruppen um den bewussten Umgang mit der eigenen Energie und die Unterstützung von Körper und Geist im Arbeitsalltag – eine gute Gelegenheit, um die eigenen Erfahrungen zu reflektierten und sich mit anderen auszutauschen.

Nach rund zwei intensiven Stunden war es dann Zeit für wohlverdiente Entspannung. Auf der Terrasse von Rosis Hütte genossen die Partner Kaiserschmarrn, Eis und kalte Getränke. Und auf dem Rückweg war bergab glücklicherweise deutlich weniger Kraftaufwand nötig.

Rafting-Tour auf der Kitzbüheler Ache

Am nächsten Tag ging es sportlich weiter, auf dem Programm stand eine Rafting-Tour über die Kitzbüheler Ache. Ausgerüstet mit Neoprenanzug, Helm und Schwimmweste ging es nach einer kurzen Einweisung mit mehreren Booten aufs Wasser. Dort wurden zunächst die wichtigsten Manöver geübt: vorwärts und rückwärts paddeln, Paddel einholen und das Verhalten, wenn jemand über Bord geht. Mittendrin auch das FC-Boot mit den Geschäftsführern Philipp Liesenfeld und Philipp Türhoff sowie Florian Dederichs, Bereichsleiter B2B-Vermarktung, die als zweisilbiges Ruderschlag-Kommando sofort „Eff-zeh“ wählten.

Durch kleinere Stromschnellen führte die Strecke entlang der beeindruckenden Bergkulisse. Bei kurzen Zwischenhalten war dabei immer mal wieder Zeit für eine Erfrischung im Wasser, ein Stopp dauerte dann aber länger als geplant – dank eines kleinen Missgeschicks von Florian Dederichs. Er hatte während der Tour eine GoPro auf dem Helm, um möglichst viele Eindrücke festzuhalten. An einem Felsvorsprung, von dem die Gruppe ins Wasser springen konnte, ging das schief: Die Kamera löste sich beim Sprung und ging sofort unter. Die anschließende Suche blieb zunächst erfolglos – bis FC-Vizepräsident Ulf Sobeck, der in Besitz eines Tauchscheins ist, sich der Sache annahm. Mit all seiner Erfahrung konnte Sobek die GoPro auf dem Grund des Sees bergen und wurde anschließend entsprechend gefeiert. Der Rest der Tour verlief dann ohne größere Aufreger, sodass alle müde, aber wohlbehalten ins Hotel zurückkehrten.

»Bei den heißen Temperaturen und der starken Steigung war die Tour trotz der E-Bikes ordentlich anstrengend, aber wir alle haben das sportlich gut gemeistert.«

Anouk Esbati, Leiterin B2B-Partnermanagement & Internationalisierung beim FC



»Im Trainingslager ergeben sich Gespräche und Ideen, die im Alltag so nicht entstehen, weil man in Ruhe Zeit für einen intensiven Austausch – auch mit mehreren Partnern – hat. So haben adidas, der FC und wir die Zeit genutzt, um an einem besonderen Projekt zu arbeiten, das die Mannschaft auf dem Platz sichtbar machen wird. Die FC-Fans können gespannt sein.«

Leonie Baecker, Head of Brand Marketing bei REWE



Abend im Zielhaus

Am letzten Abend machte sich die Reisegruppe auf zum Zielhaus am Fuße der Streif – der legendären Abfahrtsstrecke der internationalen Hahnenkammrennen. Bei einem großen Grillbuffet und kühlen Getränken saßen die Partner mit Verantwortlichen und

Mitarbeitenden des FC zusammen und ließen den Tag ausklingen. Vor allem die Gespräche mit der FC-Geschäftsführung und dem Trainerteam boten dabei Einblicke, die man bei einem normalen Geschäftstermin wohl kaum bekommt.



»Mein Kollege Markus Wolf und ich waren das erste Mal dabei. Wir wurden super von der Gruppe aufgenommen, hier herrscht ein richtiges familiäres Zusammengehörigkeitsgefühl. Beim Abendessen mit dem Trainerteam hatte ich das große Glück, neben Armin Reutershahn zu sitzen, der unglaublich viele interessante Geschichten aus seinen bisherigen Stationen erzählt hat.«

Thomas Hintzen, Lead Kommunikationsmanagement Marke & Bild bei der RheinEnergie

Nach dem Essen wartete dann noch eine alte Trainingslager-Tradition: Wer zum ersten Mal dabei ist, muss zum Mikrofon greifen und einen Song zum Besten geben. Die neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des FC sangen standesgemäß gemeinsam die Hymne, die neuen Partner entschieden sich ebenfalls für Kölsche Töne. So eingestimmt, durfte ein Lied natürlich nicht fehlen – zum Abschluss der Gesangseinlagen stellte sich die ganze Gruppe im Kreis auf und sang gemeinsam Tommi.

»Wenn man so vor allen steht und singt, merkt man erst, wie lang die Hymne eigentlich ist. Super schön war danach auch, wie wir uns alle umarmt und gemeinsam Tommi gesungen haben.«

Jacqueline Löhr, Partnermanagerin beim FC

Best Practices Sponsoring

EXKLUSIVE EINDRÜCKE MIT DER TELEKOM

Das Sommer-Trainingslager ist für die FC-Fans der Zeitpunkt, an dem die Vorfreude auf die neue Saison greifbar wird. Wie ticken die Neuzugänge? Wie ist der Trainingsstand? Wie harmoniert die Mannschaft abseits des Platzes? Die digitalen Kanäle des FC lieferten täglich Antworten. Als exklusiver Innovations- und Technologiepartner war die Deutsche Telekom dabei eng in die Berichterstattung eingebunden und machte das Trainingslager mit digitalen Formaten unmittelbar erlebbar.

Im Mittelpunkt stand die kreative Verbindung der Telekom-Technologien und -Produkte mit exklusiven Einblicken für FC-Fans. Ein Beispiel für eine gelungene Integration war die „5G Telekom-Challenge“, bei der Neuzugang Reigan Heskey und Jahmai Simpson-Pusey versuchen mussten, bei zwei Auswahlmöglichkeiten möglichst die gleiche Antwort zu geben. Die Verbindung aus Technologie, Unterhaltung und persönlichem Zugang zu den Spielern rückte die Telekom als innovativen Partner des FC sichtbar in den Mittelpunkt. Und bei der großen Hotel-Tour nahmen Said El Mala und Ragnar Ache die FC-Fans mit in die Unterkunft der Mannschaft – inklusive animiertem Telekom-Opener, durchgängiger Logo-Integration und der Einbindung des Magenta TV Sticks mit der Mega Sport Option als Angebot für alle FC-Fans, die kein Spiel verpassen möchten.

So wurde die Telekom in einer Phase besonders hoher Aufmerksamkeit rund um den Club nicht nur sichtbar, sondern zu einem festen Bestandteil des täglichen FC-Erlebnisses. Die Partnerschaft verband exklusive Inhalte, digitale Innovation und konkrete Angebote für die Fans.

Telekom Teil der Partner-Reise

Auch bei der Trainingslagerreise der FC-Partner war die Telekom präsent. Die gemeinsamen Tage boten Raum für persönlichen Austausch und zeigten, wie Technologiepartnerschaften durch unmittelbare Begegnungen und gemeinsame Erlebnisse weiter



vertieft werden können. „Für mich ist der intensive Austausch mit den anderen Partnern das Besondere an diesen gemeinsamen Tagen. Die Reise schafft den Raum, sich abseits des normalen Arbeitsalltags persönlich und ohne Zeitdruck auszutauschen“, sagt Dirk Pfrengle, Sport und Sponsoring bei der Deutschen Telekom AG. „Diese persönlichen Kontakte und Impulse wirken oft auch über die Reise hinaus.“ Die Telekom nutzte die Partnerreise damit nicht nur als Plattform für Networking, sondern als weiteren Baustein einer langfristig angelegten Technologiepartnerschaft mit dem 1. FC Köln.

Neues aus der FC-Familie

HÜBIS SEITENWECHSEL

Timo Hübers hat sich im Oktober 2025 schwer am Knie verletzt. Seitdem arbeitet der Verteidiger hart dafür, auf den Platz zurückzukehren. Doch Hübers, der bereits zuvor als fast schon untypisch reflektierter Profi galt, nutzte die Zeit auch darüber hinaus und schnupperte in einem Praktikum in zwei FC-Bereiche abseits des Sports hinein. Im BusinessEcho spricht er darüber.

Hübi, du hast deine Reha-Zeit genutzt, um über den Fußballplatz hinauszuschauen. Wie kam es dazu?

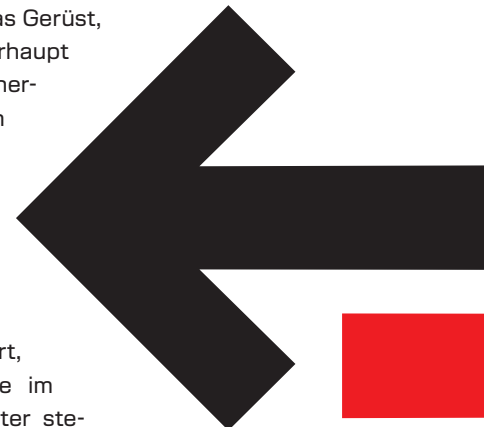
Unmittelbar nach der Verletzung ist man erst einmal mit den Schmerzen und den Einschränkungen im täglichen Leben beschäftigt. Als ich dann die Krücken los war und sich mein Reha-Alltag etwas eingependelt hatte, wurde vieles planbarer und regelmäßiger. Da kam mir relativ schnell der Gedanke, die zusätzliche Zeit sinnvoll zu nutzen und in Bereiche hineinzuschauen, für die im normalen Bundesliga-Alltag kaum Zeit bleibt.

Du warst erst im Controlling, dann im Partnermanagement. Warum genau diese beiden Bereiche?

Ich habe Wirtschaftswissenschaften im Bachelor und Master studiert, im Master mit dem Schwerpunkt Controlling und Statistik. Jetzt hatte ich die Möglichkeit, das aus der praktischen Perspektive kennenzulernen. Aber auch die Einblicke im Partnermanagement mit den Bereichen Pre-Sales, Sales und After-Sales waren sehr spannend.

Was hat dich dabei besonders überrascht?

Im Controlling bekommt man einen ziemlich guten Crashkurs über die verschiedenen Einnahmen- und Ausgabenseiten. Man sieht erst einmal das Gerüst, wie dieser Verein überhaupt funktioniert. Im Partnermanagement habe ich dann gesehen, wie viel Arbeit tatsächlich hinter den Verträgen steckt. Es ist viel Vertrieb und Sales: Es werden zahlreiche Gespräche geführt, von denen auch einige im Sande verlaufen. Dahinter stehen Mitarbeitende, die letztlich dafür sorgen, dass Geld hereinkommt und die Lizenzmannschaft und die Strukturen des Vereins finanziert werden können.



Gab es einen Moment, in dem du gemerkt hast: So habe ich den Fußballverein vorher noch nie betrachtet?

Ja. Aus Fanperspektive sieht man häufig nur, dass der Verein einen Spieler für einen bestimmten Betrag verkauft – und dann kommt schnell der Gedanke: Diesen Betrag können wir doch wieder investieren. Aber man muss eine Menge anderer Dinge berücksichtigen. Ich habe zum Beispiel Einblicke bekommen, wie Transfers teilweise finanziert werden oder wie Kreditlinienverträge aussehen. Auch die großen Partnerverträge einmal zu sehen, war interessant. Es ist beeindruckend, wie viele Details darin festgehalten werden.

Du hast Wirtschaftswissenschaften studiert und interessierst dich besonders für Zahlen. Woher kommt diese Begeisterung?

Ich glaube, das kann man sich nicht wirklich antrainieren, das war schon in der Schule so. Ich habe gerne Mathe gemacht und irgendwann auch Wirtschaft und Mathe vertieft, danach habe ich das Studium in diese Richtung angeschlossen. Ich war schon immer sehr zahlenfixiert und zahlenbegeistert. Vielleicht lag das auch daran, dass ich neben dem Profifußball nicht so viel Zeit für mein Studium hatte wie ein normaler Student. Meine Devise war ein bisschen: Minimalaufwand für maximalen Ertrag. Wenn man die Inhalte hinter Statistik, Mathe oder verwandten Fächern relativ schnell verstanden hat, war der Lernaufwand deutlich geringer.

Wie schwer war es, sich an einen klassischen Büroalltag zu gewöhnen?

Es war ungewohnt. Meine Frau ist ebenfalls voll berufstätig, und ich hatte plötzlich auch ganz normale Neun-Stunden-Tage. Was ich deutlich unterschätzt habe: Wenn beide unter der Woche voll berufstätig sind, bleiben schon viele Dinge im Alltag liegen. Man muss sich daran gewöhnen, den ganzen Tag wirklich eingespannt zu sein. Der Job des Fußballers ist auf eine andere Art stressig. Da kommt viel Wochenendbelastung dazu, und auch die psychische beziehungsweise mentale Komponente



spielt eine große Rolle. Die reine Arbeitszeitbelastung ist aber deutlich geringer – und die Arbeitszeit ist gleichzeitig Sport. Es ist also schon ein ziemlicher Tapetenwechsel.

Gab es einen Austausch mit einem Partner, der dir besonders im Gedächtnis geblieben ist?

Besonders spannend fand ich den gesamten Film-dreh mit adidas zum neuen Trikot. Dabei habe ich auch die Verantwortlichen von adidas kennengelernt. Es wurde extra ein Regisseur aus New York eingeflogen und ein riesiges Set aufgebaut, das war auch für mich noch einmal eine andere Welt. Man sieht dadurch, mit was für einer Weltmarke der FC eine Partnerschaft geschlossen hat. Und umgekehrt wurde uns vermittelt, dass der FC nicht einfach irgendein Name in der großen Palette von adidas ist, sondern ein wichtiger Partner.

Was nimmst du persönlich aus diesem halben Jahr mit?

Vor allem einen anderen Blick auf den Verein. Ich habe viele Bereiche kennengelernt, die ich als Fußballer vorher natürlich nur aus einer bestimmten Perspektive gesehen habe. Jetzt habe ich verstanden, wie viele Menschen und Prozesse hinter dem stehen, was man am Spieltag letztlich auf dem Platz sieht. Und ich habe gemerkt, dass es auch außerhalb des Fußballplatzes spannende und erfüllende Aufgaben gibt. Für meine Zukunft nehme ich deshalb auf jeden Fall mit, dass ich mir eine Tätigkeit im Sport nach meiner aktiven Karriere grundsätzlich vorstellen kann.

Neues aus der FC-Familie

PARTNER- NETZWERK STARTET IN DIE SAISON

Zum ersten BusinessTreff der neuen Saison hat der FC Anfang September seine Partner in der Ehrenfelder Location des langjährigen Gastropartners DEINspeisesalon empfangen. Nach der Begrüßung durch FC-Präsident Jörn Stobbe gab Philipp Liesenfeld, Geschäftsführer Marketing & Vertrieb, einen Einblick in die erfreuliche Entwicklung der Eigenvermarktung in den vergangenen Monaten: „Im B2B-Bereich haben wir tolle neue Partner hinzugewonnen und zugleich die Zusammenarbeit mit langjährigen Partnern verlängert und ausgebaut. Das starke Netzwerk unserer Partner und Business-Seat-Kunden sowie der intensive Austausch untereinander ist für uns alle von großem Wert.“



»Das Derby gegen Gladbach ist immer ein großer Höhepunkt. Wenn das gut läuft, zehrt man die ganze Woche davon.«

Henrik Schneider, Bever GmbH

Pressesprecherin Lil Zercher begrüßte im Anschluss Cheftrainer René Wagner und Thomas Kessler, Geschäftsführer Sport, zum Talk auf der Bühne. Die beiden lieferten den rund 150 anwesenden Vertreterinnen und Vertretern der FC-Partner exklusive Einblicke in die heiße Transferphase, die Saisonvorbereitung und die Gefühlswelt der Mannschaft nach der ersten Pflichtspielwoche.

Im Anschluss bot der Abend in entspannter Atmosphäre, mit leckeren Getränken und Köstlichkeiten vom Grill viel Raum für Gespräche innerhalb des Business-Netzwerkes und einen Ausblick auf die aktuelle Spielzeit. Die Vorfreude und Euphorie klang aus vielen Gesprächen deutlich heraus – wenn auch gelegentlich mit einem kleinen kölnischen Augenzwinkern.



»Das Kribbeln geht wieder los. Ich freue mich auf die einzigartige Leidenschaft der Fans – einfach diese ganzen Gänsehautmomente, die dazu führen, dass man immer die Flagge des Vereins hochhält.«

Melanie Breitenbach, Kölner Stadt-Anzeiger Medien

»Das Gefühl im Stadion ist unvergleichbar – einfach ein Teil dieser bunten, lauten Gemeinschaft zu sein, in der alle das gleiche Ziel haben: Der Sieg für den FC.«

Max Höne, Faßbender Tenten GmbH & Co. KG

»Es gibt nichts Schöneres als den Einlauf der Mannschaft, wenn das ganze Stadion gemeinsam die Hymne singt.«

Martina Patzek, Quirin Privatbank AG

»Ich bin schon jetzt gespannt auf den letzten Spieltag, wenn wir vielleicht sogar mehr als das Minimalziel erreicht haben.«

Lukas Wachten, Medienprofis Köln PR GmbH



Neuer FC-Premiumpartner STRAUSS

EIN VOGEL FÜR NEUE WEGE



Mit STRAUSS begrüßt der 1. FC Köln eine der weltweit führenden Workwear-Marken als neuen Premiumpartner. Vom Rhein-Main-Gebiet aus entwickelt das Familienunternehmen in dritter Generation Workwear für Meister und Macher. Die ikonische Arbeitshose funktioniert für alle Gewerke: sportlicher Schnitt, robuste Materialien, ausgefeiltes Taschenkonzept. Dazu kommen Safety Shoes, Gear und Accessoires für vielfältige Einsatzbereiche.

Internationale Partnerschaften in Sport, Entertainment und Tech haben STRAUSS in den vergangenen Jahren zu einem Best-Case im Bereich Markenführung gemacht. Über Großhandel, Einzelhandel sowie Franchise- und Lizenzmodelle hat das Unternehmen seine globale Präsenz stetig weiter ausgebaut: 2023 expandierte das Familienunternehmen nach Amerika, seit 2024 ist die Workwear in ganz Europa erhältlich, 2027 landet der Vogel in Australien. Die Vision dahinter: Becoming the World's Most Iconic Workwear Brand. Neben dem FC fliegt der Vogel auch mit dem Liverpool FC und weiteren Clubs der Premier League, die Schiedsrichter in den internationalen Wettbewerben der UEFA tragen seit dieser Saison das Logo auf dem Ärmel. In den USA ist STRAUSS Official Workwear Partner der Major League Baseball (MLB), in Australien kooperiert das Unternehmen mit der Australian Football League (AFL).

Gemeinsame Zukunftsprojekte

Gemeinsam wollen STRAUSS und der FC einen wiedererkennbaren Auftritt schaffen und die jeweiligen Stärken und Netzwerke miteinander verbinden:

„Mit unserem starken Business-Netzwerk und unseren Zukunftsprojekten sehen wir viele Möglichkeiten, gemeinsam eine Partnerschaft zu entwickeln, die weit über reine Sichtbarkeit hinausgeht“, sagt FC-Geschäftsführer Philipp Liesenfeld. So bieten die Zukunftsprojekte des FC, insbesondere das neue Leistungszentrum, spannende Anknüpfungspunkte für die Zusammenarbeit. Diese wollen beide Partner langfristig entwickeln, um gemeinsam neue Ideen und Aktivierungen auf den Weg zu bringen. Dass STRAUSS Arbeit innovativ weiterdenkt, zeigt unter anderem die Entwicklung der STRAUSS Toolbox XR, die eine Meta Quest XR-Brille mit einer virtuellen Werkzeug-App kombiniert.

Starke Netzwerke

In seinem Partnernetzwerk bringt der FC Menschen, Unternehmen und Entscheider zusammen, die Teams führen und Projekte voranbringen. Für STRAUSS entsteht daraus ein direkter Austausch mit Handwerk, Industrie, Logistik und Dienstleistung. Das passt, schließlich stattet STRAUSS Unternehmen und Teams all dieser Branchen mit individueller Workwear aus. „Der FC und STRAUSS teilen die gleichen Farben, sind von Tradition geprägt und verfolgen eine klare Vision. Beide Partner bringen ein starkes Netzwerk mit, von dem wir gegenseitig profitieren und sich neue Möglichkeiten ergeben werden. Somit heben wir unser Geschäft auf das nächste Level und können gleichzeitig die Zukunftsprojekte des FC begleiten“, sagt Antonio Dominguez, SVP Global Sports & Entertainment STRAUSS. Für Partner aus der FC-Familie gibt es auch gleich einen direkten Kontakt: FC@strauss.de.

Neuer FC-Exklusivpartner OSMAB

GEMEINSAM ZUKUNFT GESTALTEN



Der 1. FC Köln und OSMAB bauen ihre langjährige Partnerschaft deutlich aus. Der Immobilienentwickler steigt vom Geißbockpartner zum Exklusivpartner auf, künftig wird das OSMAB-Logo auf dem rechten Ärmel der Trainingsbekleidung der FC-Profimannschaft zu sehen sein. Darüber hinaus wird OSMAB Hauptpartner der FC-Akademie und verstärkt damit sein Engagement in der Nachwuchsförderung des Clubs.

Die OSMAB Holding AG ist seit vielen Jahren im Großraum Köln in der Entwicklung, Bewirtschaftung und langfristigen Bestandshaltung von Büro- und Logistikimmobilien aktiv. „Der 1. FC Köln begleitet uns schon seit vielen Jahren. Wir haben hier gemeinsam großartige Spiele erlebt, gefeiert, mitgefiebert und manchmal natürlich auch gelitten. Deshalb fühlt sich der Schritt zum Exklusivpartner für uns nicht wie der Beginn einer neuen Beziehung an, sondern vielmehr wie die konsequente Weiterentwicklung einer langjährigen Verbundenheit“, sagt Anton Mertens, Vorstandsvorsitzender der OSMAB Holding AG.

Verantwortung für Köln

Ein weiterer Bestandteil der Partnerschaft ist die Zusammenarbeit bei ausgewählten Zukunftsprojekten des 1. FC Köln. Dabei will OSMAB seine unternehmerische Erfahrung einbringen und den Club bei entsprechenden Themen begleiten. „Der FC ist ein Stück Köln. Auch unsere Unternehmensgeschichte ist eng mit der Region verbunden. Umso mehr freuen wir uns darauf, gemeinsam etwas für den Verein und sein Umfeld zu bewegen“, so Mertens. So sollen gemeinsame Geschichten entstehen und Themen wie Innovation,

Nachhaltigkeit, Unternehmertum und die Zukunft Kölns aus unterschiedlichen Perspektiven in hochwertigen Content-Formaten erzählt werden.



OSMAB engagiert sich bereits seit vielen Jahren im Großraum Köln für Sport, Kultur und soziale Projekte. Das Unternehmen ist unter anderem Zukunftspartner des Museum Ludwig und Präsentator der Kölner Lichter. Die neue Kooperation steht damit auch für das gemeinsame Bekenntnis zum Standort Köln. Die Partner wollen ihre Zusammenarbeit nutzen, um gesellschaftliche Themen in der Region aktiv aufzugreifen. „Mit OSMAB verbindet uns eine gewachsene Partnerschaft und eine gemeinsame Haltung: Wir wollen nicht nur über Zukunft sprechen, sondern sie gestalten“, verdeutlicht FC-Geschäftsführer Philipp Liesenfeld. Die Erweiterung der Zusammenarbeit mit OSMAB macht so den neuen Weg des FC in der Vermarktung deutlich: „Unternehmen sollen nicht nur an der Seite des FC sichtbar sein, sondern Teil seiner Entwicklung werden. Dabei wollen wir unseren Partnern eine glaubwürdige Rolle geben und gemeinsam Projekte auf den Weg bringen, die über den klassischen Partnerschaftsgedanken hinausgehen.“

FC-Geißbockpartner stellen sich vor

NEU IN DER

1

Rudolf Weber Gebäudereinigung und Gebäudedienste SE & Co. KG

Was macht ihr eigentlich?

Wir übernehmen professionelle Reinigungs- und Gebäudedienstleistungen für Unternehmen und öffentliche Auftraggeber – von der klassischen Unterhalts- und Glasreinigung bis hin zu komplexen Dienstleistungen wie Höhenreinigung durch Industriekletterer, Tatortreinigung oder hygienische Speziallösungen.

Warum seid ihr FC-Partner geworden?

Weil der 1. FC Köln und Rudolf Weber für starke regionale Verwurzelung, Leidenschaft und Verlässlichkeit stehen – und wir mit unserer Expertise dafür sorgen wollen, dass der FC auch abseits des Rasens erstklassig aufgestellt ist.

Das wissen nur wenige über das Unternehmen:

Neben dem FC sorgen wir auch bei fünf weiteren deutschen Profivereinen für Sauberkeit – vom Stadion über die Geschäftsstelle bis hin zum Trainingszentrum oder Jugendinternat.

Branche: Gebäudereinigung und Gebäudedienstleistungen / Facility Services

Gründungsjahr: 1934

Standort: Essen (Hauptverwaltung) sowie 11 weitere Standorte in Deutschland

Zahl Mitarbeitende: > 5.000

Ansprechpartnerin für andere FC-Partner:

Leonie Schlemmer, Tel.: +49 201 24581 36
l.schlemmer@rudolfweber.de

Website: www.rudolfweber.de



2

YOUCOOK GmbH

Was macht ihr eigentlich?

Mit unseren schwarzen Take-Away Boxen bringen wir Convenience-Produkte ins Kühlregal, die Genuss mit echter Entlastung im Alltag vereinen. Inspiriert von der internationalen Gastronomie sind die Gerichte in wenigen Minuten warmgemacht und bieten ein Geschmackserlebnis, das sonst häufig nur im Restaurant möglich ist.

Warum seid ihr FC-Partner geworden?

Weil der FC und YOUCOOK beweisen: Wenn Geschmack auf Leidenschaft trifft, entstehen Momente, die bleiben.

Das wissen nur wenige über das Unternehmen:

Es passen rund 422.000 YOUCOOK-Boxen auf ein Fußballfeld.

Branche: Lebensmittel

Gründungsjahr: 2012

Standort: Köln

Zahl Mitarbeitende: 60

Ansprechpartnerin für andere FC-Partner:

Karola Kentner-Schütz
Tel.: +49 171 4792503
Karola.Kentner-Schuetz@youcook-food.com

Website: www.youcook-food.com



FC-FAMILIE

ZOXS GmbH

3

Was macht ihr eigentlich?

Wir kaufen gebrauchte und neue Elektronik und Medien an, bereiten sie bei Bedarf auf und geben ihnen über unseren Onlineshop buyZOXS ein neues Zuhause.

Warum seid ihr FC-Partner geworden?

Unser CEO und Gründer Olaf Zimmer ist seit mehr als 40 Jahren FC-Fan, und der Verein verkörpert genau die Werte, die auch bei uns im Unternehmen wichtig sind.

Das wissen nur wenige über das Unternehmen:

Unser Name hat seinen Ursprung in den 90er-Jahren. In der Heimat von Olaf wurden Games damals umgangssprachlich „Zocks“ genannt – abgeleitet von „zocken“. Da er zu Beginn vor allem mit Games handelte, lag der Name nahe. Das „ck“ wich schließlich einem X – als Symbol für den besonderen X-Faktor des Unternehmens.

Branche: Re-Commerce / E-Commerce

Gründungsjahr: 1998

Standort: Wesel und Duisburg

Zahl Mitarbeitende: Ca. 100

Ansprechpartnerin für andere FC-Partner:

Svenja Wolff, Tel.: +49 281 2068 1502
svenja.wolff@zoxs.de

Website: www.zoxs.org

buy ZOXS®

Über

4

Was macht ihr eigentlich?

Wir verbinden über unsere App Menschen auf Knopfdruck mit komfortablen Fahrmöglichkeiten und bringen mit Uber Eats die Lieblingsgerichte der lokalen Gastronomie direkt nach Hause.

Warum seid ihr FC-Partner geworden?

Weil wir das Fan-Erlebnis rund um den FC noch besser machen wollen – sei es durch eine bequeme und sichere Fahrt ans Stadion mit speziellen Pick-up-Zonen oder durch das perfekte Matchday-Essen von Uber Eats für alle, die das Spiel von der heimischen Couch aus verfolgen.

Das wissen nur wenige über das Unternehmen:

Im jährlichen „Lost & Found Index“ hinterlässt die Kölner Fan-kultur regelmäßig deutliche Spuren auf den Rücksitzen, von liegengelassenen Fan-Schals bis hin zu Trikots. Einen echten Geißbock hat zwar noch niemand im Auto vergessen – dank der Option „Uber Pet“ dürfen tierische Begleiter aber sogar ganz offiziell mit an Bord.

Branche: Technologie, Mobilität & Essenslieferung

Gründungsjahr: 2009

Standort: Berlin (Deutschland-Zentrale)

Zahl Mitarbeitende: Mehr als 30.000 weltweit

Ansprechpartnerin für andere FC-Partner:

Franziska Walter
fxw@uber.com

Website: <https://www.uber.com/>

Uber

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

1. FC Köln GmbH & Co. KGaA
Franz-Kremer-Allee 1-3
50937 Köln

Telefon 0221/99 1948 - 300
business@fc.de

Ausgabe 01-26/27

vom 11. Oktober 2026

VERANTWORTLICH

Philipp Liesenfeld

REDAKTION

Florian Janssen

MITARBEIT

Christian Kreckel
Fabian Roßmann
Lara Frieze

ART DIRECTION

Diana Müller

DRUCK

sourc-e GmbH
www.sourc-e.com

FOTOS IN DIESER AUSGABE

1. FC Köln GmbH & Co. KGaA,
Partnerunternehmen

Alle Rechte vorbehalten.
Nachdruck und Nutzung
von Inhalten, auch auszugs-
weise, nur mit ausdrück-
licher Genehmigung des
Herausgebers.

KONTAKTE

1. FC KÖLN

Florian Dederichs

Bereichsleiter B2B-Vermarktung
0151 5804 0062
dederichs@fc.de

Anouk Esbati

Leiterin Partnership Management &
Internationalisierung
0221/99 1948 - 331
esbati@fc.de

Pierre Dasbach

Partnership Manager
0221/99 1948 - 335
dasbach@fc.de

Lara Frieze

Partnership Managerin
0221/99 1948 - 340
frieze@fc.de

Nicklas Kühn

Partnership Manager
0221/99 1948 - 343
n.kuehn@fc.de

Jacqueline Löhr

Partnership Managerin
0221/99 1948 - 332
loehr@fc.de

INFRONT

Jan-Phillip Niederau

Senior Manager Sales / Teamleitung Infront
0221/5887 02 - 11
jan-phillip.niederau@infrontsports.com

Jana Neumann

Manager Partnerships
0221/5887 02 - 35
jana.neumann@infrontsports.com

Jonas Sonnenberg

Senior Manager Sales
0172 3830 149
jonas.sonnenberg@infrontsports.com



Luca Schmidt

Partnership Manager
0221/99 1948 - 403
l.schmidt@fc.de

Stefanie Otto

Hospitality Managerin
0221/99 1948 - 334
otto@fc.de

Pia Deppen

Hospitality & B2B Event Managerin
0221/99 1948 - 338
deppen@fc.de

Sebastian Busch

Business Administration
0221/99 1948 - 322
busch@fc.de

Sven Schavan

Senior Manager Sales
0160 9142 0490
schavan@fc.de

Allgemeine Anfragen & Businessseats

business@fc-koeln.de

Sebastian Werners

Senior Manager Sales
0172 1041 894
sebastian.werners@infrontsports.com

Kiyan Richter

Senior Manager Sales
+49 162 5968 127
Kiyan.Richter@infrontsports.com

Elias Beissel

Manager Sales
0174 9412 574
elias.beissel@infrontsports.com

Einzigartige Lösungen für Corporate Events

PRODUKTION
KONZEPTION
DESIGN
DEKORATION

B2B-Events, die Menschen
verbinden und Unternehmen
stärken – von der Idee bis zur
Produktion

dkf-event.de



BEQUEMLICHKEIT KOSTET.

DER ALSCO

ONLINE-SHOP

Wann wechselst Du?

Mit dem ALSCO B2B Online-Shop beschaffst Du Arbeitskleidung, Sicherheitsschuhe, PSA und Zubehör schnell und unkompliziert. Angebote anfragen, Textilien personalisieren und Bestellungen für das gesamte Team verwalten. Alles an einem Ort.



Arbeitskleidung, Sicherheitsschuhe & PSA aus einer Hand



Angebote direkt online anfragen



Textilien mit Firmenlogo personalisieren



Bestellungen für Teams verwalten



Schnell nachbestellen



20 % Neukundenrabatt



Jetzt registrieren
Code: WILLKOMMEN20

shop.alsco.de



**BUSINESS-CLUB
PARTNER**