

ADIDAS GESCHÄFTSENTWICKLUNG Das Umsatzwachstum im adidas Segment übertraf im Geschäftsjahr 2007 die ursprüngliche Erwartung des Managements. Die Profitabilität entwickelte sich entsprechend der Erwartung. Der Umsatz im adidas Segment stieg währungsbereinigt um 12%. In Euro wuchs der Umsatz im Geschäftsjahr 2007 um 7% auf 7,113 Mrd. € (2006: 6,626 Mrd. €). Die Rohertragsmarge verbesserte sich vor allem aufgrund der Realisierung von Kostensynergien im Zusammenhang mit der Reebok Akquisition und des Ausbaus der eigenen Einzelhandelsaktivitäten um 1,2 Prozentpunkte auf 47,4% (2006: 46,2%). Das Rohergebnis stieg um 10% auf 3,370 Mrd. € (2006: 3,059 Mrd. €). Aufgrund der positiven Entwicklung der Rohertragsmarge, die einen leichten Anstieg der operativen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz mehr als ausglich, stieg die operative Marge um 1,0 Prozentpunkte auf 12,9% (2006: 11,9%). Das Betriebsergebnis verbesserte sich im Geschäftsjahr 2007 um 17% auf 920 Mio. € (2006: 788 Mio. €).

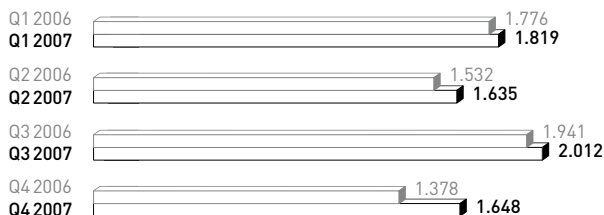
ADIDAS AUF EINEN BLICK

in Mio. €

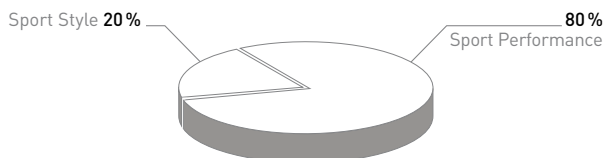
	2007	2006	Veränderung
Umsatzerlöse	7.113	6.626	7%
Rohergebnis	3.370	3.059	10%
Rohertragsmarge	47,4%	46,2%	1,2PP
Betriebsergebnis	920	788	17%
Operative Marge	12,9%	11,9%	1,0PP

ADIDAS UMSATZERLÖSE NACH QUARTALEN

in Mio. €



ADIDAS 2007 UMSATZERLÖSE NACH DIVISIONEN



ÜBERTRAGUNG VON LIZENZGESCHÄFT HAT NUR GERINGFÜGIGE AUSWIRKUNG AUF OPERATIVE PERFORMANCE

Die Übertragung des NBA und des Liverpool Lizenzgeschäfts von Reebok auf die Marke adidas in der ersten Jahreshälfte 2006 wirkte sich nur geringfügig auf das Umsatzwachstum im adidas Segment aus. Der Umsatz im Zusammenhang mit diesen Geschäften machte etwa einen Prozentpunkt des Umsatzwachstums im adidas Segment aus.

WÄHRUNGSBEREINIGTER SEGMENTUMSATZ

UM 12% GESTIEGEN Der Umsatz im adidas Segment legte währungsbereinigt um 12% zu. Damit wurde die ursprüngliche Erwartung des Managements von einem Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich deutlich übertroffen. Der Umsatz sowohl im Bereich Bekleidung als auch bei Schuhen legte deutlich zu. Der Umsatz mit Sportzubehör ging jedoch zurück. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse dieses Segments in Euro aus. Der Umsatz stieg im Geschäftsjahr 2007 um 7% auf 7,113 Mrd. € (2006: 6,626 Mrd. €).

ADIDAS DIVISIONEN NEU AUSGERICHTET

Im Verlauf des Jahres 2007 hat die Marke adidas ihr Geschäft in zwei Divisionen neu aufgeteilt. [siehe adidas Strategie, S. 046](#) Die Sport Performance Division trug im Berichtsjahr 80% zum adidas Umsatz bei (2006: 78%). Die Aktivitäten von Sport Heritage und Sport Style sind nun in der Sport Style Division zusammengefasst, um das Markenimage klarer zu definieren und die Konsumenten im Bereich Sport Lifestyle gezielter anzusprechen. Auf die Sport Style Division entfielen 20% des Umsatzes in diesem Segment (2006: 22%).

SPORT PERFORMANCE WÄCHST WÄHRUNGSBEREINIGT

UM 14% Der Umsatz in der Sport Performance Division legte im Geschäftsjahr 2007 währungsbereinigt um 14% zu. Die vom Management der Marke mittelfristig als Hauptwachstumsträger identifizierten Kategorien [siehe adidas Strategie, S. 046](#) machten den Großteil dieses Anstiegs aus. Besonders kräftige Zuwächse wurden dabei in den Kategorien Running und Training erzielt. In Euro stieg der Umsatz in der Sport Performance Division im Jahr 2007 um 10% auf 5,608 Mrd. € (2006: 5,100 Mrd. €).