

BUSINESS ECHO



DAS PARTNERMAGAZIN DES 1. FC KÖLN

Saison 2025/2026

FC-BUSINESS TREFF
HÄTZLICH WILLKUMME
SCHÖN, DAT IHR HE SID

9



PARTNER 1. FC KÖLN

HAUPTPARTNER



NAMENSGEBER STADION



AUSRÜSTER



ÄRMELPARTNER



TECHNOLOGIEPARTNER



EXKLUSIVPARTNER



PREMIUMPARTNER



GEIßBOCKPARTNER



LIEBE PARTNER & FÖRDERER DES FC,

vor dem letzten Heimspiel der Bundesliga-Saison 2025/26 möchte ich mich stellvertretend für den gesamten Verein für die großartige Unterstützung aus dem Partner-Netzwerk in der aktuellen Spielzeit bedanken. Gemeinsam haben wir gejubelt und gelitten, gefeiert und getrauert. Vor allem haben wir aber eindrucksvoll bewiesen, warum wir im Frauen-, Männer- und Nachwuchsfußball, beim sozialen Engagement auf und abseits des Platzes sowie in der Aktivierung von Mitgliedern und Fans erstklassig sind.

Den Auftakt machte im vergangenen August die Veröffentlichung des Ausweichtrikots im Dom-Design – auf den Tag 777 Jahre nach der Grundsteinlegung des Kölner Wahrzeichens. Mit mehr als 60.000 verkauften Exemplaren pulverisierte das schwarze Trikot sämtliche bisherigen Absatzzahlen der Club-Historie. Unsere U19 begeisterte mit überragenden Leistungen in der UEFA Youth League und stellte mit 50.000 Fans im RheinEnergieSTADION beim Sechzehntelfinal-Heimspiel gegen Inter Mailand einen Europa-Rekord auf.

Die FC-Frauen spielen die erfolgreichste Saison aller Zeiten und wurden am vergangenen Wochenende beim Highlightspiel auf großer Bühne in

Müngersdorf zurecht für diese Leistung gefeiert. Gemeinsam mit unseren Männern erlebten wir eine Achterbahnfahrt der Gefühle, doch die FC-Familie stand zusammen – immer in dem Wissen, dass die Jungs gut genug sind, um unseren Club in der Liga zu halten. Die FC-Stiftung ist im Doppelpass mit der Aktion Mensch laut geworden für mehr Inklusion im Sport und der Gesellschaft, unser Blindenfußball-Team feierte sogar seine Premiere in der Bundesliga – was für ein schöner Meilenstein.

Liebe Partner und Förderer, mit Eurer bedingungslosen Unterstützung habt Ihr einen wichtigen Teil dazu beigetragen, dass wir all das gemeinsam erreicht haben. Wir wünschen Euch eine erholsame Pause und freuen uns, Euch in der Saison 2026/27 wiederzusehen und in allen Themenfeldern neu anzugreifen!

Come on FC!

Beste Grüße



Philipp Liesenfeld
Geschäftsführer



INHALT

④ FC-BusinessTreff

Bowlen und Netzwerken

⑥ Einheitliche Plattformstrategie

FC digital erleben

⑤ Höhepunkt des Inklusionsspieltags

**Inklusionssong
„Zusammen laut“
feiert Live-Premiere**

⑤ FC-Businessclubpartner
dkf event Solution

Die Familie im Betrieb





FC-BUSINESS TREFF
HÄTZLICH WILLKUMME
SCHÖN, DAT IHR HE SID



FC-BusinessTreff

BOWLEN UND NETZWERKEN

Der 1. FC Köln hat zum ersten BusinessTreff im Jahr 2026 eingeladen und rund 150 Partner im Pin-Up Bowling Center in Bornheim empfangen. Neben Strikes und Spares bot der Abend viel Raum zum Austausch untereinander – und einen exklusiven Talk mit Cheftrainer René Wagner und Thomas Kessler.

Der 1. FC Köln bietet seinen Partnern ein exklusives Netzwerk und legt dabei großen Wert auf eine lebendige und vertrauensvolle Zusammenarbeit, die Mehrwert für beide Seiten schafft. Aus diesem Grund organisiert der FC regelmäßig Partnertreffen, um den Austausch und die Vernetzung untereinander zu fördern. Zu einem besonderen Treffen dieser Art lud der Verein Mitte April Vertreterinnen

und Vertreter seiner Partner zum Network-Bowling ins Pin-Up Bowling Center in Bornheim ein.

Rund 150 Partner aus den verschiedensten Branchen und Größen waren der Einladung gefolgt, um in lockerer Atmosphäre bei einigen Runden Bowling miteinander ins Gespräch zu kommen und neue Kontakte zu knüpfen. „Der regelmäßige Austausch mit unseren Partnern ist uns sehr wichtig. Mit Events wie diesem bieten wir ihnen gerne die Möglichkeit, sich über aktuelle Entwicklungen im Verein zu informieren und sich ausführlich mit FC-Vertretern zu unterhalten. Wir wollen für unser Partnernetzwerk eine Plattform sein, die gewinnbringend für alle Seiten ist und den Kontakt untereinander bestärkt“, sagt Florian Dederichs, Bereichsleiter B2B-Vermarktung beim FC.

Talks mit Kessler, Liesenfeld und Wagner

Gemeinsam mit Anouk Esbati, Leiterin B2B-Partnermanagement & Internationalisierung beim FC, eröffnete Dederichs den Partnertreff. Dann ging es





schon an die Kugeln, Partner und FC-Verantwortliche bowlten in zwei Spielrunden um die Wette – jeweils in zugelosten Teams, um den Netzwerkcharakter der Veranstaltung weiter zu stärken.

Die Siegerehrung übernahm Philipp Liesenfeld, Geschäftsführer Marketing & Vertrieb, der die Runde zugleich über den Stand beim Ausbau der Eigenvermarktung informierte. Nachdem sie auf der Bahn vollen Einsatz gezeigt hatten, gaben zudem Cheftrainer René Wagner und Thomas Kessler, Geschäftsführer Sport, im Talk mit Pressesprecherin Lil Zercher Einblicke in die aktuelle Situation der Profis und die

Zielsetzung für die kommenden Wochen. Anschließend ging der Austausch unter den Gästen bei Snacks und kalten Getränken nahtlos weiter – und auf der den ganzen Abend verfügbaren Bahn des Pin-Up Bowling Centers wurde noch der ein oder andere Strike geworfen. „Es war ein sehr gelungener Abend mit vielen guten Gesprächen in entspannter Atmosphäre“, sagt Philipp Liesenfeld. „Der persönliche Austausch mit unseren Partnern ist uns wichtig – solche Events leisten dazu einen wertvollen Beitrag.“



Einheitliche Plattformstrategie

FC DIGITAL ERLEBEN

Mit der ständigen Weiterentwicklung der fc.de sowie der FC-App und einer Optimierung des Online-Fanshops baut der 1. FC Köln seine digitale Plattform konsequent aus. Ziel ist es, dass Fans den Verein auch digital authentisch erleben können.

Digitale Medien sind fest im Alltag der Menschen verankert – deswegen braucht es zeitgemäße Konzepte, um die relevanten Zielgruppen erfolgreich anzusprechen. Auf die veränderten Ansprüche seiner Fans reagiert der FC mit einer breit angelegten Plattformstrategie, die das digitale Fanerlebnis optimieren soll. Zusammen mit starken Partnern arbeitet der Verein daran, die Emotionen rund um den 1. FC Köln über alle digitalen Kanäle hinweg authentisch zu transportieren.

Relaunch der digitalen Heimat

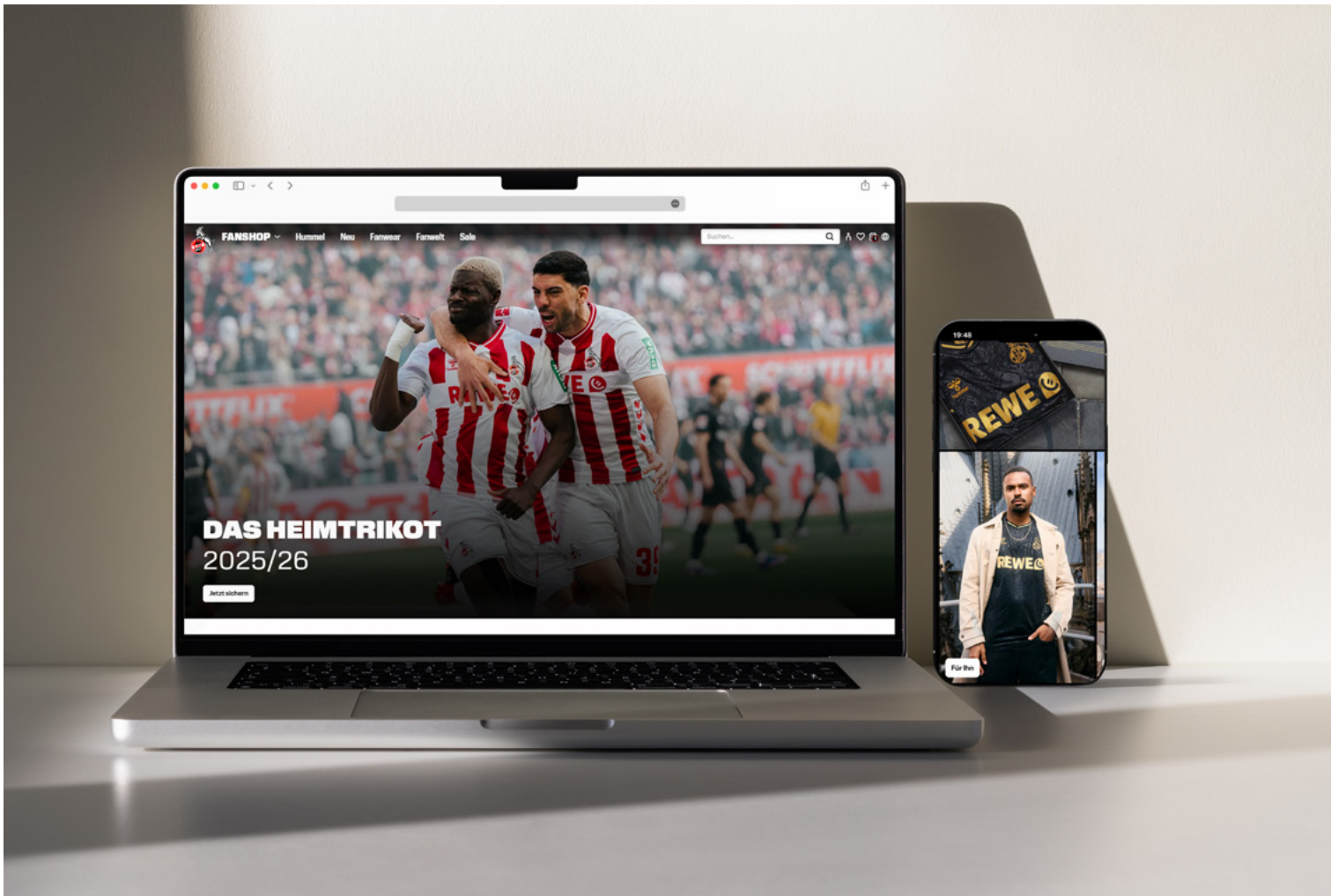
Ein großer Schritt auf diesem Weg war der erfolgreiche Relaunch der fc.de sowie der FC-App im Oktober 2023, die seitdem das Fundament der digitalen FC-Welt bilden. Beide basieren auf dem Headless Content Management System Contentful. Dabei stand die Deutsche Telekom dem FC als starker Technologiepartner zur Seite. Seine digitale Heimat entwickelt der FC seitdem stetig weiter – nicht zuletzt die Integration von FC-TV und dem Liveticker auf der fc.de sowie deutlich ausgebaut

Livedaten bei FC-Spielen machen die Website zur zentralen Anlaufstelle für die Fans, wenn es um Informationen und News rund um den Verein geht.

Parallel dazu baut der FC seine App in enger Zusammenarbeit mit der Agentur Next Munich gezielt aus. Als mobiler Spieltagsbegleiter liefert die App alle News aus erster Hand – von den Aufstellungen über den Liveticker bis hin zum FC-Radio. Ergänzt wird die Anwendung durch interaktive Features wie Quizze und Umfragen. Die mobile Ticketintegration sowie der digitale Mitgliedsausweis schaffen zudem ein ganzheitliches und komfortables Fanerlebnis.

Nahtlose Integration des Fanshops

Der nächste Meilenstein in der einheitlichen Plattformstrategie: die Integration des FC-Fanshops direkt in fc.de. Damit bündelt der FC seine digitalen Touchpoints noch stärker. Die Grundlage hierfür bildet die E-Commerce-Lösung Shopify. Das neue Angebot entwickelte der FC in enger Zusammenarbeit mit der Kölner Digitalagentur Nexum. Der



Livegang ist für Juni 2026 vorgesehen. Neben dem Onlineshop für alle FC-Fans wird es auch ein spezialisiertes Angebot für Händler geben.

„Wir wollen ein digitaler Vorreiter sein und haben dafür in den vergangenen Jahren eine deutlich bessere Basis geschaffen: eine neue Website, eine neue App und bald einen neuen E-Commerce-Store“, sagt FC-Geschäftsführer Philipp Liesenfeld. „Jetzt geht es darum, Inhalte stärker zu verbreiten und Reichweite aufzubauen. Gleichzeitig schau-

en wir auf neue Technologien wie KI, die uns effizienter machen können – etwa bei Content oder Partnerangeboten.“

Schließlich ist die gezielte Einbindung von Partnern ein weiterer zentraler Bestandteil der digitalen Strategie des FC. Die Plattform des Vereins bietet attraktive Flächen und vielfältige Integrationsmöglichkeiten, die es Partnern ermöglichen, ihre Marken sichtbar zu platzieren und die digitale FC-Welt aktiv mitzugestalten.

Höhepunkt des Inklusionsspieltags

INKLUSIONSSONG „ZUSAMMEN LAUT“ FEIERT LIVE-PREMIERE

Der FC-Inklusionsspieltag Mitte April gegen Werder Bremen hat in vielfältiger Weise das Motto „Zusammen laut für Inklusion“ der diesjährigen Saisonpartnerschaft „FC-Doppelpass“ zwischen dem 1. FC Köln, seiner Stiftung und der Sozialorganisation Aktion Mensch erlebbar gemacht. Das gemeinsame Ziel der Partnerschaft ist es, Inklusion über den Sport mitten in die Gesellschaft zu tragen.

Den Auftakt des einzigartigen Tages bildete das Freundschaftsspiel zwischen den Inklusionsteams auf der Ostkampfbahn neben dem RheinEnergieSTADION am Sonntagvormittag. Menschen mit und ohne Behinderung erlebten in einer Partie, die allen Beteiligten sichtlich Spaß bereitete, die verbindende Kraft des Fußballs. Ab 13.30 Uhr gingen Menschen mit Behinderung gemeinsam mit FC-Mitarbeitenden auf Tour im RheinEnergieSTADION: Im Job-Tandem gab es exklusive Einblicke in die Arbeitsabläufe der Security, der Volunteers, der Fanshops, des Pänzclubs, der Fußballschule, der Hospitality sowie des Caterings in den Tribünen- und Business-Bereichen. Um 15.30 Uhr begleiteten Spiele-

rinnen und Spieler der Inklusionsteams die Profis beim Einlaufen.

Gänsehaut-Auftritt im RheinEnergieSTADION

Höhepunkt des Inklusionsspieltags war die Live-Premiere des Songs „Zusammen laut“, den Henning Krautmacher, Musiker und Kuratoriums-Mitglied der FC-Stiftung, eigens für die „Doppelpass“-Saisonpartnerschaft geschrieben hat. Der ehemalige Hühner-Frontmann hatte bei der Präsentation des Inklusionssongs prominente Unterstützerinnen und Unterstützer wie Annette Frier, Kristina Vogel, Guido Horn, Joana Zimmer, Shary Reeves sowie viele weitere Mitwirkende mit und ohne Behinderung. Mit Jonas Hector, Mark Uth und Stephan Engels wirkten auch prägende Persönlichkeiten des 1. FC Köln bei der Songaufnahme mit und standen damit stellvertretend für das, was den Club ausmacht: Beim FC wird Inklusion von allen gelebt – auf und neben dem Platz. Der Song „Zusammen laut“ kann über den ersten QR-Code via Spotify gestreamt werden. Über den zweiten QR-Code geht es zur Geschichte hinter der Entstehung des Inklusions-Projekts.



^
Doku zur Aktion



^
Der Song auf Spotify

FC-Businessclubpartner dkf event Solution

DIE FAMILIE IM BETRIEB

Das Jahr 2004, ein kleines Büro in Ehrenfeld: Mit nur einem Mitarbeiter und einer Lagerhalle für das Nötigste legte Ralf Franz hier den Grundstein für ein echtes Familienunternehmen. Zunächst als deko-konzept franz, seit Anfang 2023 als dkf event Solution, ist der FC-Businessclubpartner darauf spezialisiert, das gesamte Dienstleistungsspektrum für ein Event aus einer Hand anzubieten – von der Konzeption über die Konstruktion der Bauten und Bühnen sowie die Eventausstattung, Dekoration und Floristik bis hin zur Umsetzung und Koordination vor Ort.

Drei Jahre nach der Gründung stieg Ralfs Ehefrau Sally Franz mit in das Unternehmen ein, seitdem führen beide den Betrieb als gemeinsame Geschäftsführer. Mittlerweile sind sogar noch weitere Familienmitglieder dabei: Neben Sallys Schwester Nicki Kierdorf, die im Bereich Konzeption/Kreation arbeitet, steht mit Luis schon die nächste Generation in den Startlöchern.

Sohn als Auszubildender

Der älteste Sohn von Ralf und Sally absolviert aktuell seine Ausbildung im Betrieb seiner Eltern. Das war lange Zeit nicht abzusehen: „Zu Schulzeiten war ihm hier in Langenfeld, wo unser Unternehmen recht bekannt ist, die Nähe zum elterlichen Betrieb eher unangenehm“, erinnert sich Sally. Der Wendepunkt kam kurz nach der Pandemie, als die starke Auftragslage hohe personelle Kapazitäten erforderte. „Ralf war bereits für diverse Konzertproduktionen gebucht, gleichzeitig stand aber eine deutschlandweite Roadshow für einen anderen Kunden an“, erzählt Sally. „Luis hatte zu dieser Zeit Sommerferien und einfach gesagt: ‚Okay, weißt du was? Ich fahre mit und helfe dir.‘ Da hat er dann zum ersten Mal das Unternehmen wirklich von innen gesehen und erlebt, was genau wir eigentlich tun.“

Kein Druck, viel Vertrauen

Zwei Jahre danach fiel die Entscheidung zur Ausbildung bei dkf. Ein Moment, der auch Stolz bei den



Eltern auslöste – gerade, weil sich Luis frei von Druck entschieden hatte. „Meine Eltern haben mir immer klar gespiegelt, dass ich komplett frei darin bin, wie meine berufliche Zukunft aussieht. Das gilt auch für die Zeit nach meiner Ausbildung“, sagt Luis. So ist seine Lehrzeit bei dkf bewusst breit angelegt, neben den internen Stationen arbeitet er auch in Partnerunternehmen, um unterschiedliche Blickwinkel kennenzulernen – von der Location- bis zur Veranstalterseite. „Die Möglichkeiten in der Eventbranche sind vielfältig. Entsprechend soll er die Chance haben, für sich herauszufinden, welcher Job am besten zu ihm passt“, ergänzt Ralf. „Wir wollen ihn nicht in eine bestimmte Richtung lenken und haben auch keinerlei Erwartungen an ihn, dass er das Unternehmen später übernimmt.“

Seine Abschlussprüfung absolviert Luis Anfang 2027. Spätestens dann wird klar sein, ob er im Familienbetrieb bleibt oder er sich eine neue Herausforderung sucht. Offen ist auch der Weg seines jüngeren Bruders Piet, der aktuell noch zur Schule geht. Unabhängig von den Entscheidungen der beiden zeigt das Beispiel von dkf event Solution, wie es mit mehreren Generationen in inhabergeführten Familienbetrieben funktionieren kann: ohne Druck, mit klarer Kommunikation und viel Vertrauen.

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 10. Mai 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

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 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
0 221 - 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
0 221 - 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-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

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!



Für jeden Anlass die richtige
Berufskleidung

ALSCO®

Handwerk | Industrie | Gastro / Hotel



**BUSINESS-CLUB
PARTNER**

Berufsbekleidung für Ihre Branche
im Leasing-Service
Jetzt informieren:

