

adidas Gruppe gibt weitere Details zu den Wachstumsplänen für die adidas Kategorien Fußball, Running und Originals bekannt

Herzogenaurach – Die adidas Gruppe hat heute anlässlich einer Investorenveranstaltung in Herzogenaurach Einzelheiten zu ihren strategischen Zielsetzungen für die drei adidas Kategorien Fußball, Running und Originals veröffentlicht. Alle drei Kategorien sind wichtige Bausteine des strategischen Geschäftsplans der adidas Gruppe bis 2020, der zu Beginn des Jahres vorgestellt wurde. Unter dem Motto ‚Creating the New‘ zielt der Konzern darauf ab, die Begehrlichkeit seiner Marken wesentlich zu erhöhen und so das Wachstum in den nächsten fünf Jahren weiter zu beschleunigen. Im Rahmen dessen wurden jeder Kategorie eine klare Rolle sowie spezifische Ziele zugewiesen, um die anvisierten deutlichen Umsatz- und Gewinnsteigerungen zu erreichen. Während adidas Fußball und adidas Originals bis zum Jahr 2020 die Marktführerschaft in allen Märkten anstreben, lautet das Ziel von adidas Running, in den kommenden Jahren deutliche Marktanteile hinzuzugewinnen.

adidas Fußball

adidas beabsichtigt, zwischen 2015 und 2020 sein Fußballgeschäft währungsbereinigt jährlich durchschnittlich im mittleren einstelligen Bereich zu steigern. Somit soll das adidas Fußballgeschäft schneller wachsen als der Markt selbst und die Position als weltweit führende Fußballmarke weiter gefestigt werden. Um die Markentreue der Fußballkonsumenten zu fördern, wird der Fokus auf dem weiteren Ausbau des Schuhsegments liegen. Unterstützt wird dies durch ein völlig überarbeitetes Produktangebot bei Fußballschuhen durch die vor Kurzem eingeführten neuen Schuhmodelle ‚X‘ und ‚ACE‘. In wichtigen Städten wird adidas gezielt Anlaufstellen für Fußball mit erstklassiger Produktpräsentation am Point-of-Sale schaffen, um mit Spielern aller Art in Verbindung zu treten. Auch die Veranstaltung von dauerhaften, saisonalen oder Event-bezogenen Grassroot-Programmen soll die Markentreue weiter stärken. Die Etablierung eines sogenannten ‚Influencer-Networks‘ soll eine intensivere Interaktion mit dem Konsumenten ermöglichen. Dieser wird zukünftig eine zentrale Rolle im Entwicklungsprozess von Fußballprodukten und -inhalten spielen.

Markus Baumann, General Manager adidas Football, kommentierte: „Seit Beginn dieses Jahres haben wir unser Fußballgeschäft neu erfunden: Frühere Fußballschuhfamilien haben wir eingestellt und stattdessen zwei völlig neue Schuhmodelle auf den Markt gebracht, die noch besser die Bedürfnisse der Spieler von heute erfüllen – X und ACE. Wir sind überzeugt, dass dieser neue Ansatz unsere Position im Bereich Fußballschuhe stärken wird.“

adidas Running

adidas Running erwartet, dass sich der währungsbereinigte Umsatz bis 2020 verdoppelt. Die Kategorie wird ihre Position im Bereich ‚Energy Running‘ ausbauen und die Präsenz in wichtigen Metropolen der Welt deutlich steigern. Ziel ist es, den Konsumenten das Prinzip ‚Energy Running‘ näher zu bringen. Hierzu nutzt adidas Running einen ganzheitlichen Ansatz, der sowohl das Produktangebot betrifft als auch die Läufer selbst, mit ihren lokalen Lauf-Communities und -Aktivitäten. Ein besonderes Augenmerk wird auf dem nordamerikanischen Markt liegen, wo adidas Running in den nächsten fünf Jahren seinen Marktanteil wesentlich steigern will. Die Etablierung zweier sogenannter Creation Hubs für diese Kategorie wird hierfür ein wichtiger Wachstumstreiber sein. Zudem werden neben Boston auch in Los Angeles und New York City ‚Runbases‘ für Läufer und ihre Communities eröffnet werden, die ihnen das ultimative Lauferlebnis mit adidas bieten. Die Runbases sind speziell auf die Bedürfnisse der dort lebenden Läufer zugeschnitten und sind im Herzen dieser Metropolen zu finden, wo sich Sport und Kultur begegnen. Sie sind leicht zugänglich und bieten Läufern damit die Möglichkeit, ihr Lauferlebnis mit den besten Produkten und Dienstleistungen von adidas Running zu optimieren.

„Wir werden unsere Aktivitäten auf die wichtigsten Städte, in denen die größten Running-Communities weltweit zu finden sind, fokussieren. Zudem werden wir unser Geschäft im Sinne von ‚Open-Source‘ mit Partnern wie BASF, wichtigen Athleten und Running-Communities weltweit weiter öffnen. Damit stellen wir sicher, auch weiterhin auf den Konsumenten zugeschnittene Produkte zu entwickeln. Zudem haben wir ein spannendes Angebot für unsere Konsumenten in der Pipeline, bei dem wir den Schuhherstellungsprozess beschleunigen und neu definieren wollen“, sagte Adrian Leek, General Manager adidas Running.

adidas Originals

Für adidas Originals wird ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum in Höhe von 50% bis 2020 erwartet. Dabei zielt adidas Originals darauf ab, bis 2020 in jedem Markt die einflussreichste Sportswear-Marke in der Street-Kultur zu werden. Die Submarke wird ihr Geschäft vorantreiben, indem sie ihren Fokus auf ein sorgfältiges Management der Lebenszyklen einiger ausgewählter globaler Schuhkonzepte wie z. B. Stan Smith, Superstar, ZX FLUX und Tubular richtet. Bis 2018 sollen diese Schuhkonzepte den Großteil des gesamten adidas Originals Umsatzes mit Schuhen generieren und somit der Marke zu mehr Durchschlagskraft und Effizienz verhelfen. Darüber hinaus wird adidas Originals sein Geschäft mit wichtigen Sneaker-Händlern sowie sein eigenes Einzelhandelsgeschäft (Direct-To-Consumer) deutlich ausbauen. Mit der Eröffnung neuer Flagship-Stores in über 30 Städten weltweit zielt adidas Originals darauf ab, seine Bindung zur Zielgruppe zu festigen. adidas Originals wird sich künftig auf diese einflussreichen Städte konzentrieren, das Beste von adidas Originals präsentieren, einschließlich interessanter Partnerschaften und Sondereditionen, sowie neue Wege nutzen, um mit den Konsumenten im Store zu interagieren. Diese Flagship-Stores sollen den Erwartungen des Unternehmens zufolge einen ‚Halo-Effekt‘ hervorrufen und die Geschäftsentwicklung von adidas Originals weltweit voranbringen. Künftig wird es dank kürzerer Markteinführungszeiten möglich sein, Produkte während der laufenden Saison zu entwickeln und Bestseller schnell nachzuliefern. So wird adidas Originals künftig noch besser auf aktuelle Markttrends reagieren können.

Arthur Hoeld, General Manager adidas Originals, erläuterte dazu: „Wir freuen uns sehr über die starke Dynamik von adidas Originals. Der Hype, den wir vor Kurzem um unsere Kultmodelle Stan Smith und Superstar hervorgerufen haben, ist erst der Anfang. Dank der gut gefüllten Produkt-Pipeline und unserer Partnerschaften mit einigen der einflussreichsten Künstler der Welt, wie z. B. Kanye West, Pharrell Williams und Rita Ora, die unsere Geschichten erzählen und für unsere Produkte einstehen, werden wir den Sports Lifestyle Konsumenten näher sein als je zuvor und sind für starkes Wachstum in den kommenden Jahren bestens aufgestellt.“

Der adidas Konzern erwartet, Umsatz und Gewinn in den nächsten fünf Jahren deutlich zu steigern. Der währungsbereinigte Konzernumsatz soll bis 2020 gegenüber den prognostizierten Ergebnissen für das Jahr 2015 jährlich durchschnittlich im hohen einstelligen Bereich wachsen. Der Konzerngewinn wird den Erwartungen zufolge

deutlich schneller wachsen als der Umsatz und in jedem der nächsten fünf Jahre um durchschnittlich etwa 15% zulegen.

Die Investorenveranstaltung wird live im Internet übertragen und kann anschließend erneut angesehen werden: www.adidas-Group.com/de/investoren/veranstaltungen-fuer-investoren/.

Die adidas Gruppe

Die adidas Gruppe ist einer der weltweit führenden Anbieter in der Sportartikelindustrie und unterhält ein sehr umfassendes Portfolio von Schuhen, Bekleidung und Zubehör für Sport und Lifestyle um die Kernmarken adidas, Reebok, TaylorMade und Reebok-CCM Hockey. Die Gruppe mit Sitz in Herzogenaurach beschäftigt mehr als 53.000 Mitarbeiter weltweit und generierte im Jahr 2014 einen Umsatz in Höhe von 14,5 Mrd. €.

Kontakte:

Media Relations

Jan Runau
Leiter Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 (0) 9132 84-3830

Katja Schreiber
Leiterin Externe Kommunikation
Tel.: +49 (0) 9132 84-3810

Investor Relations

Sebastian Steffen
Vice President Investor Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-4401

Christian Stöhr
Director Investor Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-4989

Yifeng Wang
Manager Investor Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-3057

Besuchen Sie uns auch im Internet: www.adidas-Group.de