
Vier Ringe und drei Streifen: adidas wird offizieller Partner des künftigen Formel-1-Teams von Audi

- > Mehrjährige Partnerschaft macht adidas zum offiziellen Bekleidungspartner von Audi in der Formel 1
 - > Gemeinsame Entwicklung Performance-orientierter Ausrüstung für das Team
 - > Globaler Start der adidas x Audi F1 Collection im Februar 2026 geplant
-

Ingolstadt/Hinwil/Herzogenaurach, 10. September 2025 – Das künftige Audi F1 Team und adidas geben eine mehrjährige Partnerschaft bekannt, durch die der deutsche Sportartikel-Hersteller offizieller Bekleidungs-ausrüster („Official Apparel Partner“) des Teams wird. Die vor dem Saisonstart 2026 erscheinende Kollektion soll stilprägendes Design, das durch Klarheit und Präzision besticht, mit Spitzentechnologie vereinen.

Im Rahmen der Partnerschaft arbeiten adidas und das zukünftige Audi F1 Team eng zusammen, um eine umfassende Kollektion leistungsstarker Ausrüstung zu entwickeln – maßgeschneidert auf die spezifischen Anforderungen – für Fahrer, Mechaniker, Ingenieure und weitere Teammitglieder an der Strecke. Das gemeinsame Ziel sind funktionale Produkte, die das Team in seiner täglichen Arbeit bestmöglich unterstützen und Höchstleistung fördern. In einer Sportart, die von kontinuierlichem Fortschritt lebt, setzt die Kollektion zudem neue Impulse für die Motorsportkultur – geprägt von modernster adidas-Technologie und einem frischen, innovativen Ansatz für das Fahrerlager und darüber hinaus.

Da die Fans im Mittelpunkt dieser Partnerschaft stehen, machen adidas und das zukünftige Audi F1 Team deren Begeisterung für den Motorsport von Beginn an zum Leitmotiv der gemeinsamen Zusammenarbeit, die weit über die reine Entwicklung von Bekleidung hinausgeht. Verbunden durch eine Kultur der Leidenschaft für Sport, Innovation und emotionales Design, bringen die beiden Marken bereits vor dem ersten Rennen eine exklusive Produktlinie auf den Markt – bestehend aus Bekleidung, Schuhen und Accessoires, die weltweit erhältlich sein wird. So haben Fans frühzeitig die Möglichkeit, ihre Verbundenheit mit dem Team zu zeigen.

Gernot Döllner, CEO der AUDI AG und Vorsitzender des Verwaltungsrats der Sauber Motorsport AG: „adidas und Audi verbindet eine jahrzehntelange Zusammenarbeit im Spitzensport – gewachsen aus gemeinsamen Werten und dem Anspruch, durch Performance zu begeistern. Unsere Partnerschaft in der Formel 1 geht weit über das Streben nach Innovation und Höchstleistung hinaus: Sie vereint die Stärken und Visionen zweier progressiver Marken.“ Die kommende adidas-Kollektion werde – genau wie die neue Designphilosophie von Audi – von Klarheit und Präzision geprägt sein. „Dass wir den Aufbruch unserer Marke in der Königsklasse des Motorsports gemeinsam mit adidas gestalten, unterstreicht das große Vertrauen und die Wertschätzung unserer Zusammenarbeit.“

Bjørn Gulden, CEO von adidas: „Wir sind sehr stolz auf die Partnerschaft mit dem zukünftigen Audi F1 Team und darauf, Audi bei seinem Debüt in der höchsten Klasse dieses Sports zu unterstützen. Die ikonischen vier Ringe und unsere drei Streifen in Kombination in das Fahrerlager 2026 zu bringen, markiert ein spannendes neues Kapitel im Motorsport. Im Rahmen unseres kontinuierlichen

Engagements für die Formel 1 unterstreicht diese Partnerschaft unseren Fokus auf die Zusammenarbeit mit Marken, die unsere Werte und unsere innovative Ausrichtung teilen – auf und abseits der Rennstrecke. Wir können es kaum erwarten, all unsere Pläne zu enthüllen, mit denen wir den Fahrern und dem Team zum Erfolg verhelfen und eine neue Generation von Motorsportfans begeistern möchten!“

Jonathan Wheatley, Teamchef des zukünftigen Audi F1 Teams: „Diese Partnerschaft vereint zwei ikonische Marken – die vier Ringe und die drei Streifen – auf einer globalen Bühne und stellt einen weiteren wichtigen Schritt auf unserem Weg zum Formel-1-Debüt dar. Mit adidas statten wir unser Team mit technischer Sportausrüstung auf höchstem Niveau aus, die dort Leistung bringt, wo es am meisten zählt. Über den Rennsport hinaus teilen wir den Anspruch, mit Innovation, Stil und dem unermüdlichen Streben nach Exzellenz auch abseits der Rennstrecke eine Relevanz zu erzeugen. Gemeinsam werden wir mutige Markenaktivierungen und wegweisende Erlebnisse schaffen.“

Kommunikation Formel 1

Benedikt Still

Pressesprecher Audi F1 Project

Telefon: +49 841 89- 89615

E-Mail: benedikt.still@audi.de

www.audi-mediacycenter.com



Über adidas:

adidas ist ein weltweit führender Sportartikel-Hersteller. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Herzogenaurach (Deutschland) beschäftigt weltweit mehr als 62.000 Mitarbeiter und erzielte im Jahr 2024 einen Umsatz von 23,7 Milliarden Euro.

Der Audi Konzern ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premium- und Luxussegment. Die Marken Audi, Bentley, Lamborghini und Ducati produzieren an 22 Standorten in 13 Ländern. Audi und seine Partner sind weltweit in mehr als 100 Märkten präsent.

2024 hat der Audi Konzern rund 1,7 Millionen Automobile der Marke Audi, 10.643 Fahrzeuge der Marke Bentley, 10.687 Automobile der Marke Lamborghini und 54.495 Motorräder der Marke Ducati an Kundinnen und Kunden ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2024 erzielte der Audi Konzern bei einem Umsatz von €64,5 Mrd. ein Operatives Ergebnis von €3,9 Mrd. Zum Stichtag 31. Dezember arbeiteten weltweit mehr als 88.000 Menschen für den Audi Konzern, davon mehr als 55.000 bei der AUDI AG in Deutschland. Mit seinen attraktiven Marken sowie einer Vielzahl neuer Modelle setzt das Unternehmen den Weg zum Anbieter nachhaltiger, vernetzter Premiummobilität konsequent fort.

Audi steigt 2026 erstmals mit einem eigenen Werksteam und in einem in Deutschland entwickelten Hybridantrieb („Power Unit“) in die Formel 1 ein. Das künftige Team ist an drei Standorten beheimatet: Die eigens für das Projekt gegründete Audi Formula Racing GmbH entwickelt die Power Unit in Neuburg an der Donau. Im schweizerischen Hinwil werden die Entwicklung des Rennfahrzeugs sowie Planung und Durchführung der Renneinsätze verwaltet sein. Das Technologie-Zentrum im britischen Bicester schafft darüber hinaus eine Präsenz im sogenannten „Motorsport Valley“ mit Zugang zu F1-Talenten und strategischen Partnern.

Die Formel 1 gilt als „Königsklasse“ des Motorsports und ist mit ihrer globalen Reichweite eine der bedeutendsten Sportplattformen der Welt. Entscheidend für den Einstieg von Audi ist auch das neue Reglement des Automobil-Weltverbandes FIA, das ab 2026 unter anderem nachhaltige Kraftstoffe vorsieht und den elektrischen Anteil der Hybrid-Antriebseinheit auf annähernd 50 Prozent anhebt.
