

adidas AG aktualisiert Ausblick angesichts der jüngsten Entwicklungen in Russland/GUS sowie der anhaltenden Schwäche des Golfmarkts und gibt strategische Maßnahmen bekannt, um Wachstum sicherzustellen und voranzutreiben

Herzogenaurach – Nach einem Treffen des Vorstands der adidas AG gab der Vorstand wichtige strategische Entscheidungen bekannt, die getroffen wurden, um Wachstum und Profitabilität sicherzustellen und voranzutreiben sowie auf die jüngsten Entwicklungen zu reagieren. Da sich diese Entscheidungen auf die Geschäftsergebnisse des Konzerns auswirken werden, aktualisiert das Management auch seinen Ausblick. Das Management erwartet nun einen währungsbereinigten Umsatzanstieg für das Gesamtjahr 2014 im mittleren bis hohen einstelligen Bereich. Der auf Anteilseigner entfallende Gewinn wird den Erwartungen zufolge bei etwa 650 Mio. € liegen. Darüber hinaus gab das Management bekannt, seine Route 2015 Ziele erst später als ursprünglich erwartet erreichen zu können.

Die Umsatzdynamik des Konzerns hat sich im zweiten Quartal wie erwartet wesentlich verbessert. Der Konzernumsatz stieg auf währungsbereinigter Basis um 10%. Dies war vor allem auf das Umsatzwachstum bei adidas (+14%) und Reebok (+9%) zurückzuführen. Der Umsatz von TaylorMade-adidas Golf hingegen ging um 18% zurück. Währungseffekte wirkten sich weiterhin deutlich negativ auf die Umsatzentwicklung aus und schmälerten die Umsatzerlöse im zweiten Quartal um mehr als 7 Prozentpunkte. Infolgedessen stieg der Konzernumsatz in Euro um 2% auf 3,465 Mrd. €. Das Betriebsergebnis belief sich im zweiten Quartal auf 220 Mio. €. Der auf Anteilseigner entfallende Gewinn betrug für diesen Zeitraum 144 Mio. €. Währungseffekte, weniger günstige Hedging-Kurse, höhere Marketingausgaben für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ sowie ein deutlich niedrigerer Ergebnisbeitrag von TaylorMade-adidas Golf hoben das sonst sehr positive zugrunde liegende Wachstum von adidas und Reebok in den meisten wichtigen Kategorien und Märkten auf.

Vor dem Hintergrund der deutlichen Umsatzverbesserung bei adidas und Reebok sowie der jüngsten Entwicklungen in Russland/GUS und auf dem Golfmarkt wurden folgende strategische Entscheidungen getroffen, die sich auf die Geschäftsentwicklung des Konzerns in der zweiten Jahreshälfte 2014 und im Jahr 2015 auswirken werden:

- Erstens: Aufgrund des schwachen Marktumfelds im Einzelhandel in der Kategorie Golf und des damit verbundenen weltweit langsamen Abverkaufs älterer Bestände wird sich die Umsatz- und Margenentwicklung bei TaylorMade-adidas Golf in der zweiten Jahreshälfte 2014 schwieriger gestalten als ursprünglich erwartet. Um die erfolgreiche Umsetzung der Konzernstrategie zur langfristigen Margenverbesserung in der Golfkategorie sicherzustellen, wird das Management in der zweiten Jahreshälfte 2014 weitere Maßnahmen zur Reduzierung der Lagerbestände im Markt ergreifen. Darüber hinaus wird das Management ein Restrukturierungsprogramm bei TaylorMade-adidas Golf initiieren, um die Betriebsgemeinkosten an die niedrigeren Erwartungen hinsichtlich der Entwicklung der Golfbranche anzupassen.
- Zweitens: Die jüngsten Entwicklungen des russischen Rubels sowie steigende Risiken im Zusammenhang mit der Konsumentenstimmung und den Verbraucherausgaben, resultierend aus der derzeit angespannten Lage in Russland/GUS, deuten auf höhere Risiken für den kurzfristigen Profitabilitätsbeitrag dieses Markts hin. Infolgedessen hat das Management beschlossen, die geplanten Geschäftseröffnungen in Russland/GUS für die Jahre 2014 und 2015 deutlich zu reduzieren sowie die Anzahl der Geschäftsschließungen weiter zu erhöhen. Mit diesen Maßnahmen sollen Risiken reduziert und Profitmargen gesichert werden. Zudem werden sie dazu beitragen, das Management der Vorräte in diesem Markt besser und schneller steuern zu können. Die steigende Markendynamik sowohl bei adidas als auch bei Reebok infolge lokaler Marketinginvestitionen und verbesserter Prozesse stimmen das Management jedoch nach wie vor sehr zuversichtlich.
- Drittens: Angesichts der starken Performance bei der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ sowie der sich verbessernden Dynamik bei adidas und Reebok hat sich das Management entschieden, die Investitionen im Marketingbereich und am Point-of-Sale in den nächsten 18 Monaten anzuheben. Ziel dabei ist es, schnelleres Wachstum sicherzustellen und voranzutreiben sowie weitere Marktanteile, vor allem in den reiferen Märkten wie Nordamerika und Westeuropa, hinzuzugewinnen. Diese Maßnahmen werden durch eine Fülle von neuen Produkten in wichtigen Performance-Kategorien unterstützt. Dazu zählen die mehrfach ausgezeichnete Boost™ Technologie, die auf weitere wichtige Kategorien ausgeweitet werden soll, sowie neue Produkt- und Kollaborationsinitiativen im Bereich Lifestyle.
- Und schließlich: Um schnellere Entscheidungsprozesse sowie effektivere und effizientere, konsumentenfokussierte Strategien und deren Umsetzung im Markt voranzutreiben, hat das Management die Strukturen der Bereiche Global Brands und Global Sales unter der Leitung der vor Kurzem ernannten Vorstandsmitglieder Eric Liedtke und Roland Auschel einer gründlichen Prüfung unterzogen. Die neue Organisationsstruktur tritt am 1. August 2014 in Kraft.

Unter Berücksichtigung all dieser Entwicklungen und Initiativen rechnet das Management nun für das Gesamtjahr 2014 mit einem Anstieg des währungsbereinigten Umsatzes im mittleren bis hohen einstelligen Bereich (bisherige Prognose: Anstieg im hohen einstelligen Bereich). Der auf Anteilseigner entfallende Gewinn wird den Erwartungen zufolge bei etwa 650 Mio. € liegen (bisherige Prognose: 830 Mio. € bis 930 Mio. €). Darüber hinaus sind die Route 2015 Ziele des Konzerns angesichts der ausbleibenden spürbaren Verbesserung der Währungssituation, des zu erwartenden, deutlich niedrigeren Ergebnisbeitrags von TaylorMade-adidas Golf sowie der höheren Marketinginvestitionen nun innerhalb des vorgesehenen Zeitrahmens nicht mehr erreichbar. Weitere Einzelheiten hierzu werden im Rahmen der Geschäftsergebnisse des adidas Konzerns für das erste Halbjahr am 7. August 2014 erläutert.

„Alles, was wir heute bekanntgeben, dient einem Ziel: unsere Marken zu stärken, die Begehrlichkeit unserer Produkte weiter zu erhöhen und unseren Konzern für den langfristigen Erfolg gut aufzustellen. Im Vorfeld unseres nächsten strategischen Fünfjahresplans werden wir nun viel aggressiver im Markt auftreten“, sagte Herbert Hainer, Vorstandsvorsitzender der adidas Gruppe. „Mit unserem Route 2015 Geschäftsplan haben wir beachtliche Leistungen erzielt. Dennoch ist uns klar, dass die Umsetzung nicht immer unseren hohen Standards entsprochen hat und dass wir nicht flexibel genug waren, um in einem ungünstigen Marktumfeld entsprechend reagieren zu können. Dies alles gehen wir nun ganz gezielt an. Unsere starke und überzeugende Performance bei der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ zeigt deutlich, was wir bei hervorragender Umsetzung leisten können. Unsere wichtigen Märkte und Marken gewinnen wieder deutlich an Dynamik, und wir treffen nun konsequente und notwendige Entscheidungen, um den Konzern auf eine solidere Grundlage für die Zukunft zu stellen. Wir bereinigen die Märkte, investieren mit mehr Überzeugung in unsere Wachstumschancen und können mit unserer neuen Organisationsstruktur agiler vorgehen. Dadurch werden wir den Konzerngewinn mittel- und langfristig auf ein höheres und konstanteres Niveau steigern können.“

Die adidas Gruppe

Die adidas Gruppe ist einer der weltweit führenden Anbieter in der Sportartikelindustrie und unterhält ein sehr umfassendes Portfolio von Schuhen, Bekleidung und Zubehör für Sport und Lifestyle um die Kernmarken adidas, Reebok, TaylorMade, Rockport und Reebok-CCM Hockey. Die Gruppe mit Sitz in Herzogenaurach beschäftigt mehr als 50.000 Mitarbeiter weltweit und generierte im Jahr 2013 einen Umsatz in Höhe von 14,5 Mrd. €.

Kontakte:

Media Relations
Jan Runau
Leiter Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 (0) 9132 84-3830

Katja Schreiber
Leiterin Externe Kommunikation
Tel.: +49 (0) 9132 84-3810

Lars Mangels
Corporate Communication Manager
Tel.: +49 (0) 9132 84-2680

Investor Relations
John-Paul O'Meara
Vice President Investor Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-2751

Christian Stöhr
Senior Investor Relations Manager
Tel.: +49 (0) 9132 84-4989

Besuchen Sie uns auch im Internet: www.adidas-Group.com