

**Privatinvestoren Online Chat - Private Investor Online Chat
August 6, 2008, 15:00h
First Half Year Results 2008**

Q1: Hallo, Ihr Vorstand meinte, über die Hälfte der Tore seien mit adidas Schuhen geschossen worden – hat das nun wirklich einen Effekt auf den Umsatz, oder war es ein Scherz?

Natalie Knight: Das war tatsächlich so. Einen unmittelbaren Umsatzeffekt hat das nicht, für das Image der Marke ist es aber extrem wichtig. adidas steht für Höchstleistung und das haben wir bei der EURO wieder einmal bewiesen.

Q2: Unschlagbar! Gestern ist adidas die Topaktie gewesen mit über 7% Plus. Eine Freude und ich hoffe die Olympiade wird weiter nach oben führen. Da sag noch mal einer, DAX Werte haben keine Musik.

Natalie Knight: Danke für die Blumen - wir freuen uns auch über ein hervorragendes erstes Halbjahr. Olympia ist die perfekte Plattform, um unsere Marken im Wachstumsmarkt China zu präsentieren

Q3: Oh Mann, die Prognosen sehen aber satt aus! Alle Welt spricht von Abschwächung und adidas setzt auf 10% operative Marge. In den USA bricht der Markt weg - wird das durch China aufgeholt?

Natalie Knight: Der allgemeine Markt in den USA ist in der Tat nicht einfach, aber wir sind international sehr gut aufgestellt, vor allem in wichtigen Wachstumsmärkten, wie z.B. China oder Russland.

Q4: Sind in naher Zukunft kleinere und/oder größere Übernahmen geplant?

Natalie Knight: Momentan ist nichts geplant, der Fokus liegt auf der Revitalisierung der Marke Reebok. Wenn sich aber eine Gelegenheit ergeben würde, würden wir uns das natürlich anschauen.

Q5: Wie viele Aktien hält Vorstand Herbert Hainer insgesamt an adidas?

Natalie Knight: Insgesamt halten Vorstand und Aufsichtsrat der adidas AG weniger als 5% des Grundkapitals.

Q6: Wie sehen Sie rückblickend auf die Europameisterschaft Ihren Erfolg auch im Vergleich zu Puma oder Nike?

Natalie Knight: Die Europameisterschaft war ein voller Erfolg für uns. Wir konnten unsere Marktführerschaft weiter ausbauen. Im Vergleich zum letzten EM-Jahr 2004 verzeichnet die Marke adidas eine Umsatzsteigerung im Bereich Fußball von über 50%. Alle Regionen und Produktkategorien trugen zu diesem

Wachstum bei. Auch im Vergleich zum WM-Jahr 2006 kletterte der weltweite Umsatz mit Fußballprodukten im zweistelligen Prozentbereich.

Q7: Tolle Zahlen. Glückwunsch von einem glücklichen Aktionär!

Natalie Knight: Vielen Dank für die Glückwünsche, das freut uns sehr!

Q8: Guten Tag. Warum wirken sich Währungseffekte positiv auf die Nettofinanzverbindlichkeiten, aber negativ auf den Konzernumsatz aus?

Natalie Knight: Momentan wertet der Euro gegenüber fast allen für uns wichtigen Währungen auf. Das sind z.B. der US Dollar, der chinesische Renminbi, der russische Rubel und das britische Pfund. Dementsprechend sind unsere Umsätze in diesen Währungen momentan weniger in Euro wert. Auf der anderen Seite kosten uns aber auch Zinszahlungen in US Dollar nun weniger, da wir für jeden Euro mehr US Dollar bekommen.

Q9: Aktienrückkäufe im Wert von bis zu 420 Mio. Euro für Mitarbeiter; was errechnet sich da pro Mitarbeiter an Bonus? Sind diese Aktien Dividenden berechtigt?

Natalie Knight: Die im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms zurück gekauften Aktien werden eingezogen, d.h. vernichtet. Damit verteilt sich der Gewinn auf weniger Aktien und das Ergebnis pro Aktie steigt. Davon hat jeder Aktionär etwas - nicht nur unsere Mitarbeiter. An der Tatsache, dass das Ergebnis pro Aktie in Q2 stärker als der Gewinn gestiegen ist, konnten Sie den positiven Effekt schon sehen.

Q10: Was bedeutet „verwässert“ und „unverwässert“?

Natalie Knight: Die Verwässerung kommt durch etwa 16 Millionen zusätzliche potenzielle Aktien zustande, die in Zusammenhang mit unserer ausstehenden Wandelanleihe entstehen könnten. Die Wandlungsbedingungen wurden am Ende des 4. Quartals 2004 zum ersten Mal erfüllt.

Q11: Mit welchem Umsatzanstieg kann sich adidas nach dem ersten Halbjahr 2008 am meisten zufrieden geben? Lateinamerika, Nordamerika, Europa...?

Natalie Knight: Grundsätzlich freuen wir uns natürlich über jeden Umsatzanstieg. Aber der Anstieg in Europa war schon etwas besonders: Wir haben gezeigt, dass wir große Sportveranstaltungen optimal in Umsatz verwandeln können. Aber auch in anderen Kategorien außer Fußball sind wir stark gewachsen. Running ist da nur ein Beispiel.

Q12: Will Reebok backlogs turn positive by the end of the year?

Natalie Knight: We expect Reebok backlogs to improve by the end of this year. This will be driven by continuing positive developments in emerging markets. We also expect to show an improving situation in the US. Nevertheless, we have to monitor the market situation carefully as a further deterioration in the macro environment could impact our performance.

**Q13: Anteilseigner UBS schwankt hin und her zwischen über und unter 3%.
Woran liegt das?**

Natalie Knight: Wir können da auch nur Vermutungen anstellen. Häufig handeln aber Banken im Auftrag anderer, d.h. sie halten gekaufte Aktien nur kurz, um sie dann an Dritte weiterzugeben.

Q14: Welchen Erfolg hat der "weltgrößte adidas Store" in Peking im Bezug auf die Olympischen Spiele 2008 in Peking?

Natalie Knight: China ist ein wichtiger Wachstumsmarkt für unser Unternehmen. Eigene Stores sind dabei ein wichtiger Baustein für unser Wachstum. Die Besucheranzahl in Peking im Rahmen der Olympischen Spiele wird enorm sein - deswegen war die Eröffnung unseres weltweit größten Stores hier eine perfekte Möglichkeit ein weiteres Markenerlebnis für unsere Kunden zu schaffen.

Q15: How successful was the Your Move campaign?

Natalie Knight: Our Your Move campaign has achieved all its goals to date with a strong response from retailers and consumers. We will continue to use the Your Move concept in coming quarters to build a consistent and meaningful brand message.

Q16: Könnten Sie mir erklären was mit Anteilen Dritter gemeint ist? Welche Dritte sind gemeint - sind das Großaktionäre?

Natalie Knight: Anteile Dritter bedeutet, dass nicht alle unsere Tochtergesellschaften zu 100 Prozent uns gehören. Dementsprechend müssen wir andere Anteilseigner anteilig am erwirtschafteten Gewinn der Tochtergesellschaften beteiligen. Das sind dann die "Anteile Dritter".

Q17: Haben wir jetzt endlich Nike hinter uns gelassen, bin schon gespannt.

Natalie Knight: Nein, noch nicht, aber der Abstand wird zusehends kleiner.

Q18: Gibt es Überlegungen stärker zu diversifizieren und sich ein zweites Standbein außerhalb der Sportbranche aufzubauen?

Natalie Knight: Nein, wir sind im Sport groß geworden und haben dort unsere Kernkompetenz.

Q19: Haben sie schon mal darüber nachgedacht, Nike zu übernehmen?

Natalie Knight: Zusammen hätten wir als Unternehmen eine so dominierende Stellung, dass die Kartellbehörden eine Übernahme höchstwahrscheinlich verbieten oder nur unter sehr strengen Auflagen erlauben würden. Insofern ist das kein realistisches Szenario.

Q20: Wo sehen Sie den Aktienkurs in einem Jahr?

Natalie Knight: Er sollte hoffentlich höher sein als heute. Wir sind von den Aussichten unseres Unternehmens überzeugt und haben ja auch gerade erst unseren Ausblick auf 2008 erhöht. In den letzten Monaten konnte man aber auch sehen, wie stark negative gesamtwirtschaftliche Entwicklungen die Aktienkurse beeinflussen können.

Q21: Hallo mich würde es sehr interessieren wie viel im ersten Halbjahr in werbewirksame Maßnahmen investiert worden ist?

Natalie Knight: Wir veröffentlichen unser Marketing Working Budget für die Gruppe nur für das gesamte Jahr. Es ist zu erwarten, dass unser Marketing Working Budget im Supersportjahr 2008 mit der Fußball-EM und Olympia etwas höher als im Vorjahr liegen wird.

Q22: Kennen Sie Ballack persönlich?

Natalie Knight: Leider nein, allerdings war er schon einmal zu einer Autogrammstunde an unserem Firmensitz in Herzogenaurach... Eine Unterschrift habe ich also immerhin.

Q23: Ist Ihrer Meinung nach bis zum Ende des Jahres mit einem überdurchschnittlichen Wachstum Ihres Umsatzes zu rechnen?

Natalie Knight: Wir rechnen dieses Jahr mit einem Umsatz im hohen einstelligen Bereich für die adidas Gruppe.

Q24: I love TaylorMade products and heard you launched some new ones for the summer. What were they?

Natalie Knight: Thank you. We have had great success with product launches such as the new Rossa Spider Putter, new TaylorMade TP golf balls and a limited edition of the famous TOUR 360 golf shoe.

Q25: Was würden Sie als Wachstumsantreiber von adidas sehen?

Natalie Knight: Wir haben starke Marktpositionen in fast allen Regionen dieser Welt. Insbesondere in Schwellenländern sind wir stark vertreten. Und diese

werden nach allen Erwartungen in den nächsten Jahren überdurchschnittlich wachsen. Mit unseren innovativen Produkten, die wir in allen wichtigen Sportkategorien haben, werden wir weiterhin unsere Konsumenten überzeugen.

Q26: Können Sie das Level 1 ADR-Programm für amerikanische Investoren in Stichpunkten darstellen?

Natalie Knight: Mit unserem ADR-Programm bieten wir auch amerikanischen Investoren, die nicht in Euro-dotierte Aktien investieren wollen oder können, eine Gelegenheit an unserer Kursentwicklung teilzuhaben. Wir gewinnen damit zusätzliche Investoren ohne die Kosten eines regulären Listings in den USA.

Q27: I live in the US, and I still have no idea what Reebok is all about. What are you doing to improve the positioning of the Reebok brand in the mind of the consumer?

Natalie Knight: We continue to focus on re-establishing Reebok as a performance brand. Our energies will be focused on Women's and Training and we will have a lot to talk about in this respect in coming quarters. We will also leverage Reebok's strong association with major US sporting leagues particularly as we head into the important NFL and NHL seasons.

Q28: Hallo liebes Team, 2008 scheint ein Bombenjahr für Euch zu werden, doch an was soll ich mich als ein Aktionär für 09/10 orientieren und wie sind diese Ziele zu steigern?

Natalie Knight: Wir sind wirklich auf einem guten Weg. Wir haben soeben unsere Prognose für die Entwicklung der Bruttomarge und der operativen Marge in 2008 angehoben. Für einen detaillierten Ausblick auf die Zeit nach 2008 ist es allerdings noch ein wenig zu früh. Wir erwarten aber für 2009 wieder eine Umsatzsteigerung im hohen einstelligen Bereich und eine zweistellige Gewinnsteigerung.

Q29: Ich verstehe folgendes nicht richtig: „Der Auftragsbestand der Marken ist insgesamt niedrig ausgefallen“ schrieb eine Zeitung doch woher dann der deutliche Umsatzzuwachs?

Natalie Knight: Der Auftragsbestand ist nicht immer der beste Indikator für den zu erwartenden Umsatz, denn in den Auftragsbeständen sind das Sofortgeschäft und unser eigener Einzelhandel nicht enthalten.

Q30: Football must have been great for you this year with Spain and Germany in the final. Did you gain market share in Europe? What was the effect of the event on sales?

Natalie Knight: We plan to sell at least €1.3bn of football product this year. Compared to 2004, the last European Championship year, brand adidas football sales have risen by over 50%. All regions and product categories have been contributors to this growth. Also in comparison to the 2006 World Cup year, global sales with football products are up at a double-digit percentage rate. According to the most recent independent market surveys, adidas has expanded its leadership position in football and was the clear market leader in Europe at the end of 2007. adidas' market share at 40% is larger than both its closest competitors together. In Germany, adidas' football market share is over 50%.

Q31: Wann gibt es das erste Fußballstadion mit dem Namen "adidas"-Arena, vielleicht in China

Natalie Knight: Das ist grundsätzlich eine interessante Idee. Auf unserem Firmengelände in Herzogenaurach gibt es allerdings schon den "Adi-Dassler-Sportplatz", dort hat bereits die argentinische Fußballnationalmannschaft 2006 trainiert.

Q32: Amerika, Europa und China haben ein kauffreudiges Publikum das mit Spielen aktiviert werden kann. Wie wird das in Afrika sein?

Natalie Knight: Wir erwarten uns aus der Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika auch positive Impulse für den afrikanischen Markt. Aber sicherlich ist die Kaufkraft dort noch deutlich geringer.

Q33: Guten Tag, was kostet das Sponsoring für Peking?

Natalie Knight: Da muss ich leider um Verständnis bitten, dass wir aus Wettbewerbsgründen keine Details zu einzelnen Verträgen veröffentlichen.

Q34: Der „Kids Sport Fun Day“ war eine tolle Idee! Ist weiteres Mitarbeiterengagement geplant?

Natalie Knight: Absolut. Jedes Jahr veranstalten unsere Auszubildenden einen Tag, an dem sie 30 bis 50 Kinder aus benachteiligten Verhältnissen zu uns einladen und einen großen Sport- und Spaßparcours aufbauen. Das werden wir fortsetzen.

Q35: Was ist genau der Unterschied zwischen Konzern und Marke adidas und wer ist das Zugpferd im Haus.

Natalie Knight: Unter dem Dach des Konzerns gibt es mehrere Segmente: adidas, Reebok und TaylorMade-adidas Golf. Im ersten Halbjahr 2008 teilte sich der Umsatz wie folgt auf: adidas: 74%, Reebok: 18% und TaylorMade-adidas Golf: 8%.

Q36: Was ist ein verbesserter Produktmix? Cross Selling?

Natalie Knight: Besserer Produktmix bedeutet, dass wir mehr Produkte mit höheren Margen verkaufen. Die Fußballprodukte, die wir im Zusammenhang mit der EURO verkauft haben, haben zum Beispiel zu dieser Entwicklung beigetragen.

Q37: You did not make any comments yesterday on 2009. Do you have any updates on your guidance for next year?

Natalie Knight: To date we have not given any specific guidance on 2009 beyond the medium-term targets we communicated back in 2006. And we still stick to these. We expect high-single-digit currency-neutral sales growth and double-digit earnings growth in 2009.

Q38: Vor einigen Jahren gab es Diskussionen bzgl. Känguruleder, wie sieht das generell aus mit den Lederschuhen, gibt es keine Alternative zum Lederschuh? Wie sehen die Verarbeitung und auch die "Ledergewinnung" bei Ihnen aus?

Natalie Knight: Ein immer geringer werdender Teil unserer Produkte hat überhaupt noch Bestandteile aus Leder. Unsere Fußbälle, z.B. der Europass, der EURO- Spielball, werden mittlerweile komplett aus synthetischen Materialien hergestellt. Und auch bei Schuhen ist dieser Trend festzustellen.

Q39: Welche Entwicklungen erhoffen Sie für die Produktentwicklung im Bezug auf die momentanen Erfolge der adidas-Aktie?

Natalie Knight: Ich denke, wir haben gezeigt, dass Innovation der Kern unserer Produkte ist und wir ständig an neuen Produkten oder an der Weiterentwicklung bestehender Produkte arbeiten. Vor der EURO haben wir z.B. einen völlig neuen Fußballschuh eingeführt, den adiPure, der unsere beiden erfolgreichen Modelle Predator und TUNiT perfekt ergänzt. Um beim Fußball zu bleiben: Schon jetzt arbeiten wir wieder an Produkten für die nächste WM.

Q40: Wo im Geschäftsbericht von 2007 kann man denn nachlesen wie viel Geld in werbewirksame Maßnahmen investiert worden ist?

Natalie Knight: Im Jahr 2007 haben wir 13,4% unseres Umsatzes in unser Marketing investiert. Das sind 1,378 Milliarden Euro. Das finden Sie auf Seite 84 unseres Geschäftsberichts.

Q41: Umweltverschmutzung ist auch in der Wirtschaft ein heikles Thema: Inwieweit kann adidas von einem guten Umgang / von einer Beachtung der Umwelt sprechen?

Natalie Knight: Absolut, wir sind Mitglied in verschiedenen Indizes, die nur Unternehmen aufnehmen, die hohe Maßstäbe in Sachen Umweltschutz und

nachhaltigem Wirtschaften erfüllen. Beispiele sind der FTSE4Good und die Dow Jones Sustainability Indizes. Auch bei unseren Zulieferern kontrollieren wir regelmäßig die Produktionsbedingungen.

Q42: Welche neuen Maßnahmen haben den Forderungseinzug verbessert?

Natalie Knight: Wir betreiben ein striktes Forderungsmanagement, das dazu geführt hat, dass unsere Forderungen deutlich weniger stark als unsere Umsätze steigen. Das ist eine sehr gesunde Entwicklung und führt zu einer starken Cashflow-Entwicklung.

Q43: Die Frage Q9 bringt mich auf eine weitere Frage: Gibt es ein Phantom Stock Programm für Ihr Management oder Ihre Mitarbeiter?

Natalie Knight: Nein, das gibt es (noch) nicht. Aus persönlichen Gesprächen weiß ich aber, dass viele Mitarbeiter in adidas Aktien investiert sind und unsere Aktienkursentwicklung genau verfolgen...

Q44: Dass adidas in China als Hauptsponsor auftritt als deutsches Unternehmen mit Grundrechtsbewusstsein ist eigentlich ein Skandal. Sport und Geld hin oder her, Menschenrechte gehen vor.

Natalie Knight: Wir respektieren natürlich Ihre Meinung. adidas ist sich der Bedeutung des Schutzes der Menschenrechte durchaus bewusst. Jedoch sollte man von Sponsoren nicht erwarten, dass sie politische Probleme lösen können. Wir sehen klare Grenzen der Einflussnahme und konzentrieren uns deshalb auf den Schutz von Menschenrechten, faire Arbeits- sowie verträgliche Umweltbedingungen in den Fabriken, die unsere Produkte herstellen.

Q45: Ich wünsche dem adidas Team viel Erfolg für China! Weiter so!

Natalie Knight: Vielen Dank. Unsere Marken werden bei der Veranstaltung sehr präsent sein. Wir drücken natürlich "unseren" Athleten kräftig die Daumen!

Q46: schön, dass es auch mal aufwärts geht, weiter so.

Natalie Knight: Lob hört man natürlich immer gerne, das motiviert uns. Vielen Dank!

Q47: I have read a lot from your CEO about the adidas involvement in the Olympics. What is your role and how many teams do you sponsor?

Natalie Knight: adidas is the only branded Sportswear Licensee for the Beijing 2008 Olympic Games selling adidas and Beijing 2008 Olympic Games branded fan-wear in China. adidas will be outfitting over 3,000 athletes, 16 National Olympic

Committees, 214 country federations, over 100,000 volunteers, officials, staff and all the global torch-bearers.

Q48: Haben Sie auch Umweltziele und CO2 Themen?

Natalie Knight: Ja, ausführliche Informationen dazu bekommen sie unter www.adidas-Group.com/nachhaltigkeit. CO2-Emissionen sind allerdings für uns kein großes Thema, da wir kein Industrieunternehmen sind und nur wenige umweltbelastende Produktionsstätten besitzen.

Q49: Welche Athleten stehen in Peking für Ihren Konzern besonders im Vordergrund?

Natalie Knight: Um nur einige zu nennen: Tyson Gay wird bei den 100 Meter ein wichtiges Wort mitreden, aber auch von Britta Steffen, Jeremy Wariner oder Yelena Isanbayeva erwarten wir Großes.

Q50: Können Sie näheres sagen zu den Zielen des adidas Konzerns für 2008?

Natalie Knight: Die Ziele für den adidas Konzern in 2008 sind:
Währungsbereinigtes Umsatzwachstum im hohen einstelligen Bereich,
Bruttomarge: mind. 48%, Operative Marge: annähernd 10%, Gewinnsteigerung: mindestens 15%. Die Umsatzprognose für unsere Markensegmente sieht wie folgt aus: adidas: niedriger zweistelliger Bereich, Reebok: mittlerer bis hoher einstelliger Bereich, TaylorMade-adidas Golf: mittlerer einstelliger Bereich.