



UNDER ARMOUR & FC ST. PAULI STARTEN PARTNERSCHAFT

Die Partnerschaft zwischen der globalen Sport- und Innovationsmarke Under Armour und dem FC St. Pauli basiert auf Kultur, Leidenschaft und Innovation. Der Startschuss für die langjährige Zusammenarbeit erfolgte mit der Präsentation der Trikots für die Saison 2016/17 im neuen Spielertunnel des Millerntor-Stadions bei einem „Welcome Hell“-Event.

Hamburg, 14. Juli 2016: Heute wurde der Start der einmaligen Partnerschaft zwischen dem FC St. Pauli und der globalen Sport- und Innovationsmarke Under Armour gefeiert. Angefangen mit der Saisonkampagne WELCOME HELL stattet Under Armour den FC St. Pauli als offizieller Ausrüster aus. Dafür stellt die Sportmarke Game-Changing Wettbewerbs- und Trainingsbekleidung sowie Accessoires zur Verfügung. Alle Produkte sind entwickelt, um die Performance der Spieler auf und abseits des Platzes zu verbessern.

Zum ersten Pflichtspiel der neuen Zweitligasaison am 8. August 2016 beim VfB Stuttgart werden die FC St. Pauli Spieler in den neuen innovativen Trikots auflaufen. Zudem tragen die Spieler die Trikots bei den Vorbereitungsspielen ab dem Spiel gegen den FC Ufa am 17. Juli 2016. Ihre „Heimpremiere“ geben die neuen Shirts beim Freundschaftsspiel gegen den Europa League-Sieger FC Sevilla am 30. Juli 2016.

Under Armour hat bei der Gestaltung bewusst auf die Traditionen des Klubs geachtet und diese mit einigen außergewöhnlichen Designelementen verbunden. Damit bekommen Home-, Away- und Third-Trikot einen einzigartigen Look.

- Das Home-Trikot ist im traditionellen Braun gehalten. Die weiteren Vereinsfarben Rot und Weiß sind als kleine Details am Kragen integriert.
- Beim Away-Trikot ist Weiß die dominierende Farbe. Die roten und braunen Streifen wurden durch den Graffiti-Style rund um das berühmte Millerntor-Stadion inspiriert.
- Das schwarze Third-Trikot prägt ein großer Totenkopf-Aufdruck, der das traditionelle Symbol des Klubs repräsentiert.

Die neue Performance-Bekleidung ist aus Under Armour HeatGear® Material gefertigt. Mit gerade einmal 107 g sind die Trikots deshalb besonders leicht und zudem mit dem



schnelltrocknenden Under Armour Signature Moisture Transport System ausgestattet. Schweiß wird dadurch schnell vom Körper weggeführt und der Spieler freut sich über ein trockenes Tragegefühl. Für mehr Bewegungsfreiheit sorgt ein Four-Way-Stretch-Material. Das leichte Material steht außerdem für eine schnelle Trocknung. Die Ventilationsöffnungen sind strategisch so positioniert, dass sie an den Stellen, wo der Körper die meiste Hitze abgibt, eingearbeitet sind, und für optimale Kühlung auch bei schwierigen Wetterbedingungen sorgen.

„Wir sind sehr stolz darauf, Partner eines so angesehenen und weltweit bekannten Klubs wie des FC St. Pauli zu sein. Unsere neue Partnerschaft kündigt eine große aufregende Zeit für beide Partner an. Der FC St. Pauli und Under Armour teilen den Glauben, dass Kultur, Leidenschaft und Innovation die wichtigsten Charakteristiken für eine optimale Zusammenarbeit sind und die Grundlage für eine großartige Performance darstellen“, so Chris Bate, Vice President and Managing Director Europe von Under Armour. „Die Partnerschaft geht weit über das typische Trikotsponsoring hinaus – und darauf sind wir sehr gespannt. Under Armour wird unseren Teams sowie unserer Jugendakademie innovative, freche Trikotdesigns liefern und wir wollen eng mit unseren Fans und Unterstützern zusammenarbeiten, um einen positiven Beitrag für die lokale Gemeinschaft zu erreichen. Unser Klub und Under Armour lieben es, die Dinge anders zu sehen und anders anzupacken. Zusammen sind wir in der Lage, auf dem Platz erfolgreich zu sein und unsere Gemeinschaft durch Leidenschaft und Innovation weiter voranzubringen“, so Oke Göttlich, Präsident des FC St. Pauli.

Zum Start der neuen Partnerschaft hat Under Armour den altbewährten Spielertunnel des FC St. Pauli im Millerntor-Stadion ersetzt. Der neue Tunnel ist inspiriert von dem weltberühmten „Welcome to the hell of St. Pauli“ Slogan und transportiert die neue Kampagnen-Message WELCOME HELL. In enger Zusammenarbeit haben Under Armour, der FC St. Pauli und eine Auswahl an Künstlern der Millerntor Gallery den Tunnel gemeinsam gestaltet und schaffen so eine zusätzliche Inspiration und Motivation für die Spieler beim Gang auf den Platz. Der Tunnel steht als ein Symbol für die Partnerschaft, die weit über einen typischen Ausrüstervertrag hinausgeht, und repräsentiert den finalen Moment, bevor die Spieler auf den Rasen, und somit „in die Hölle“, treten. Under Armour hat so einen Moment geschaffen, der die Spieler mental



und physisch zusätzlich inspirieren und motivieren kann, damit sie ihre Performance auf dem Platz weiter steigern.

Im Anschluss an die offizielle Trikotpräsentation wurde das internationale Kunst-, Musik- und Kulturfestival Millerntor Gallery #6 im Millerntor-Stadion eröffnet. Vom 14. bis 17. Juli werden die Stadiongänge zu einer Plattform für Dialog und Austausch auf lokaler sowie internationaler und interkultureller Ebene. Internationale Künstler zeigen dabei in einer Ausstellung sowie bei einem Kultur- und Bildungsprogramm Beispiele, wie die Welt positiv gestaltet werden kann. Initiatoren der Millerntor Gallery #6 sind der FC St. Pauli sowie der Viva con Agua e.V., der sich für die Verbesserung der weltweiten Wasser- und Sanitärinfrastruktur einsetzt. Künstler der Millerntor Gallery #6 haben zudem bei der Gestaltung des neuen Spielertunnels mitgewirkt.

Die 2016/17-Trikots werden zusammen mit der Trainingskollektion ab sofort in allen St. Pauli Fanshops sowie unter www.underarmour.de und bei ausgewählten Retail-Partnern angeboten.

Informationen zu UNDER ARMOUR:

Seit 1996 revolutioniert UNDER ARMOUR den Bereich Sportbekleidung mit seinen Innovationen und ist heute einer der weltweit führenden Hersteller im Performance-Bereich. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Baltimore (Maryland/USA) verfolgt das Ziel, Sportlerinnen und Sportlern auf der ganzen Welt in puncto Equipment die besten Rahmenbedingungen zu bieten. 2015 wurde der Umsatz um 28 % auf fast 4 Milliarden US-Dollar gesteigert. Damit zählt UNDER ARMOUR zu den weltweit größten Herstellern für Sportbekleidung und rangiert in den USA bereits auf Rang 2 und global auf Rang 3. Durch die Anwendungen UA Record, MapMyFitness, Endomondo und MyFitnessPal bietet UA die weltweit größte digitale Community für Fitness und Gesundheit an. Seit September 2014 ist ein Online-Shop für den deutschsprachigen Markt online.

Mit der Eröffnung des Standortes in München (Juli 2015) und in Wien (Mai 2016) wird die Präsenz auf dem deutschsprachigen Markt zusätzlich gestärkt.

www.underarmour.de

Pressekontakt:

MDPR / Sebastian Meyer-Detring
Lilienstraße 44 / 81669 München
smd@md-pr.de / +49-(0)172-8226489