

BUSINESS ECHO



DAS PARTNERMAGAZIN DES 1. FC KÖLN

Saison 2025/2026



PARTNER 1. FC KÖLN

HAUPTPARTNER



NAMENSGEBER STADION



AUSRÜSTER



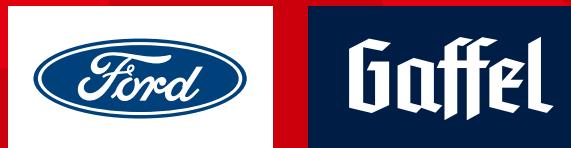
ÄRMELPARTNER



TECHNOLOGIEPARTNER



EXKLUSIVPARTNER



PREMIUMPARTNER



GEIßBOCKPARTNER



Start ins neue Jahr

FC UND SEINE PARTNER GEHEN MOTIVIERT INS JAHR 2026

Zu Beginn des neuen Jahres blicken FC-Geschäftsführer Philipp Liesenfeld und die FC-Hauptpartner REWE, RheinEnergie, hummel sowie die DEVK darauf, was sie 2026 bewegt – von Jubiläen über strategisch wichtige Themen bis hin zu aktuellen Entwicklungen und Herausforderungen in ihren Branchen.



Ein wichtiges Ziel für 2026 ist es, mit vielen langjährigen Partnern zu verlängern und neue hinzuzugewinnen. Nachdem wir in den vergangenen Monaten viel an den Strukturen gearbeitet und das Team verstärkt haben, möchten wir die Umstellung auf Eigenvermarktung für die FC-Familie noch spürbarer machen und uns als Marke 1. FC Köln weiterentwickeln. Ein wichtiger Baustein wird dabei sein, dass wir gemeinsam mit unseren Partnern besondere Geschichten erzählen und einzigartige Erlebnisse schaffen, wie es uns beispielsweise mit der Kampagne zum Ausweichtrikot im Dom-Design oder dem FC-Weihnachtsfilm bereits gelungen ist. Unsere Digitalisierungsstrategie setzen wir unter anderem im Sales-Bereich mit dem Launch eines neuen eCommerce-Shops konsequent fort. «



Philipp Liesenfeld

Geschäftsführer Marketing & Vertrieb
beim 1. FC Köln



» 2026 muss die deutsche Wirtschaft wieder Fahrt aufnehmen – dafür braucht es klare politische Impulse. Für uns als REWE Group bleiben die Rahmenbedingungen in Handel und Touristik anspruchsvoll. Umso wichtiger ist es, klare Prioritäten zu setzen: Wir wollen die Einkaufserlebnisse unserer Kundinnen und Kunden kontinuierlich verbessern. Alles, was dazu beiträgt, steht bei uns im Mittelpunkt. Und was unseren FC betrifft: Ich wünsche mir einen Klassenerhalt vor dem letzten Spieltag in München, der U19 eine erfolgreiche Europareise und der Frauenmannschaft eine starke Rückrunde. «



Lionel Souque

Vorstandsvorsitzender der REWE Group

» Morgen wird heute gemacht – das ist auch im Jahr 2026 unser Leitsatz. Wir gestalten aktiv die Zukunft unserer Region und der Stadt. Vor allem kümmern wir uns um eine zuverlässige und nachhaltige Energieversorgung. Ein Beispiel dafür ist die Photovoltaikanlage auf dem Dach des RheinEnergieSTADION, die wir gemeinsam mit den Kölner Sportstätten bauen. Diese wird künftig für erneuerbare Energie sorgen – auch bei den Spielen des 1. FC Köln. «

Andreas Feicht

Vorstandsvorsitzender der RheinEnergie AG



» Die DEVK blickt auf ein starkes Geschäftsjahr zurück. 2026 heißt es: Erfolge ausbauen und neue Impulse setzen. Unsere Kooperation mit dem FC ist dabei ein echter Gewinn – sie schafft Synergien und wirkt sich positiv auf unsere Markenbekanntheit aus. Wir haben in diesem Jahr aber noch einen Grund zum Feiern: Bereits seit 140 Jahren stehen wir an der Seite unserer Versicherten. Eine Zahl, die uns stolz macht und jeden Tag motiviert, das Beste für unsere Kundinnen und Kunden zu geben. «

Markus Kalkowski

Hauptabteilungsleiter Unternehmenskommunikation und Digitales Kundenmanagement bei DEVK



» 2026 steht ganz im Zeichen des Sports – allen voran des Fußballs mit der Weltmeisterschaft in Kanada, Mexiko und den USA. Inspiriert durch unsere Historie kehren wir bewusst zu unseren Ursprüngen zurück und präsentieren passend dazu die neue Root-Kollektion. Auch wenn sich Wege trennen, wie etwa im Sommer unserer mit dem FC, freuen wir uns auf kommende Projekte, bei denen unsere Chevrons auf innovativen Produkten glänzen werden. «

Christopher Bruns

Teamlead Pro-Club Management bei hummel



U19 im Sechzehntelfinale der UEFA Youth League

ERFOLGREICHES FUNDAMENT

Zum ersten Mal in der Vereinshistorie steht die U19 des 1. FC Köln im Sechzehntelfinale der UEFA Youth League. Am 4. Februar 2026 um 18 Uhr trifft das Team von Cheftrainer Stefan Ruthenbeck auf Inter Mailand. Das Heimspiel wird im RheinEnergieSTADION ausgetragen – eine Würdigung der großartigen Leistung des Teams. „Das ist für uns etwas ganz Besonderes – das wissen wir alle. Mit unseren Fans im Rücken wollen wir für eine tolle Atmosphäre sorgen. Wir sind sehr dankbar und zugleich voller Vorfreude, gemeinsam mit der FC-Familie einen unvergesslichen Abend erleben zu dürfen“, sagt U19-Trainer Stefan Ruthenbeck.

Zuvor hatte sich die U19 in der zweiten und dritten Runde des Meisterwegs gegen Racing FC Union Luxemburg und den FC Midtjylland durchgesetzt. In der aktuellen Spielrunde werden nun die Meister-

mannschaften mit den Vereinen, die sich über ihre Profi-Teams für die UEFA Youth League qualifiziert haben, zusammengeführt.

Wettkampferfahrung auf hohem Niveau

Die UEFA Youth League wird seit der Saison 2013/14 ausgetragen und bietet jungen Nachwuchsspielern die Möglichkeit, internationale Wettkampferfahrung auf hohem Niveau zu sammeln und so ihre sportliche Entwicklung zu fördern. „Inter Mailand ist ein großartiges Los. Für uns als Akademie stellt ein solches Spiel eine tolle Bühne dar, sich zu präsentieren“, sagt Markus Halfmann, Bereichsleiter der FC-Akademie. „Wir freuen uns sehr, dass unsere Nachwuchsarbeit eine solch hohe Wertschätzung erfährt. Vorstand und Geschäftsführung, die Mitarbeitenden am Geißbockheim, Partner, Mitglieder und Fans – alle haben uns bis in diese Runde





getragen. Das Heimspiel gegen Inter Mailand im RheinEnergieSTADION unterstreicht den hohen Stellenwert der Akademie innerhalb des Vereins.“

Nachwuchspartner integraler Bestandteil

Der Einzug unter die besten 32 Teams Europas ist eine Bestätigung der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Nachwuchsfußballs beim 1. FC Köln. Unter dem Dach der FC-Akademie vereint der FC alle Vereinsaktivitäten in der ganzheitlichen und individuellen Förderung des weiblichen und männlichen Nachwuchses inklusive der Betreuung im Sportinternat – mit der Vision, die Spitzakademie in Deutschland zu werden. Ein integraler Bestandteil dafür sind die Nachwuchspartner des 1. FC Köln, allen voran die Hauptpartner RheinEnergie, SAP sowie die Sparkasse KölnBonn und die Kreissparkasse Köln.

„Nachwuchsförderung ist die Grundlage für nachhaltigen sportlichen Erfolg. Sie gibt jungen Menschen nicht nur die Chance, ihr fußballerisches Talent zu entwickeln, sondern vermittelt auch wichtige Werte wie Teamgeist, Disziplin und Verantwortungsbewusstsein – Attribute, die auch im Berufsleben wichtig sind“, sagt Susanne Fabry, Vorstand Netze und Personal sowie Arbeitsdirektorin der RheinEnergie. „Der 1. FC Köln steht für eine klare Philosophie in der Nachwuchsarbeit bei beiden Geschlechtern und für eine starke regionale Verwurzelung. Uns überzeugt, mit welcher Konsequenz und Professionalität der FC junge Talente entwickelt und ihnen echte Perspektiven aufzeigt. Diese Ausrichtung passt sehr gut zu unseren eigenen Werten. Der Einzug ins Sechzehntelfinale der Youth League ist für uns ein weiteres Zeichen, dass unser Engagement im Nachwuchsbereich genau richtig ist.“

Interview mit Florian Dederichs

»DIE BASIS BILDEN VERTRAUEN, TRANSPARENZ UND KLARE ZIELE«

Seit dem 1. Januar 2026 ist Florian Dederichs Bereichsleiter für die B2B-Vermarktung beim 1. FC Köln. Im BusinessEcho spricht er über seine berufliche Laufbahn im Profifußball, seine Ziele mit dem FC und seinen Anspruch, Partnerschaften mit echtem Mehrwert zu schaffen.

Herzlich willkommen in der FC-Familie, Florian! Du hast bereits einige Stationen im Profifußball durchlaufen – was nimmst du daraus für deine neue Aufgabe beim FC mit?

Bei meinen vorherigen Vereinen standen jeweils unterschiedliche Dinge im Vordergrund – sei es eine starke Organisationsstruktur, große Emotionalität oder der besondere Fokus auf die Markenidentität. Diese drei Perspektiven prägen neben Themen wie Markenpartnerschaften, Haltung und starkes Storytelling meine Arbeit bis heute. Gleichzeitig habe ich gelernt, wie wichtig der respektvolle Umgang mit Tradition und Vereinsrealitäten ist. All diese Erfahrungen möchte ich nun beim FC einbringen.

Was hat dich an der neuen Position beim FC besonders gereizt?

Der FC verbindet eine außergewöhnlich attraktive Marke mit großer Tradition und hat gleichzeitig den Anspruch, sich modern und zukunftsorientiert weiterzuentwickeln. Mich haben die Gespräche mit Philipp Liesenfeld absolut überzeugt und mir gezeigt, dass die FC-Geschäftsführung einen klaren Plan verfolgt, den ich gerne mit umsetzen möchte. Besonders angesprochen haben mich der aktuelle Weg zur Eigenvermarktung und der Anspruch, bestehende Markenpartnerschaften mit Leben zu füllen, sie weiterzuentwickeln und neue, starke Partnerschaften aufzubauen. Dafür braucht es klare Strukturen – und genau daran möchte ich mitarbeiten.



Wie sieht dein Start in der neuen Position aus?

In den ersten Wochen geht es vor allem darum, zuzuhören, zu verstehen und zu lernen. Ich möchte die Kolleginnen und Kollegen, die Strukturen und die bestehenden Partnerschaften genau kennenlernen, um ein umfassendes Bild zu bekommen und daraus die richtigen Prioritäten abzuleiten.

Was ist dir in der Zusammenarbeit mit den Partnern besonders wichtig?

Die Basis jeder erfolgreichen Partnerschaft bilden Vertrauen, Transparenz und klare gemeinsame Ziele. Unsere Aufgabe als 1. FC Köln ist es, eine starke Plattform zu sein, mit der Partner ihre Ziele erreichen und gemeinsam mit uns relevante Geschichten erzählen können, die Menschen erreichen und begeistern. So entsteht eine Zusammenarbeit, die für beide Seiten nachhaltig Mehrwert schafft.

Neues Pilotprojekt von FC und Telekom

INNOVATION AM PLATZ

Der 1. FC Köln treibt seine digitale Weiterentwicklung konsequent voran. Mit der Deutschen Telekom steht dem FC dabei ein starker Technologiepartner zur Seite. Aus der Zusammenarbeit entstanden bereits einige spannende Projekte und einzigartige Formate wie der KI-gestützte Liveticker zu Spielen der FC-Frauenmannschaft oder das „Innovation Game“ beim Telekom Cup gegen den AC Mailand im Sommer 2022. Die Kooperationen zeigen, wie technologische Innovationen erfolgreich in ein sportliches Umfeld eingebunden werden können.

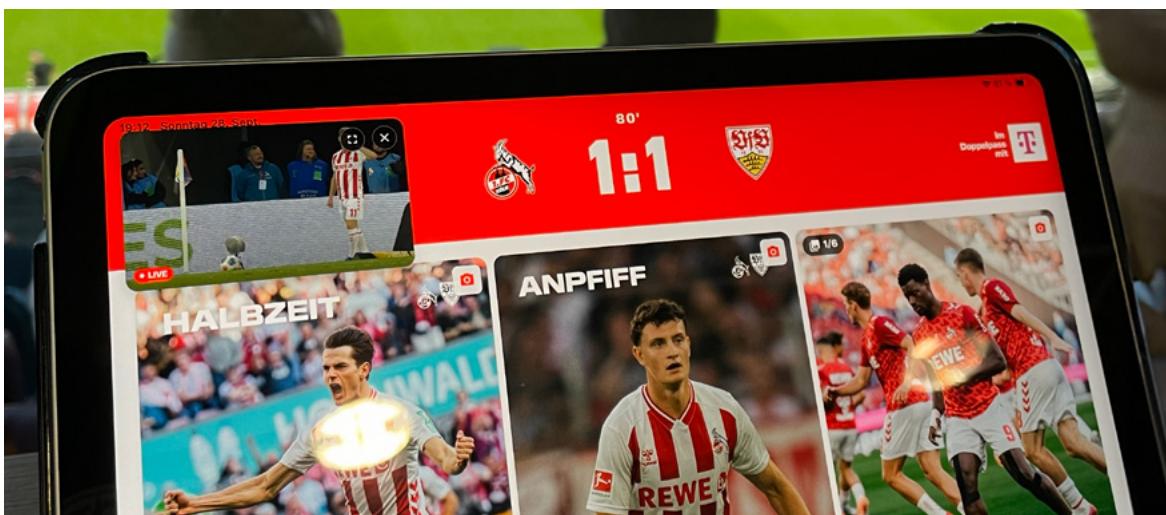
Live-Zugriff auf exklusive Inhalte im Stadion

Das nächste Projekt von FC und Telekom befindet sich bereits in der Pilotphase: die Innovation Seats. Sie sind als Premium-Sitzplätze konzipiert, die das Stadionerlebnis digital erweitern. Auf Basis von 5G-Technologie und Edge Computing sollen die Fans auf diesen Plätzen über ein iPad, auf dem eine speziell entwickelte und nicht öffentlich verfügbare App läuft, direkt am Platz Zugriff auf exklusive Inhalte in Echtzeit erhalten. Dazu zählen unter anderem verschiedene Kameraperspektiven, unmittelbare Replays spielerentscheidender Szenen sowie detaillierte Live-Statistiken und taktische Analysen parallel zum Spielgeschehen. Zusätzlich soll es die Möglichkeit geben, über die App Essen und Getränke direkt am Platz zu bestellen.

Darüber hinaus wollen FC und Telekom die Plätze durch wechselnde Gadgets und Erlebnisse erweitern – entweder mit direktem Bezug zum Fußball oder mit innovativen Produkten, die zum FC passen. So werden aus den Plätzen echte „Innovation Seats“, die neue Technologien erlebbar machen und mit denen sich die Telekom auch nach der Pilotphase aktiv mit Innovationen und möglicher Hardware einbringen kann – gegebenenfalls auch über Start-ups oder Partner aus ihrem Umfeld.

Mehrwert für alle Seiten

Der Premium-Sitzplatz wird für die Nutzer so zum interaktiven Kontrollzentrum, das neue Perspektiven auf das Spiel eröffnet und den Besuch im RheinEnergieSTADION zum Erlebnis macht, das Technologie, Fußball und Fan Experience verbindet. Von den Innovation Seats profitieren so Partner, Verein und Fans gleichermaßen: Die Telekom durch den leistungsstarken Showcase für moderne Netz- und XR-Technologien, der FC durch seine Positionierung als Innovationsführer innerhalb der Bundesliga und potenzielle zusätzliche Erlös-potenziale sowie die Fans durch ein bislang einzigartiges, datengetriebenes Stadionerlebnis mit exklusiven Einblicken hinter die Kulissen.



Impressum

HERAUSGEBER

1. FC Köln GmbH & Co. KGaA

Franz-Kremer-Allee 1-3,
50937 Köln

Telefon 0221/ 99 19 48 -300
business@fc.de

Ausgabe vom 14. Januar 2026

VERANTWORTLICH

Philipp Liesenfeld

REDAKTION

Florian Janssen

MITARBEIT

Christian Kreckel

ART DIRECTION

Susanne Wimmer

DRUCK

sourc-e GmbH
www.sourc-e.com

FOTOS IN DIESER AUSGABE

Steffi Wunderl, 1. FC Köln GmbH & Co. KGaA

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck und Nutzung von Inhalten, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers.

Kontakte

1. FC KÖLN

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 Friese

Partnership Managerin
0221- 99 1948 -340 / friese@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

Luca Schmidt

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

Stefanie Otto

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

Sebastian Busch

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

Allgemeine Anfragen & Businessseats

business@fc-koeln.de

INFRONT

Jan-Phillip Niederau

Senior Manager Sales / Teamleitung Infront
0221- 5887 02 -11
jan-philipp.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

Sebastian Werners

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

Elias Beissel

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

dkf event SOLUTION



Events mit Kopf, Herz und Hand. Wir erwecken Ideen zum Leben!



Event • Design • Konzeption • Produktion

dkf-event.de



Für jeden Anlass die richtige
Berufskleidung

ALSCO
Handwerk | Industrie | Gastro / Hotel



**BUSINESS-CLUB
PARTNER**



Berufsbekleidung für Ihre Branche
im Leasing-Service

Jetzt informieren:

