

Globaler Start der adidas x Audi Revolut F1 Team Kollektion

- **Team- und Fankleidung des Audi Revolut F1 Teams ab 19. Februar erhältlich**
- **Breites Angebot an Bekleidung, Schuhen und Accessoires**
- **Mehrere „Special Drops“ im Laufe der Saison geplant**

Ingolstadt/Hinwil/Herzogenaurach, 18. Februar 2026 – Ab März startet Audi mit einem eigenen Werksteam in der Formel 1. Rechtzeitig zum Debüt in der Königsklasse des Motorsports können Fans ihre Begeisterung und Unterstützung für das Team auch modisch zum Ausdruck bringen. Die adidas x Audi Revolut F1 Team Kollektion für Fan- und Teamwear ist ab dem 19. Februar im Handel erhältlich.

Mit seinem Auftritt in der Formel 1 möchte Audi künftig Menschen auf der ganzen Welt begeistern, neue Fans für die Marke gewinnen und eine globale Community aufbauen, die über den Motorsport hinausgeht. Dazu beitragen soll auch eine eigene Kollektion, die das Team gemeinsam mit der globalen Sportmarke adidas auf den Markt bringt und die zum Start mehr als 160 verschiedene Bekleidungsartikel und Accessoires umfasst.

Mit der adidas x Audi Revolut F1 Team Kollektion können Fans zwischen offizieller Teamkleidung und einer Lifestyle-orientierten Fan-Kollektion wählen. Beide Linien zeichnen sich durch denselben hohen Anspruch an Qualität, Komfort und Design aus.

Als Mischung aus moderner Lifestyle- und Sportswear richtet sich die Fan-Kollektion – darunter die „DNA Range“, die „Elevated Fanwear Range“ sowie Merchandise der Fahrer – an eine breite Zielgruppe. Die vielseitige Produktpalette umfasst unter anderem T-Shirts, Hoodies, Jacken, Caps und Schuhe und ist so gestaltet, dass sie im Alltag und nicht nur an Rennwochenenden getragen werden kann. Die „DNA Range“ bildet dabei das Herzstück der Kollektion. Sie umfasst Kleidungsstücke, die auf dem Stil und den Kernfarben des Teams basieren und somit die Identität des Audi Revolut F1 Teams klar zum Ausdruck bringen. Mit der „Elevated Fanwear Range“ steht zudem Lifestyle-orientierte Fanwear zur Auswahl, die Komfort, klares Design und dezentes Branding vereint und so für einen modernen Alltagslook sorgt. Darüber hinaus beinhaltet die Kollektion exklusives Merchandise der beiden Piloten des Teams, Nico Hülkenberg und Gabriel Bortoleto. Im Laufe der Saison kommen zudem mehrere limitierte „Special Drops“ auf den Markt, die die Kollektion zusätzlich erweitern – als ausdrucksstarke Statements für den Stil, die Kultur und die sich stetig weiterentwickelnde Identität des Audi Revolut F1 Teams.

Ihre offizielle Teamkleidung haben das Audi Revolut F1 Team und adidas bereits im Januar in Berlin vorgestellt. Die hochwertige Funktionskleidung setzt auf die neuesten Technologien von adidas und ist auf die Bedürfnisse des gesamten Teams zugeschnitten. Jedes Kleidungsstück wurde gezielt für seinen spezifischen Zweck entwickelt: leistungsorientierte Sportbekleidung für

die Fahrer, stilvolle und ergonomisch gestaltete Teamwear für die Ingenieurinnen und Ingenieure, die lange Tage an der Rennstrecke verbringen, sowie strapazierfähige, funktionsoptimierte Kleidung, die die Mechanikerinnen und Mechaniker bei ihren anspruchsvollen Aufgaben unterstützt.

Die Palette an dezenten Grau- und Kreidetönen leitet sich von der Titan-farbenen Lackierung des Audi R26 ab. Verbindendes Element sind rote Akzente, wie sie typisch für den gesamten visuellen Auftritt von Audi in der Formel 1 sind.

Die komplette Kollektion mit ihren beiden Linien „Teamwear“ und „Fanwear“ ist ab 19. Februar über das neue [E-Commerce-Portal](#) des Audi Revolut F1 Teams, bei adidas.com/motorsport sowie ausgewählten Handelspartnern von adidas und Audi erhältlich.

Kommunikation Formel 1

Benedikt Still

Pressesprecher Audi F1 Project

Telefon: +49 841 89-89615

E-Mail: benedikt.still@audi.de

www.audi-mediacycenter.com



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 Audi F1-Projekt 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 ist die Entwicklung des Rennfahrzeugs sowie Planung und Durchführung der Renneinsätze verortet. Das Audi Motorsport Technology Centre UK 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 neuartige Kraftstoffe aus synthetischen und nachwachsenden biologischen Quellen vorsieht und den elektrischen Anteil der Hybrid-Antriebseinheit auf annähernd 50 Prozent anhebt.
