

... Tennisprofi Roger Federer?

Nach 20 Grand-Slam-Titeln ist Roger Federer immer noch nicht titelmüde und ist gerade beim Kampf um seinen neunten Wimbledon-Titel ausgeschieden – diesmal jedoch nicht im üblichen weißen Nike-Zwirn. Nach 24 Jahren Zusammenarbeit mit der US-Marke trägt der Maestro seit diesem Sommer die japanische Modemarkte Uniqlo. Dieser Deal soll dem gebürtigen Basler in der nächsten Dekade satte **300 Millionen Euro** in die Haushaltskasse spülen.

Einen Haken gibt es doch: Anders als Nike oder Adidas ist Uniqlo kein Sportausstatter, produziert ausschließlich Textilien und sieht sich bewusst als „LifeWear company“. Deshalb darf Federer weiterhin in seinen markenrechtlich geschützten RF8-Tennisschuhen von Nike auflaufen.

Doch Maestro hin oder her, ein Zehnjahresdeal für einen 36-Jährigen Tennisprofi scheint ungewöhnlich. Dem ist sich auch Uniqlo bewusst und betont, man plane mit Federer „auf und neben dem Platz“. Damit ist Federer nicht der erste Top-Sportler, der einen Mode-Deal über ein potenzielles Karriereende hinaus an Land zieht. Cristiano Ronaldo, LeBron James und Michael Jordan besitzen Deals auf Lebenszeit bei Nike.

Wie gut sich Federer als Werbe-Ikone eignet, lässt sich in Zahlen schwer belegen. Doch die Liste an Sponsoren mit großen Namen wie Rolex, Wilson, Lindt, Mercedes, Moët & Chandon und Barilla zeigt, dass sich Federers Image als Ausnahmeathlet für die Marken lohnt. Dem Schweizer sichern diese Deals ein jährliches Einkommen von rund **55 Millionen Euro**. Hinzu kommen Preisgelder. Sollte Federer in Wimbledon ins Finale gelangen und gewinnen, erhält er **2.574.000 Euro**. Der Verlierer des Finales erhält immerhin noch **287.000 Euro**.

Foto: Mike McCune/[CC-by-SA 2.0](#)