

**Privatinvestoren Online Chat - Private Investor Online Chat
May 9, 2008, 15:00
First Quarter Results 2008**

Dennis Weber:

Sehr geehrte Damen und Herren,

herzlich willkommen zum Privatanleger Online Chat der adidas AG. Wir freuen uns, unseren Aktionärinnen und Aktionären sowie allen Interessierten auf diesem Wege wieder die Möglichkeit zu geben, sich aus erster Hand über die Geschäftsentwicklung der adidas AG zu informieren.

Natalie Knight, Vice President und Leiterin Investor Relations, steht Ihnen bis ca. 16 Uhr zur Verfügung, um Auskünfte zu den gerade veröffentlichten Ergebnissen des ersten Quartals zu geben. Wir sind gespannt auf Ihre Fragen!

Ladies and Gentlemen,

Welcome to the private investor online chat of adidas AG. We are looking forward to again giving you the chance to inform yourselves first hand about the business development of the adidas Group.

Natalie Knight, Vice President and Head of Investor Relations, will be available until around 4 pm to give you an insight into the Group's first quarter results. We are looking forward to your questions!

Q1: Hallo! Super gute Zahlen, wo führt uns der Aktienkurs noch hin?

Natalie Knight: Vielen Dank für das Kompliment. Unser Aktienkurs hat ja auch mit einem deutlichen Kurssprung auf die Veröffentlichung reagiert. Aber es ist immer schwer, die Entwicklung des Aktienkurses zu prognostizieren, weil viele andere Faktoren in die Bewertung unseres Unternehmens einfließen, die wir nicht alle beeinflussen können.

Q2: Unabhängig vom Ergebnis interessiert es sicher viele Anleger, wie adidas zur aktuellen Situation in China im Hinblick auf das Sponsoring der Olympischen Spiele steht.

Natalie Knight: Es gibt natürlich momentan viele Diskussionen um unser Engagement rund um die Olympischen Spiele. Leider geht in der gesamten Debatte unter, für welche positiven Werte die Olympischen Spiele eigentlich stehen. Olympia steht für fairen sportlichen Wettkampf und für das

Zusammenkommen von jungen Menschen aus der ganzen Welt. Wir engagieren uns seit 1928 bei den Olympischen Spielen und rüsten auch dieses Jahr wieder 27 von 28 olympischen Sportarten aus. Außerdem statten wir 16 Olympia-Mannschaften, zahlreiche Sportverbände und insgesamt mehr als 3.000 Sportler aus. Nur das ist unsere Rolle bei diesen wichtigen Olympischen Spielen und wir gehen davon aus, dass der Konsument unsere Position versteht.

Q3: Die Financial Times schrieb, Sie haben einen besseren Produktmix, der sich auf Ihre Zahlen ausgewirkt hat. Was ist damit gemeint?

Natalie Knight: Damit ist gemeint, dass wir den Anteil von höher-margigen Produkte vergrößert haben. Dies hatte einen bedeutenden Anteil an der starken Steigerung der Bruttomarge im ersten Quartal.

Q4: Die Reebok-Umsätze sind im ersten Quartal um 13% gesunken. Kann das Jahresziel gehalten werden und mit welchen Maßnahmen?

Natalie Knight: Klar ist, dass wir mit der Entwicklung von Reebok noch nicht zufrieden sind. Aber wir sind zuversichtlich, für das Gesamtjahr ein währungsbereinigtes Wachstum im mittleren bis hohen einstelligen Bereich erzielen zu können. Reebok´s neue Markenkampagne "Your Move" und neue Produktinitiativen werden die Umsatzentwicklung unterstützen.

Q5: Kann Nordamerika zum Umsatzproblem werden? Wie bewerten Sie intern einen möglichen Einbruch von Umsatz und Ergebnis?

Natalie Knight: Nordamerika ist momentan für uns ein sehr schwieriger Markt. Das Wirtschaftswachstum ist schwach und das Konsumentenvertrauen schwindet. Mit der Marke adidas halten wir uns dort sehr gut, aber bei Reebok haben wir noch einige Herausforderungen zu meistern. Allerdings halten wir das Risiko für überschaubar, denn wir machen konzernweit weniger als 30% des Umsatzes in Nordamerika und die Profitabilität liegt unter dem Konzerndurchschnitt. Außerdem waren unsere Jahresprognosen für Nordamerika von Anfang an vorsichtig.

Q6: Glückwunsch zu dem brillanten Ergebnis! Das Jahr 2008 wird aller Voraussicht nach hervorragend laufen. Wie soll sich der Trend in 2009 fortsetzen? Was ist langfristig neu geplant?

Natalie Knight: Für das Jahr 2009 erwarten wir ein weiteres Wachstum und eine erneute deutliche Steigerung der Profitabilität. Wir haben das Ziel, ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum im hohen einstelligen Bereich zu erzielen. Die Gewinnsteigerung soll sogar zweistellig sein. Wir blicken also sehr optimistisch in das Jahr 2009.

Q7: How much dividend will adidas pay this year?

Natalie Knight: As approved by the Annual General Meeting yesterday, we'll pay 50 cent per share.

Q8: Welchen Anteil des Gesamtumsatzes erwirtschaften Sie in Deutschland?

Natalie Knight: Wir machen mittlerweile weniger als 10% unseres Konzernumsatzes in Deutschland.

Q9: Goldman Sachs hat Ihr Unternehmen von „sell“ auf „neutral“ gestuft. Das verstehe ich nicht. Warum nicht auf „kaufen“ bei den guten Aussichten?

Natalie Knight: Zunächst einmal freuen wir uns über die Heraufstufung. Die Empfehlung wird allerdings von den Banken unabhängig von uns getroffen, insofern kann ich das nicht weiter kommentieren.

Q10: How does the Russian market and sales there develop? What are your expectations for 2008 for this market?

Natalie Knight: The Russian market develops very positive for the adidas Group. We are the clear market leader with a sales growth of around 50%. We expect this market to be the most important European market for the adidas Group by 2010.

Q11: Im Modebereich wachsen eigene Kindermarken sehr stark an. Haben auch Sie hier eine eigene Kindermarke in Planung?

Natalie Knight: Der Kindermarkt ist auch für uns ein attraktiver Markt. Wir bedienen diesen mit unseren Marken adidas und Reebok. Eine eigene Marke ist nicht in Planung.

Q12: Sind steigende Rohstoffpreise (Leder usw.) ein Thema für adidas?

Natalie Knight: Ja, das ist für uns genauso ein Thema wie für die gesamte Branche. Wir erwarten allerdings in 2008 nur geringe Auswirkungen. Für das Jahr 2009 werden höhere Einstandspreise, steigende Arbeitskosten und höhere Frachtkosten jedoch eine stärkere Rolle spielen. Wir sehen aber verschiedene Möglichkeiten, auf diesen Preisdruck zu reagieren. Wir können unsere Produktionsprozesse effektiver gestalten um so die Kosten einzusparen, die Gestaltung unserer Produkte ändern und gegebenenfalls die Preise erhöhen.

Q13: Woher kommt die große Nachfrage in Europa? Aus Deutschland oder welchen Ländern?

Natalie Knight: Die große Nachfrage in Europa kommt aus nahezu allen wichtigen Ländern der Region. Insbesondere das starke Wachstum in den Schwellenländern der Region, z.B. in Russland, trägt zur positiven Entwicklung bei.

Q14: Is there a special bonus for the employees?

Natalie Knight: Yes, as the Group developed very positively in 2007, a bonus was paid to all employees who were not eligible to an individual bonus anyway.

Q15: Wie hoch ist der Umsatz vom adidas in Lateinamerika?

Natalie Knight: Der Umsatz der adidas Gruppe in Lateinamerika betrug im Jahr 2007 657 Mio. €. Das Umsatzwachstum im Jahr 2007 betrug auf währungsneutraler Basis 38%. Für das Jahr 2008 erwarten wir erneut ein zweistelliges Wachstum.

Q16: Wie kann adidas in Zukunft den wachsenden ökologischen Anforderungen gerecht werden? Gibt es bei den synthetischen Materialien überhaupt Möglichkeiten klimaschonend und umweltfreundlich zu produzieren?

Natalie Knight: Ja, absolut. Nur ein kleines Beispiel - adidas hat gerade die Kollektion adidas Grün auf den Markt gebracht. Diese Kollektion beinhaltet Schuhe und Bekleidung aus organischen, unbehandelten oder recycelten Materialien wie Kork, Hanf und Leinen. Wir sehen dieses Geschäft als Wachstumsmarkt.

Q17: Was sagt die Bruttomarge aus?

Natalie Knight: Die "Bruttomarge" war früher als "Rohertragsmarge" bekannt. Sie bezeichnet das Resultat aus Umsatz minus Herstellungskosten.

Q18: Hello, how does adidas plan on maintaining the high profits that you are projecting to make in 2008 to 2009?

Natalie Knight: We have ambitious targets to increase our profitability in 2008 and 2009. These increases will be driven by high-single-digit currency-neutral revenue growth, improving gross margins and the realization of synergies related to the Reebok integration.

Q19: Welcher Markt ist der Beste für adidas?

Natalie Knight: Eine sehr gute Entwicklung verzeichnen wir momentan in den Schwellenländern dieser Welt, insbesondere in Russland und China.

Q20: Wie viel Geld stecken Sie in die EM und in das Sponsoring für die Spiele in China?

Natalie Knight: Die Fußball Europameisterschaft 2008 und die Olympischen Spiele in Peking sind die mit Abstand wichtigsten Sport-Veranstaltungen für die adidas Gruppe in 2008. Bei beiden Events ist adidas offizieller Sponsor. Die Kosten für diese Events sind deshalb sehr hoch.

Q21: Seit der Übernahme ist Reebok ein Sorgenkind. Wann und wie soll sich das ändern?

Natalie Knight: Sicherlich sind wir bei Reebok noch nicht da, wo wir hin möchten. Aber wir realisieren bereits beträchtliche Synergien sowohl auf der Umsatz- als auch auf der Kostenseite, die ohne Reebok nicht möglich wären. Durch eine klare Positionierung, überzeugende Markenkommunikation und gute Produkte werden wir Reebok in der Zukunft weiter stärken.

Q22: What impact does the olympics protests play on the issues of imaging of the company?

Natalie Knight: We do not see a negative image effect. More than any other sports event in the world, the Olympic Games stand for fair competition in sport and the coming-together of young people from all over the world. adidas is a sports brand with the mission to provide athletes with the best possible products to help them perform at their best. This is why we supply products for 27 of the 28 Olympic sports. This is purely our role at these important Games and we assume that consumers have a correct understanding of that.

Q23: Welche Teams rüsten Sie für die EM aus?

Natalie Knight: adidas wird bei der Fußball Europameisterschaft in Österreich und der Schweiz 5 Teams ausrüsten. Neben Titelverteidiger Griechenland werden Deutschland, Frankreich, Spanien und Rumänien in adidas Trikots auflaufen.

Q24: Wie gehen Sie mit dem Sponsoring der Olympischen Spiele und der aktuellen Situation in China um?

Natalie Knight: Ich kann mich hier nur wiederholen. Für uns geht es bei den Olympischen Spielen um den Sport und die Sportler und natürlich um unsere direkt und indirekt in China beschäftigten Mitarbeiter.

Q25: Eine fast persönliche Frage: Wird nach solchen Ergebnissen bei Ihnen im Haus gefeiert oder ist das schon Alltag geworden? Lässt das Management etwas "springen"?

Natalie Knight: Natürlich freuen wir uns über gute Ergebnisse. Aber "nach dem Quartal ist vor dem Quartal"... Insofern ruhen wir uns nicht aus und arbeiten weiter hart an der Erreichung unserer Ziele.

Q26: Noch eine Frage, adidas wird vorgeworfen Arbeiter in Asien auszubeuten und diese mit schlanken Fertigungsabläufen zu traktieren. Auch ist der Arbeitsplatz erst zu verlassen, wenn die Quote erfüllt ist. Stimmt das?

Natalie Knight: Nein, das stimmt nicht. Wir haben einen eigenen Verhaltenskodex

für unsere Beschaffungskette entwickelt, die sogenannten "Workplace Standards". Daran müssen sich alle Zulieferer halten. Um den Zulieferern dabei zu helfen, unsere Standards nachhaltig umzusetzen, haben wir außerdem eine Reihe von unterstützenden Richtlinien und Leitfäden entwickelt, die unsere Erwartungen hinsichtlich fairer, gesunder und sicherer Arbeitsbedingungen unterstreichen. Ausführliche Informationen finden Sie unter www.adidas-Group.com/nachhaltigkeit.

Q27: I would like to invest in bonds. Do adidas have bonds? And if adidas yes, how is the rating?

Natalie Knight: adidas currently only has a convertible bond which is traded. As a result of our strong balance sheet and free cash flow, and our strong relationships with almost 30 banks, the adidas Group has not sought an official rating by any of the leading rating agencies.

Q28: How is the analyst consensus at the moment?

Natalie Knight: The majority of analysts have positive recommendations on our company.

Q29: In welchem Land in Nordamerika erzielt adidas den meisten Profit?

Natalie Knight: Leider veröffentlichen wir kein Ergebnis auf Länderebene. Unsere Segmentsberichterstattung berichtet stattdessen nach Marken.

Q30: How much is the share price in this moment?

Natalie Knight: It is at €44.27.

Q31: Welche Prämie erhält Herr Hainer für das gute Ergebnis?

Natalie Knight: Die Vergütung der Mitglieder unseres Vorstands umfasst fixe und variable Komponenten. Die variable Komponente setzt sich wiederum aus einer erfolgsbezogenen Komponente sowie einer aktienbasierten Komponente zusammen, von der die erfolgsbezogene Komponente von der Erreichung von jährlichen und längerfristigen Zielen abhängig ist. Eine Darstellung der Gesamtvergütung unseres Vorstands einschließlich der einzelnen Komponenten finden Sie im Geschäftsbericht 2007 oder im Internet unter www.adidas-Group.com.

Q32: Welche sozialen Projekte werden von adidas unterstützt?

Natalie Knight: Eine umfangreiche Auflistung finden Sie unter folgendem Link:

http://www.adidas-group.com/de/sustainability/community_affairs/initiatives/default.asp

Q33: Wie analysiert ein Analyst ihr Unternehmen. Auf welcher Basis, nur auf Umsatz? Könnten Sie da helfen bei der Aufklärung? Vielen herzlichen Dank.

Natalie Knight: Analysten wenden unterschiedliche Methoden zur Bewertung unseres Unternehmens an. Die gängigsten Methoden beziehen sich auf die Gewinnentwicklung und die Cash Flow Entwicklung der adidas Gruppe. Daher ist wichtig, dass wir neben einer kontinuierlichen Umsatzsteigerung auch eine deutliche Steigerung der Unternehmensgewinne bzw. des Cash flows erreichen.

Q34: Was sind für Sie die wichtigsten Unternehmensziele und welche Rolle spielen dabei übergeordnete Themen wie z.B. fair trade und Nachhaltigkeit?

Natalie Knight: Wir streben danach der weltweit führende Anbieter der Sportartikelindustrie zu sein - mit Sportmarken, die auf Leidenschaft für den Sport sowie sportlichem Lifestyle basieren. Dieses Ziel verfolgen wir in allen Bereichen - auch wenn es um nachhaltiges Wirtschaften geht.

Q35: Lernt man in Ihrem Job auch privat und persönlich berühmte Sportler kennen?

Natalie Knight: Hin und wieder kommt das durchaus vor. In unserer Konzernzentrale in Herzogenaurach haben wir oft Sportler zu Gast, die Autogrammstunden geben oder die Fragen der Mitarbeiter beantworten.

Q36: Inwieweit haben sich Währungseffekte auf das Ergebnis ausgewirkt?

Natalie Knight: Grundsätzlich partizipieren wir von einem starken Euro gegenüber dem US Dollar. Daher hatten Währungseffekte einen leicht positiven Einfluss auf das Ergebnis im 1. Quartal 2008.

Q37: The "story" of a company is important, I really liked the video about Mr. Dassler on your startpage - that was it - in a nutshell. The history and the strength that it brings must give you a competitive edge - which of your peers has a similar background if any?

Natalie Knight: Thank you for your comments. We are very fortunate to have had passionate founders. This is a uniting factor of all our Group brands. Whether you think of Adi Dassler, JW Foster (Reebok) or Gary Adams (TaylorMade), all these men had one thing in common - that is to help athletes achieve their very best. We believe this is why we can claim that the adidas Group is the leading sports performance company in the world. Our heritage and history with sport is

unrivalled and sets us apart from all of our peers.

Q38: Wo sehen Sie noch Potential für adidas?

Natalie Knight: Wir sind noch lange nicht am Ende unserer Möglichkeiten. Gerade in den wichtigsten Kategorien Running, Fußball, Training, Basketball und Originals erwarten wir bei der Marke adidas weiter kräftiges Wachstum. Und auch in anderen, kleineren Kategorien wie Outdoor haben wir noch Potenzial. Regional gesehen können wir im Vergleich zu unserem wichtigsten Wettbewerber gerade in Nordamerika noch zulegen.

Q39: Wie hoch schätzen Sie das Risiko ein, keinen Gewinn mit der adidas Aktie zu machen?

Natalie Knight: Wie eben schon erwähnt kann ich hier keine definitive Einschätzung geben. Kursrückgänge sind leider auf dem Aktienmarkt nicht immer zu vermeiden. Wir sind aber von den Geschäftsaussichten unseres Unternehmens überzeugt und haben ja auch erst gerade wieder unsere Jahresprognose bestätigt.

Q40: Wann haben Sie Nike überholt? Ist das eines Ihrer Ziele?

Natalie Knight: Wir arbeiten stetig daran uns sowohl den Umsatz als auch den Unternehmensgewinn kontinuierlich zu steigern. Wir wollen näher an Nike heranrücken. Allerdings sind wir auf profitables Wachstum fokussiert und nicht auf reine Umsatzmaximierung.

Q41: Gibt es Pläne in den Segelsport einzusteigen?

Natalie Knight: Wir werden bei den Olympischen Spielen in Peking in diesem Jahr erstmals auch mit Segelprodukten präsent sein und einige Segelnationen mit Segelschuhen ausstatten.

Q42: Oft lese ich dass neue Trends in Szenen gefunden werden. Suchen Sie da auch? Wie findet man den zukünftigen "Trend"?

Natalie Knight: Im Performance-Bereich suchen unsere Forschungs- und Entwicklungsteams ständig nach innovativen Produkten, die neue Trends kreieren können. Im Lifestyle-Bereich beobachten wir tatsächlich systematisch, was die Menschen in Szenemetropolen wie Paris, London oder Tokio in Bars, Clubs usw. tragen. Je früher wir einen Trend entdecken, desto besser für uns.