

**AUSBLICK** Das Jahr 2008 wird für den adidas Konzern voraussichtlich erneut ein erfolgreiches Jahr werden. Angesichts unserer aktuellen Produkt-Pipeline und der geplanten Marketingaktivitäten erwarten wir starke Umsatz- und Gewinnergebnisse – trotz negativer gesamtwirtschaftlicher Signale in wichtigen Märkten wie den USA. Wir rechnen damit, dass die beiden globalen Sportereignisse in diesem Jahr – die Fußball-Europameisterschaft (UEFA EURO 2008™) und die Olympischen Spiele in Peking – die Entwicklung des adidas Segments unterstützen werden. Unser Hauptaugenmerk wird darüber hinaus auf die Erzielung weiterer Fortschritte bei der Revitalisierung von Reebok gerichtet sein. Im Vergleich zum Vorjahr werden die Umsatz- und Kostensynergien aus der Reebok Integration für den Konzern zunehmen. Wir erwarten daher ein Wachstum des Konzernumsatzes im hohen einstelligen Bereich auf währungsbereinigter Basis. Zu diesem Wachstum werden alle unsere Marken beitragen. Außerdem prognostizieren wir Verbesserungen sowohl bei der Rohertragsmarge (zwischen 47,5% und 48%) als auch bei der operativen Marge (mindestens 9,5%). Der auf Anteilseigner entfallende Gewinn wird im Jahr 2008 voraussichtlich um mindestens 15% steigen.

**WICHTIGE SPORTEREIGNISSE WIRKEN SICH AUF ERGEBNISSE 2008 AUS** Die UEFA EURO 2008™ und die Olympischen Spiele in Peking, werden die operative Geschäftstätigkeit des Konzerns voraussichtlich positiv beeinflussen.

Als Offizieller Sponsor der UEFA EURO 2008™ wird adidas sowohl durch starke Markenpräsenz als auch in Form von zusätzlichen Umsätzen mit Fußballprodukten von diesem Turnier profitieren. Infolgedessen rechnen wir im Jahr 2008 mit einem deutlichen Umsatzanstieg der Marke adidas in der wichtigen Kategorie Fußball auf ein neues Rekordniveau von über 1,2 Mrd. €. Allerdings gehen wir nicht davon aus, dass sich dieses Ereignis positiv auf die operative Marge der Marke adidas auswirken wird, da das Umsatzwachstum voraussichtlich von einem moderaten Anstieg des Marketing Working Budgets ausgeglichen wird.

Die Olympischen Spiele werden in China, einem der weltweit am schnellsten wachsenden Märkte für Sportartikel, das wichtigste Sportereignis aller Zeiten sein. adidas ist Offizieller Sportswear Partner der Olympischen Spiele 2008 in Peking und rüstet 16 Nationale Olympische Komitees aus. Außerdem ist adidas Ausrüster aller technischen Funktionäre und mehr als 100.000 freiwilliger Helfer. Damit wird adidas die sichtbarste Marke der Spiele sein. Auch für Reebok erwarten wir eine positive Auswirkung. Reebok wird in China von der Partnerschaft mit Yao Ming, Chinas prominentestem Athleten, profitieren. Infolgedessen rechnen wir damit, dass unser Engagement bei den Olympischen Spielen 2008 in Peking eine positive, langfristige Auswirkung auf die Entwicklung von Image und Umsatz sowohl bei adidas als auch bei Reebok haben wird. Darüber hinaus erwarten wir, dass der Konzern – auch aufgrund dieser Veranstaltung – im Jahr 2008 die Marktführerschaft in China übernehmen wird. Angesichts begrenzter Kommerzialisierungsmöglichkeiten der speziell für olympische Disziplinen entwickelten Produkte erwarten wir kurzfristig jedoch keine wesentlichen Umsatzzuwächse direkt im Zusammenhang mit den Olympischen Spielen 2008. Die Marketingausgaben für dieses Ereignis werden aber zu einem geringfügigen Anstieg des Marketing Working Budgets beider Marken führen.

**ZUNEHMENDE UMSATZ- UND KOSTENSYNERGIEN IM JAHR 2008** Hinsichtlich der Umsatz- und Kostensynergien im Zusammenhang mit der Reebok Integration haben wir uns für das Jahr 2008 ehrgeizige Ziele gesetzt. Der Konzern wird im Jahr 2008 voraussichtlich Umsatzensynergien in Höhe von etwa 250 Mio. € realisieren (2007: ca. 100 Mio. €). Diese werden sich auf die Umsatzentwicklung in den Segmenten adidas und Reebok positiv auswirken. Die Umsatzensynergien kommen hauptsächlich aus stärkerem Umsatzwachstum in den Schwellenländern Europas und Asiens, in denen Reebok seine Vertriebsrechte zurückgekauft hat. Der Anstieg der Umsatzensynergien bei adidas resultiert aus dem weiteren Ausbau der exklusiven Partnerschaft zwischen adidas und der NBA, insbesondere in Asien, sowie der Nutzung der Sports Licensed Division für andere Lizenzprodukte in Nordamerika, wie z. B. im Bereich College Sport. Einmalkosten im Zusammenhang mit der Realisierung dieser Synergien werden im Jahr 2008 schätzungsweise zwischen 15 Mio. € und 25 Mio. € liegen (2007: ca. 25 Mio. €).

Des Weiteren rechnen wir im Jahr 2008 mit Kostensynergien aus der Reebok Integration in Höhe von rund 175 Mio. € (2007: ca. 90 Mio. €). Dieser Anstieg wird sich sowohl positiv auf die Entwicklung der Umsatzkosten als auch auf die operativen Aufwendungen auswirken. Durch die Optimierung der Beschaffungskette werden wir weiterhin Umsatzkostensynergien erzielen. Auch bei den operativen Aufwendungen des Konzerns werden wir durch verschiedene Initiativen Kostensynergien realisieren. Dazu gehören z. B. die Zusammenlegung des Einkaufs von Werbezeiten und -flächen, die gemeinsame Nutzung von Büros in Europa und Asien, die Harmonisierung und Konsolidierung unserer IT-Systeme, die Eliminierung von Doppelfunktionen und die gemeinsame Nutzung von Finanz- und Verwaltungsfunktionen im ganzen Konzern. Wir rechnen im Jahr 2008 mit Einmalkosten von ca. 70 Mio. € (2007 ca. 70 Mio. €), die zur Erreichung der Kostensynergieziele anfallen. Die Nettokostensynergien im Jahr 2008 werden daher auf voraussichtlich rund 105 Mio. € steigen (2007: ca. 20 Mio. €).