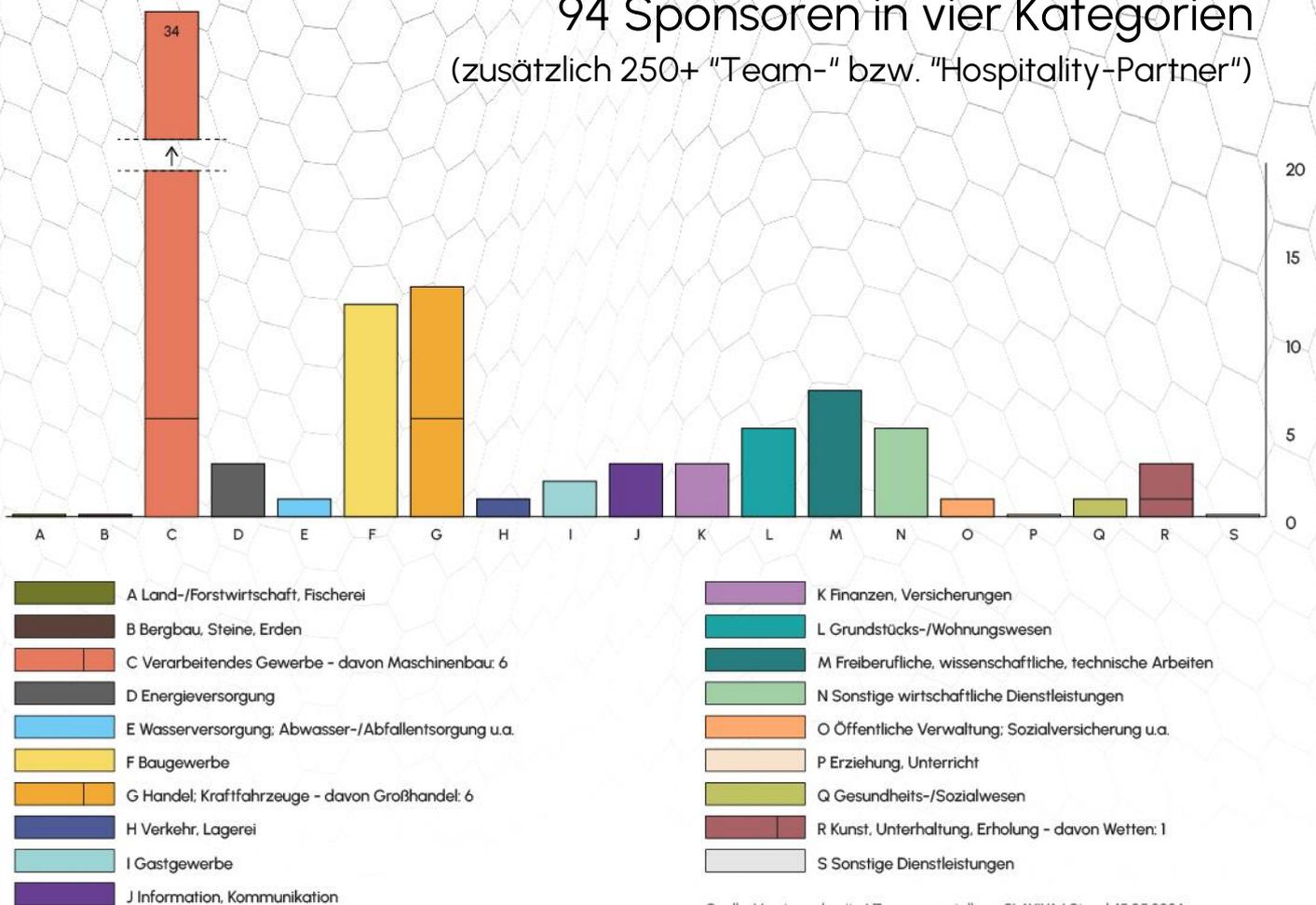


94 Sponsoren in vier Kategorien (zusätzlich 250+ "Team-" bzw. "Hospitality-Partner")



Kategorie: > Business / Sponsoring

„... Der SC Freiburg ist immer schon eine ganz besondere Adresse im Bundesligafußball. Unternehmen schätzen den SC als reichweitenstarke, authentische Kommunikationsplattform, die wir als Verein in der Eigenvermarktung gemeinsam mit Ihnen zum Leben erwecken wollen ...“

Umsatz SCF (2022/23): 175,3 Mio. €

- Sponsoringeinnahmen: 23,6 Mio. €
- Personalaufwand: 87,8 Mio. €

Umsatzstärkste Sponsoren (2023):

- Handelskonzern: 70,7 Mrd. €
- Beratungsunternehmen: 49,4 Mrd. US\$
- Getränkehersteller: 45,7 Mrd. US\$

Häufigste Wirtschaftsbereiche:

- Maschinenbau: 6 – u.a.
 - > Lager, Getriebe, Zahnräder, Antriebs Elemente
 - > Bergwerks-, Bau- und Baustoffmaschinen
- Großhandel: 6 – u.a.
 - > Brennstoffe, Erze, Metalle, Chemikalien
 - > Kaffee, Tee, Kakao, Gewürze

Kategorie: > Nachhaltigkeit / Strategie

„... Wir wollen mit Sport Menschen bewegen und sie durch unser Vorbild ermutigen, für ein faires und solidarisches Zusammenleben und den verantwortungsvollen Umgang mit unserer Umwelt einzustehen. Unsere Vision ist unser Kompass. Sie weist uns den Weg, den wir gemeinsam mit unseren Stakeholdern gehen wollen ...“

Nachhaltigkeitsabteilung, Stiftung o.Ä.:

- nein "Projektgruppe Nachhaltigkeit"
(siehe [Nachhaltigkeitsorganisation](#))

Spezielle "Nachhaltigkeitssponsoren":

- nein

Kurzanalyse Nachhaltigkeit vs. Sponsoring:

- Hauptsponsor aus explizit nachhaltigem Wirtschaftsbereich (Dienstfahrrad-Leasing)
- umsatzstärkster Sponsor machte für 2023 [keine Angabe zu EU-Taxonomie-Konformität](#)
- ein Sponsor ist Automobilzulieferer, zählt zu den 20 größten Firmen der Branche weltweit
- ein Sponsor ist Weltmarktführer für Tunnelvortriebsmaschinen (auch Erdölbohrung u.a.)