

## GROSSE ZAHL AN PRODUKTINNOVATIONEN IM JAHR 2007

Die Entwicklung branchenführender Technologien ist nur ein Aspekt innovativer Marktführerschaft. Die erfolgreiche Vermarktung dieser technologischen Innovationen ist von zentraler Bedeutung. Ein Großteil des Konzernumsatzes im Jahr 2007 wurde mit Produkten erzielt, die im Jahresverlauf neu auf den Markt kamen. Unser Produkteinführungsplan für 2008 weist eine Fülle innovativer Produkte auf. [siehe Ausblick, S. 118](#)

## ERFOLGREICHE PRODUKTEINFÜHRUNGEN IN ALLEN WICHTIGEN ADIDAS KATEGORIEN

Der Erfolg der Marke adidas im Jahr 2007 beruhte vor allem auf Weiterentwicklungen bestehender Technologien in allen wichtigen Kategorien. Die Marke adidas erwirtschaftete 77 % ihres Umsatzes mit Produkten, die im Jahr 2007 auf den Markt kamen. Nur 6 % des Gesamtumsatzes wurden mit Produkten erzielt, deren Markteinführung drei Jahre oder länger zurückliegt. Beispiele von adidas Produktweiterentwicklungen im Bereich Running sind u. a. die neuen Versionen der Kernfamilien adiSTAR und SuperNova mit ForMotion™ Technologie oder die neue Generation der Response und BOUNCE™ Laufschuhe. Mit insgesamt mehr als 5 Millionen verkauften Produkten sind diese vier Produktfamilien von hoher Wichtigkeit. Zur positiven Entwicklung in der Trainingskategorie trug zudem die Einführung der bislang innovativsten funktionalen Performance-Bekleidungsline von adidas bei: adidas TECHFIT™.

## 2007 JAHR WICHTIGER PRODUKTINNOVATION BEI REEBOK

In unserem Bestreben die Performance-Orientierung von Reebok zu verbessern, ist es entscheidend, die Anzahl von Produktinnovationen, die Reebok entwickelt und auf den Markt gebracht hat, zu erhöhen. 61 % der bestellten Schuhe der Marke Reebok waren Produkte, die 2007 eingeführt wurden, während 10 % der Schuhbestellungen für Produkte erfolgten, die vor drei oder mehr Jahren auf den Markt kamen. Die Kategorie Running spielte dabei eine zentrale Rolle. In dieser wurde im Jahr 2007 eine Vielzahl neuer Produkte wie der Trinity KFS II, der PUMP Paris Trainer und die HATANA Laufschuhe eingeführt, allesamt aus Reeboks Premier Running Serie. Von Schuhen dieser Serie hat Reebok im Jahr 2007 rund 1 Million Paar verkauft.

Bei Reebok-CCM Hockey entfielen 58 % des Umsatzes auf Produkte, die im Jahr 2007 eingeführt wurden. Lediglich 12 % des Umsatzes wurden mit Produkten generiert, die vor drei oder mehr Jahren auf den Markt kamen. Im Bekleidungsbereich brachte Reebok-CCM Hockey das Rbk EDGE Uniform System™ für Eishockey auf den Markt, das in Zusammenarbeit mit NHL-Teams und Spielern entwickelt wurde. Dieses war das erste neue NHL-Trikot seit 20 Jahren und es verfügt über hochtechnologische Materialien und Stoffe, die sowohl atmungsaktiver als auch wasserabweisender sind und größere Bewegungsfreiheit bieten. Daher tragen jetzt alle NHL-Teams dieses Produkt, von dem wir im Jahr 2007 über 700.000 Stück verkauften. Bei der Marke Rockport, die sich weniger auf den Sportbereich konzentriert, ist die Bedeutung neuer Modelle wesentlich geringer: Im Jahr 2007 betrug der Anteil neu eingeführter Produkte am Umsatz 50 %. Weniger als 20 % des Gesamtumsatzes wurde mit Produkten erzielt, deren Markteinführung drei Jahre oder länger zurückliegt.

## INNOVATION WEITERHIN WICHTIGER ERFOLGSFAKTOR BEI TAYLORMADE-ADIDAS GOLF

Im Segment TaylorMade-adidas Golf wurden 75 % des Gesamtumsatzes mit neuen Produkten erwirtschaftet, also mit Produkten, die in den letzten 18 Monaten, der typischen Produktlebensdauer im Golfbereich, eingeführt wurden. Lediglich 1 % des Umsatzes von TaylorMade-adidas Golf wurde mit Produkten erzielt, deren Markteinführung drei Jahre oder länger zurücklag. Zu den wichtigsten Innovationen zählten die r7® SuperQuad Driver und die Burner® Metallhölzer, die jetzt rund 45 % des gesamten Produktangebots an Metallhölzern bei TaylorMade ausmachen. adidas Golf führte erfolgreich den neuen Performance-Schuh POWERBAND ein, der drei fortschrittliche Golftechnologien beinhaltet. Außerdem kam der TOUR360 II, eine neue Version des erfolgreichen TOUR360, auf den Markt. Diese innovativen Produkte machten im Jahr 2007 rund 40 % des Umsatzes im Bereich Schuhe bei adidas Golf aus. Das Clima Konzept wurde in Shorts und Hosen bei adidas Golf Bekleidung sowie in verschiedene neu eingeführte Produkte für Frauen integriert. Damit findet es nun in etwa 90 % der Golfbekleidungsprodukte von adidas Golf Verwendung.

## WICHTIGE PRODUKTEINFÜHRUNGEN 2007

Produkte	Segment
adiSTAR ForMotion™ Control und Cushion Laufschuhe	adidas
MEGABOUNCE Laufschuh	adidas
adidas TECHFIT™ POWERWEB Lauf- und Trainingsbekleidung	adidas
Stella McCartney „Gym/Yoga“ Bekleidungskollektion	adidas
adilbria und Fuse Trainingsbekleidung für Frauen	adidas
Team Signature Basketball-Schuhkollektion	adidas
Predator® PowerSwerve Fußballschuh	adidas
adiPure Fußballschuh	adidas
UEFA EURO 2008™ Nationalmannschaftstrikots – Heimtrikot	adidas
UEFA EURO 2008™ Spielball	adidas
Trinity KFS II Laufschuh	Reebok
PUMP Paris Trainer Laufschuh	Reebok
HATANA Laufschuh für Frauen	Reebok
Scarlett „Hearts“ Rbk Schuh- und Bekleidungskollektion	Reebok
Freestyle Schuh- und Bekleidungskollektion	Reebok
NFL Zero Degrees Bekleidungskollektion	Reebok
Rbk EDGE Uniform System™ Eishockey-Bekleidung	Reebok-CCM Hockey
Schuhkollektion mit adidas TORSION® System	Rockport
r7® SuperQuad Driver	TaylorMade-adidas Golf
Burner® Driver	TaylorMade-adidas Golf
POWERBAND adidas Golf Schuh	TaylorMade-adidas Golf
TOUR360 II adidas Golf Schuh	TaylorMade-adidas Golf