

24. Juni 2014

FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ schon jetzt ein voller Erfolg für adidas

- **Neuer Rekordumsatz im Fußball – 2 Mrd. €**
- **Mehr als 14 Millionen verkaufte Bälle im brazuca Design**
- **Mehr verkaufte WM-Trikots als jemals zuvor – über 8 Millionen Stück**
- **Rekordabsatz des Deutschland-Trikots – mehr als 2 Millionen Stück verkauft**

Herzogenaurach – Nach den ersten zwölf Tagen der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ zieht adidas eine erfolgreiche Zwischenbilanz. Bei einer Fußball-Medienveranstaltung in Herzogenaurach sagte Herbert Hainer, Vorstandsvorsitzender der adidas Gruppe, heute: „Wir werden unser anvisiertes Umsatzziel von 2 Mrd. € in der Kategorie Fußball für das Jahr 2014 definitiv erreichen und stellen damit unsere herausragende Position als weltweit klare Nummer eins im Fußball erneut unter Beweis. Auch die Präsenz unserer Marke auf dem Spielfeld und rund um das Turnier in Brasilien sowie die Erfolge unserer Marketingkampagne in den sozialen Medien weltweit sind ein deutlicher Beleg dafür, dass adidas die führende Fußballmarke ist und bleibt.“

Als Offizieller Sponsor, Ausrüster und Lizenznehmer der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ stellt adidas wieder den Offiziellen Spielball und rüstet Funktionäre, Schiedsrichter, Freiwillige und Ballkinder aus. Zudem spielen in Brasilien neun Mannschaften und rund 300 Spieler in adidas Produkten um den WM-Titel.

„Seit November 2013 haben wir kontinuierlich neue und kreative Fußballprodukte und -konzepte für die WM auf den Markt gebracht“, erklärte Markus Baumann, Senior Vice President adidas Fußball. „Diese Produkte sind nicht nur bei unseren Weltklasse-Spielern, sondern auch bei Fußballfans weltweit hervorragend angekommen. So werden wir dieses Jahr mehr WM-Trikots verkaufen als jemals zuvor. Auch der WM-Ball brazuca, der meist getestete adidas Ball aller Zeiten, ist ein Erfolg auf ganzer Linie: in Sachen Sichtbarkeit, Absatz, auf Twitter und für viele Spieler, die sagen, dass brazuca einer der besten Bälle ist, den sie jemals gespielt haben.“

adidas wird insgesamt mehr als 8 Millionen Trikots verkaufen und damit deutlich mehr als bei der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2010™ (6,5 Millionen). Spitzenreiter ist das Trikot der deutschen Nationalmannschaft mit einem Rekordabsatz von mehr als 2 Millionen Stück, das sind über 30% mehr als im bisherigen Rekordjahr 2006 (1,5 Millionen DFB-Trikots). Auch international wird die deutsche Nationalelf immer beliebter. Außerhalb Europas werden mehr als eine halbe Million Trikots abgesetzt werden – 2010 waren es noch ca. 300.000 Stück.

Weitere Bestseller sind die Trikots für Argentinien, Mexiko und Kolumbien mit jeweils mehr als einer Million verkaufter Trikots. Zudem wird adidas über 14 Millionen Fußbälle im Design des brazuca, des Offiziellen Spielballs der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™, verkaufen – eine Million Bälle mehr als im WM-Jahr 2010 (damals 13 Millionen verkaufte Bälle im Jabulani Design).

Die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ hat auch einen nachhaltigen positiven Effekt auf die Umsätze in der Region Lateinamerika. Hier hat die adidas Gruppe in den letzten zehn Jahren ihren Umsatz von 179 Mio. € auf 1,575 Mrd. € deutlich steigern können. Besonders die Marke adidas wird, bestärkt von der zusätzlichen Dynamik durch die WM, auch in den kommenden Jahren weiterhin stark in Lateinamerika wachsen.

adidas hat für die Dauer der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ in Rio de Janeiro einen Newsroom namens „Posto adidas“ eingerichtet. Die Marke kreiert und veröffentlicht während der Fußball-WM auf ihren sozialen Medienkanälen Inhalte in Echtzeit. adidas möchte die meist genannte Marke der WM in den sozialen Medien werden. Nach den ersten zwölf Tagen ist adidas auf dem besten Weg, dieses Ziel zu erreichen: [@brazuca](#) hat inzwischen über 2 Millionen Follower auf Twitter, zudem veröffentlicht adidas Inhalte in [viel diskutierten Spielsituationen](#) und gibt Fans darüber hinaus [exklusive Einblicke](#) zu Spielern und Verbänden, mit denen die Marke zusammenarbeitet.

Über adidas Fußball

Als weltweit führende Fußballmarke ist adidas offizieller Sponsor der wichtigsten Fußballturniere der Welt, darunter die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™, der FIFA Confederations Cup, die UEFA Champions League™, die UEFA Europa League™ und die UEFA EURO™. Darüber hinaus sponsert adidas einige der erfolgreichsten Fußballmannschaften der Welt wie z. B. Real Madrid, FC Bayern München, AC Milan, Flamengo und Chelsea. adidas hat einige der besten Fußballspieler der Welt unter Vertrag. Zu den von adidas gesponserten Spielern

zählen Lionel Messi, Gareth Bale, Arjen Robben, Dani Alves, Oscar, Xavi, Karim Benzema und Thomas Müller.

Die adidas Gruppe

Die adidas Gruppe ist einer der weltweit führenden Anbieter in der Sportartikelindustrie und unterhält ein sehr umfassendes Produktportfolio um die Kernmarken adidas, Reebok, TaylorMade, Rockport und Reebok-CCM Hockey. Die Gruppe mit Sitz in Herzogenaurach beschäftigt mehr als 50.000 Mitarbeiter weltweit und generierte im Jahr 2013 einen Umsatz in Höhe von 14,5 Mrd. €.

Kontakte:

Media Relations

Jan Runau
Leiter Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 (0) 9132 84-3830

Katja Schreiber
Leiterin Externe Kommunikation
Tel.: +49 (0) 9132 84-3810

Lars Mangels
Corporate Communication Manager
Tel.: +49 (0) 9132 84-2680

Investor Relations

John-Paul O'Meara
Vice President Investor Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-2751

Christian Stöhr
Senior Investor Relations Manager
Tel.: +49 (0) 9132 84-4989

Besuchen Sie uns auch im Internet: www.adidas-group.com.

Weitere Informationen rund um adidas und die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™: [Ultimativer Guide für die FIFA Fußball-WM in Brasilien](#).

adidas Produktinformationen finden Sie [hier](#).