

# Sparkasse Tauberfranken

**Hendric Junker**

**Senior Investor Relations Manager**

**Bad Mergentheim, 29. November 2006**

# Agenda

- Einleitung
- Wachstumstreiber
- Reebok Akquisition
- Ausblick



## adidas Geschichte

- 1920           Adi Dassler fertigt seine ersten Schuhe
- 1949           Eintragung des Namens adidas im Handelsregister
- 1954           Die deutsche Mannschaft schafft das „Wunder von Bern“ – in adidas Stollenschuhen
- 1995           adidas IPO
- 1997/98       Übernahme von Salomon und TaylorMade
- 2000           Veränderungen im Management/  
Wachstums- und Effizienzprogramm
- 2005           Veräußerung von Salomon sowie  
Ankündigung der Reebok Akquisition
- 2006           adidas hat ein Heimspiel bei der  
Fußballweltmeisterschaft



## Struktur der adidas Gruppe

**adidas**<sup>®</sup>  
GROUP

adidas AG

adidas

Reebok

TaylorMade



## Drei einzigartige Kernmarken



- Leidenschaft für Sport und Teamwork
- Sportlern zu Höchstleistung verhelfen



- Individualität im Vordergrund
- Neudefinition von Performance und Lifestyle



- Definiert Spitzenleistung in Golf
- Die besten Golfprodukte für die besten Spieler

**Technologie und Innovation**

**Topaktuelles Design**

**Kundenspezifische Produkt- und Vertriebspolitik**

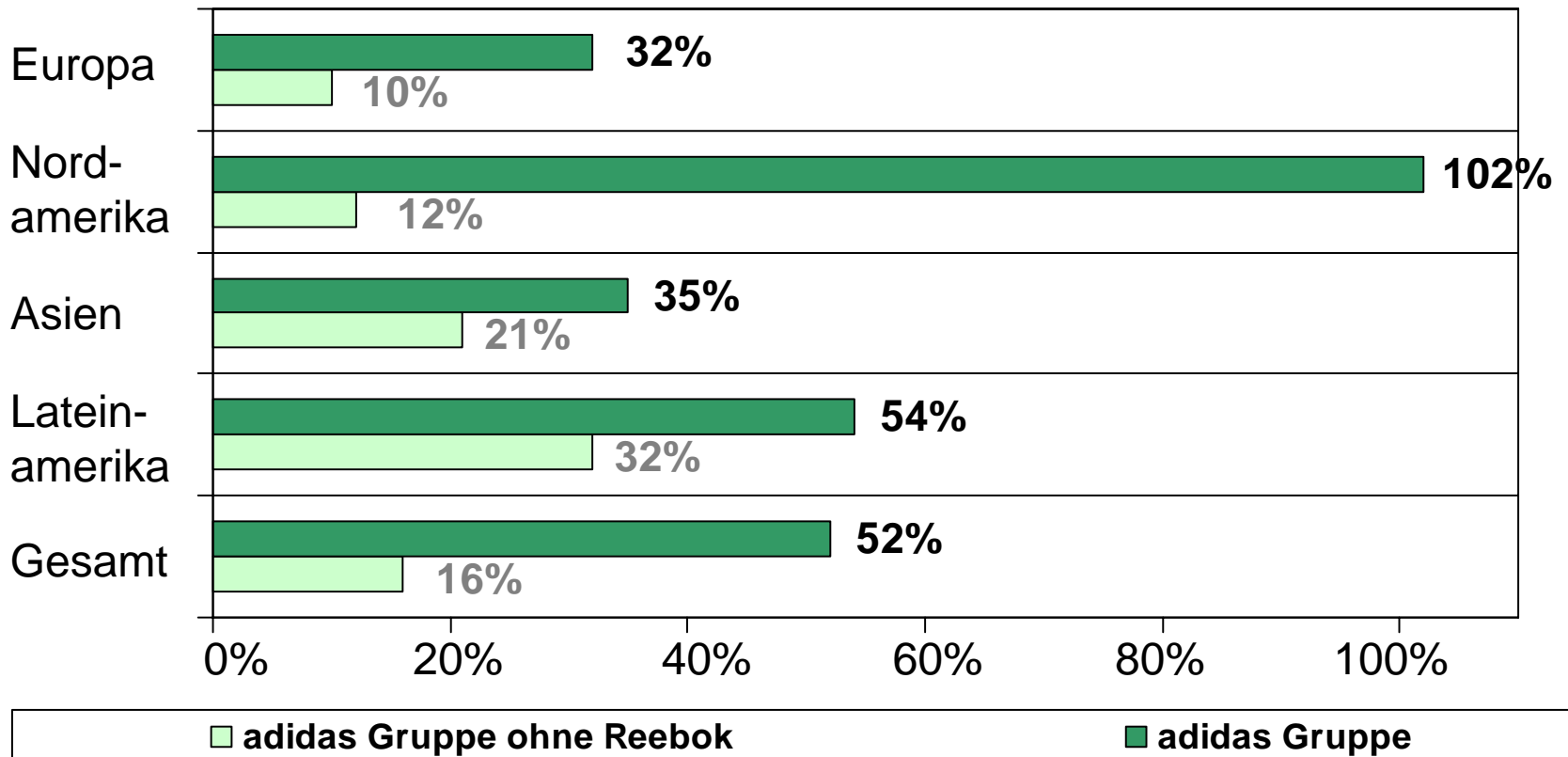
## Starke operative Performance in den ersten neun Monaten 2006

- FIFA Fussball-WM 2006™ untermauert adidas weltweite Marktführerschaft im Fußball
- Sehr gute Ergebnisse bei adidas und TaylorMade-adidas Golf
- Wichtige Fortschritte bei Integration von Reebok



# Regionale Umsatzentwicklung der adidas Gruppe

Währungsbereinigtes Umsatzwachstum in den ersten neun Monaten 2006



## Deutliche Ergebnisverbesserung in den ersten neun Monaten 2006

Rohergebnis um 42% auf 3,5 Mrd. € gesteigert

Betriebsergebnis um 23% gestiegen auf 829 Mio. €

Anstieg des auf Anteilseigner entfallenden Gewinns  
um 22% auf 469 Mio. €

Unverwässertes Ergebnis pro Aktie um 10%  
auf 2,31 € verbessert



# Agenda

- Einleitung
- Wachstumstreiber
- Reebok Akquisition
- Ausblick

## Die adidas Wachstumstreiber

adidas Erfolgsfaktoren

Eindeutige  
Performance-  
Orientierung

Design- und  
Innovations-  
führerschaft  
ausbauen

Ständige  
Stärkung des  
Marken-  
images

Klarer Fokus  
auf  
Shareholder  
Value

## adidas bedeutet Performance

- Klar positioniert als die „Global Performance Group“
- In 26 von 28 olympischen Sportarten vertreten
- „Impossible is Nothing“
- Führende Marktpositionen weltweit



## Die adidas Wachstumstreiber

adidas Erfolgsfaktoren

Eindeutige  
Performance-  
Orientierung

Design- und  
Innovations-  
führerschaft  
ausbauen

Ständige  
Stärkung des  
Marken-  
images

Klarer Fokus  
auf  
Shareholder  
Value

# Design- und Innovationsführer





## Die adidas Wachstumstreiber

adidas Erfolgsfaktoren

Eindeutige  
Performance-  
Orientierung

Design- und  
Innovations-  
führerschaft  
ausbauen

Ständige  
Stärkung des  
Marken-  
images

Klarer Fokus  
auf  
Shareholder  
Value

adidas®

GROUP

# Top-Partnerschaften sichern Präsenz bei wichtigsten globalen Sportereignissen



# Bahnbrechende Markenkommunikation



## WM-Umsätze übertreffen alle Erwartungen

- Fußball-Umsatz wird im Jahr 2006 1,2 Mrd. € überschreiten
- Auf dem besten Weg alle Umsatzziele zu übertreffen:
  - 15 Mio. +Teamgeist™ Bälle
  - 3 Mio. Trikots
  - 1 Mio. Paar +Predator® Fußballschuhe
  - 750.000 Paar +F50 TUNIT™ Fußballschuhe
- Marke mit dem höchsten Wiedererkennungsggrad der WM



## Partnerschafts-Portfolio weiter ausgebaut





## Die adidas Wachstumstreiber

### adidas Erfolgsfaktoren

Eindeutige  
Performance-  
Orientierung

Design- und  
Innovations-  
führerschaft  
ausbauen

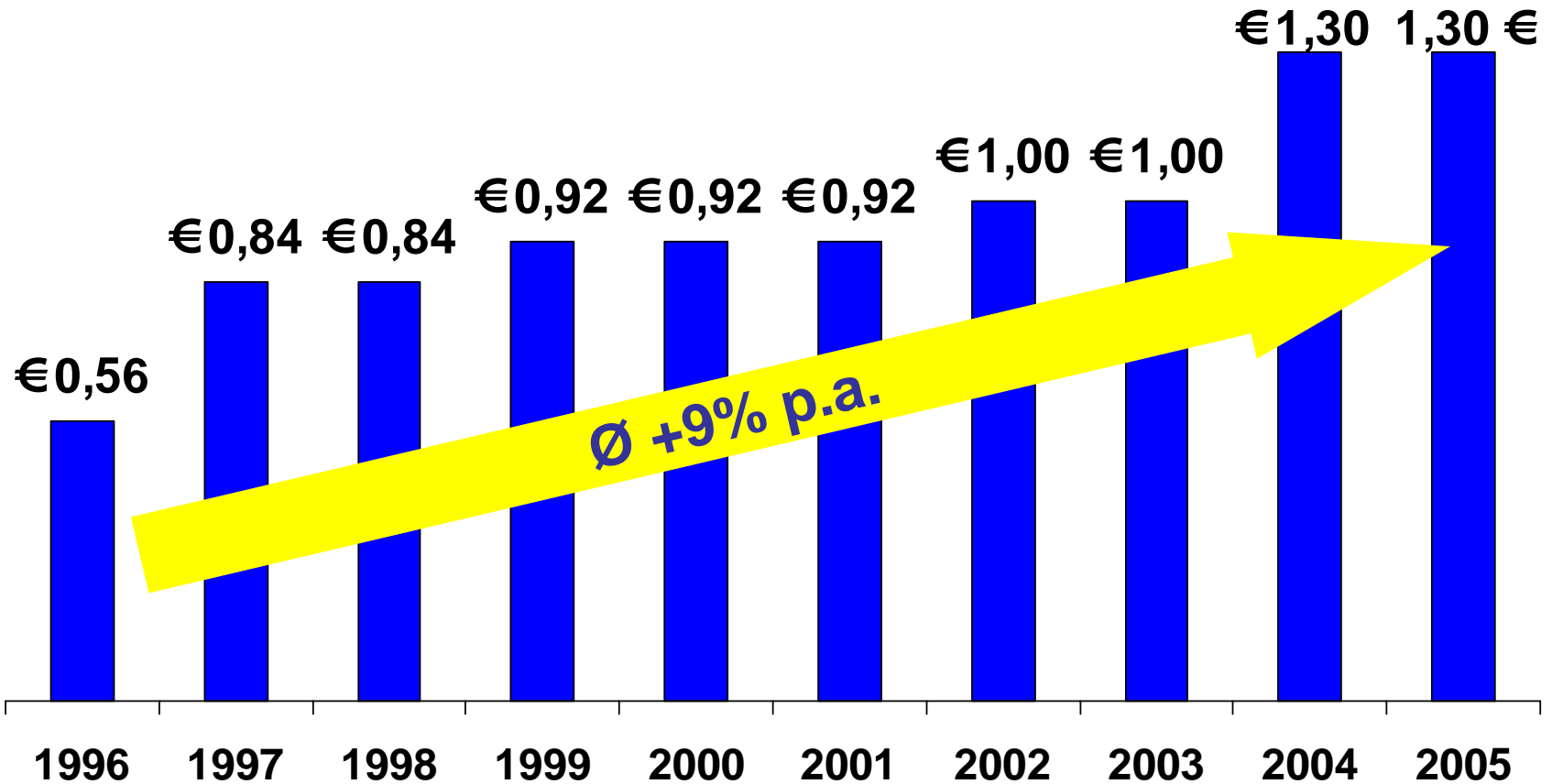
Ständige  
Stärkung des  
Marken-  
images

Klarer Fokus  
auf  
Shareholder  
Value

## Starke Gewinnentwicklung

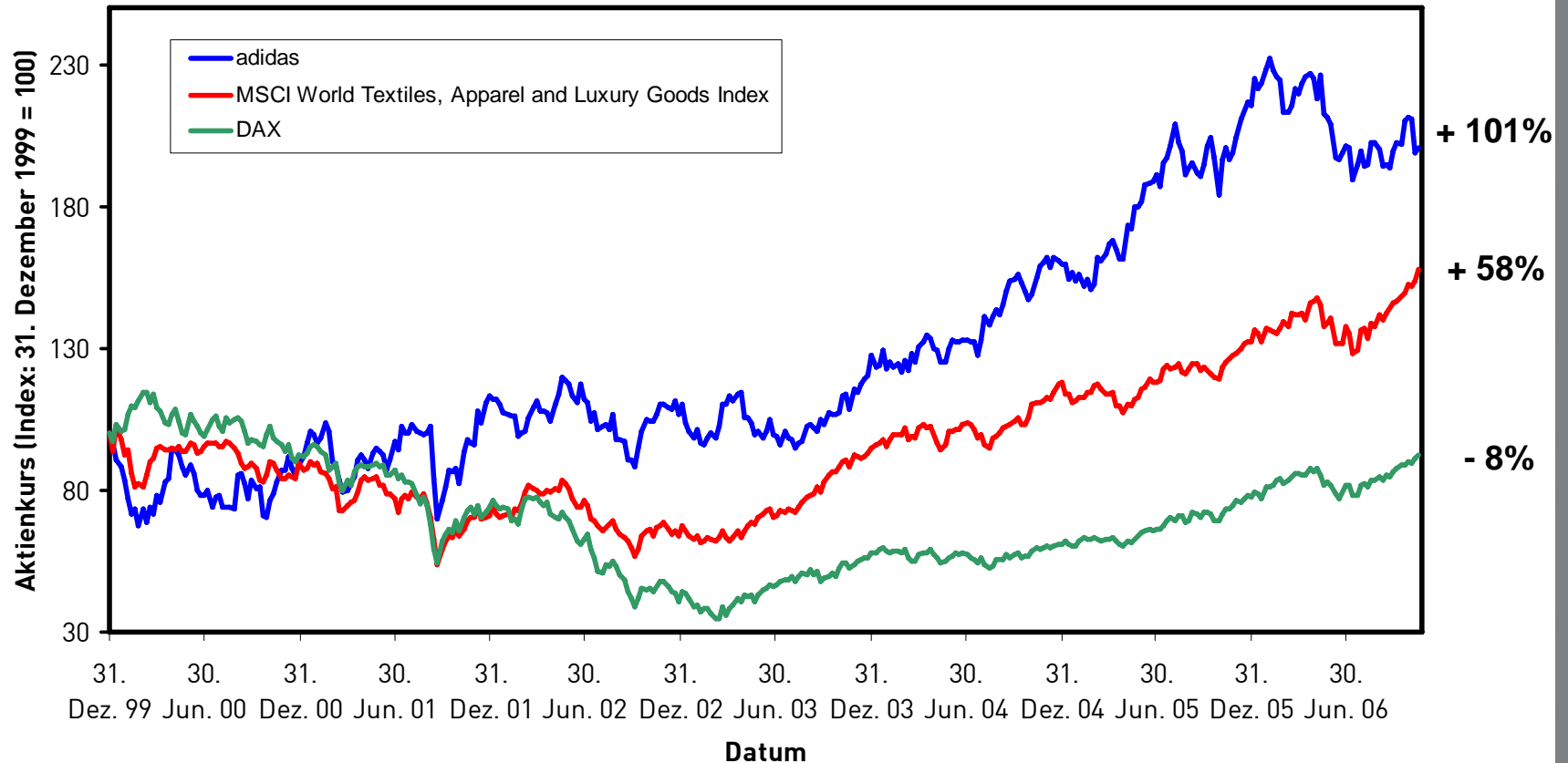
	<u>2000</u>	<u>2004</u>	<u>2005</u>
Rohertrags- marge	43,3%	48,0%	<b>48,2%</b>
Operative Marge	7,5%	10,0%	<b>10,7%</b>
Nettogewinn	182 Mio. €	314 Mio. €	<b>383 Mio. €</b>

## Stetiges Dividendenwachstum



# Überzeugende Aktienkursentwicklung

adidas AG Aktienkursentwicklung Jan. 2000 - Nov. 2006



# Agenda

- Einleitung
- Wachstumstreiber
- Reebok Akquisition
- Ausblick



## Reebok Akquisition abgeschlossen

- Transaktion am 31. Januar abgeschlossen
- Globale Position des Konzerns gestärkt
- Fokus auf Integration und Revitalisierung von Reebok



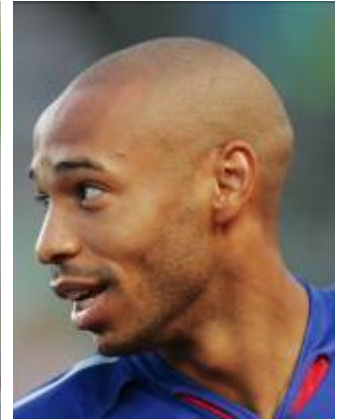
## Kurzfristige Herausforderungen meistern

- Neues, hochmotiviertes Management Team
- Diszipliniertere Vertriebsstrategie
- Gezieltere Markenkommunikation
- Erstklassige Umsetzung von Produktinitiativen



## Positionierung von Reebok

- Globalere Ausrichtung
- Starke Position in allen Regionen
- Fokus auf Profitabilität
- Bessere Markenplatzierung



## Chancen für Wertzuwachs

- Synergiepotenziale in Regionen, Kategorien und Kundengruppen
- Ausbau der Technologieführerschaft
- Lizenzen, Athleten, Mannschaften, Events



## Substanzielles Potenzial für Umsatzsynergien

Markenbekleidung

Lizenzprodukte

Regionale Initiativen

Ablösen bestehender Verträge mit Distributoren

**Jährliches zusätzliches Umsatzpotenzial: 500 Mio. €**

## Kostensynergien höher als erwartet

Beschaffung

Marketing und Verkauf

Vertrieb und Lagerhaltung

Verwaltung & IT

**Jährliches Nettoeinsparpotenzial: 175 Mio. €**

# Agenda

- Einleitung
- Wachstumstreiber
- Reebok Akquisition
- **Ausblick**



## Starke Performance in den ersten neun Monaten 2006

- Außerordentliche Performance von adidas durch eine starke Präsenz bei der Fußball-WM
- Reebok Integration im Plan zur Realisierung von Synergien im Jahr 2007
- Fortlaufendes Wachstum von TaylorMade-adidas Golf in einem schwierigen Wettbewerbsumfeld



## Finanzziele 2006

	<u>adidas Gruppe</u>
Umsatz	ca. 10 Mrd. €
Rohhertragsmarge	44%-46%
Operative Marge	ca. 9%
Gewinn	480 Mio. € bis 490 Mio. €

## Ausblick 2007

- Weiterhin positive Entwicklung von adidas und TaylorMade-adidas Golf
  - Produktinitiativen
- Investitionen in Reeboks Wachstumspotenziale
  - Stärkung der Marke
  - Produktentwicklung
  - Schwellenländer



**Nettogewinn der adidas Gruppe wächst  
annähernd 15% im Jahr 2007**

## Mittelfristiger Ausblick

	<u>Ziel</u>
Jährliches Umsatzwachstum	Hoher einstelliger Prozentbereich
Rohertragsmarge	46% - 48%
Operative Marge	ca. 11%
Jährliche Gewinnsteigerung	Zweistelliger Prozentbereich in den nächsten drei Jahren



**Vielen Dank**