



**„Auf einen Blick“  
Die Geschichte der adidas Gruppe**

## Information

### Die adidas Gruppe auf einen Blick

**adidas** - das heißt: Kompetenz in allen Bereichen des Sports rund um den Globus. Längst ist die Vision des Firmengründers Adolf („Adi“) Dassler Wirklichkeit und seine Firmenphilosophie Leitsatz für die nachfolgenden Generationen geworden.

Die Idee war ebenso einfach wie genial: Jeder Sportler sollte mit dem für ihn optimalen Equipment ausgerüstet werden. Begonnen hatte alles 1920, als Adi Dassler aus den wenigen Materialien, die nach dem ersten Weltkrieg erhältlich waren, seine ersten Schuhe fertigte.

Heute reicht die adidas Produkt-Palette von Schuhen, Bekleidung bis hin zu Accessoires. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf Running, Fußball, Basketball und Training.

Als Produktnamen wählte Adi Dassler die beiden ersten Silben seines Vor- und Zunamens und trug am 18. August 1949 die „Adolf Dassler adidas Sportschuhfabrik“ im Handelsregister in Fürth (nahe Herzogenaurach) ein. Nach fast 70 Jahren schied die Familie Dassler 1989 aus dem Unternehmen aus, der Konzern wurde in eine Aktiengesellschaft umgewandelt.

Von April 1993 bis März 2001 war der Franzose Robert Louis-Dreyfus Vorstandsvorsitzender. Er führte adidas im November 1995 an die Börse. Seit 2001 leitet Herbert Hainer das Unternehmen.

**adidas Gruppe** - 1997 übernahm adidas die Salomon Gruppe und wurde zur adidas-Salomon AG. Zu der Salomon Gruppe gehörte unter anderem auch die Golfmarke TaylorMade.

Das Geschäftssegment Salomon, einschließlich der dazugehörigen Tochtergesellschaften und Marken Salomon, Mavic, Bonfire, Arc'Teryx und Cliché, wurde im Oktober 2005 an die finnische Amer Sports Corporation verkauft. Der Name des Unternehmens wird nach Zustimmung durch die Hauptversammlung im Mai 2006 in „adidas AG“ geändert.

Am 31. Januar 2006 wird der Abschluss der Akquisition von Reebok International Ltd bekannt gegeben. Durch die Zusammenführung von zwei der angesehensten und

## Information

bekanntesten Marken der weltweiten Sportartikelindustrie profitiert die neue Gruppe von einer wettbewerbsfähigeren Plattform weltweit, gut definierten und sich ergänzenden Markenidentitäten, einer breiteren Produktpalette und einer stärkeren Präsenz bei Sportteams, Athleten, Sportveranstaltungen und Sportligen. Im Juni 2006 wird der Unternehmensname in adidas AG geändert.

Weltweit zählt die neue adidas Gruppe weit über 38.000 Mitarbeiter. Mehr als 2.600 davon arbeiten heute in der Unternehmenszentrale in Herzogenaurach. Ein Team von Designern, Produktentwicklern sowie Experten für Biomechanik und Materialtechnologie forscht in Portland und dem zweiten adidas Technologiezentrum, Scheinfeld nahe Nürnberg.

In Scheinfeld werden zudem Modelle, Prototypen sowie maßgefertigte Hochleistungsprodukte produziert und getestet. Außerdem unterhält adidas dort die letzte noch existierende Sportschuhproduktion in Deutschland.

Mehr als 170 eigene Tochterunternehmen sorgen dafür, dass Produkte der adidas Gruppe weltweit erhältlich sind. Der Vertrieb und die Distribution gliedern sich weltweit in vier Regionen: Europa/Emerging Markets, Nordamerika, Asien/Pazifik und Lateinamerika. Europaweit ist die adidas Gruppe heute der größte Anbieter von Sportschuhen und Sportbekleidung.

## Information

### **Adi Dassler - der Mann, der adidas den Namen gab**

Adolf Dassler war von einer einzigen Idee beseelt, als er 1920 - mit gerade 20 Jahren - seine ersten Schuhe fertigte: Jeder Sportler sollte für seine Disziplin den optimal angepassten Schuh erhalten. Diesem Vorsatz folgte er bis zu seinem Tod 1978.

Sein erster Schuh, hergestellt aus den wenigen Materialien, die in der wirtschaftlich schwierigen Nachkriegszeit erhältlich waren, wurde aus Leinen gefertigt. Selbst passionierter Sportler, stand Adi Dassler seit Beginn seiner Tätigkeit in engem Kontakt zu den Aktiven und war bei wichtigen Sportereignissen stets persönlich vor Ort.

Größtes Augenmerk legte Adi Dassler dabei auf die klassischen Disziplinen der Leichtathletik. Bereits Mitte der 20er Jahre experimentierte er mit Spikes. 1928 trugen Athleten bei den Olympischen Spielen in Amsterdam zum ersten Mal Spezialschuhe aus seiner Werkstatt.

Mitte der 30er Jahre stellte er für elf Sportarten bereits 30 verschiedene Modelle her und beschäftigte annähernd 100 Mitarbeiter. In weniger als zwei Jahrzehnten avancierte adidas zum führenden Sportschuhhersteller weltweit.

Nach den Wirren des zweiten Weltkrieges startete Adi Dassler den Neuanfang. Mit 47 Mitarbeitern begann er ab 1947 seine Erkenntnisse aus der Vorkriegszeit sowie neue Ideen umzusetzen. Aus Segeltuch und Gummi von amerikanischen Treibstofftanks fertigte Adi Dassler die ersten Nachkriegssportschuhe. 1949 trug er den Firmennamen „Adolf Dassler adidas Sportschuhfabrik“ im Handelsregister in Fürth ein.

Der Gewinn der Fußball-Weltmeisterschaft 1954 war für Adi Dassler zugleich der Durchbruch. Denn im legendären Endspiel gegen Ungarn hatte das deutsche Team Schuhe mit auswechselbaren Stollen an - von adidas.

Parallel zur rasanten Entwicklung im Sport versuchte Adi Dassler auch seine Produkte zu spezialisieren und zu optimieren. Um seine Neuerungen publik zu machen, bediente sich Adi Dassler als erster Unternehmer der Sportpromotion und setzte bekannte Aktive als Werbeträger für seine Produkte ein. Viele berühmte

## Information

Sportler wie Jesse Owens, Muhammad Ali, Max Schmeling, Sepp Herberger oder Franz Beckenbauer wurden zu Freunden der Familie Dassler.

Offensive Publicity wurde ein Eckpfeiler seiner Firmenpolitik. Von nun an wartete Adi Dassler bei jeder größeren Veranstaltung mit einer Produktneuheit auf, welche die Überlegenheit der adidas Schuhe dokumentierte. Im ständigen Kontakt mit den Aktiven der verschiedensten Disziplinen entwickelte er für beinahe jede Sportart den optimalen Schuh. Zusammen mit seinem Sohn Horst etablierte Adi Dassler einen internationalen Konzern, der bei allen großen Sportereignissen der Welt vertreten war und ist.

Ab Mitte der 60er Jahre produzierte adidas neben den Schuhen auch Textilien für Training und Wettkampf. Ebenso startete 1963 die Produktion von Bällen - seit 1970 ist ein adidas Ball jeweils offizieller Spielball bei allen großen Fußballereignissen gewesen.

1978 starb Adi Dassler im Alter von 78 Jahren. Sein Name und seine Entwicklungen werden in Fortführung seiner Tradition und Ideen auch weiterhin Sportlern zu immer neuen Höchstleistungen verhelfen.

Nach dem Tod des Firmengründers übernahmen Adi Dasslers Frau Käthe und sein Sohn Horst die Leitung des Unternehmens. Horst Dassler perfektionierte die Möglichkeiten der Sportpromotion. Unter seiner Verantwortung erreichte adidas eine führende Position bei Innovationen im Sportmarketing. Er zeichnete ebenfalls für die Etablierung der Marke in Frankreich verantwortlich. 1987 starb Horst Dassler überraschend im Alter von nur 51 Jahren.

1989 wurde adidas in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Nach einer wirtschaftlich schwierigen Übergangszeit besann sich adidas zu Beginn der 90er Jahre auf seine Tradition und das ursprüngliche Ziel: Spitzenprodukte in Topqualität herzustellen bildete von neuem die oberste Prämisse des Unternehmens. 1991 wurde adidas EQUIPMENT eingeführt, eine Linie von leistungsorientierten, funktionellen Schuhen und Textilien.

1992 wurde mit Streetball speziell eine jüngere Zielgruppe angesprochen. 1993 übernahm Robert Louis-Dreyfus die Führung des Unternehmens. Der Franzose leitete das Comeback der Drei Streifen ein. 1995 zählte die adidas Aktie zu den interessantesten Neueinführungen am Aktienmarkt. Im Jahr 1997 folgt der Zusammenschluss der adidas AG und der Salomon Gruppe. 1998 wird TaylorMade

## **Information**

bei Salomon ausgegliedert und legt seine Aktivität mit adidas Golf zusammen. Seit 2001 leitet Herbert Hainer das Unternehmen.

Im Oktober 2005 wurde das Geschäftssegment Salomon, einschließlich der dazugehörigen Tochtergesellschaften und Marken Salomon, Mavic, Bonfire, Arc'Teryx und Cliché, an die finnische Amer Sports Corporation verkauft.

Am 31. Januar 2006 wird der Abschluss der Akquisition von Reebok bekannt gegeben. Damit verfügt die neue adidas Gruppe über einen Umsatz von etwa 9,5 Mrd. € im weltweiten Markt für Sportschuhe, Sportbekleidung und Sportzubehör.

## **Information**

### **Die adidas Geschichte**

#### **1920**

Adi Dassler entwickelt in seiner Werkstatt in Herzogenaurach bei Nürnberg seinen ersten Schuh. Der aus Leinen gefertigte Turnschuh war ein Trainingsschuh für Läufer und kostete zwei Reichsmark.

Als Grundlage seiner Entwicklungen stellte sich Adi Dassler drei Prämissen: optimale Anpassung des Schuhs an die Anforderungen der Sportart, Schutz der Gesundheit und Haltbarkeit der Modelle.

#### **1925**

Adi Dassler entwickelt die ersten Spezialschuhe für den Bereich Fußball und Leichtathletik. Zum ersten Mal kommen Schuhe mit Stollen und Dornen auf den Markt. Außerdem konstruiert er für die unterschiedlichen Laufstrecken unterschiedliche Schuhe und setzt zur Gewichtsersparnis die neuesten Materialien ein.

#### **1928**

Zum ersten Mal werden Schuhe von Adi Dassler bei Olympischen Spielen getragen. In Amsterdam betreut er „seine“ Sportler und versucht, in Zusammenarbeit mit den Aktiven die jeweiligen Schuhe zu optimieren. Die erste Athletin, die eine olympische Goldmedaille in adidas Schuhen gewinnt, ist Lina Radke-Batschauer, die die 800m der Frauen in Weltrekordzeit läuft.

#### **1931**

Adi Dassler stellt seinen ersten Tennisschuh vor.

#### **1936**

Die Olympischen Spiele von Berlin werden sportlicher Höhepunkt für Jesse Owens. Bei fast allen seiner insgesamt zwölf Starts kann er neue Höchstleistungen erzielen. Als erfolgreichster Sportler von Berlin erringt der US-Amerikaner vier Goldmedaillen.

## **Information**

### **1937**

Adi Dassler führt bereits 30 verschiedene Modelle für insgesamt elf Sportarten in seinem Programm.

### **1946**

Adi Dassler fertigt die ersten Sportschuhe nach dem zweiten Weltkrieg aus Segeltuch und Gummi von amerikanischen Treibstofftanks.

### **1948**

Mit 47 Mitarbeitern nimmt Adi Dassler die Schuhproduktion wieder auf.

### **1949**

Am 18. August 1949 wird die „Adolf Dassler adidas Sportschuhfabrik“ im Handelsregister in Fürth eingetragen.

Besonderen Wert legt Adi Dassler auf die neuen Fußballschuhe. Er produziert seine erste Gumminockensole.

### **1950**

Die ersten Modelle des Fußballallroundschuhs „Samba“ kommen auf den Markt. Auch heute gilt der Samba als klassischer Allroundtrainingsschuh.

### **1952**

adidas ist bei den Olympischen Spielen von Helsinki die meistgetragene deutsche Sportschuhmarke. Laufschuhe mit auswechselbaren Dornen werden zum ersten Mal eingesetzt. Emil Zatopek gewinnt in adidas Schuhen innerhalb einer Woche drei Goldmedaillen. Er triumphiert über 5.000 m und 10.000 m sowie im Marathon. Eine Leistung, die bis heute nicht wiederholt wurde. Die ersten adidas Sporttaschen kommen auf den Markt.

### **1954**

Deutschland wird erstmals Fußballweltmeister. Adi Dassler ist in Bern vor Ort und passt noch in der Spielpause die Fußballschuhe mit den auswechselbaren

## **Information**

Schraubstollen den Bodenverhältnissen an. Der in Bern getragene Fußballschuh heißt später „Weltmeister“.

### **1957**

Die ersten Nylon-Halbsohlen für Sprintschuhe werden entwickelt.

### **1960**

Bei den Olympischen Spielen in Rom setzen 75% aller Leichtathleten auf adidas Schuhe. Wilma Rudolph, die als Kind an Polio erkrankte, holt Goldmedaillen über 100 m und 200 m sowie mit der 4x100 m Staffel. Der Allroundtrainingsschuh „Rom“ kommt anlässlich der Olympischen Spiele auf den Markt.

### **1962**

Bei der Fußball-Weltmeisterschaft in Chile dominieren die Schuhe von adidas. Sie werden in allen 32 Spielen getragen.

### **1963**

Zum ersten Mal werden Bälle von adidas entwickelt und produziert.

### **1964**

adidas präsentiert den leichtesten Laufschuh, der jemals produziert wurde. 135 Gramm pro Schuh bringt das Topmodell „Tokio 64“ auf die Waage. Bei den Olympischen Spielen von Tokio gewinnt Willi Holdorf als erster Deutscher im Zehnkampf die Goldmedaille - ausgerüstet von adidas.

### **1967**

adidas stellt die ersten Sporttextilien vor, natürlich mit den bis heute aktuellen Drei Streifen.

### **1968**

Auch bei den Olympischen Spielen in Mexiko dominieren die adidas Athleten. Dick Fosbury überspringt mit einer neuen Hochsprungtechnik 2,24 m und gewinnt die Goldmedaille. Als erste Firma der Welt stellt adidas Nockensohlen aus Polyurethan

## Information

im Spritzverfahren her und gibt auf die Sohle ein Jahr Garantie. Mit dem „Achill“ wird der erste Joggingschuh vorgestellt.

### 1970

Ein adidas Ball, der „Telstar“, ist erstmals offizieller Spielball bei der Fußball-Weltmeisterschaft in Mexiko. Bis heute werden bei allen großen Fußballereignissen die Tore mit adidas Bällen geschossen.

### 1971

Im „Boxkampf des Jahrhunderts“ stehen sich Muhammad Ali und Joe Frazier gegenüber. Beide tragen speziell von Adi Dassler entwickelte Boxstiefel.

### 1972

Die deutsche Fußballnationalmannschaft wird in adidas Schuhen Fußball-Europameister. Bei den Olympischen Spielen von München holt Ulrike Meyfarth ihre erste olympische Goldmedaille im Hochsprung. Die „Adilette“ wird in den Markt eingeführt und zählt heute zu den Klassikern des adidas Programms.

### 1974

Nach dem Titel des Europameisters gewinnt Deutschland auch die Fußball-Weltmeisterschaft. Die ersten Tennisschläger kommen auf den Markt.

### 1976

Edwin Moses gewinnt bei den Olympischen Spielen in Montreal über 400 m Hürden Gold. Der „TRX“-Joggingschuh wird vorgestellt. Mit den neuentwickelten Skilanglaufbindungen setzt adidas auch im Wintersport Akzente.

### 1978

Mit dem offiziellen Fußball „Tango“ werden alle Tore bei der Fußball-Weltmeisterschaft in Argentinien geschossen.

Adi Dassler stirbt im Alter von 78 Jahren. Sein Sohn Horst Dassler führt die adidas Tradition fort.

## **Information**

### **1979**

Der „Copa Mundial“ kommt auf den Markt und wird weltweit der meistverkaufte Fußballschuh aller Zeiten. Noch heute wird dieses Modell auch in Deutschland hergestellt.

### **1980**

Deutschland wird zum zweiten Mal Fußball-Europameister. Die Mannschaft von Trainer Jupp Derwall spielt von Kopf bis Fuß in adidas.

### **1984**

Bei den Olympischen Sommerspielen von Los Angeles starten 124 von 140 Nationen in adidas Produkten. 259 Medaillen werden mit den Drei Streifen gewonnen. Ulrike Meyfarth holt nach 1972 zum zweiten Mal olympisches Gold im Hochsprung.

### **1985**

Elf von zwölf Teams vertrauen bei der Basketball-Europameisterschaft auf die Drei Streifen. Der Laufschuh „Marathon Training“ wird von Stiftung Warentest mit sehr gut bewertet. adidas erhält den „Deutschen Marketing Preis“. In der Tennis-Weltrangliste übernimmt adidas Star Ivan Lendl die Führung.

### **1986**

adidas steht bei der Fußball-Weltmeisterschaft in Mexiko wieder im Mittelpunkt. Zum ersten Mal wird bei einer Weltmeisterschaft ein offizieller Spielball aus Synthetik-Material eingesetzt: der adidas „Azteca“.

### **1987**

Horst Dassler stirbt im Alter von 51 Jahren.

## Information

### 1988

Das revolutionäre Sohlensystem „TORSION®“ wird von adidas in den Markt eingeführt und bis heute bei den unterschiedlichsten Sportschuhen eingesetzt.

### 1989

adidas wird in eine Aktiengesellschaft umgewandelt, bleibt aber in Familienbesitz.

### 1991

adidas EQUIPMENT kommt auf den Markt. Unter dem neuen Label werden leistungsorientierte Schuhe und Textilien angeboten.

### 1992

Bei den Olympischen Spielen in Barcelona gewinnt Heike Henkel olympisches Gold im Hochsprung. Auf dem Marx-Engels-Platz in Berlin wird das erste adidas Streetball-Turnier ausgetragen. Was 1992 noch als Trend bezeichnet wurde, hat sich inzwischen als Sportart etabliert. Tausende von Spielern ermitteln im 3-gegen-3-Fair-Play-Spiel ihren Sieger.

### 1993

Robert Louis-Dreyfus übernimmt die Führung der adidas AG. Neue Marketing- und Vertriebsstrategien legen den Grundstein für den erfolgreichen Turnaround. Die Originals-Welle setzt ein. Trendsetter wie Madonna tragen klassische Sportschuhe und Textilien im Stil der 70er Jahre. Die „Gazelle“ wird in geringen Stückzahlen wieder produziert.

### 1994

Das Jahr des Comebacks: Ein deutlicher Aufwärtstrend bei Umsatz und Ertrag ist zu verzeichnen. „Predator®“ heißt der revolutionäre Fußballschuh, der anlässlich der Fußball-Weltmeisterschaft in den USA vorgestellt wird. Der „adidas Predator-Cup“ wird zum ersten Mal als großes Fußball-Nachwuchsturnier zusammen mit den adidas Bundesligavereinen durchgeführt.

## Information

### 1995

Vor 75 Jahren fertigte Adi Dassler seine ersten Schuhe. adidas setzt Maßstäbe im Eventprogramm. Mit eigenen Veranstaltungen zieht adidas in den Bereichen Basketball, Streetball, Fußball, Leichtathletik, Outdoor und Tennis Teilnehmer und Zuschauer an. Sechs Jahre nach Umwandlung des Familienunternehmens in eine Aktiengesellschaft geht das Unternehmen an die Börse. Die adidas Aktie gehört zu den interessantesten Neunotierungen auf dem deutschen Aktienmarkt.

### 1996

Das Jahr 1996 wird zu einem der erfolgreichsten in der adidas Geschichte. Bei der Fußball-Europameisterschaft und bei den Olympischen Spielen in Atlanta unterstreicht adidas mit großem Erfolg seinen Anspruch, die beste Sportmarke der Welt zu werden.

Fünf von 16 Mannschaften bei der EURO tragen adidas. adidas stellt zudem den offiziellen Spielball und rüstet die Schieds- und Linienrichter aus. Die innovativen adidas Fußballschuhe mit der Traxion-Sohlentechnologie setzen sich auf Anhieb durch und bilden einen neuen Meilenstein in der Entwicklung von Fußballschuhen. Die Deutsche Nationalmannschaft wird Fußball-Europameister - komplett in adidas.

1996, den 100. Geburtstag der Olympischen Spiele der Neuzeit, hat adidas gewählt, um die vergangenen Erfolge ebenso zu feiern wie die Triumphe, die noch kommen werden. Dafür steht das Konzept „We knew then - we know now.“ Mit den Goldmedaillen von Donovan Bailey (Kanada) im 100-Meter-Lauf, Lars Riedel (Deutschland) im Diskuswurf, Nourreddine Morceli (Algerien) im 1500-Meter-Lauf, Haile Gebrselassie (Äthiopien) über 10.000 Meter und Felix Savon (Kuba) im Boxen wird dieses Konzept reich belohnt. adidas rüstet in Atlanta 33 Nationen aus, 6.000 Teilnehmer tragen adidas und adidas stellt für 21 der 26 Sportarten Produkte zur Verfügung. Keine andere Marke ist mit so vielen Athleten, in so vielen Sportarten und über so viele Jahre so eng verbunden wie adidas.

### 1997

Eine neue Generation von adidas Athleten steht repräsentativ für die innovativen Technologien und das moderne Design der adidas Produkte.

## Information

Anna Kournikova im Tennis sowie David Beckham und Alessandro del Piero im Fußball sind nur einige der Ausnahmetalente ihrer Sportart, die mit adidas auf dem Weg sind, die Stars der Zukunft zu werden.

adidas kündigt die Übernahme der Salomon Gruppe (mit den Marken Salomon, TaylorMade, Mavic und Bonfire) an. Diese Übernahme führt zur Entstehung einer der führenden Sportartikelgruppen der Welt, die ein Portfolio von hervorragenden Marken hält. Die neue Gruppe wandelt ihren Namen in adidas-Salomon AG um.

### 1998

Im Juni wird die adidas-Salomon Aktie in den DAX aufgenommen.

1998 steht ganz im Zeichen des FIFA World Cups in Frankreich. adidas wird als erstes Sportartikelunternehmen offizieller Sponsor einer Fußball-Weltmeisterschaft und stellt mit Gastgeber Frankreich den neuen Titelträger. adidas hat weltweite Lizenzrechte an dem größten Einzelsportereignis der Welt. adidas stellt den offiziellen WM-Spielball, rüstet 12.000 WM-Funktionäre und Helfer aus, kleidet die Schiedsrichter ein und wartet mit zahlreichen revolutionären Fußballtechnologien auf. Neben Frankreich ist adidas Ausrüster von Argentinien, Deutschland, Jugoslawien, Rumänien und Spanien.

### 1999

Im Frühjahr ziehen adidas-Salomon Mitarbeiter in das neu eingerichtete Headquarter ein. Mit der Errichtung der so genannten „World of Sports“ auf einem ehemaligen US-Army-Gelände trifft die adidas-Salomon AG eine langfristige Unternehmensentscheidung für den Standort Herzogenaurach und damit für den Geburtsort der Marke adidas. In ihrer ersten Ausbauphase bietet die Campus-ähnlich angelegte World of Sports 600 Mitarbeitern der globalen Marketing-Abteilungen Platz.

adidas wird 50. Und die Firma zeigt sich nach dem geglückten Turnaround in Bestform. Die adidas-Salomon AG überschreitet mit 10,471 Milliarden Mark zum ersten Mal die Umsatzschwelle von 10 Milliarden Mark. Die Zahl der Beschäftigten ist mittlerweile auf 12.829 weltweit angewachsen.

adidas ist offizieller Sponsor des Women's World Cup 1999 in den USA und unterstreicht damit seine Vormachtstellung als Fußballmarke Nummer eins. Neben

## Information

Deutschland ist adidas Partner von Schweden, Japan, China und Australien. Auch das letzte sportliche Highlight des Jahrtausends steht ganz im Zeichen der Drei Streifen. Als offizieller Sponsor dominiert adidas die Leichtathletik-Weltmeisterschaft in Sevilla und ist erneut Ausrüster zahlreicher Verbände und Athleten. Darüber hinaus wird adidas offizieller Lieferant und Lizenznehmer der Fußball-Europameisterschaft 2000.

Im November wird Herbert Hainer zum stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden der adidas-Salomon AG ernannt. Er soll im Frühjahr 2001 die Nachfolge von Robert Louis-Dreyfus antreten.

## 2000

adidas-Salomon dominiert mit seiner Marke adidas die beiden herausragenden Sportveranstaltungen des Jahres: die EURO 2000™ in Holland und Belgien sowie die Olympischen Sommerspiele in Sydney. Als Offizieller Ausrüster und Lizenznehmer der EURO 2000™ stellt adidas mit seinem Partner Frankreich den Sieger des Turniers und mit Zinédine Zidane den überragenden Spieler. Neben Zidane tragen David Beckham (England), Patrick Kluivert (Holland) und Alessandro Del Piero (Italien) den neuen revolutionären Fußballschuh adidas EQUIPMENT Predator® Precision. Mehr als 25% der Tore des Turniers werden von Spielern, die diesen Schuh tragen, erzielt. Der adidas EQUIPMENT Silverstream ist der Offizielle Turnierball.

In Sydney unterstreicht adidas seine Kompetenz als Olympische Marke. adidas ist in 26 der 28 Wettkampfsportarten vertreten, mehr als 3.000 Athleten tragen adidas. adidas entwickelt revolutionäre Produkte für sechs Sportarten, die alle auf dem Prinzip der „Energy Maintenance“ beruhen: Schwimmen, Leichtathletik, Radfahren, Fechten, Gewichtheben, Ringen. Den nachhaltigsten Eindruck hinterlässt dabei der adidas EQUIPMENT Full Body Swim Suit. Der 17jährige australische Nationalheld, Ian Thorpe, schwimmt im adidas Anzug zu drei Goldmedaillen und vier Weltrekorden und wird zum Star der Olympischen Spiele in Sydney.

Mit der Programmidee „Road to Sydney“ produziert adidas die erste Sportartikel-Soap in der Geschichte dieser Industrie. Sie wird von führenden TV-Stationen weltweit ausgestrahlt. Bereits zuvor war adidas in New York als „Advertiser of the Year“ mit dem renommierten Clio-Award ausgezeichnet worden.

Im Oktober wird die adidas-Salomon AG in die Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI) aufgenommen. Die DJSI sind die ersten globalen Aktienindizes der Welt, die

## Information

die Performance der führenden nachhaltigkeitsorientierten Unternehmen weltweit verfolgen. Im Jahr 2000 analysierte Dow Jones die Performance der adidas-Salomon AG in den Bereichen Soziales, Umwelt und Finanzen und kam zu dem Schluss, dass adidas-Salomon in der Nachhaltigkeit branchenführend ist. Insbesondere wurde von Dow Jones anerkannt, dass adidas-Salomon wesentliche Fortschritte zur Verbesserung der Sozial- und Umweltbedingungen in ihren Zulieferbetrieben erzielt hat.

adidas baut seine Stellung als unangefochtener Marktführer im Fußball aus und unterzeichnet einen langfristigen Vertrag als Offizieller Sponsor und Lizenznehmer des FIFA World Cup™ 2002 und 2006 sowie des Women's World Cup 2003.

Im Oktober stellt adidas-Salomon in New York eine aufsehenerregende neue Struktur für seine Kernmarke adidas vor. Statt des herkömmlichen Geschäftsmodells mit einer Aufteilung in Schuhe und Textilien/Accessoires, gliedert adidas sein Geschäft in die Bereiche Forever Sport, Original und EQUIPMENT. 2002 werden sie in adidas Sport Performance, adidas Sport Heritage und adidas Sport Style umbenannt. Seit 2007 gibt es zwei Divisionen: Sport Performance, mit der adidas alle Sportler auf bestmögliche Weise unterstützen und ausrüsten möchte und Sport Style, die sich an den Lifestyle-Konsumenten richtet.

Am 3. November jährt sich der Geburtstag des verstorbenen Firmengründers Adi Dassler zum 100. Mal.

Der Umsatz von adidas-Salomon erreicht in 2000 mit 5,8 Mrd. € einen neuen Höchststand. Das Anfang des Jahres eingeführte Wachstums- und Effizienzprogramm ist erfolgreich abgeschlossen und legt den Grundstein für künftige Erfolge der Gruppe.

### 2001

Herbert Hainer wird mit Wirkung vom 8. März offiziell zum Vorstandsvorsitzenden der adidas-Salomon AG ernannt.

adidas startet als erste Marke der Sportartikelindustrie das Projekt „Customization Experience“ und bietet dem Kunden dadurch die Gelegenheit, einen ureigenen Schuh mit genauen persönlichen Spezifikationen in punkto Funktion, Passform und Aussehen zu kreieren.

## Information

Im September eröffnet der erste Originals Store in Berlin, gefolgt von Japans erstem Originals Store in Tokio im Dezember. Darüber hinaus eröffnen die ersten adidas Megastores in Paris und Amsterdam.

adidas und Deutschlands erfolgreichster Fußballverein FC Bayern München vereinbaren eine einzigartige strategische Partnerschaft. adidas verlängert bis 2010 den Vertrag als Offizieller Sponsor, Ausrüster und Lizenznehmer und kauft gleichzeitig eine 10%ige Beteiligung an der FC Bayern München AG.

adidas-Salomon erzielt einen Rekordumsatz von 6,1 Mrd. €. Das Management-Ziel - das Ergebnis je Aktie um 15% zu steigern - wurde durch ein Team erreicht, das seine ganze Kraft eingesetzt hat, um die Leidenschaft für Leistung und Erfolg, die Innovationsfreudigkeit und die Tradition von adidas-Salomon in optimale Geschäftsergebnisse umzusetzen.

Die adidas-Salomon Aktie beendet das Jahr als der Top Performer des DAX-30 mit einem Zuwachs von 28% und liegt damit 48% über dem deutschen Spitzenindex.

## 2002

adidas und Salomon Athleten erringen bei den Olympischen Winterspielen in Salt Lake City zusammen 191 Medaillen (62 Gold, 67 Silber und 62 Bronze). adidas rüstet mehr als 50% aller Athleten, acht nationale olympische Teams und mehrere Sport-Verbände aus. Besonders hervorzuheben sind hier Christoph Langen und André Lange im Bobfahren sowie das überragende Team der deutschen Biathletinnen, sie alle tragen adidas. Auch die Liste der siegreichen Salomon Athleten ist lang. Darunter befinden sich unter anderen Janica Kostelić, die die im Alpinski in der Geschichte der Winterspiele einmalige Anzahl von 4 Medaillen (davon 3 Gold) erringt, und Fritz Strobl, der in der Vorzeigedisziplin Abfahrt der Herren triumphiert. Beide siegen mit Salomon Skiern.

Im Februar eröffnet adidas seine neue Zentrale in Nordamerika. Das so genannte adidas Village ist fünf Minuten vom Stadtzentrum von Portland entfernt, vereint alle adidas und Salomon Mitarbeiter in Portland, Oregon, unter einem Dach und liegt in einem Gebiet, in dem gerade ein Stadterneuerungsprogramm läuft.

ClimaCool®, die adidas Sportschuhinnovation mit einem 360°-Ventilationssystem, feiert im März Weltpremiere. Durch die Verwendung neuartiger, atmungsaktiver Materialien in allen Bereichen des Schuhs, kann man in ClimaCool™-Schuhen tatsächlich „die Brise fühlen“. Einen Monat später führt adidas die zweite Innovation

## Information

des Jahres ein.  $a^3$  (ausgesprochen „a-cubed“) kann weit mehr als nur Dämpfen. Als komplettes Energie-Management-Konzept bietet es dem Athleten drei spürbare Vorteile:  $a^3$  dämpft, führt und beschleunigt den Fuß.

Mit dem Engagement beim 2002 FIFA World Cup™ in Korea und Japan im Juni gelingt es adidas, seine Stellung als führende Marke im Fußball weltweit zu untermauern und seine Marktposition in Asien weiter zu verbessern. adidas führt den Predator® Mania, eine verbesserte Version der ersten Generation der Predator® Schuhe, ein und die Spieler tragen die neuen Dynamic Layering Concept (DLC) Trikots. Fevernova™ ist der offizielle Spielball der Fußball-Weltmeisterschaft 2002. Durch den Verkauf von mehr als 6 Millionen Fußbällen, 1,5 Millionen Trikots und mehr als 500.000 Predator® Mania, unterstreicht adidas seine Marktführerschaft.

2002 ist für die adidas-Salomon Aktie erneut ein erfolgreiches Jahr. Wie schon in 2001 profiliert sich unsere Aktie wieder als Top-Performer des DAX. Der Umsatz steigt um 7% auf das Rekordniveau von 6,5 Milliarden €.

### 2003

adidas unterzeichnet die Sponsorenvereinbarung für die Fußball-Europameisterschaft 2004 in Portugal und wird damit - neben bereits bestehenden Verträgen für die Weltmeisterschaft der Frauen 2003, die UEFA Champions League™ und die WM 2006 - offiziell zum Hauptpartner aller wichtigen Fußballereignisse. Mit dieser Vereinbarung unterstreicht das Unternehmen ein weiteres Mal seine Stellung als weltweit führende Fußballmarke.

Im Sommer feiert der neue JetConcept Ganzkörperanzug eine erfolgreiche Weltpremiere auf der auch von adidas gesponserten FINA Schwimmweltmeisterschaft in Barcelona. Mit Hilfe von kleinen Rillen, die in den JetConcept integriert wurden, reduziert sich der Wasserwiderstand. Ian Thorpe, der als erster Schwimmer diesen revolutionären Anzug trägt, gewinnt damit zwei Gold-, eine Silber- und eine Bronzemedaille.

Zur Optimierung der Fremdkapitalstruktur und zur Verbesserung der Finanzierungskonditionen begibt adidas-Salomon im August eine Wandelanleihe in Höhe von 400 Mio. €. Die Wandelanleihe hat eine Laufzeit von 15 Jahren und ist wandelbar in ungefähr 4 Millionen Aktien der adidas-Salomon AG.

## Information

Im September wird die adidas-Salomon AG zum vierten Mal in Folge in die Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI) aufgenommen.

Ebenfalls im September eröffnet adidas drei Originals Stores. In Miami South Beach in Florida öffnet nach New York bereits der zweite Originals Store seine Pforten in Amerika. In Seoul (Korea) und Mailand (Italien) feiert der Store eine Ersteröffnung.

Im Oktober triumphiert die von adidas gesponserte deutsche Nationalmannschaft der Frauen bei der Fußball-WM in den USA und besiegt in einem spannungsgeladenen Finale Schweden mit 2:1 durch ein „Golden Goal“ von Nia Künzer.

Im November erhält Herbert Hainer, Vorstandsvorsitzender der adidas-Salomon AG, den Bambi in der Kategorie Wirtschaft.

Im Dezember verlegt adidas einige wichtige Marketingfunktionen in die nordamerikanische Zentrale in Portland. Erich Stamminger übernimmt, zusätzlich zu seinen Aufgaben als Vorstandsmitglied von adidas-Salomon, die Position als CEO und President von adidas America Inc. Durch diese Veränderung kann adidas seine Vertriebs- und Marketingaktivitäten in Nordamerika weiter verstärken.

Zum Jahresende feiert adidas die Eröffnung des neuen Factory Outlets in Herzogenaurach. Das neue Outlet besteht aus einem 3.500 Quadratmeter großen Gebäude mit rund 2.000 Quadratmetern Verkaufsfläche.

Das Jahr 2003 erweist sich trotz schwieriger Marktbedingungen für adidas-Salomon als Rekordjahr. Der Umsatz für das Gesamtjahr beträgt 6,3 Mrd. €, was einer währungsbereinigten Verbesserung von 5% entspricht. Auch der Konzerngewinn steigt um 14% und erreicht mit 260 Mio. € ebenfalls Rekordhöhe.

## 2004

„Impossible is Nothing“ ist die zentrale Botschaft der weltweiten adidas Markenkampagne 2004, die im Februar startet. Sie erzählt von der Philosophie und Einstellung, die adidas mit Sportlern der ganzen Welt teilt – das Unmögliche möglich zu machen, Rekorde zu brechen und neue Maßstäbe zu setzen. Die Kampagne präsentiert die bedeutendsten adidas Sportler der Vergangenheit und Gegenwart wie Boxlegende Muhammad Ali, Langstreckenläufer Haile Gebrselassie, Fußballikone David Beckham und NBA-Star Tracy McGrady.

## Information

Zum Jahresbeginn präsentiert adidas mit dem neuen PredatorPulse™ den besten Fußballschuh aller Zeiten und unterstreicht so einmal mehr seine Stellung als Fußballmarke Nummer eins. Der neue Predator® ist mit der revolutionären PowerPulse™ Technologie ausgestattet. Diese basiert auf dem einfachen Prinzip der optimalen Massenverteilung, das bereits bei der Konstruktion von Tennis- und Golfschlägern zum Einsatz kommt. Der Predator®, der in diesem Jahr sein 10-jähriges Jubiläum feiert, ist der weltweit meistverkaufte Fußballschuh und wird u. a. von FIFA Weltfußballer Zinedine Zidane, David Beckham, Raúl, Michael Ballack, Kaká und Rui Costa getragen.

Im März heben adidas und David Beckham die bereits seit Jahren gelebte Partnerschaft auf eine weitere, höhere Ebene. Beide Partner einigen sich auf eine Fortsetzung der Zusammenarbeit bis 2008 und bei dieser Gelegenheit stellen auch das persönliche Logo von David Beckham vor. Das neue Beckham-Logo repräsentiert die Fusion von zwei der stärksten Marken im Sport.

adidas ist Partner und offizieller Lizenznehmer der UEFA EURO 2004™ in Portugal und liefert den offiziellen Spielball Roteiro™. Fünf Nationalmannschaften tragen adidas: Griechenland, Frankreich, Deutschland, Spanien und Lettland.

Die UEFA EURO 2004™ in Portugal endet mit einem grandiosen Erfolg der griechischen Nationalmannschaft. Sie haben den klaren Beweis erbracht, dass es im Sport darum geht, das Unmögliche zu erreichen. Vor Beginn der Europameisterschaft hatte Griechenland noch nie ein Spiel in einem großen Turnier gewonnen. Als die EURO zu Ende geht haben sie den Titel geholt. Damit gewannen fünf der letzten sechs Europameister ihren Titel im Trikot mit den Drei Streifen.

Auch wirtschaftlich ist die EURO ein großer Erfolg. Über 1,3 Millionen Replika-Trikots, über 1,2 Millionen UEFA EURO 2004™ Lizenzprodukte und über 250.000 Stück unserer neu eingeführten Fußball-Damenkollektion werden verkauft.

Bei den Olympischen Spielen in Athen im August nutzt adidas auch diese Plattform, um seine Marke zu präsentieren. adidas ist offizieller Ausrüster von 22 Nationalen Olympischen Komitees, darunter Gastgeber Griechenland, USA, Frankreich, Deutschland, Großbritannien und Kuba. Sportler aus 45 Ländern, das sind mehr als 4.000 Athleten, tragen Schuhe und Textilien mit den Drei Streifen. Außerdem stellt adidas Produkte für 26 der 28 verschiedenen olympischen Disziplinen.

## Information

Sportler in adidas Schuhen oder Textilien gewinnen 147 Gold-, 73 Silber- und 93 Bronzemedailles. Zu den erfolgreichsten adidas Athleten zählen der Rekord-Schwimmstar Ian Thorpe (Australien), Hochspringerin Hestrie Cloete (Südafrika), Lauflegende Haile Gebrselassie (Äthiopien), Gewichtheber Pyrros Dimas (Griechenland), Sprintweltmeister Kim Collins (St. Kitts and Nevis), Olympischer Sprintmeister Maurice Greene (USA) und der Rekord-Zehnkämpfer Roman Sebrle (Tschechische Republik). Alle treten in den neusten adidas Schuh- und Bekleidungsinnovationen bei den Olympischen Spielen an.

Im September geben adidas und Stella McCartney eine langfristige Partnerschaft bekannt und präsentieren die neue Sport Performance Kollektion *adidas by Stella McCartney*. Zum ersten Mal hat ein führender Modedesigner bzw. Modedesignerin eine funktionelle Sport Performance Linie für Frauen entworfen. Die erste Kollektion kommt im Frühjahr 2005 in den USA, in Japan und in Europa in den Handel.

Im Dezember kommt nach dreijähriger streng vertraulicher Entwicklungsarbeit der fortschrittlichsten Schuh aller Zeiten in selektive Märkte: Die intelligente Dämpfung des adidas\_1 wird über einen Sensor und einen Magneten erfasst und passt sich beim Laufen ständig selbst an. Dank eines kleinen Computers weiß der Schuh, ob die Dämpfung zu weich oder zu hart ist.

2004 ist für die adidas-Salomon AG ein weiteres Rekordjahr. Die Rohertragsmarge erreicht 47,2%, der Gewinn kann um 21% gesteigert werden, und der Umsatz steigt um 7% auf 6,5 Mrd. € an. In der Kategorie Fußball klettert der Umsatz um mehr als 20% auf über 900 Mio. €.

## 2005

Zu Beginn des Jahres werden neue Partnerschaften unterzeichnet: adidas wird zum offiziellen Sportswear Partner der Olympischen Spiele 2008 in Peking ernannt. Außerdem wird adidas die chinesischen Olympia-Mannschaften bei den Olympischen Winterspielen 2006 in Turin und den Sommerspielen 2008 in Peking ausrüsten. Diese Vereinbarung soll dazu beitragen, das Markenprofil bei Konsumenten im asiatischen Markt weiter zu erhöhen. Gemeinsam mit dem englischen Fußballverein Chelsea FC kündigt adidas außerdem eine Sponsorenvereinbarung an, die mit der Saison 2006/2007 in Kraft treten wird.

## Information

Am 2. Mai teilt die adidas-Salomon AG mit, dass sie einen Kaufvertrag zur Veräußerung ihres Geschäftssegments Salomon, einschließlich der dazugehörigen Tochtergesellschaften und Marken Salomon, Mavic, Bonfire, Arc'Teryx und Cliché, an die Amer Sports Corporation unterzeichnet hat. Die Transaktion wird am 19. Oktober 2005 abgeschlossen.

Im Juli unterzeichnen die adidas-Salomon AG und die Porsche Design Group eine langfristige strategische Partnerschaft inklusive einer Lizenzpartnerschaft. Ziel ist es, gemeinsam eine technologisch orientierte Premium-Marke im Sportbereich zu etablieren. Die ersten Produkte sind ab 2007 weltweit erhältlich.

Im Vorfeld der Leichtathletik-WM präsentiert adidas gemeinsam mit Polar Electro das erste komplett integrierte Trainingssystem der Welt. Das „Project Fusion“ integriert Messtechnologie für Herzfrequenz, Geschwindigkeit und Distanz von Polar nahtlos in Bekleidung und Schuhe von adidas und kommt im Frühjahr 2006 in den Handel.

adidas Athletin Elena Isinbayewa überspringt als erste Frau der Welt die magische 5 Meter Marke im Stabhochsprung. Bei der Leichtathletik-WM in Helsinki steigert sie ihren eigenen Rekord um einen weiteren Zentimeter. Auch andere adidas Athleten zeigen ihr Können: Jeremy Wariner (400 m), Allyson Felix (200 m) und Jaouad Gharib (Marathon) dominieren ihre Wettbewerbe und werden Weltmeister.

Am 3. August gibt die adidas-Salomon AG den geplanten Kauf von Reebok bekannt. Der Zusammenschluss soll die angestrebte strategische Ausrichtung der adidas Gruppe im weltweiten Markt für Sportschuhe, Sportbekleidung und Sportzubehör beschleunigen. Der Wert der Transaktion beträgt ungefähr 3,1 Mrd. €.

Das Jahr 2005 schließt die adidas Gruppe mit einer währungsbereinigten Steigerung des Konzernumsatzes von 12 % ab. Die operative Marge liegt auf einem Rekordniveau und das Betriebsergebnis konnte um 21% gesteigert werden, der auf die Anteilseigner entfallende Gewinn stieg um 22% auf 383 Mio. Euro.

## 2006

Am 31. Januar 2006 gibt die adidas-Salomon AG den Abschluss der Akquisition von Reebok International Ltd. bekannt. Damit verfügt die neue adidas Gruppe über einen Umsatz von etwa 9,5 Mrd. € im weltweiten Markt für Sportschuhe, Sportbekleidung und Sportzubehör.

## Information

„Wir freuen uns über den Abschluss der Reebok Transaktion. Das ist ein historischer Moment in unserer Unternehmensgeschichte“, sagt Herbert Hainer, Vorstandsvorsitzender der adidas-Salomon AG. „Durch die Zusammenführung von zwei der angesehensten und bekanntesten Marken der weltweiten Sportartikelindustrie wird die neue Gruppe von einer wettbewerbsfähigeren Plattform weltweit, gut definierten und sich ergänzenden Markenidentitäten, einer breiteren Produktpalette und einer stärkeren Präsenz bei Sportteams, Athleten, Sportveranstaltungen und Sportligen profitieren.“

Reeboks Geschichte begann im Jahr 1895, als JW Foster die ersten Spikes in Bolton, England, entwickelte. 1979 nahm Reebok den Geschäftsbetrieb in den USA auf. Ende der 80er Jahre expandierte das Unternehmen stark weltweit.

Beim Investor Day am 11. April 2006 in London unterzeichnen die Marke adidas und die National Basketball Association eine strategische globale Merchandising-Partnerschaft, mit der adidas ab der NBA-Saison 2006/07 für einen Zeitraum von elf Jahren der offizielle Ausrüster für Trikots und Bekleidung für die NBA, die Women's National Basketball Association (WNBA) und die NBA Development League (D-League) wird. Die Marke Reebok, bislang Exklusivausrüster der NBA, bleibt weiterhin globaler Marketingpartner der NBA und Hersteller der NBA-Logo Schuhe. Auf der Hauptversammlung am 11. Mai in Fürth erhält die adidas-Salomon AG die Zustimmung der Aktionäre sich in adidas AG umzubenennen.

Die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2006™ in Deutschland wird für adidas zu einem vollen Erfolg: „Wir haben alle unsere Ziele für diese WM übertroffen - sowohl sportlich als auch geschäftlich.“ Mit diesen Worten fasst Herbert Hainer die Rolle von adidas als Offizieller Sponsor, Ausrüster und Lizenznehmer der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2006™ zusammen. Mit einem Rekordumsatz im Bereich Fußball von über 1,2 Mrd. € und damit einem Plus von mehr als 30% gegenüber 2005 gelingt es adidas, die Position als die führende Fußballmarke der Welt weiter auszubauen. Mit 3 Millionen verkauften Replika-Trikots, darunter 1,5 Millionen Trikots der deutschen Nationalmannschaft, wurde eine neue Rekordzahl erreicht. Zum Vergleich: Bei der letzten WM im Jahr 2002 verkaufte adidas 1,5 Millionen Nationaltrikots und 250.000 Trikots der deutschen Mannschaft.

Die nächsten großen Fussballevents lassen nicht lange auf sich warten: am 28. Juni 2006 unterzeichnen die UEFA und adidas eine langfristige Partnerschaft. Damit erhält adidas weltweite Sponsorenrechte für die UEFA EURO 2008™ in Österreich und der Schweiz. Zudem verlängern die UEFA und adidas ihre UEFA Champions

## Information

League Partnerschaft. Im Rahmen dieser Vereinbarung wird adidas bis 2009 die offiziellen Spielbälle für die UEFA Champions League stellen.

Im September lanciert Reebok die neue globale Kampagne "When Did I Know?", die die Individualität und die wichtigsten Momente der NFL Superstars feiert. Die Marke Reebok steht für Individualität und Authentizität, beides Eigenschaften, die auch die Reebok Topsportler auszeichnen.

Auch die erfolgreiche Zusammenarbeit mit den Designern Yohji Yamamoto und Stella McCartney wird bis 2010 bestehen bleiben.

Im November gibt die adidas Gruppe den Verkauf der Greg Norman Collection an die MacGregor Golf Company bekannt.

## 2007

Ein Jahr nach Abschluss der Reebok Akquisition durch die adidas Gruppe gibt das Unternehmen die strategische Ausrichtung der Marke für 2007 und darüber hinaus bekannt. In der globalen Konzernzentrale von Reebok in Canton (Massachusetts, USA) erläutern Herbert Hainer (Vorstandsvorsitzender der adidas Gruppe), Paul Harrington (President und CEO von Reebok) und Uli Becker (Chief Marketing Officer von Reebok) im Januar ihre neue, nachhaltige Positionierung von Reebok als amerikanisch geprägte globale Marke, die Individualität im Sport und im Leben feiert.

Die im Jahr 2000 eingerichtete dreidivisionale Struktur hat sich als sehr erfolgreich für adidas erwiesen. Jetzt entwickelt sich diese Gliederung weiter. Im Kern gibt es nun eine zweidivisionale Aufteilung in Sport Performance und Sport Style. Bei der Sport Performance Division liegt der Fokus klar auf Running, Fußball, Basketball und anderen globalen Performance-Kategorien. Sport Style umfasst die bisherigen Divisionen Sport Heritage und Sport Style und richtet sich ganz gezielt an Lifestyle-Konsumenten.

Mit der Weiterführung der Markeneinstellung „Impossible Is Nothing“ präsentiert adidas im März eine neue Kampagne, in der jeder ermutigt wird, den ersten Schritt zu tun, um sein persönliches „Impossible“ zu erreichen. Durch die wahren Geschichten von Sportlern, die sich an scheinbar unmögliche Ziele herangewagt und diese erreicht haben, möchte adidas die Menschen dazu anregen, über ihre eigenen Grenzen nachzudenken – und diese zu überwinden.

## Information

Im April startet Reebok die globale „Run Easy“-Kampagne, in deren Mittelpunkt der Spaß und die Freude am Laufen stehen. Unterstützt von vielen bekannten Persönlichkeiten aus Sport und Entertainment zeigt Reebok den Laufsport aus einer anderen Perspektive: nicht der Leistungsgedanke, sondern die Leichtigkeit und Erholung sollen beim „Laufen im Erzähltempo“ im Vordergrund stehen.

Im August geben der Deutsche Fußball-Bund (DFB) und adidas die langfristige Verlängerung ihrer über 50 Jahre währenden erfolgreichen Partnerschaft bis 2018 bekannt. Im Rahmen dieses Vertrages bleibt adidas bis Ende 2018 offizieller Ausrüster des DFB und wird auch weiterhin die komplette Spiel-, Trainings- und Freizeitbekleidung aller DFB-Auswahlmannschaften stellen. „Die Zusammenarbeit zwischen adidas und dem Deutschen Fußball-Bund ist zweifelsohne etwas ganz Besonderes. Es gibt in der Welt wohl nur wenige andere Beispiele dafür, wie intensiv und erprobt ein Unternehmen und ein Verband über so eine lange Zeit zusammenarbeiten. Ich freue mich, dass mit dem neuen Vertrag eine der längsten und erfolgreichsten Partnerschaften im Sport ihre Fortsetzung findet“, sagt Herbert Hainer, Vorstandsvorsitzender der adidas AG.

Die Rockport Company macht im September dank des mit Spannung erwarteten weltweiten Starts der Rockport with adidas TORSION® Kollektion einen großen Sprung nach vorne. Die Kollektion baut mit ihrem zeitgemäßen Stil und Design sowie ihren hochentwickelten Leistungs- und Komforteigenschaften auf der Tradition der Rockport Company bei der Sportschuhinnovation auf und hebt zudem die Synergien hervor, die innerhalb der adidas Gruppe entstanden sind.

Im Dezember stellen adidas und die UEFA den Spielball für die UEFA EURO 2008™, den „EUROPASS“ vor. Neben dem Ball wird adidas als Offizieller Sponsor auch die Ausrüstung der Funktionäre, Schiedsrichter, Freiwilligen und Balljungen stellen. Durch die umfassende Präsenz im Fußball in Europa und weltweit möchte adidas seine Position als weltweit führende Fußballmarke weiter festigen und ausbauen.

Gegen Ende des Jahres zeigt die Sports Style Division neue Highlights der Y-3 Kollektion während der New York Fashion Week. Außerdem gibt adidas eine neue Produktzusammenarbeit mit Diesel bekannt - die adidas Originals Denim by Diesel Kollektion ist ab Februar 2008 erhältlich.

2007 ist mit einem Umsatz von 10,3 Milliarden € und einem Gewinn von 551 Millionen € ein Rekordjahr für die adidas Gruppe.

## Information

### 2008

Im Februar gibt TaylorMade-adidas Golf den Verkauf der Marke Maxfli an Dick's Sporting Goods bekannt. Die Marke Noodle und alle weiteren Patente bleiben weiterhin im Besitz von TaylorMade-adidas Golf.

Ab 1. April ist Uli Becker neuer President und CEO der Marke Reebok. Der ehemalige Chief Marketing Officer von Reebok übernimmt diese Position von Paul Harrington.

adidas und Samsung geben im März ihre strategische Partnerschaft bekannt und präsentieren - miCoach. miCoach ist ein Echtzeit-Trainingssystem integriert in ein Handy, das Sportler auf jedem Leistungsniveau motivieren, inspirieren und in die Lage versetzen soll, ihre persönlichen Trainingsziele zu erreichen. Dabei handelt es sich um das modernste interaktive Trainingssystem, das persönliche Daten sammelt und daraus individuelle Trainingspläne auf Basis der persönlichen Fitness und der eigenen Trainingsziele erstellt.

Ebenfalls im April startet mit dem Filmprojekt „Dream Big“ die adidas Fußballkampagne für 2008. Die Idee, die größten Stars der Welt auf die kleinsten Teams der Welt treffen zu lassen, setzt die adidas Tradition fort, Spitzensportler neben ganz normalen Menschen zu zeigen, die sie inspirieren und befähigen, ihr „unmögliches“ Ziel zu erreichen - entsprechend dem Motto „Impossible is Nothing“.

Im Juni startet die UEFA EURO 2008™ in Österreich und der Schweiz. adidas liefert als Partner und offizieller Lizenznehmer den Spielball EUROPASS und rüstet fünf Nationalmannschaften aus: Deutschland, Spanien, Frankreich, Rumänien und Griechenland kämpfen unter den besten 16 Teams Europas um den begehrten Titel.

In einem reinen adidas Finale setzt sich schließlich Spanien in einem spannenden Match gegen Deutschland durch und wird mit 1:0 Fußball-Europameister 2008. Auch wirtschaftlich ist die EURO ein großer Erfolg für adidas und bestätigt die drei Streifen als Weltmarktführer im Fußball.

Im Juli geben Reebok und der Formel 1-Star Lewis Hamilton bei einem spektakulären Medien-Event ihre langfristige ausgelegte Zusammenarbeit bekannt.

## Information

Unter dem Motto „The Athlete within the driver“ gibt die gemeinsame Kampagne einen seltenen Einblick in das anspruchsvolle Fitnesstraining des Formel 1-Weltmeisters und zeigt, wie ihm die „SmoothFit™“-Technologie in Schuhen und Textilien von Reebok ein besseres Training ermöglicht.

Die mit großer Spannung erwarteten Olympischen Spiele in Peking starten im August. Als Official Sportswear Partner rüstet adidas über 100.000 Freiwillige, Funktionäre, Mitarbeiter und alle Fackelträger mit ca. 3 Millionen Produkten aus. Darüber hinaus treten 3.000 Athleten, 16 Nationale Olympische Komitees und 214 Länderverbände in adidas Produkten aus der „Made for Beijing“ Kollektion an.

Zu den erfolgreichen adidas Athleten, die olympisches Gold gewinnen, zählen die zweifache Olympiasiegerin im Schwimmen Britta Steffen (Deutschland), Großbritanniens Radsprint-Sensation Chris Hoy, die US-Turnerin Shawn Johnson, 110 m Hürdenläufer Dayron Robles (Kuba), Fechterin Maria Valentina Vezzali aus Italien, Speerwerfer Andreas Thorkildson aus Norwegen, Lionel Messi, argentinischer Fußballer sowie die Judosiegerin Xian Dongmei (China).

Nach Abschluss der Olympischen Spiele steht auch auf wirtschaftlicher Seite fest: die adidas Gruppe ist Marktführer in China und wird dies in den nächsten Jahren weiter ausbauen. Die Eröffnung des weltweit größten adidas Stores in Peking sowie auch der Sponsoring-Vertrag zwischen Reebok und dem chinesischen Basketball-Star Yao Ming tragen zu diesem Erfolg bei.

Auch 2012 wird adidas wieder der offizielle Sportswear Partner für die Olympischen und Paralympischen Spiele in London sein. Die Partnerschaft mit London 2012 ist die bisher größte Investition von adidas in ein einzelnes Sportereignis in Großbritannien.

Im September geben adidas und der Russische Fußballverband (RFU) eine langfristige Partnerschaft bis 2018 bekannt. Beide Partner arbeiten nun zur Förderung des Fußballs auf allen Ebenen zusammen. Im Rahmen der neuen Vereinbarung stattet adidas ab 1. September 2008 sämtliche RFU-Teams einschließlich der Fußball-Olympiamannschaft aus.

Im Oktober gibt die adidas Gruppe den Abschluss der Akquisition von Ashworth, Inc. bekannt. Mit der Übernahme von Ashworth wird TaylorMade-adidas Golf zum führenden und ausgewogensten Golfbekleidungsunternehmen mit einem kompletten Bekleidungsangebot für Golfer weltweit. Die Transaktion ermöglicht es

## **Information**

TaylorMade-adidas Golf, sein Produktsortiment zu erweitern, seine Distributionsplattform zu stärken und seine Marketingpräsenz weiter auszubauen.

Mit einem Gewinn von 642 Millionen € und einem Umsatz von 10,8 Mrd. € geht für die adidas Gruppe mit 2008 ein weiteres Rekordjahr zu Ende.

### **2009**

2009 feiert die Marke adidas 60-jähriges Jubiläum. Die adidas Originals Division feiert mit „60 Years of Soles and Stripes“, einer Kampagne unter dem Motto „Haus-Party“ den runden Geburtstag der Drei Streifen.

Im März geben Reebok und das Entertainment-Unternehmen Cirque de Soleil ihre Partnerschaft bekannt. Das innovative Fitness-Workout JUKARI Fit to Fly™ ist das erste aus einer Reihe von Projekten, die im Rahmen dieser neuen, langfristigen Partnerschaft entstehen sollen.

\*\*\*

Weitere Informationen bei:

adidas AG  
Jan Runau  
Chief Corporate Communications Officer  
Tel.: +49 (0) 9132 84-3830