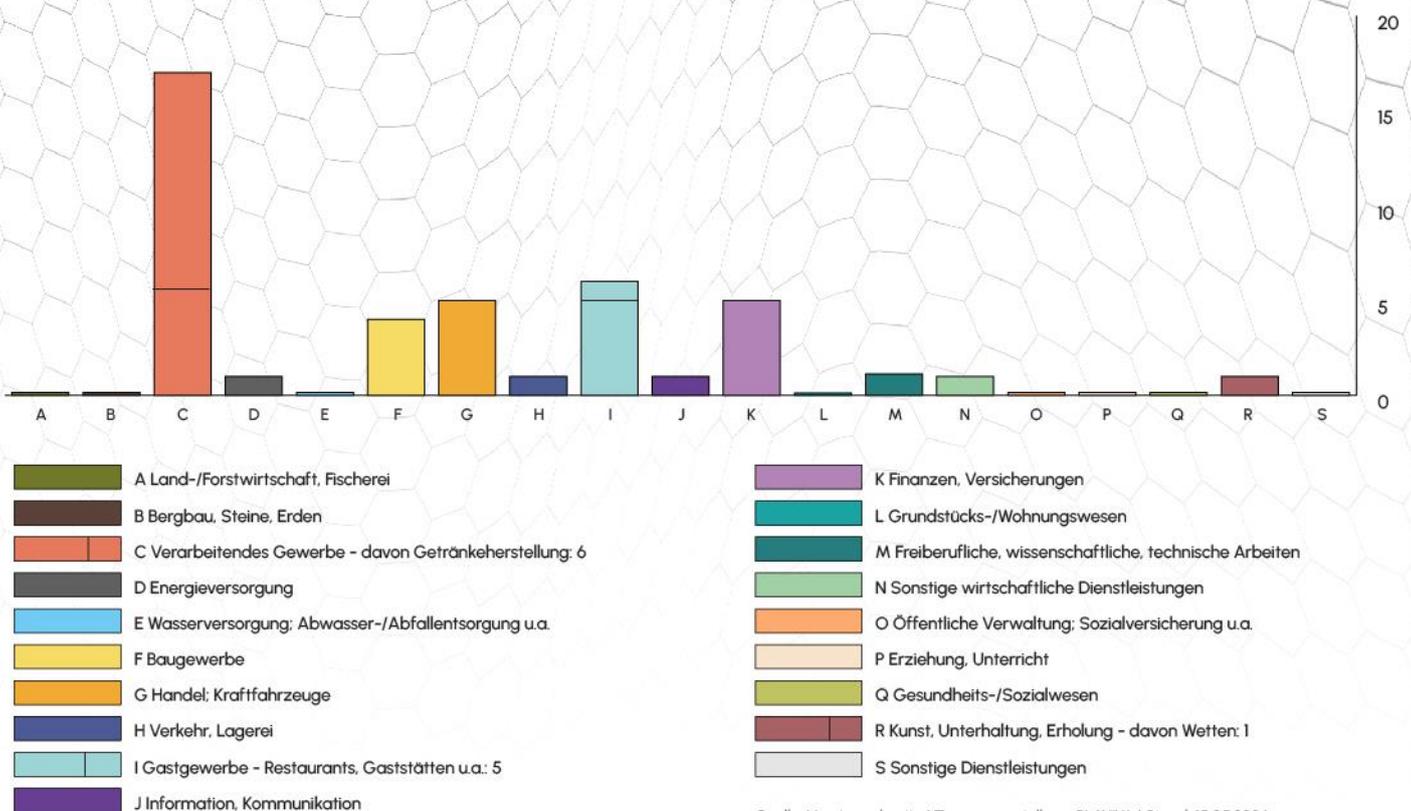


1. FC Köln

43 Sponsoren in sechs Kategorien

(zusätzlich 500+ "Business-Club"-, "Business-Seat"- und "Logen"-Partner)



Kategorie: > Club / Partnerschaften

„... Partnership Management Team des 1. FC Köln arbeitet seit 2014 mit dem Gesamtvermarktungspartner ... die etablierte Sportmarketing-Agentur mit der Vermarktung von Marketingrechten und Hospitalityleistungen beauftragt. Die Partnerschaft ist durch höchste ethische Standards, ein positives Mindset und Leidenschaft geprägt ...“

Umsatz FC (2022/23): 172,2 Mio. €

- Sponsoringeinnahmen: k. A.
- Personalaufwand: 68,7 Mio. €

Umsatzstärkste Sponsoren (2023):

- Automobilhersteller: 176,2 Mrd. US\$
- Telekommunikation: 112,0 Mrd. €
- Handelskonzern: 92,3 Mrd. €

Häufigste Wirtschaftsbereiche:

- Getränkeherstellung: 6 – u.a.
 - > Erfrischungsgetränke, Mineralwässer
 - > Spirituosen; Bier
- Restaurants, Gaststätten: 5 – u.a.
 - > Restaurants; Imbissstuben; Caterer

Kategorie: > Engagement / Nachhaltigkeit

„... 1. FC versteht eine nachhaltige Entwicklung als dynamischen Lernprozess, in dem wir Schritt für Schritt mehr Verantwortung für Mensch und Natur übernehmen ... schaffen Bewusstsein ... um Veränderung im Kleinen und Großen zu unterstützen. Für eine funktionierende Gesellschaft und ein lebenswertes Fleckchen Erde ...“

Nachhaltigkeitsabteilung, Stiftung o.Ä.:

- ja FC-Stiftung (730.000 € Förderung in 2022) | Abteilung Nachhaltigkeit

Spezielle "Nachhaltigkeitssponsoren":

- nein

Kurzanalyse Nachhaltigkeit vs. Sponsoring:

- 1. FC Köln selbst wegen irreführender Werbung mit "Klimaneutralität" gerichtlich sanktioniert
- umsatzstärkster Sponsor machte für 2022 [keine Angabe zu EU-Taxonomie-Konformität](#)
- ein Sponsor ist Textil-Discounter, oft kritisiert wegen Arbeitsbedingungen bei Zulieferern
- ein Sponsor ist führend im Glücksspielsektor, Kritik wegen unerlaubter Parteispenden u.a.