



PRESSEMEDLUNG

Bitburger und Borussia Mönchengladbach verlängern Partnerschaft bis 2032

Privatbrauerei bleibt Co-Sponsor und Stadion-Partner der Fohlen

Bitburg / 4. September 2026. Bitburger und Borussia Mönchengladbach setzen ihre erfolgreiche Partnerschaft langfristig fort: Die seit 15 Jahren bestehende Zusammenarbeit wurde bis 2032 verlängert. Damit führt die Privatbrauerei eines ihrer traditionsreichsten Engagements im Fußball-Sponsoring weiter. Als Co-Sponsor sowie Stadion-Partner der Fohlen behält Bitburger unter anderem die Liefer- und Ausschankrechte für Bier und Biermischgetränke im ista-Borussia-Park.

„Eine solche Partnerschaft wächst über Jahre hinweg durch Vertrauen, Verlässlichkeit und viele gemeinsame Erlebnisse. Umso mehr freuen wir uns, diesen erfolgreichen Weg weiterzugehen und gemeinsam besondere Momente für die Fans zu schaffen“, sagt Michael Stumpf, Vertriebsleiter Außer-Haus-Markt Südwest bei der Bitburger Braugruppe.

Marcel Cox, Direktor Sponsoring & International Partnerships bei Borussia Mönchengladbach ergänzt: „Eine langfristige Partnerschaft zeigt ihren besonderen Wert nicht nur in erfolgreichen Zeiten, sondern gerade dann, wenn man auch herausfordernde Phasen gemeinsam durchlebt. Mit Bitburger verbindet uns eine über viele Jahre gewachsene Beziehung, die von Vertrauen, Verlässlichkeit und einem starken gegenseitigen Bekenntnis geprägt ist. Umso mehr freuen wir uns, bereits heute die gemeinsame Zukunft bis 2032 zu besiegeln. Diese frühzeitige Verlängerung ist für uns ein starkes Zeichen: Bitburger und Borussia gehen ihren Weg auch in den kommenden Jahren gemeinsam – mit großer Überzeugung und dem Anspruch, unsere Partnerschaft kontinuierlich weiterzuentwickeln.“



Die enge Partnerschaft steht seit vielen Jahren für Kontinuität und eine große Verbundenheit zum Fußball. Sichtbarer Bestandteil der Zusammenarbeit ist unter anderem der Bitburger Biergarten im ista-Borussia-Park. Darüber hinaus wollen beide Partner ihre Zusammenarbeit weiter ausbauen und neue Fan-Aktivierungen sowie Erlebnisformate auf den Weg bringen. Dazu zählt auch die neue Kampagne „Trikot an, Alltag aus“, mit der die besondere Leidenschaft der Fans für ihren Verein in den Mittelpunkt gestellt werden soll.