

BUSINESS ECHO



DAS PARTNERMAGAZIN DES 1. FC KÖLN

Saison 2025/2026



Handwerk | Industrie | Gastro / Hotel

PARTNER 1. FC KÖLN

HAUPTPARTNER



NAMENSGEBER STADION



AUSRÜSTER



ÄRMELPARTNER



TECHNOLOGIEPARTNER



EXKLUSIVPARTNER



PREMIUMPARTNER



GEIßBOCKPARTNER



LIEBE PARTNER & FREUNDE DES FC,

die ersten Wochen im neuen Jahr standen beim FC im Zeichen der Begegnung und des Austausches. Neben zahlreichen Heimspielen boten ein Workshop Mitte Januar im Geißbockheim, die traditionelle FC-Karnevalssitzung und die Tribüne am Rosenmontag direkt am Zochweg am Heumarkt die Gelegenheit, sowohl in konzentrierter als auch in geselliger Runde über die Ideen und Pläne für 2026 ins Gespräch zu kommen.

Beim Workshop schärften wir gemeinsam das Bewusstsein dafür, wie integrierte Aktivierungen, technologische Innovationen und kreative Inhalte echten Mehrwert für Partner, Verein und Fans schaffen können. Und der Karneval ist für uns als förderndes Mitglied im Festkomitee Kölner Karneval fester Bestandteil unserer Identität. Dementsprechend wird die jecke Zeit auch im Zusammenspiel mit unseren Partnern gelebt und geliebt. Die einzigartigen Momente, die wir in der FC-Familie im Fastelovend teilen, sind Ausdruck der kölschen Lebensfreude, die unser Handeln stets begleitet und damit auch die Zusammenarbeit mit dem Netzwerk prägt.

Dass wir als Verein Höhepunkte mit großer Strahlkraft setzen können, haben wir jüngst beim ausverkauften Sechzehntelfinale in der UEFA Youth League eindrucksvoll bewiesen. Nur wenige Tage

später haben wir das nächste Highlight angekündigt: Am Samstag, 2. Mai 2026, 13 Uhr, empfangen die FC-Frauen den SV Werder Bremen im RheinEnergieSTADION. Die Bundesligapartie wird wieder in ein großes Fußballfest für Familien und Fans eingebettet sein.

Wir haben richtig Bock, unseren Kölschen Mädchen die Bühne zu bereiten, die sie in der jetzt schon erfolgreichsten Bundesliga-Saison der Vereinsgeschichte verdient haben – und sind fest davon überzeugt, dass wir dieses Vorhaben in den kommenden Wochen gemeinsam mit unseren Partnern zum Erfolg führen werden. Nun gilt unsere volle Unterstützung aber erst einmal unseren Jungs im Heimspiel gegen Hoffenheim. Auf dass wir wieder etwas Zählbares auf dem Weg zum Klassenerhalt verbuchen können:

Come on FC!

Beste Grüße



Philipp Liesenfeld
Geschäftsführer



INHALT

- ④ Führungstrio verantwortet strategische Neuausrichtung

FC stellt Geschäftsführung für die Zukunft auf

- ⑤ Partner-Workshop am Geißbockheim

Gemeinsam weiterdenken

- ⑥ Highlightspiel der FC-Frauen

Kölsche Mädchen im RheinEnergieSTADION



- ⑧ Gastronomie beim FC

Ganzheitlich nachhaltig

- ⑨ FC-Businessclubpartner Alisco

Ausbildung mit Zukunft

Führungstrio verantwortet strategische Neuausrichtung

FC STELLT GESCHÄFTSFÜHRUNG FÜR DIE ZUKUNFT AUF

Der 1. FC Köln stellt seine Führungsstruktur langfristig auf: Der bisherige Sportdirektor Thomas Kessler rückt als Geschäftsführer Sport in die ab sofort wieder dreiköpfige Geschäftsführung auf und unterschreibt einen Vertrag bis 2028. Gleichzeitig hat der Vorstand den Vertrag mit Philipp Türoff vorzeitig bis 2029 verlängert und ihn zum Kaufmännischen Geschäftsführer und Sprecher der Geschäftsführung ernannt.

Gemeinsam mit Philipp Liesenfeld, der bereits seit 2012 in verschiedenen Funktionen für den FC tätig ist und im Mai 2025 zum Geschäftsführer Marketing & Vertrieb berufen wurde (Vertrag bis 2028), ist die Geschäftsführung des 1. FC Köln damit langfristig formiert. Da auch der Vorstand um Präsident Jörn Stobbe sowie die Vizepräsidenten Jörg Alvermann und Ulf Sobek von der Mitgliederversammlung bis 2028 ins Amt berufen sind, setzt der Verein ein Zeichen für Stabilität und personelle Kontinuität. Mit den Personalentscheidungen schafft der 1. FC Köln die strukturellen Voraussetzungen, um die strategischen Ziele erfolgreich umzusetzen.

Thomas Kessler: **Gesamtverantwortung für den Sport**

In seiner neuen Funktion verantwortet Thomas Kessler ein breites Portfolio: Neben dem Lizenzspielerbereich und dem Scouting fallen auch die

FC-Frauen, der sportliche und administrative Bereich der FC-Akademie sowie die medizinische Abteilung in seine Zuständigkeit. „Den Weg vom Jugendspieler bis in die Verantwortung als Geschäftsführer Sport dieses besonderen Vereins gehen zu dürfen, ist für mich ein großes Privileg und zugleich eine enorme Verpflichtung“, sagt Kessler. „In den vergangenen Monaten haben wir gemeinsam eine klare sportliche Ausrichtung und Struktur erarbeitet. Jetzt geht es darum, diese Inhalte konsequent mit Leben zu füllen und nachhaltig weiterzuentwickeln.“

Philipp Türoff: Kontinuität und Sprecherrolle

Als klares Zeichen für Stabilität hat der Vorstand zudem die Zusammenarbeit mit Philipp Türoff langfristig ausgeweitet. Türoff ist seit dem 1. Januar 2022 für die Finanzen und Administration am Geißbockheim verantwortlich und wird künftig als Kaufmännischer Geschäftsführer zusätzlich die Rolle des Sprechers der Geschäftsführung ausüben. Dazu sagt er: „Ich bin sehr gerne beim FC und vollkommen überzeugt, dass wir mit Mut, Fleiß und guten Ideen in Zukunft noch viel mehr erreichen können. Mit der Planungssicherheit werden wir die nächsten Schritte und vor allem auch langfristigen Projekte gemeinsam konsequent vorantreiben.“



Partner-Workshop am Geißbockheim

GEMEINSAM WEITERDENKEN



Der 1. FC Köln legt innerhalb seiner Partnerschaften Wert auf eine lebendige und vertrauensvolle Zusammenarbeit, die Mehrwert für beide Seiten schafft. Um neue Impulse zu setzen und durch gemeinsame Inspiration und den Austausch untereinander kreative Ideen zur Aktivierung im Sportbereich zu finden, lädt der Verein seine Partner regelmäßig zu Workshops ein – der erste im Jahr 2026 fand Mitte Januar am Geißbockheim statt.

Nach der Begrüßung durch FC-Geschäftsführer Philipp Liesenfeld, der Vorstellung von Florian Dederichs als neuer Bereichsleiter für die B2B-Vermarktung beim 1. FC Köln und einem kurzen Update zum Stand der Eigenvermarktung des Vereins blickten die rund 35 Teilnehmenden auf den Partnerworkshop des Sommer-Trainingslagers zurück. Damals arbeiteten beide Seiten gemeinsam heraus, wie sie sich moderne Vermarktung vorstellen: individuell zugeschnittene Angebote, die konsequente Nutzung digitaler Kanäle sowie ein tiefes Verständnis für die Geschäftsmodelle, Marken und Produkte der Partner, um passende Angebote platzieren zu können – mit Content Creation und Storytelling als tragende Säulen.

Best-Practice-Cases zu den Themen Multichannel- Aktivierungen und Digitalisierung

Wie das funktionieren kann, zeigen zwei Best-Practice-Kampagnen, die der FC im Anschluss vorstellte. So setzte der Verein gemeinsam mit Rituals eine digitale Multichannel-Kampagne unter dem Claim „Entdecke die Stärke deiner Routinen“ über sämtliche relevanten FC-Kanäle um – vom Kampagnen-

film mit Ron-Robert Zieler über Social-Media-Formate mit persönlichen Einblicken der Spieler in ihre eigenen Routinen bis hin zu interaktiven Elementen in der FC-App. Die Aktivierung sorgte für Fan-Engagement und Nähe und machte die Marke im FC-Kosmos an vielen verschiedenen digitalen Touchpoints erlebbar.

Das zweite Positivbeispiel sind die beiden technologischen Leuchtturmprojekte, mit denen der FC gemeinsam mit der Deutschen Telekom das Stadionerlebnis und die digitale Welt verschmelzen lässt. In der Pilotphase sind aktuell die „Innovation Seats“ – Plätze im RheinEnergieSTADION, auf denen Fans über ein iPad, auf dem eine speziell entwickelte und nicht öffentlich verfügbare App läuft, direkt am Platz Zugriff auf exklusive Inhalte in Echtzeit erhalten. Ergänzt werden soll dieses Konzept durch eine hybride VR-Stadiontour, die den realen Rundgang durch die FC-Heimspielstätte um digitale Elemente erweitert und damit einzigartige Einblicke hinter die Kulissen eröffnet.

„Die Teilnahme am Workshop hat uns sehr viel Spaß gemacht – die gezeigten Aktivierungsbeispiele waren spannend und auch die Möglichkeit zum Austausch unter den Partnern war enorm wertvoll“, sagte im Anschluss Jörg Volle, Senior Kommunikationsmanager Werbung/Sponsoring bei der RheinEnergie. So zeigen die beiden Beispiele, wie integrierte Aktivierungen, technologische Innovationen und kreative Inhalte echten Mehrwert für Partner, Verein und Fans schaffen können – ein Anspruch, den der FC auch in kommenden Projekten stets vor Augen hat.

Highlightspiel der FC-Frauen

KÖLSCHE MÄDCHEN IM RHEINENERGIESTADION

Die FC-Frauen betreten wieder die große Bühne. Am Samstag, 2. Mai 2026, empfangen die Kölsche Mädchen den SV Werder Bremen um 13 Uhr im RheinEnergieSTADION. Die Bundesligapartie wird wieder in ein großes Fußballfest für Familien und Fans eingebettet sein.

Bei der Highlightspiel-Premiere der FC-Frauen im RheinEnergieSTADION im Jahr 2023 strömten 38.365 Fans zur Partie gegen Eintracht Frankfurt und sorgten für einen damaligen Zuschauerrekord in der Frauen-Bundesliga. Ein Jahr später kamen 30.123 Fußballbegeisterte zum 2:1-Heimsieg gegen Werder Bremen und auch gegen den FC Bayern München schafften im vergangenen Jahr 35.711 Besucherinnen und Besucher eine unvergessliche Atmosphäre im RheinEnergieSTADION. Nun laden die FC-Frauen alle Fans zur vierten Auflage des Highlightspiels ein.

Mutiger und attraktiver Fußball

Das diesjährige Fußballfest findet am Samstag, 2. Mai 2026, zum Spiel gegen den SV Werder Bremen statt. Anstoß ist um 13 Uhr. „Wir freuen uns sehr darauf, dass unsere Kölsche Mädchen zum vierten Mal im RheinEnergieSTADION antreten“, sagt FC-Geschäftsführer Philipp Liesenfeld. „Auf die Kölnerinnen und Kölner ist Verlass – deshalb freuen wir uns darauf, dass sie die FC-Frauen wieder zahlreich im Stadion unterstützen werden und auch das vierte Highlightspiel zu einem unvergesslichen Erlebnis für die Spielerinnen und alle Fans im Stadion werden lassen.“





Die FC-Frauen zeigen in dieser Saison mutigen und attraktiven Fußball. Mit 24 Punkten stellten sie bereits am 15. Spieltag einen Rekord der FC-Historie auf. Noch nie haben die FC-Frauen so viele Punkte in der Google Pixel Frauen-Bundesliga geholt – und sie haben noch viel vor. „Die bisherigen Highlightspiele waren echte Fußballfeste. Daran wollen wir anknüpfen und erneut für ein besonderes Erlebnis auf und neben dem Platz sorgen. Beide Mannschaften befinden sich in Topform, und unser Team wird alles daransetzen, dass das Trömmelche im Stadion erklingt und unsere Fans Grund zum Jubeln haben. Gänsehaut ist von der ersten bis zur letzten Minute garantiert“, sagt Nicole Bender-Rummler, Bereichsleiterin Frauenfußball & FC-Akademie weiblich.

Buntes Rahmenprogramm

Auch im Vorfeld der Partie wird den Besucherinnen und Besuchern in Kooperation mit der deutschen Telekom, Hauptpartner der FC-Frauen, sowie den Premiumpartnern DEVK, Reissdorf Alkoholfrei, SAP und Schaebens einiges geboten. Auf den Stadionvorwiesen wird es wieder ein buntes Rahmenprogramm für die ganze Familie geben. Tickets für die Partie gibt im Ticket-Onlineshop des 1. FC Köln. Sie kosten in sechs Preiskategorien zwischen sieben Euro im Stehplatzbereich (ermäßigt fünf Euro) und 25 Euro in der besten Sitzplatzkategorie. Ein VIP-Erlebnis erhält man für 141,61 Euro für einen Business Seat und 153,51 Euro für eine Logenkarte.



GANZHEITLICH NACHHALTIG

Weil dem 1. FC Köln ein schmackhaftes, hochwertiges und nachhaltiges Speisenangebot bei seinen Heimspielen nicht Wurst ist, hat ein echter Klassiker ein Upgrade erhalten: Gastropartner Remagen liefert die Stadionwurst seit Beginn der Rückrunde in Bio-Qualität und erfüllt damit den Wunsch zahlreicher FC-Fans. Bei einer Umfrage unter Besucherinnen und -besuchern der FC-Heimspiele hatten 80 Prozent der Teilnehmenden geantwortet, dass ihnen eine artgerechte Tierhaltung wichtig sei.

Remagen versorgt die FC-Fans bereits seit der Saison 2002/2003 mit der Stadionwurst und ist damit ein langjähriger Begleiter des 1. FC Köln. „Die Partnerschaft wird gelebt und ständig neu erfunden, vertrauensvoll und mit vielen kreativen Ideen. Die Stadionwurst in Bio-Qualität anzubieten, ist aufgrund der allgemein gestiegenen Nachfrage nach nachhaltigen Fleischprodukten ein logischer Schritt, bei dem wir den FC gerne unterstützen“, sagt Geschäftsführerin Nina Remagen.

Weiterer Schritt zu nachhaltigerem Speisenangebot

Die Bratwurst, Krakauer und Currywurst werden sowohl im RheinEnergieSTADION als auch im Franz-Kremer-Stadion in Bio-Qualität nach EG-Öko-Verordnung angeboten. Nach der Übernahme des Caterings in der vergangenen Saison geht der FC

damit einen weiteren wichtigen Schritt auf dem Weg zu einem nachhaltigeren Speisenangebot. Im Businessbereich West beträgt der Bio-Anteil an allen Speisen bereits mehr als 80 Prozent – eine Marke, die der FC bis zur Saison 2027/28 im gesamten Businessbereich erreichen möchte. Schließlich bewirkt der Verein in der Gastronomie jährlich mehr als eine Million Menschen – da sich dabei Einkauf, Verarbeitung und Entsorgung von Lebensmitteln auch unmittelbar auf die Umwelt und die Gesellschaft auswirken, möchte der FC die negativen Auswirkungen entlang der Lieferkette weiter minimieren und das gastronomische Angebot geschmackvoll und nachhaltig gestalten.

„Wir möchten Nachhaltigkeit noch ganzheitlicher in unserer Gastronomie denken. Das bedeutet für uns alle sozialen, gesundheitsrelevanten, umwelt- und tierwohlbezogenen Aspekte in der Wertschöpfungskette in Einklang mit wirtschaftlichen und kundenorientierten Ansprüchen des FC zu bringen. Das ist kein einfacher Weg, aber wir gehen ihn Schritt für Schritt“, sagt Gerhard Reimholz, Leiter Business Catering beim FC. „Unser Ziel bleibt immer ein hochwertiges und kundenorientiertes Angebot, das unsere Gäste mit gutem Gewissen genießen dürfen. Schließlich stärkt ein nachhaltiger Gastronomieansatz auch das Vertrauen und die Verbindung zu unseren Gästen und Partnern.“



FC-Businessclubpartner AlSCO

AUSBILDUNG MIT ZUKUNFT

Um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, setzen viele Unternehmen stark auf die Berufsausbildung. Doch auch die Rekrutierung von Auszubildenden gestaltet sich oftmals schwierig. Umso wichtiger wird es, der qualifizierten Ausbildung und nachhaltigen Entwicklung junger Talente einen hohen Stellenwert einzuräumen – ein gelungenes Beispiel dafür ist FC-Businessclubpartner AlSCO.

„Wir verstehen Ausbildung nicht nur als Einstieg ins Berufsleben und als Investition in die fachliche und persönliche Entwicklung, sondern auch als Teil unserer sozialen Verantwortung, jungen Menschen eine gute berufliche Zukunft zu ermöglichen“, sagt AlSCO-Geschäftsführer René Schneider. „Mit einem ganzheitlichen Ausbildungskonzept schaffen wir attraktive Rahmenbedingungen und eröffnen vielfältige Perspektiven für Auszubildende und dual Studierende.“ So erhalten Interessierte über eine eigene Ausbildungs-Landingpage der Karriereseite des Unternehmens einen Überblick über alle angebotenen Ausbildungsberufe, Informationen zu Entwicklungsmöglichkeiten und Benefits. Ziel ist es, ihnen frühzeitig Orientierung zu geben und sie aktiv bei ihrer Berufsentscheidung zu unterstützen.

Umfangreiches Ausbildungskonzept

Seit dem vergangenen Jahr hat AlSCO sein Ausbildungsangebot durch eine Kooperation mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) in

Mannheim erweitert, durch die theoretische Studieninhalte und praktische Erfahrungen miteinander verzahnt werden. Die Studierenden sind von Beginn an in betriebliche Abläufe eingebunden und können ihr Wissen direkt im Arbeitsalltag anwenden – so werden sie gezielt auf die Anforderungen des Berufslebens vorbereitet.

Ergänzt wird das umfangreiche Ausbildungskonzept durch ein jährlich stattfindendes Talent-Camp, bei dem alle Auszubildenden und dual Studierenden aus den deutschen Niederlassungen von AlSCO zusammenkommen. Im Fokus stehen Austausch, Netzwerken, Team-Building sowie persönliche Weiterentwicklung – jährlich wechselnde Schwerpunktthemen, zuletzt Women Empowerment und Chancengleichheit, setzen dabei gezielt Impulse. Als speziellen Anreiz haben Auszubildende und dual Studierende von AlSCO darüber hinaus die Chance, für besonders gute Leistungen das „Talent-Car“ des Unternehmens kostenfrei zu nutzen – ein vollelektrisches Fahrzeug als Zeichen der Wertschätzung.

Mit all diesen Maßnahmen zeigt AlSCO, dass die Ausbildung fest in der Unternehmenskultur verankert ist. Der FC-Partner bietet seinen Talenten neben einer fundierten Ausbildung auch langfristige Perspektiven und die Möglichkeit, ihre berufliche Zukunft aktiv mitzugestalten. Weitere Informationen gibt es unter www.alsco-karriere.de.



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 21. Februar 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
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-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



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:

