

16.01.2026

„Feel it!“ – JAKO startet im Segment Fußballschuhe

Die neue JAKO Footwear steht für Qualität, Spielgefühl und den maximalen Fit.

Der Teamsport-Ausrüster JAKO erweitert sein Sortiment um eine zentrale Produktkategorie: Mit dem offiziellen Launch steigt das Unternehmen in den Markt für Fußballschuhe ein. Damit schließt JAKO eine bislang bestehende Lücke im Portfolio und verfolgt konsequent das Ziel, Teams von Kopf bis Fuß auszustatten.

JAKO ist seit Jahrzehnten eine feste Größe im internationalen Teamsport. Mehr als 250.000 Teams weltweit tragen bereits die Trikots, Trainings- und Teamwear der Marke. Diese starke Marktpräsenz nutzt JAKO nun, um mit eigenen Fußballschuhen die Outfits auf dem Platz zu komplettieren – abgestimmt auf die Bedürfnisse von Mannschaften, Spielern und Vereinen.

„Der Einstieg in das Segment Fußballschuhe ist für JAKO ein echter Meilenstein. Wir erweitern unser Portfolio um das letzte entscheidende Element auf dem Spielfeld und machen unser Leistungsversprechen damit komplett. Unsere Fußballschuhe stehen für kompromisslose Qualität, einen präzisen Fit und ein Spielgefühl, das man vom ersten Moment an spürt. Genau dafür steht auch unser Kampagnenclaim „Feel it!“ – denn ein guter Fußballschuh überzeugt nicht auf dem Papier, sondern auf dem Feld“, sagt Tobias Röschl, Vorstand Marketing & Vertrieb bei JAKO.

Zwei Modelle für unterschiedliche Spielertypen

Zum Marktstart bringt JAKO zwei Fußballschuh-Modelle auf den Platz, die sich an den zentralen Anforderungen des modernen Spiels orientieren. Der „RS89“ richtet sich an offensive Spielertypen und überzeugt mit einem leichten, technischen Obermaterial, das für mehr Dynamik sorgt und zugleich außergewöhnlichen Komfort bietet. Der „OPURA“ verfügt über ein Obermaterial aus synthetischem Leder, das ein besonders präzises Ballgefühl ermöglicht und Kontrolle in jeder Spielsituation unterstützt. Beide Modelle sind in unterschiedlichen Preiskategorien erhältlich – als leistungsorientierte Elite-Version sowie als Team-Variante. Zusätzlich werden sie als „Academy“-Ausführungen für Kinder angeboten.

Im Fokus stehen Passform, Komfort und Performance. Die Schuhe wurden ganzheitlich entwickelt – von der Stollenkonfiguration über die Fersenpolsterung bis hin zum Innenfutter. Ein eigens entwickelter JAKO Leisten, abgestimmt auf die Bedürfnisse europäischer Fußballer, sorgt für einen präzisen Sitz und ein hohes Maß an Stabilität. Ziel ist ein Fußballschuh, der Sicherheit und Bereitschaft vermittelt – vom ersten Schritt aus der Kabine bis zum Abpfiff.

Rooted in Heritage: JAKO und der Weg zum Fußballschuh

Als etablierter Teamsport-Ausrüster war JAKO von Beginn an eng mit dem Fußball verbunden. Trikots, Shorts und Stutzen gehören seit der Gründung 1989 zur DNA des Familienunternehmens. Ein Element fehlte jedoch noch im Sortiment: der Fußballschuh.

„JAKO ist Fußball – und gemeinsam haben wir es im Bereich Teamwear an die Spitze geschafft. Diese Kompetenz, die Leidenschaft für das Produkt und die enge Partnerschaft mit dem Handel soll sich auch im neuen Themenfeld Fußballschuhe widerspiegeln. Denn was JAKO ausmacht, ist nicht allein das Produkt – sondern das, was wir gemeinsam daraus machen“, sagt Firmengründer Rudi Sprügel.

Die neuen Fußballschuhe stehen sinnbildlich für die Verbindung aus Technologie, Präzision und Qualität – Werte, die JAKO seit jeher prägen.

Designed by Players: Entwicklung gemeinsam mit Spielern

Ein zentraler Bestandteil der Produktentwicklung war die enge Zusammenarbeit mit Spielern aus dem Amateur- und Profibereich. Über Testphasen, Feedbackrunden und den JAKO Athlete Club flossen reale Spielerfahrungen direkt in die Entwicklung ein. Der Anspruch: ein Schuh für die Spieler – nicht für den Showroom.

Made in Europe: Produktion in Portugal

Produziert werden die neuen JAKO Fußballschuhe in Portugal, einer Region mit jahrzehntelanger Tradition und tief verwurzelttem Know-how in der Schuhherstellung. Damit setzt JAKO bewusst auf „Made in Europe“ und auf kurze Wege, handwerkliche Kompetenz und höchste Qualitätsstandards.

Als familiengeführtes Unternehmen in zweiter Generation bleibt JAKO damit auch im neuen Produktsegment seinem Weg treu: bodenständig, verlässlich und mit Liebe zum Detail.

„Feel it!“: Breite Kampagne mit Fokus auf Fachhandel und Authentizität

Der Launch der neuen Fußballschuhe wird von einer umfangreichen Marketingkampagne begleitet. Diese ist über alle Kanäle der Marke hinweg angelegt und wird zusätzlich gemeinsam mit den JAKO Partnern umgesetzt – sowohl online als auch am Point of Sale im stationären Sportfachhandel. Dieser spielt dabei bewusst eine zentrale Rolle: Statt auf internationale Fußballstars zu setzen, vertraut JAKO auf Überzeugungskraft aus erster Hand. Qualität, Passform und Performance der Schuhe sollen dort erlebbar werden, wo Beratung und Nähe zum Spieler stattfinden. Unterstützt wird die Kampagne durch ausgewählte Markenbotschafter wie Diyar Acar, Erik Durm oder Timo Hildebrand, die ihre Reichweiten nutzen und ihre persönlichen Erfahrungen mit den neuen JAKO Fußballschuhen authentisch teilen.

Link zur Website:

www.jako.com/footwear

Kontakt:

Selina Fries

Head of Corporate Communication | Team Lead Brand Marketing

E-Mail: selina.fries@jako.com

Telefon: 07938 9063-445

Diese und weitere Pressemitteilungen sowie Bildmaterial zum Download finden Sie im digitalen Medienbereich unter: www.jako.com/presse