

IM FOLGENDEN INTERVIEW BLICKT HERBERT HAINER, VORSTANDSVORSITZENDER DES ADIDAS KONZERNS, AUF DAS JAHR 2007 ZURÜCK UND GEHT AUF DIE STRATEGISCHEN UND FINANZIELLEN ZIELE FÜR DIE ZUKUNFT EIN.

HERR HAINER, DER ADIDAS KONZERN HAT SICH 2007 WIEDER ENTSCHEIDEND WEITERENTWICKELT. WAS WAREN IHRER MEINUNG NACH DIE HAUPTGRÜNDE FÜR DIESE STARKE LEISTUNG?

Nach der Akquisition von Reebok und dem großen Erfolg bei der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2006 war uns klar, dass wir 2007 viel leisten müssen, um die Entwicklung weiter in die richtige Richtung zu lenken. Deshalb bin ich sehr stolz, dass unsere harte Arbeit dem Konzern zu neuen Rekordumsätzen und einem Rekordgewinn verholfen hat. Der Umsatz ist währungsbereinigt um 7% gewachsen. Die Rohertragsmarge ist ebenfalls stark gestiegen und erreichte 47,4%. Die operative Marge übertraf unsere anfänglichen Erwartungen und lag bei 9,2%. Außerdem wuchsen der Gewinn und das Ergebnis je Aktie um 14% – und das, obwohl sich die Bedingungen in einigen wichtigen Märkten im Verlauf des Jahres deutlich verschlechtert haben.

Unser Fokus auf Leistung und operative Stärke hat einen wichtigen Beitrag zu unserem Erfolg im Jahr 2007 geleistet. Wir haben unsere führende Stellung bei Innovation und Design weiter ausgebaut und mehrere Auszeichnungen erhalten. In wichtigen Kategorien wie Running und Fußball konnten wir unseren Marktanteil weiter steigern. Wir haben unseren Fokus auf selbst kontrollierte Verkaufsflächen deutlich verstärkt. Diese Vertriebsform wird wesentlich zu zukünftigem Wachstum beitragen. Darunter fällt alles von neuen eigenen Einzelhandelsaktivitäten, erweiterten Franchise-Netzwerken in Schwellenländern bis hin zu kreativen Shop-in-Shop-Konzepten in weiter entwickelten Märkten. Darüber hinaus haben wir die digitale Kommunikation zur strategischen Priorität für alle unsere Marken gemacht. Und ich bin überzeugt – wenn wir uns jetzt für ein weiteres Jahr intensiven Wettbewerbs auf und neben dem Spielfeld rüsten, ist der adidas Konzern durch diese Maßnahmen hervorragend positioniert, noch weiter und noch schneller nach vorne zu kommen.

DIE MARKE ADIDAS HAT MIT EINEM WÄHRUNGSBEREINIGTEN UMSATZWACHSTUM VON 12% IHRE ANFÄNGLICHEN ERWARTUNGEN ÜBERTROFFEN. WAS WAREN DIE HAUPTFAKTOREN FÜR DIESEN ERFOLG?

Die starke Produkt-Pipeline und das Bekenntnis zu Innovation sind die grundlegenden Faktoren für den Erfolg der Marke adidas. adidas hat sich verstärkt auf fünf strategische Kategorien konzentriert – und ist in allen gewachsen. Die Umsätze lagen in allen Regionen über dem allgemeinen Branchenwachstum. Der Erfolg in Schwellenländern, die Erweiterung der selbst kontrollierten Verkaufsflächen und die ungebrochene Dominanz auf dem europäischen Heimatmarkt trieben die Marke im dritten Jahr in Folge zu einem währungsbereinigten Umsatzwachstum im zweistelligen Bereich. Und noch wichtiger – adidas erzielte mit 47,4% bzw. 12,9% neue Rekorde bei der Rohertragsmarge und der operativen Marge. Dies beweist, dass die Prioritäten und die Positionierung von adidas – verbunden mit der Fähigkeit, Synergien aus der Akquisition von Reebok zu nutzen – der Marke zu deutlichen Fortschritten bei der operativen Performance verholfen haben. Angesichts der um 17% gestiegenen Auftragsbestände, dem höchsten Stand seit fast zehn Jahren, bin ich überzeugt, dass adidas 2008 seine führenden Marktpositionen rund um den Globus weiter ausbauen wird.

„Ich bin sehr stolz, dass unsere harte Arbeit dem Konzern zu neuen Rekordumsätzen und einem Rekordgewinn verholfen hat.“

„Der Erfolg von adidas in Schwellenländern, die Erweiterung der selbst kontrollierten Verkaufsflächen und die ungebrochene Dominanz auf dem europäischen Heimatmarkt trieben die Marke im dritten Jahr in Folge zu einem währungsbereinigten Umsatzwachstum im zweistelligen Bereich.“