

**Transkript Privatinvestoren Online Chat  
9. August 2007, 15 Uhr  
Halbjahresergebnisse 2007**

**Q1: Ihr Umsatz ist im ersten Halbjahr deutlich gewachsen und im zweiten Quartal ist der Gewinn stark gestiegen. Was waren die wichtigsten Ereignisse in diesem Zeitraum?**

**Natalie Knight:** adidas und TaylorMade-adidas Golf sind solide gewachsen. Bei Reebok haben wir wichtige Investitionen getätigt, mit denen wir die Marke wieder in Bestform bringen wollen. Die Integration bringt uns Vorteile, insbesondere bei der Konzernrohertragsmarge. Wir haben in allen Regionen ein währungsbereinigtes Wachstum erzielt, was angesichts des Gegenwinds in einigen wichtigen Märkten nicht selbstverständlich ist. Unsere Gewinnsteigerung um 27 % im zweiten Quartal war natürlich das Highlight im ersten Halbjahr.

**Q2: Mit welchem Einsparpotenzial wird bei den Kosten gerechnet im Hinblick auf Synergieeffekte mit Reebok? Können Sie Zahlen nennen?**

**Natalie Knight:** Wir erwarten in 2007 einen Nettoeffekt von 17,5 Millionen Euro bei den Kostensynergien. Diese Synergien kommen hauptsächlich aus dem Beschaffungsbereich, wo wir schnell Skaleneffekte realisieren können. In 2008 und 2009 wird sich der Nettoeffekt dann deutlich auf 175 Millionen Euro steigern.

**Q3: Glückwunsch zu den Zahlen. Auf welche Produkte ist der Umsatz im Wesentlichen zurückzuführen?**

**Natalie Knight:** Die Umsatzsteigerung ist insbesondere auf Wachstum bei adidas und auf vergleichbarer Basis auch bei Taylormade-adidas Golf zurückzuführen. Erfolgreiche Produkte waren besonders Running und Trainingsprodukte bei adidas sowie Golfschuhe und Bekleidung bei TaylorMade-adidas Golf.

**Q4: Für 2009 stehen die Olympischen Spiele an. adidas ist einer der größten Sponsoren? Was bringt ein Sponsoring an zusätzlichem Wachstum, wenn Sie dies mit der Fußball WM im vergangenen Jahr vergleichen? Also, was wird an Umsatzwachstum für die Olympischen Spiele erwartet?**

**Natalie Knight:** Die kurzfristige Umsatzauswirkung einer Fußball-Europameisterschaft ist sicherlich vergleichsweise höher einzuschätzen, weil z.B. sehr viele Trikots und Bälle verkauft werden. Das Sponsoring der Olympischen Spiele ist aber bereits jetzt ein Erfolg, wie unsere Umsatzsteigerungen in Asien und insbesondere China zeigen. Es trägt enorm zur Steigerung unseres langfristigen Markenimages und unseres Marktpotenzials in Asien bei.

**Q5: Gibt es ein neues Umsatz-Ergebnisziel oder vorläufiges Ziel für Ende 2007? Wo sollen Gewinne investiert oder gar ausgeschüttet werden? In Dividenden?**

**Natalie Knight:** In 2007 wollen wir weiterhin unseren Konzernumsatz währungsbereinigt im mittleren einstelligen Prozentbereich steigern. Das Nettoergebnis soll um annähernd 15% steigen. Wir bleiben dabei bei unserer Strategie ca. 15 bis 25% des Nettogewinns als Dividende an unsere Aktionäre auszuschütten.

**Q6: Wie wirken sich Energiekostensteigerungen bei adidas aus?**

**Natalie Knight:** Energiekosten haben keine große Auswirkung auf die Entwicklung unseres Unternehmens. Allerdings kann ein hoher Ölpreis Auswirkungen auf die Kosten bei der Herstellung synthetischer Produkte sowie den Transport der Produkte in die Zielländer haben. Allerdings haben wir Effizienzsteigerungsprogramme initiiert, um etwaigen Kostensteigerungen entgegen wirken zu können. Deshalb konnten wir unsere Profitabilität in den letzten Jahren trotz eines stark angestiegenen Ölpreises nachhaltig steigern.

**Q7: Wie ich sehe hat der Weggang der Werbeikone Beckham den Zahlen nicht geschadet. Haben Sie vor weiter an ihm festzuhalten?**

**Natalie Knight:** Natürlich. David Beckham ist für uns ein wichtiges Aushängeschild auf dem enorm bedeutenden amerikanischen Fußballmarkt.

**Q8: Welche Rolle spielte die Veräußerung des Greg Norman Collection (GNC) Großhandelsgeschäfts?**

**Natalie Knight:** Im ersten Halbjahr 2006 trug GNC noch 37 Millionen Euro zum Umsatz bei TaylorMade-adidas Golf bei. Deshalb sind die berichteten Umsätze von TaylorMade im Jahr 2007 auch zurückgegangen. Auf vergleichbarer Basis wächst unser Golfgeschäft weiterhin solide.

**Q9: Dürfen Sie die wichtigsten Aktionäre von Adidas nennen? Halten Organe viele Aktien in Prozent?**

**Natalie Knight:** Wir haben eine sehr breite Aktionärsstruktur. Nur AMVESCAP hält momentan etwas mehr als 5% an unserem Unternehmen. Alle anderen Aktionäre halten jeweils weniger als 5%.

**Q10: Aufgrund aktueller Diskussionen stellt sich auch für Sportausrüster die Frage, wie mit Dopingsündern umzugehen ist. Wie stellt sich adidas zu vom Unternehmen gesponserten Sportlern, die sich mit Dopingvorwürfen konfrontiert sehen?**

**Natalie Knight:** Wir distanzieren uns als Unternehmen in aller Form von Doping und Sportlern, die betrügen. Die meisten Sponsoringverträge enthalten Klauseln, die uns einen sofortigen Ausstieg aus den jeweiligen Verträgen erlauben.

**Q11: Die Auftragsbestände haben bei Reebok in Q2 nur auf Vorjahresniveau gelegen. Wie bewerten Sie diese (negative) Entwicklung?**

**Natalie Knight:** Bereits zu Beginn des Jahres haben wir angekündigt, dass 2007 ein Jahr der Revitalisierung der Marke Reebok sein wird. Die im Vergleich zum ersten Quartal leicht schwächeren Auftragsbestände liegen hauptsächlich an der schwierigen Marktlage in Nordamerika.

**Q12: Kommt die Russland Offensive voran. Ich meine dort viele Shops zu eröffnen?**

**Natalie Knight:** Russland ist für uns einer der am stärksten wachsenden Märkte in Europa. Wir werden bis zum Jahresende ca. 100 eigene Shops dort eröffnen.

**Q13: Amer Sports zeigt die Veränderungen seiner Insider auf der Webseite sehr schön auf. Kann adidas das auch aufzeigen, oder gibt es rechtliche Hindernisse in Deutschland?**

**Natalie Knight:** Wir publizieren Aktiengeschäfte von Führungskräften und ihren Angehörigen, die sogenannten Directors' Dealings, ebenfalls auf unserer Website. Gehen Sie bitte auf [www.adidas-Group.de/directors\\_dealings](http://www.adidas-Group.de/directors_dealings).

**Q14: Eine mögliche weitere wirtschaftliche Eintrübung in den USA stellt einen zentralen Risikofaktor dar. Wie bewerten Sie diesen?**

**Natalie Knight:** Generell stellt eine wirtschaftliche Verschlechterung im größten Sportartikelmarkt der Welt ein Risiko für die Umsatzentwicklung der adidas Gruppe da. Allerdings ist die Profitabilität unseres Geschäfts auf diesem Markt unterdurchschnittlich. Deshalb sehen wir keine große Auswirkung für die Gewinnentwicklung unseres Unternehmens.

**Q15: In Nordamerika ist der Umsatz an Schuhen rückgängig. Halten Sie diese Situation für kurzzeitig oder entsteht hier ein Konkurrenzdruck durch gleichwertige Produkte? Plant adidas hier ein verstärktes Marketing?**

**Natalie Knight:** Wir haben bislang keine Aussage zu der Umsatzentwicklung bei Schuhen in Nordamerika getroffen. Aber Sie haben sicherlich Recht; die Situation der "mall-based retailers", der großen Sporthändler in den Malls, in Nordamerika ist sicherlich nicht einfach. Da wir bei adidas aber unsere Abhängigkeit von einzelnen Großkunden in der Vergangenheit deutlich reduziert haben, treffen uns die Probleme in diesem Segment nicht so sehr.

**Q16: Was wurde aus dem Disput als Sponsor der Fußball Nationalmannschaft - in der Presse blieb es ruhig.**

**Natalie Knight:** Wir haben diesbezüglich im Einvernehmen mit dem DFB ein neutrales Schiedsgericht angerufen und erwarten in den kommenden Monaten eine Entscheidung.

**Q17: Weil ich gerade Beckham lese. Wird er Ihnen helfen gegen Nike auf dem amerikanischen Markt? Wie lange ist sein Vertrag mit adidas? Nike wird wohl auch Augen auf ihn haben.**

**Natalie Knight:** Mit David Beckham haben wir noch einen lang laufenden Vertrag. Insofern ist die Gefahr, ihn an die Konkurrenz zu verlieren, gering, zumal er mittlerweile sehr eng mit unserer Marke assoziiert wird.

**Q18: Mal rein aus Neugier: Tragen Sie aktuell adidas Produkte?**

**Natalie Knight:** Natürlich.

**Q19: Steigender Umsatz, steigende Gewinne - wird adidas auch weiter Arbeitsplätze schaffen?**

**Natalie Knight:** Absolut. Im Jahresvergleich ist die Mitarbeiterzahl der adidas Gruppe um 13% oder mehr als 3.000 Mitarbeiter auf 28.518 gestiegen. Die meisten neuen Arbeitsplätze entstehen in Schwellenländern und im eigenen Einzelhandel. Aber auch in Deutschland schaffen wir neue Stellen.

**Q20: Was erwarten Sie von der Fußball-EM an Zuwachs? Analog zur WM?**

**Natalie Knight:** Wir erwarten, in 2008 eine neue Rekordmarke beim Umsatz mit Fußballprodukten aufstellen zu können und die 1,2 Milliarden-Marke, die wir im WM-Jahr 2006 erreicht haben, zu übertreffen.

**Q21: Wie sehen Sie ihr Engagement für die Olympischen Spiele in Bezug auf andauernde Menschenrechtsverletzungen in China? Sollte hier nicht auch seitens der Sponsoren deutlicher Position bezogen werden?**

**Natalie Knight:** Wir verurteilen jegliche Art von Menschenrechtsverletzungen. Wir erhoffen uns durch die olympischen Spiele in China und die dadurch verbundene erhöhte Aufmerksamkeit des Landes eine Verbesserung im Umgang mit Menschenrechten.

**Q22: Reebok belastet die Ergebnisse von adidas stark. Ohne wären die Margen sehr viel höher. Kommt eine Abspaltung infrage?**

**Natalie Knight:** Nein. Natürlich haben wir bei Reebok noch einige Herausforderungen zu meistern. Aber die getroffenen Maßnahmen in den Bereichen Werbung, Produktentwicklung und unsere Initiativen in Schwellenländern beginnen zu greifen. In Asien beispielsweise wachsen wir mit Reebok schon stark. Wir gehen weiterhin davon aus, ein moderates Umsatzwachstum bei Reebok in 2007 zu erreichen. Erste Fortschritte bei der Profitabilität sehen wir ebenfalls bereits, vor allem aufgrund von Synergien aus der Integration.

**Q23: Produziert adidas trotz Menschenrechtsverletzungen und Kinderarbeit weiter in China?**

**Natalie Knight:** adidas ist generell gegen Menschenrechtsverletzungen und Kinderarbeit. Unser Engagement für Nachhaltigkeit zeigt die Tatsache, dass adidas in allen wichtigen Nachhaltigkeitsindizes enthalten ist. Bei unseren Produktionspartnern in China achten wir sehr stark auf die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards.

**Q24: Wird es auch weiterhin Lifestyle-Kollektionen wie von Stella McCartney geben? Bringen diese nur Imagegewinn oder auch Geld in die Kasse?**

**Natalie Knight:** Ja, der Women's-Bereich ist sowohl für adidas als auch für Reebok eine wichtige Wachstumskategorie. Neben der Fortsetzung unserer Kooperation mit Stella McCartney haben wir weitere interessante Kollektionen wie z.B. adilibria bei adidas und "Scarlett Hearts" bei Reebok im Programm.

**Q25: "Grüne" Bekleidung ist stark im Kommen. Ist auch bei adidas eine neue solche Linie geplant?**

**Natalie Knight:** Wir verfolgen diese Entwicklung und haben auch vor, demnächst derartige Produkte in unser Produktportfolio aufzunehmen.

**Q26: America's Cup ist vielleicht bald die Nr. 1. Die Segelbegeisterung nimmt stark zu, auch Aldi und Co verkaufen Segelkleidung. Plant adidas einen Einstieg in Segelbekleidung?**

**Natalie Knight:** Wir planen derzeit keinen größeren Einstieg in den Segelsport. Allerdings werden wir nächstes Jahr zum ersten Mal olympische Segler während der Olympiade mit adidas Produkten ausstatten.

**Q27: adidas ist im zweiten Quartal um 9% gewachsen. Geht es so weiter?**

**Natalie Knight:** Die Stärke der Marke adidas war im zweiten Quartal wirklich nicht zu übersehen. Wir sind sogar um 10% im zweiten Quartal gewachsen. Nach unserem Riesenerfolg rund um die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ im letzten

Jahr ist unsere Leistung in Europa besonders eindrucksvoll. Auch in allen anderen Regionen hat sich unser Wachstum beschleunigt. In diesem Jahr ohne Events zählt sich unser Fokus auf wichtige Performance-Kategorien aus. Running, Basketball und Women sind in den letzten sechs Monaten allesamt kräftig zweistellig gewachsen und im Fußball haben wir unsere Markführerschaft weiter gestärkt. Das Wachstum der Auftragsbestände zeigt ganz deutlich, dass wir davon ausgehen können, dass sich die starke Dynamik der Marke adidas in der zweiten Jahreshälfte fortsetzen wird.

**Q28: ich komme zu spät und stolpere gleich über eine Russlandfrage: ist Russland als politisch stabil für deutsche Unternehmen und ihre Zukunft einzuschätzen?**

**Natalie Knight:** Politische Instabilität ist in vielen Ländern natürlich ein Risiko für uns wie für andere Unternehmen. Momentan gibt es aber für uns keinen Grund, an der politischen Stabilität in Russland zu zweifeln.

**Q29: Verglichen mit den Wettbewerbern, wo liegen Sie im Vergleich zu Ihren Wettbewerbern bei Umsatz und EBIT-Steigerung?**

**Natalie Knight:** Bei der Umsatzentwicklung kommen wir gerade bei adidas sehr gut voran. Wir haben bereits jetzt für 2008 und 2009 ein Umsatzzanstieg im hohen einstelligen Bereich und einen gleichzeitigen, deutlichen Anstieg der operativen Marge angekündigt. Darüber hinaus haben wir weiteres Potenzial gerade bei der Entwicklung unserer Profitabilität im Vergleich zu unseren Wettbewerbern.

**Q30: Werden Sie Ihre Finanzziele 2007 erreichen?**

**Natalie Knight:** Unser gutes erstes Halbjahr ungeachtet schwieriger Marktbedingungen unterstreicht die Stärke unseres Konzerns. Wir stehen weiterhin voll und ganz zu unserer Prognose für den Konzern, für das Gesamtjahr ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich zu erzielen. Wir sind außerdem auf einem guten Weg, alle unsere Synergieziele für 2007 aus der Integration zu erreichen. Und außerdem werden wir den Gewinn um annähernd 15 % steigern.