

RISIKEN AUS DER BRANCHENKONSOLIDIERUNG Der adidas Konzern ist Risiken aus der Konsolidierung von Märkten sowie aus strategischen Allianzen zwischen Wettbewerbern und/oder Einzelhändlern ausgesetzt. Diese können zu einer Reduzierung unserer Verhandlungsmacht und zu schädlichem Wettbewerbsverhalten wie z. B. Preiskriegen führen. Ungewöhnliche Produktpreisreduzierungen und weniger verfügbare Regalfläche bei Einzelhändlern sind die typischsten Auswirkungen dieser Risiken. So kann ein anhaltend wettbewerbsintensives Umfeld in einem für den Konzern wichtigen Markt die Entwicklung von Umsatz und Profitabilität gefährden.

Um dieses Risiko zu mindern, sind wir stets bestrebt, für eine regional ausgeglichene Umsatzverteilung zu sorgen und passen die Vertriebsstrategie des Konzerns kontinuierlich entsprechend an. So setzten wir diese Strategie im Jahr 2007 um, indem wir eine neue Distributionspolitik für die Marke adidas in Großbritannien einführt. Nach mehreren Jahren der Konsolidierung im Einzelhandel war die Präsentation von adidas Produkten bei den Händlern nicht mehr angemessen. Infolgedessen wird unser Premium-Sortiment nur Einzelhändlern angeboten, welche die strengeren Bestimmungen unserer Handelsrichtlinien, z. B. hinsichtlich Produktpräsentation und Personalschulung, einhalten. Obwohl diese Strategie einen kurzfristigen negativen Effekt auf den Umsatz hatte, konnten wir dadurch die Attraktivität der Marke für Konsumenten am Point-of-Sale erheblich verbessern. Wir erlebten daraufhin einen deutlichen Umsatzanstieg im vierten Quartal des Jahres.

Trotz eines zunehmend herausfordernden Umfelds für Fusionen und Übernahmen aufgrund der Schwierigkeiten auf den Kreditmärkten erwarten wir eine weitere Konsolidierung unter Wettbewerbern und Handelspartnern. Diese Erwartung stützt sich auf die starken Bilanzen und soliden Free Cashflows innerhalb unserer Branche. Infolgedessen stufen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit von Risiken aufgrund von Marktkonsolidierung, die einen mittleren potenziellen Effekt auf Umsatz und Profitabilität haben könnten, weiterhin als mittel ein.

POLITISCHE UND REGULATORISCHE RISIKEN Politische und regulatorische Risiken umfassen potenzielle Verluste durch Zwangsentziehung, Verstaatlichung, Unruhen, Terrorismus und starke Veränderungen der Handelspolitik. Der adidas Konzern ist insbesondere Risiken im Zusammenhang mit plötzlich deutlich verschärften Einfuhrbeschränkungen sowie stark steigenden Einfuhrzöllen und -abgaben ausgesetzt. Diese Risiken könnten den freien Warenverkehr innerhalb des Konzerns und von Zulieferbetrieben zum Konzern beeinträchtigen. Um diese Risiken zu minimieren, bedienen wir uns einer breiten Zuliefererbasis, die es uns erlaubt, wenn notwendig die Produktion bereits frühzeitig in andere Länder zu verlagern. [☞ siehe Global Operations, S. 062](#)

Wir erwarten für 2008 keine bedeutenden handelspolitischen Veränderungen, die schwerwiegende Folgen für den Konzern hätten. Die Absichtserklärung zwischen der EU und China, mit der Einfuhrkontingente für bestimmte Kleidungskategorien festgelegt wurden, ist Ende 2007 ausgelaufen. Unserer Meinung nach besteht nur eine geringe Wahrscheinlichkeit, dass neue Einfuhrkontingente festgelegt werden, da beide Parteien sich auf andere Kontrollmechanismen zur Regelung der Exportzuwächse in die EU geeinigt haben. Die derzeitige Quotenregelung für Bekleidung zwischen den USA und China bleibt für das Gesamtjahr 2008 gültig. Im Oktober 2008 wird die Europäische Kommission ihre Anti-Dumping-Maßnahmen für importierte Lederschuhe aus Ländern außer China und Vietnam überprüfen. Wir erwarten jedoch, dass die Ausnahmeregelungen für technische Sportschuhe (die den Großteil unseres Schuhangebots ausmachen) mit nur geringen Änderungen bestehen bleiben werden. Dennoch hätten etwaige unvorhergesehene Veränderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen in der EU aufgrund der proaktiven geographischen Diversifizierung unseres Beschaffungsportfolios wahrscheinlich nur sehr geringfügige finanzielle Auswirkungen auf unseren Konzern. Wir gehen bei dem mittelfristigen Risiko weiterer politischer und regulatorischer Maßnahmen ebenfalls von einer niedrigen Eintrittswahrscheinlichkeit aus. Allerdings schätzen wir die potenzielle finanzielle Auswirkung einer unerwarteten, wesentlichen Veränderung des politischen oder regulatorischen Umfelds als mittelschwer ein.

RECHTLICHE RISIKEN Der adidas Konzern ist dem Risiko ausgesetzt, dass Dritte Forderungen oder Klagen wegen Verletzung ihrer Schutzrechte, Patentrechte oder anderer Rechte geltend machen. Um dieses Risiko zu mindern, werden neue Produkttechnologien, Produktdesigns und Produktnamen sorgfältig geprüft, um eventuelle Konflikte mit den Rechten Dritter zu identifizieren und zu vermeiden.

Im Februar 2006 hat ein wichtiger Wettbewerber den Konzern wegen einer angeblichen Patentrechtsverletzung im Zusammenhang mit einer Schuhkollektion verklagt. Diese Angelegenheit wurde im Jahr 2007 auf gültlichem Wege beigelegt. Ebenfalls im Jahr 2007 wurden mehrere Anbieter und Händler in der Sportschuhindustrie, darunter auch der adidas Konzern, wegen eines angeblichen Verstoßes gegen zwei Patente im Bereich Schuhdesign verklagt. Der adidas Konzern hat die Klagen in diesem Rechtsstreit entschieden angefochten. Wir haben zudem die Ressourcen unserer Abteilung für den Schutz von Urheberrechten verstärkt, um weitere Verbesserungen unseres Patentportfolios sowie die Prüfung und Analyse von Patentrechten Dritter voranzutreiben.

Aufgrund der weit reichenden Schutzmaßnahmen gehen wir davon aus, dass die Eintrittswahrscheinlichkeit einer schwerwiegenden Verletzung der Schutz- oder Patentrechte Dritter durch den Konzern gering ist. Dennoch schätzen wir die potenzielle finanzielle Auswirkung von Rechtsstreitigkeiten auf unseren Konzern im Eintrittsfall weiterhin als mittelschwer ein.

RISIKEN AUS PRODUKTFÄLSCHUNGEN Als populäre Konsumgütermarken, die sich über Technologie- und Designinnovationen definieren, sind die Marken des adidas Konzerns häufig von Fälschungen und Nachahmung durch Dritte betroffen. Im Jahr 2007 wurden weltweit mehr als sieben Millionen Fälschungen unserer Produkte sichergestellt (2006: über sechs Millionen). Wir sind bemüht, Umsatzeinbußen und die potenzielle Schädigung des Markenimages zu mindern, die aus dem Verkauf von minderwertigen Produkten unter unseren Markennamen entstehen. Zu diesem Zweck sichert sich der Konzern umfassend rechtlich ab (in der Regel durch Eintragung) und arbeitet mit Vollstreckungsbehörden, Fahndern und externen Juristen zusammen. Obwohl wir Maßnahmen wie z. B. die Verwendung von Sicherheitsetiketten bei autorisierten Zulieferern verstärkt haben, bleibt die Weiterentwicklung dieser Maßnahmen für 2008 und darüber hinaus ein sehr wichtiges Anliegen.

Wir schätzen daher die Wahrscheinlichkeit anhaltender Produktfälschungen kurz- und mittelfristig als hoch ein. Wir sind allerdings der Meinung, dass wir ausreichende Mittel budgetiert haben, um unsere Bemühungen im Kampf gegen Produktfälschungen erfolgreich fortzusetzen. Wir stufen die potenzielle negative Auswirkung von Risiken aus Produktfälschungen auf unseren erwarteten Ergebnisbeitrag nach wie vor als gering ein.