



## Information

### **Designed für das Stadion und die Straße: Die Geschichte hinter dem neuen DFB-Trikot**

Herzogenaurach, 06.11.2017 – Das Home-Jersey, mit dem „Die Mannschaft“ bei der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™ auflaufen wird, ist eine Hommage an die WM 1990. Jürgen Rank, Senior Design Director bei adidas und verantwortlich für die Gestaltung des Trikots, erklärt den Entstehungsprozess.

#### **Was war die Inspiration hinter dem neuen WM-Trikot für „Die Mannschaft“?**

Jürgen Rank: „Mit dem Design wollen wir die jahrzehntelange Verbindung zwischen adidas und der Weltmeisterschaft feiern. Dabei lassen wir uns von legendären Designklassikern inspirieren, die die Fußballgeschichte geprägt haben. Ein gutes Beispiel hierfür ist das Trikot der WM 1990 in Italien. Die dominante Grafik auf der Brust hat schon damals für Furore gesorgt – und jetzt entwickeln wir sie für das Trikot 2018 noch etwas weiter: Das schwarz-rot-goldene Balkendesign haben wir durch dynamische Linien unterbrochen. Wichtig war uns, dass die Grafik Selbstbewusstsein ausstrahlt und nicht nur im Stadion, sondern auch auf der Straße funktioniert.“

#### **Das Trikot der WM 1990 schaffte wenig später sogar den Sprung auf den Laufsteg. Was war sein Erfolgsgeheimnis?**

Jürgen Rank: „Ich glaube, das Trikot ist seit 27 Jahren immer präsent gewesen – ob unter Skateboardern, in der Mode oder auf dem Fußballplatz. Das Design ist nicht nur für adidas zu einer Ikone geworden, sondern auch in der Straßenkultur. Für den Fan strahlt das Design bis heute hohen Wiedererkennungswert und die perfekte Identifikation aus. Mit dem Trikot für 2018 haben wir nun die nächste Generation der Grafik geschaffen, für die nächste Spieler-Generation. Und ich bin sicher, dass „Die Mannschaft“ das Trikot genauso stolz tragen wird wie die Weltmeister von 1990.“



## Information

### **Nach langer Vorbereitung feiert das neue Heim-Trikot bald seine Premiere auf dem Platz. Was überwiegt: Vorfreude oder Nervosität?**

Jürgen Rank: „Eine Mannschaft in den Trikots spielen zu sehen ist für einen Designer, der auch noch Fußballfan ist, die größte Ehre – das ist wirklich eine sehr emotionale Geschichte. Das Turnier im nächsten Jahr ist für mich eine besondere Sache: 1990 war ich erstmals bei einer WM selbst vor Ort im Stadion. Mit dem Design des neuen Trikots schließt sich also auch für mich ein persönlicher Kreis.“

#### - Kontakt -

Oliver Brüggen

Senior Director Public Relations

E-Mail: [oliver.brueggen@adidas.com](mailto:oliver.brueggen@adidas.com)

09132-84 3100

0160-8443100

Bastian Steineck

Senior Manager Public Relations

E-Mail: [bastian.steineck@adidas.com](mailto:bastian.steineck@adidas.com)

09132-84 3131

0160-93103962