

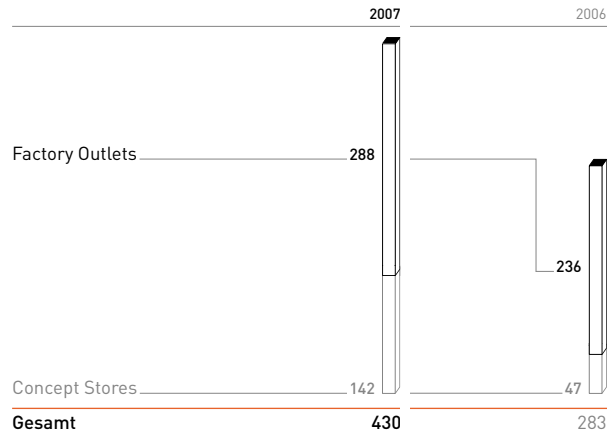
### WÄHRUNGSNEUTRALER UMSATZANSTIEG IM EIGENEN EINZELHANDEL UM 31 %

Im Jahr 2007 stieg der Umsatz bei Reebok im Bereich eigener Einzelhandel währungsbereinigt um 31 %. In Euro legte der Umsatz um 22 % auf 371 Mio. € zu (2006: 304 Mio. €). Die erstmalige Einbeziehung der Umsatzerlöse des Monats Januar, die im Jahr 2006 aufgrund des Zeitpunkts der Akquisition nicht konsolidiert wurden, wirkte sich positiv auf das Umsatzwachstum aus. Auf vergleichbarer Basis, unter Einbeziehung der Umsatzerlöse jeweils für das Gesamtjahr 2006 und 2007, stieg der Umsatz von Reebok im Bereich eigener Einzelhandel um 23 %. Mit den eigenen Einzelhandelsaktivitäten erzielte das Reebok Segment im Jahr 2007 16 % des Umsatzes. Im Vorjahr waren es 12 %. In Prozent der Umsatzerlöse der Marke Rockport lag der Anteil der eigenen Einzelhandelsaktivitäten erheblich über dem Segmentdurchschnitt. Zum Jahresende 2007 betrieb Reebok insgesamt 142 Concept Stores und 288 Factory Outlets. Im Verlauf des Jahres eröffnete Reebok 95 Concept Stores und 52 Factory Outlets. Zu den wichtigen Neueröffnungen 2007 zählten die Concept Stores in Hongkong und Moskau.

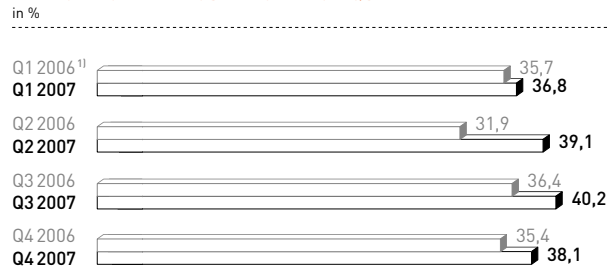
### REALISIERUNG VON KOSTENSYNERGIEN UNTERSTÜTZT ROHERTRAGSMARGE DES REEBOK SEGMENTS

Die Rohertragsmarge im Reebok Segment verbesserte sich im Geschäftsjahr 2007 um 3,7 Prozentpunkte auf 38,7 % (2006: 35,0 %). Diese Entwicklung entsprach der ursprünglichen Erwartung des Managements hinsichtlich einer Verbesserung der Rohertragsmarge. Ausschlaggebend für die Verbesserung war der Wegfall von negativen Effekten aus der Kaufpreisaufteilung (2006: 76 Mio. €). Darüber hinaus wirkten sich Kostensynergien bei den Umsatzkosten dieses Segments resultierend aus der Zusammenführung der Beschaffungsaktivitäten von adidas und Reebok positiv aus. Eine Veränderung der regionalen Umsatzverteilung innerhalb des Segments – hin zu Regionen mit höheren Margen – wurde durch negative Effekte aus selektiven Lagerräumungsaktivitäten in Nordamerika zum Teil aufgehoben. In Euro verbesserte sich das Rohergebnis von Reebok im Geschäftsjahr 2007 um 4 % auf 902 Mio. € (2006: 865 Mio. €).

### REEBOK EIGENE EINZELHANDELSGESCHÄFTE

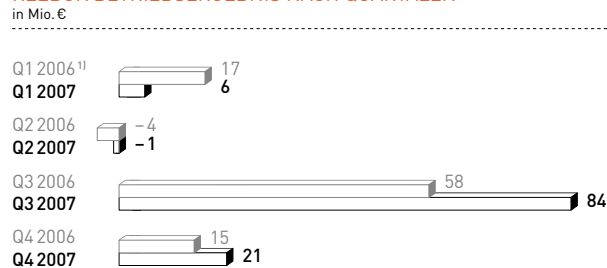


### REEBOK ROHERTRAGSMARGE NACH QUARTALEN



1) Enthält nur zwei Monate des Drei-Monatszeitraums.

### REEBOK BETRIEBSERGEBNIS NACH QUARTALEN



1) Enthält nur zwei Monate des Drei-Monatszeitraums.

**ANSTIEG DER LIZENZ- UND PROVISIONSERTRÄGE** Die Lizenz- und Provisionserträge bei Reebok stiegen im Geschäftsjahr 2007 um 24 % auf 42 Mio. € (2006: 34 Mio. €). Diese Verbesserung resultiert hauptsächlich aus der erstmaligen Einbeziehung der Ergebnisse für den Monat Januar. Höhere Lizenzraten trugen ebenfalls zu diesem Anstieg bei. Die Lizenz- und Provisionserträge bei Reebok beinhalten in erster Linie Lizenzträge für Fitness-Equipment.

**OPERATIVE AUFWENDUNGEN GESTIEGEN** Die operativen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz stiegen im Geschäftsjahr 2007 um 3,0 Prozentpunkte auf 35,8 % (2006: 32,8 %). Zusätzliche Ausgaben in Höhe von rund 50 Mio. € für Marketing, Produktentwicklung und Wachstumsinitiativen für die Marke in den Schwellenländern waren maßgeblich für diesen Anstieg verantwortlich. Diese Aufwendungen wurden hauptsächlich in der ersten Jahreshälfte getätigt. Ein Großteil davon entfiel auf die größte Werbekampagne des Jahres für die Marke Reebok, „Run Easy“. [siehe Reebok Strategie, S. 050](#) Außerdem wirkten sich Einmalkosten für die Integration von Reebok in den adidas Konzern negativ auf die Entwicklung der operativen Gemeinkosten aus. Der negative Effekt aus der Kaufpreisaufteilung auf die operativen Aufwendungen betrug 12 Mio. € (2006: 13 Mio. €). Die operativen Aufwendungen bei Reebok stiegen im Geschäftsjahr 2007 um 3 % auf 835 Mio. € (2006: 812 Mio. €).

### OPERATIVE MARGE UM 1,2 PROZENTPUNKTE VERBESSERT

Im Geschäftsjahr 2007 stieg die operative Marge des Reebok Segments um 1,2 Prozentpunkte auf 4,7 % (2006: 3,5 %). Diese Entwicklung entsprach der ursprünglichen Erwartung des Managements. Die Verbesserung der Rohertragsmarge glich die höheren operativen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz mehr als aus. Infolgedessen stieg das Betriebsergebnis von Reebok im Geschäftsjahr 2007 um 27 % auf 109 Mio. € (2006: 86 Mio. €).