

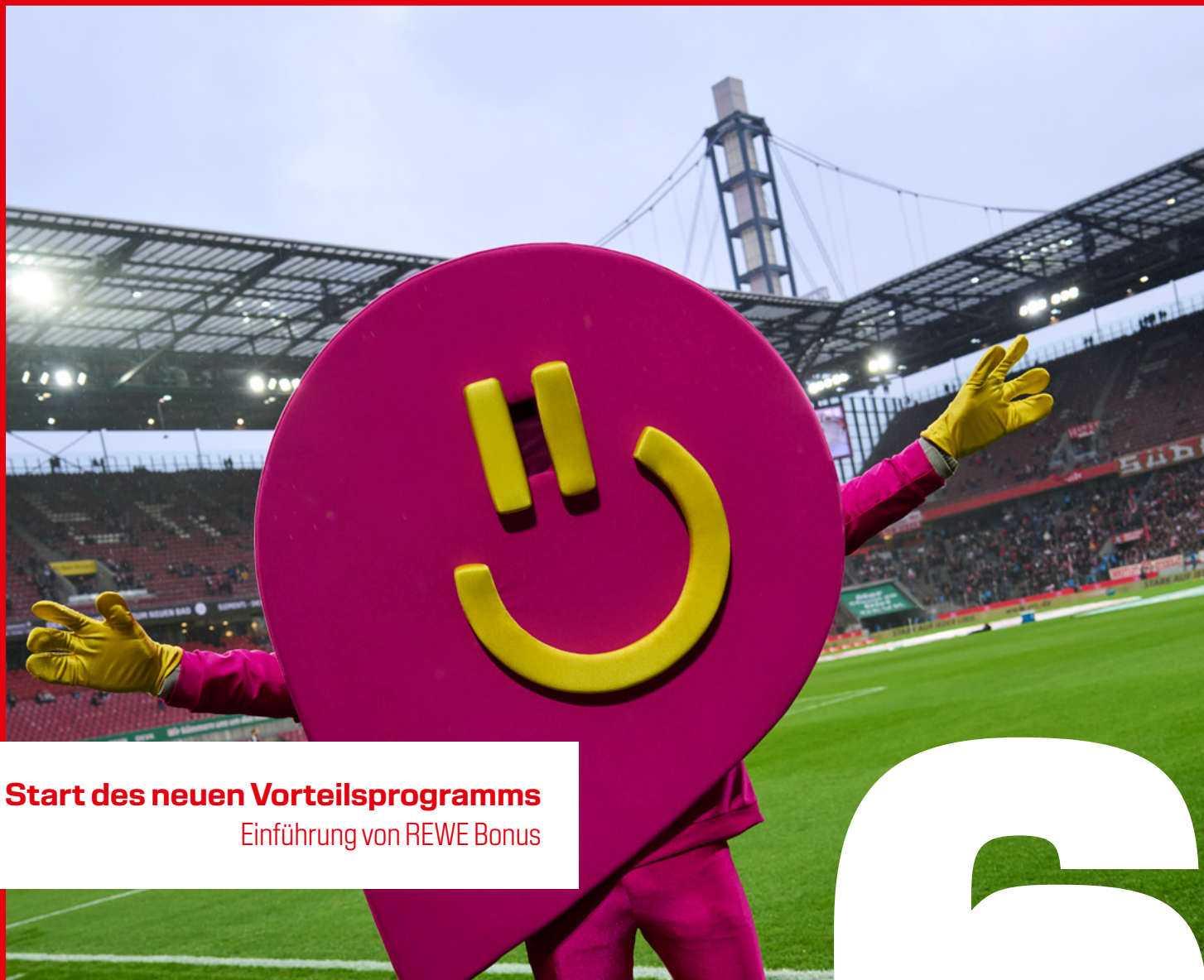
BUSINESS



ECHO

DAS PARTNERMAGAZIN DES 1. FC KÖLN

Februar 2025



Start des neuen Vorteilsprogramms

Einführung von REWE Bonus

6



Präsentiert von:



PARTNERMÄNNER

HAUPTPARTNER



NAMENSGEBER STADION



AUSRÜSTER



ÄRMELPARTNER



TECHNOLOGIEPARTNER



EXKLUSIVPARTNER



PREMIUMPARTNER



GEIßBOCKPARTNER



LIEBE PARTNER & FREUNDE DES FC,

mit der Lachenden FC-Arena in der LANXESS arena sind wir am 77. Geburtstag in die Hochphase des kölschen Fastelovends eingestiegen. Am kommenden Dienstag feiern wir gemeinsam die traditionelle FC-Karnevalssitzung im Maritim Hotel Köln, ehe der Höhepunkt des jecken Treibens am Rosenmontag ansteht: Erstmals wird der FC nicht nur mit einem Wagen, sondern auch mit einer Fußtruppe an unserer Tribüne am Heumarkt vorbeiziehen – eine Neuerung, auf die wir uns sehr freuen.

Im Bereich Vermarktung haben wir mit der clubeigenen Lifestyle-Marke WE:FC in den vergangenen Tagen ebenfalls eine Premiere gefeiert: Das limitierte Retro-Trikot in besonderem Design, das international in der Fußball- und Fashionwelt auf Resonanz stieß, war schon nach wenigen Minuten ausverkauft – ein Erfolg, der uns ermutigt, den Weg von WE:FC konsequent weiterzugehen.

Dass wir auch langjährige Partnerschaften zeitgemäß feiern können, haben wir gemeinsam mit unserem Exklusivpartner Ford bewiesen. Anlässlich des 30-jährigen Bestehens der Partnerschaft hat der Kölner Künstler Hilko Fischer zwei Ford Explorer für den FC-Fuhrpark in ein einzigartiges Design gehüllt, das die enge Verbindung zwischen dem FC, Ford und der Region in Szene setzt. Mit koelnistkool unterstützte eine der reichweitenstärksten Social-Media-Marken der Stadt die Aktion.

Auf allen Kanälen intensivieren wir in diesen Tagen die Bewerbung des Highlight-Spiels der FC-Frauen gegen den amtierenden Deutschen Meister FC Bayern München, das am Sonntag, 9. März 2025, 14 Uhr, im RheinEnergieSTADION angepfiffen wird. Wir bedanken uns schon jetzt für die großartige Unterstützung unserer Hauptpartner Schaubens und Telekom Deutschland, der Premiumpartner DEVK und Reissdorf Alkoholfrei sowie des gesamten Partner-Netzwerkes der FC-Frauen auf dem Weg zu einem weiteren Meilenstein in der Entwicklung des Frauen- und Mädchenfußballs beim FC.

Sportlich passt das Rhein-Derby der Männer gegen Fortuna Düsseldorf perfekt in die fünfte Jahreszeit. Doch trotz alles karnevalistischen Frohsinns im Rheinland werden wir auf dem Feld das Aufstiegsziel fest im Fokus behalten. Wir hoffen, dass wir am Sonntag das „Trömmelche“ möglichst oft auf dem Weg zum nächsten Heimdreier hören werden. Come on FC und Kölle alaaaf!

Herzlichst Ihr


Philipp Türoff
Geschäftsführer

INHALT

④ Start des neuen Vorteilsprogramms des FC-Hauptpartners
Einführung von REWE Bonus als ganzheitliches Erlebnis für FC-Fans

⑤ WE:FC Retro-Trikot
Trikot-Vorbestellung per Bierdeckel



⑥ Erneut bunter Branchen-Mix
Zweiter FC-Partner-workshop im Club78

⑦ Große Unterstützung auch beim Highlightspiel
Starke Partner der FC-Frauen

⑧ 30-jähriges Bestehen der Partnerschaft
FC und Ford feiern Jubiläum mit Explorer im Köln-Design



⑨ Behind the Brand:
impulis business consulting AG
Erfolgreich gegründet

⑩ Impressum / Kontakte / Termine

START DES NEUEN VORTEILSPROGRAMMS DES FC-HAUPTPARTNERS

EINFÜHRUNG VON REWE BONUS ALS GANZHEITLICHES ERLEBNIS FÜR FC-FANS

„REWE Bonus“ heißt das neue Vorteilsprogramm von REWE in der REWE App. Seit Jahresanfang belohnt es teilnehmende Kundinnen und Kunden gezielt für ihren Einkauf in den bundesweit mehr als 3.800 REWE-Märkten und im REWE Onlineshop. Über verschiedene Programmbestandteile erhöht sich dabei das gesammelte Bonus-Guthaben direkt in Euro statt in Punkten. Das Guthaben kann in Teilen oder komplett per einfachem Scan an der Kasse eingelöst werden.

Der Wechsel auf ein eigenes Vorteilsprogramm war ein Meilenstein für REWE, der in sämtlichen Bereichen des Unternehmens sorgfältig vorbereitet wurde. „Als unser längster und größter Partner im Sport war dabei der 1. FC Köln eine extrem wichtige Plattform, um das Programm auch in den Sport zu verlängern“, sagt Leonie Baecker, Head of Brand Marketing bei REWE. Die Herausforderung des Ganzen aus Marketingsicht: Das Thema im FC-Kosmos für Fans und Partner emotional erlebbar zu machen. „Es ging uns dabei nicht nur um den Austausch von Logos, sondern darum, ein ganzheitliches Erlebnis zu schaffen – schließlich ist Sportsponsoring für uns schon immer mehr als Logos auf irgendwelchen Werbeflächen zu platzieren“, ergänzt Rainer Fischer, Lead Marketing Partnerships bei REWE.

Zahlreiche Touchpoints für die Fans

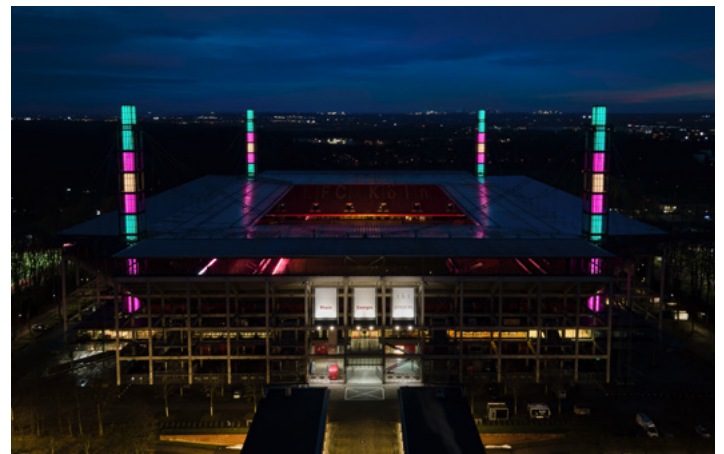
In enger Abstimmung mit einer Vielzahl an Stakeholdern nutzte REWE so schließlich Ende Januar beim FC-Heimspiel gegen den SV Elversberg die Gelegenheit, als Partner des Tages zahlreiche Aktivierungen umzusetzen und so viele Touchpoints wie möglich zwischen den Fans und REWE Bonus zu kreieren. Die wohl auffälligste Änderung:

REWE Bonus

der Logowechsel auf den FC-Trikots vom klassischen REWE-Schriftzug zum REWE Bonus-Logo, mit dem die FC-Profis seit Beginn der Rückrunde auf der Brust auflaufen. Aber auch auf den Banden, Pressewänden und Cam Carpets ist REWE Bonus präsent. Rund um das RheinEnergieSTADION informierten Promotoren über das neue Bonusprogramm, Interessierte konnten zudem in der „REWE Bonus Fan-Box“ Einzelheiten erfahren und sich wie gewohnt über unterhaltsame REWE Aktivierungen freuen.

Erfolgreiche Aktivierung

Auch das REWE Bonus Maskottchen Bo war erlebbar und aufmerksamkeitsstark unterwegs – unter anderem bei Hennes IX, beim ebenfalls das Spiel besuchenden Kölner Dreigestirn der aktuellen Karnevalssession, in den Stadionumläufen und somit mitten unter den Fans. Ein weiterer besonderer Augenfang waren die Stadionpylonen, die in den Farben von REWE Bonus leuchteten. „Das ganzheitliche Erleben von REWE Bonus statt monotonem Branding war ein voller Erfolg. Wir haben von allen Seiten Top-Feedback erhalten – sowohl von Fans als auch von FC-Partnern und FC-Vertretern“, so Baecker. „Auch insgesamt ist der Start des Programms sehr erfolgreich verlaufen und hat unsere Erwartungen deutlich übertroffen.“



TRIKOT-VORBESTELLUNG PER BIERDECKEL

Zum Jahreswechsel 2023/24 hat der 1. FC Köln sein Portfolio erweitert und mit WE:FC eine neue Submarke gelauncht, die sich an junge Fußballfans richtet. WE:FC bündelt die Themen eSports, Gaming, Lifestyle, Fashion und Entertainment rund um den Verein und bündelt sie unter einem Dach. Unter diesem Dach veröffentlichte der FC im Januar 2025 auch das neue WE:FC Retro-Trikot, das die Fußball-Tradition Kölns mit dem Lifestyle der neuen Generation vereint. Geradlinig und simpel – ein Statement für alle, die Fußballkultur auch abseits des Stadions feiern.

Fußballtrikots sind schließlich schon lange nicht mehr nur Sportbekleidung, sondern haben ihren Weg raus aus dem Stadion gefunden. Auch der 1. FC Köln will mit WE:FC als clubeigene Lifestyle-Marke diesen Weg gehen und den FC auf die Straßen und in die Clubs, Bars und Büdchen Kölns tragen. Der Retro-Dress fusioniert als Lifestyle-Trikot für FC-Fans schlichte Eleganz mit den zeitlosen Merkmalen eines FC-Trikots. Auf dem dicken, cremeweißen Stoff in Waffelstruktur mit bordeauxroten Applikationen prangt ein gesticktes Retro FC-Logo, im Nacken findet sich der WE:FC-Print.

Vorbestellung in bekannten Kölsch-Kneipen

Mit dem Design traf der FC offenbar einen Nerv: Das limitierte Trikot war schon nach wenigen Minuten ausverkauft. Wer die Online-Kanäle des FC aufmerksam verfolgte, konnte allerdings schon vorher von einer besonderen Aktion profitieren, die der FC zusammen mit Exklusivpartner Gaffel initiiert hatte: Aufmerksame Fans konnten das WE:FC Retro-Trikot schon drei Tage vor dem offiziellen Verkaufsstart vorbestellen. Allerdings nur in vier speziellen Kölsch-Kneipen – im Knobelbecher, im JoodeLade, in der Kölschbar sowie im goldenen Schuss. Zum frisch gezapften Kölsch bekam man in den bekannten Kneipen eigens angefertigte Bierdeckel mit einem QR-Code auf der Rückseite. Damit landete man auf der Pre-Order Homepage des FC-Fanshops.

Mit der Aktion verband der FC so auf simple Art und Weise Fans, Partner und Verein – schließlich findet der FC nicht nur im RheinEnergieSTADION oder am Geißbockheim statt, sondern überall dort, wo er gelebt und geliebt wird. Und in den Kölner Kneipen schlägt das FC-Herz besonders laut. Deshalb feierte der Verein mit dieser besonderen Pre-Order-Aktion die Kölsche Kneipen-Kultur und würdigte die unermüdliche Begeisterung für den FC.



ERNEUT BUNTER BRANCHEN-MIX

ZWEITER FC-PARTNER-WORKSHOP IM CLUB78

Der 1. FC Köln bietet seinen Partnern ein breites und interessantes Netzwerk und legt Wert auf eine lebendige, vertrauensvolle Zusammenarbeit. Um dieses Netzwerk eng mit in die Weiterentwicklung des Vereins einzubinden, lud der FC am 21. Januar 2025 zum zweiten Partner-Workshop im Club78 im RheinEnergieSTADION ein. Nachdem der erste Workshop dieser Art vor rund einem Jahr großen Anklang unter den FC-Partnern gefunden hatte, war es in der zweiten Ausgabe erneut das Ziel, neue Impulse zu setzen und durch gemeinsame Inspiration und den Austausch untereinander kreative Ideen zur Aktivierung im Sportbereich zu finden.

Im ersten Teil der Veranstaltung stellte Sportmarketing-Experte Robert Kosinski in einem Impulsvortrag internationale Best Practice-Beispiele in der Aktivierung von Sportrechten vor. Anschließend präsentierte der FC seine Submarke WE:FC, die sich als clubeigene Lifestyle-Marke mit Aktionen und Produkten wie dem Retro-Trikot an junge Fußballfans richtet (siehe Seite 5).

Im zweiten Teil der Veranstaltung ging es in den eigentlichen Workshop. Unter Anleitung von Robert Kosinski, der in verschiedenen Stufen Möglichkeiten zur Ideenfindung gab, erarbeiteten die 30 anwesenden Vertreterinnen und

Vertreter von FC-Partnern unterschiedlichster Branchen in interaktiven Kleingruppen wertvolle Ansätze in der Aktivierung für Fans und Kunden. Zum Abschluss erfolgte die Vorstellung der besten Ideen aus den einzelnen Gruppen. Aus dem daraus entstandenen regen und konstruktiven Austausch konnten die Partner ausloten, welche möglichen Synergien für gemeinsame Aktionen bestehen.

Darauf aufbauend wird es nun einen weitergehenden Austausch zwischen den Partnern untereinander und auch dem FC geben, um vielleicht bald allen Fans und/oder Kunden mit einer im Workshop entwickelten Idee zu überraschen.



GROSSE UNTERSTÜTZUNG AUCH BEIM HIGHLIGHTSPIEL

STARKE PARTNER DER FC-FRAUEN

Fußballfans aus ganz Deutschland werden am Sonntag, 9. März 2025, nach Köln blicken: Um 14 Uhr empfangen die FC-Frauen den amtierenden Deutschen Meister FC Bayern München im RheinEnergieSTADION und machen bei ihrem dritten Highlightspiel in Müngersdorf aus einer lieb gewonnenen Tradition ein Brauchtum. Die dritte Auflage bietet wieder ein großes Spektakel, eingebettet in ein attraktives Rahmenprogramm für Familien mit großartigen Musikbands. Nach der erfolgreichen Premiere im RheinEnergieSTADION gegen Eintracht Frankfurt im Jahr 2023 mit einem bisher ungebrochenen Zuschauerrekord von 38.365 Fans kamen ein Jahr später 30.123 Fußballbegeisterte zum 2:1-Heimsieg gegen Werder Bremen. Für das dritte Spiel in Müngersdorf erwarten die Kölsche Mädchen erneut eine atemberaubende Kulisse – die ersten 10.000 Tickets waren bereits nach sieben Tagen verkauft.

Partner blicken auf gemeinsamen Weg

„Die besondere Atmosphäre bei unseren zwei bisherigen Highlightspielen hat national und international für positive Schlagzeilen gesorgt. Für unsere Spielerinnen und Fans waren die Spiele besondere Erlebnisse“, sagt Nicole Bender-Rummler, Bereichsleiterin Frauen- & Mädchenfußball beim FC. „Dieses Mal möchten wir in jeglicher Hinsicht mit der Unterstützung unserer Partner noch einen draufsetzen.“ Ebendiese Unterstützung der FC-Frauenpartner und die stets vertrauensvolle Zusammenarbeit zeigt sich auch über das Highlightspiel hinaus zu jeder Zeit. Im Business-Echo blicken die zwei Hauptpartner Schaebens und Telekom Deutschland sowie die Premiumpartner DEVK Versicherungen und Reissdorf Alkoholfrei auf den gemeinsamen Weg und die bisher erreichten Meilensteine zurück – und richten ihren Blick auf die Pläne für die Zukunft.



Björn Hünemeyer, CEO von Schaebens

„Seit Beginn der Saison 2017/18 begleiten wir als Familienunternehmen Schaebens mit großem Stolz die Frauen- und Mädchenmannschaften des 1. FC Köln als Haupt- und Trikotpartner. Besonders stolz sind wir darauf, damals der absolute Wunschnachpartner des Teams gewesen zu sein – zu einer Zeit, in der es einzigartig war, einen Sponsor an Bord zu haben, dessen Produkte Frauen als Hauptzielgruppe im Fokus haben. Bereits damals war es unser Anspruch, gemeinsam mit dem FC den Frauenfußball nachhaltig zu fördern und seine Entwicklung aktiv voranzutreiben. Ein besonderes Highlight bleibt für uns der Rekord für das Spiel mit den meisten Zuschauern in der Frauen-Bundesliga. Ebenso begeistert uns, dass das Highlightspiel der Frauen im RheinEnergieSTADION inzwischen jährlich umgesetzt wird. Wir freuen uns darauf, die Entwicklung des Frauenfußballs gemeinsam mit dem 1. FC Köln weiter voranzutreiben.“



Klaus Werner, Geschäftsführer
Geschäftskunden Telekom Deutschland

„Die Entwicklung des Frauenfußballs in den vergangenen Jahren ist beeindruckend. Der 1. FC Köln investiert gezielt in Professionalität, Strukturen und Nachwuchsförderung und genau das braucht es, um den Frauenfußball weiter voranzubringen. Wir freuen uns, als Hauptpartner der Frauen diesen Weg mitzugestalten und dabei auch unsere technologische Expertise einzubringen, um die Rahmenbedingungen für die Spielerinnen weiter zu verbessern.“



Gottfried Rübmann, Vorstandsvorsitzender
DEVK Versicherungen

„Wir sind sehr stolz darauf, eine so sympathische und erstklassige Mannschaft begleiten zu dürfen. Die Ausweitung unserer Partnerschaft mit dem FC auf das Frauen-Team haben wir lange angestrebt und verfolgen gespannt die Entwicklung. Wir möchten unseren Beitrag leisten, um die Sichtbarkeit und Professionalität weiter zu stärken.“

30-JÄHRIGES BESTEHEN DER PARTNERSCHAFT

FC UND FORD FEIERN JUBILÄUM MIT EXPLORER IM KÖLN-DESIGN

Der 1. FC Köln und Ford feiern das 30-jährige Bestehen ihrer Partnerschaft mit einer Hommage an Köln. Der Kölner Künstler Hilko Fischer hat zwei Ford Explorer für den FC-Fuhrpark in ein einzigartiges Design gehüllt, das die enge Verbindung zwischen dem FC, Ford und der Region in Szene setzt.

Das Wimmelbild auf den Fahrzeugen zeigt das Stadtbild von Köln mit Wahrzeichen wie dem Kölner Dom, dem RheinEnergieSTADION, dem Geißbockheim, den Ford-Werken und der Deutzer Drehbrücke. Modern, detailreich und authentisch kölsch verbindet das Kunstwerk die kulturellen und sportlichen Highlights der Stadt mit der langjährigen Partnerschaft zwischen dem FC und Ford.

Mit koelnistkool unterstützte eine der reichweitenstärksten Social-Media-Marken der Stadt die Aktion. Deren Kreativteam begleitete Hilko Fischer bei seiner Arbeit an den beiden Explorern mit der Kamera – daraus entstanden mehrere Videos, die der FC, Ford Deutschland und koelnistkool auf ihren Social-Media-Kanälen veröffentlichten.

Exklusivpartner seit 1994

Seit 1994 unterstützt Ford den FC als Exklusivpartner und Fahrzeug-Sponsor. Die moderne Fahrzeugflotte besteht

unter anderem aus 25 vollelektrischen Ford Explorer und 20 Ford Kuga PHEV für den Profi-Kader sowie die Mitarbeitenden der Geschäftsstelle. Hennes IX. wird mit dem vollelektrischen „Hennes-Mobil“ aus dem Kölner Zoo zu den Heimspielen ins RheinEnergieSTADION chauffiert. „Die Partnerschaft mit dem 1. FC Köln ist für uns weit mehr als ein Sponsoring. Sie spiegelt unsere starke Verbundenheit mit der Stadt Köln und den FC-Fans wider“, betont Christoph Herr, Managing Director Ford Deutschland, Österreich und Schweiz.

Den FC und Ford vereinen Werte wie Teamgeist, Innovation und Verantwortung. Die Partnerschaft bietet immer wieder Anlässe, um Menschen zu inspirieren und gemeinsame Visionen zu realisieren – sei es durch nachhaltige Mobilität oder besondere Aktionen wie den neuen Explorern im Köln-Design. „Der FC pflegt eine ganz enge Verbindung zur Stadt, den Kölnerinnen und Kölnern und seinem Partner-Netzwerk. Wir freuen uns, dass wir diese Verbundenheit ab sofort auch auf unseren Fahrzeugen präsentieren dürfen und danken Ford für die langjährige Unterstützung“, sagt FC-Geschäftsführer Philipp Türoff.



ERFOLGREICH GEGRÜNDET



impulis business consulting

Seit 2017 ist die impuls business consulting AG Partner des 1. FC Köln – zunächst als Businessseatpartner, seit der Saison 2022/23 als Businessclubpartner. Kerngeschäft des Unternehmens mit Hauptniederlassung in Köln und einer gleichnamigen Tochtergesellschaft in Zürich ist die Prozessberatung: Die beiden Unternehmensberater Christian Kukli und Martin Kremer gründeten die impuls im Jahr 2016, um ERP-Systeme bestmöglich auf die Prozesse der Unternehmen anzupassen. Solche Systeme sind betriebswirtschaftliche Softwareprodukte zur Verwaltung der einzelnen Unternehmensbereiche – das bekannteste Beispiel ist SAP.

Gründungsidee aus gemeinsamer Zeit

Die Idee zur Gründung von impuls kam dabei nicht von ungefähr – Kukli und Kremer kannten sich zuvor schon einige Jahre und arbeiteten bei ihrem vorherigen Arbeitnehmer erfolgreich in einem ähnlichen Bereich. „Die Idee zu impuls kam uns, da die Kundengeschäfte, an denen wir arbeiteten, unseres Erachtens zu technisch ausgelegt waren. Dabei ist jedes SAP-Projekt stark mit den täglichen Geschäftsprozessen verknüpft – wenn man diesen Teil bei der Implementierung von neuen Systemen nicht beachtet, lässt man einiges an Optimierungspotenzial liegen“, erzählt Kukli. Kremer ergänzt: „Für den Erfolg eines Unternehmens ist es wichtig, regelmäßig auf schlanke und effiziente Geschäftsprozesse zu achten, denn nur dann rechnen sich so teure ERP-Systeme – hier wollten wir ansetzen.“

Ganzheitlicher Dienstleister

Als die beiden den Entschluss zur Gründung gefasst hatten, ging es anschließend ganz schnell – kein halbes Jahr später stand die erste GmbH. Um den Mitarbeitenden die Möglichkeit zu geben, sich direkt am Unternehmen zu beteiligen und am gemeinsamen Erfolg zu partizipieren, erfolgte

2019 die Umwandlung in eine Aktiengesellschaft. Seitdem haben Kremer und Kukli das Dienstleistungsportfolio ihrer Firma kontinuierlich erweitert und vertieft. Sie verstehen sich als ganzheitliche Dienstleister – schließlich beginnen und enden Prozesse nicht zwangsläufig in einer Abteilung, sondern sind in der Regel abteilungsübergreifend, manchmal sogar unternehmensübergreifend. Ausgehend von der Analyse des Ist-Zustands und der Erstellung eines Projektplans erarbeitet impuls mit seinen Kundenunternehmen so den neuen optimierten Sollprozess – von Konzeption und Design über das Testing und Qualitätssicherung bis hin zur entsprechenden Schulung von Mitarbeitenden – dokumentiert diesen, führt ihn beim Kunden ein und steht bei Bedarf anschließend für Updates und Support zur Seite.

Der Weg von impuls ist dabei noch lange nicht zu Ende – schließlich wandelt sich auch die digitale Welt stetig. „Wir wollen unsere Beratungsleistungen im KI-Bereich und in neuen SAP-Lösungen wie Signavio oder Public Cloud ausbauen“, verrät Kukli. „So können wir unsere Kunden auch in Zukunft nachhaltig und vorausschauend beraten.“



IMPRESSUM

Herausgeber

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

Telefon 0221/ 99 1948 -300

business@fc.de

Ausgabe vom 23. Februar 2025

Verantwortlich

Philipp Türoff

Redaktion

Florian Janssen, Marius Reinig

Mitarbeit

Christian Kreckel

Art Direction

Susanne Wimmer

Druck

sourc-e GmbH
www.sourc-e.com

Fotos in dieser Ausgabe

Thomas Fähnrich

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

Infront

Alexander Reimann

Associate Director

0221/5887 02 -10

alexander.reimann@infrontsports.com

Stephanie Müller-Tsotsalas

Senior Manager Marketing

0221/5887 02 -33

stephanie.mueller-tsotsalas@infrontsports.com

Sebastian Busch

Manager Controlling,
Contracting & Organisation

0221/5887 02 -19

sebastian.busch@infrontsports.com

Christin Effler

Manager | Partnerships

0221/5887 02 -21

christin.effler@infrontsports.com

Angelique Brunow

Manager Sales

0221/5887 02 -14

angelique.brunow@infrontsports.com

Marius Reinig

Partnership Manager

0221/99 1948 -332

reinig@fc.de

Stefanie Otto

Partnership Managerin

0221/99 1948 -334

otto@fc.de

Justin Ebert

Manager Sales

0172 / 3830 149

justin.ebert@infrontsports.com

Jan-Phillip Niederau

Manager Sales

0221/5887 02 -11

jan-phillip.niederau@infrontsports.com

Elias Beissel

Associate, Sales

0174 / 9412 574

elias.beissel@infrontsports.com

Lara Denona

Associate Administration & Organisation

Ansprechpartnerin für VIP-Tageskarten

0221/5887 02 -15

lara.denona@infrontsports.com

TERMINE

MÄNNLICHE PROFIS

01.03. – 20.30 Uhr, Karlsruher SC – 1. FC Köln

08.03. – 13 Uhr, SSV Ulm – 1. FC Köln

15.03. – 20.30 Uhr, 1. FC Köln – SV Darmstadt 98

WEIBLICHE PROFIS

09.03. – 14 Uhr, 1. FC Köln – FC Bayern München

15.03. – 14 Uhr, TSG Hoffenheim – 1. FC Köln

NACHWUCHS

01.03. – 11 Uhr, U19 – FC Schalke 04

01.03. – 14 Uhr, Eintracht Frankfurt – U17

08.03. – 14 Uhr, 1. FC Bocholt – U21

08.03. – 15 Uhr, 1. FC Kaiserslautern – U17

09.03. – 11 Uhr, FC Bayern München – U19

15.03. – 11 Uhr, U17 – Karlsruher SC

15.03. – 14 Uhr, U21 – 1. FC Düren

GEBURTSTAGE

08.03. Bernd Eibler (31)

11.03. Jusuf Gazibegovic (23)

21.03. Mathias Olesen (24)

dkf event SOLUTION



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



Für jeden Anlass die richtige
Berufskleidung

ALSCO®

Handwerk | Industrie | Gastro / Hotel



**BUSINESS-CLUB
PARTNER**

Berufsbekleidung für Ihre Branche
im Leasing-Service
Jetzt informieren:

