

Rede adidas
HV am 07.05.2015

Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrter Herr Vorsitzender,

mein Name ist Daniela Bergdolt, ich vertrete adidas Aktionäre, die ihre Stimmrechte auf die Deutsche Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz übertragen haben.

2014 war nicht das Jahr von adidas. Sie mussten zweimal die gesteckten Umsatz- und Ergebnisziele zurücknehmen. Zum Teil kam das Ausmaß der veränderten Gewinnprognose überraschend. Die Kommunikation war nicht hervorragend, der Aktienkurs ist eingebrochen, zwar halten Sie die Dividende gleich, aber der Glanz der Marke adidas hat gelitten.

Zwar sieht man deutlich, dass Sie an der Strategie, dem Markenauftritt und der Kommunikation mit dem Anleger arbeiten, aber nichts dauert so lange wiederherzustellen wie ein Kratzer im Image. Die Quartalszahlen beruhigen etwas, aber Sie sind erst ein Anfang – keine nachhaltige Trendwende.

Was hat nun so negativ gewirkt? Das ist einmal die Entwicklung in Nordamerika, die dortigen Probleme, Umsatz- und Ergebnisrückgang bei der Golfsparte Taylor Made, und dann kam noch Russland und die dortigen Wirtschaftssanktionen.

Arbeiten wir die Dinge einfach eines nach dem anderen ab:

Nordamerika:

Da ist adidas auf einmal nur noch auf Platz 3 der Wettbewerber. Und die Tatsache, dass Under Armour auf Platz 2 gelandet ist, ein Start-up-Unternehmen, war wohl der wirkliche Wake Up Call. Sie haben reagiert, sicherlich zu spät, denn jetzt laufen Sie hinterher. Sie laufen einmal hinterher, weil die Währungsrelationen sich zu Ihren Lasten verändert haben mit dem starken US-Dollar. Sie laufen hinterher, weil Sie jetzt mit zwei anderen Wettbewerbern konkurrieren und es einfach sehr teuer wird, die Marke wieder attraktiv zu machen, indem Sie eigene Stores aufbauen und Werbeträger finden.

Adidas hat sich viel zu lange darauf verlassen, dass es als Fußballmarke Nr. 1 seinen exzellenten Ruf in Europa 1:1 auf Nordamerika übertragen kann. Dies ist nicht ganz nachvollziehbar. Sie brauchen nur einmal nach USA zu fliegen, dann wissen Sie, dass Fußball in Nordamerika keine oder nur eine kleine Rolle spielt. Wenn Sie dort sagen, Sie kommen aus München, dann heißt es nicht „FC Bayern“ oder „Neuer“ oder „Müller“, dann heißt es: „Oktoberfest“. Das mag im Rest der Welt anders sein, aber nicht in USA. Inzwischen hat auch adidas das verstanden und konzentriert sich auf Basketball, Baseball, US-Football und andere in Amerika bekannte und verfolgte Sportarten. Wie hoch ist also das Investitionsvolumen, das Sie jetzt in die Marke adidas in USA stecken, in die Stores in USA stecken und der Bekanntheitsgrad von adidas durch Werbeverträge mit US-bekanntem Sportlern?

Reebok:

Im Gegensatz zu allen Hoffnungen hat Ihnen der Kauf von Reebok nicht geholfen. Dieser Fehlkauf ---- und dies sage ich ganz bewusst ---- hat adidas in der Entwicklung gebremst, wenn nicht maßgeblich zurückgeworfen. Reebok war lange nicht profitabel, hat seine Position lange nicht gefunden im Wettbewerb und in der Positionierung und kommt erst jetzt ganz langsam aus den schlechten Zahlen heraus. Reebok hat viel zu lange Ressourcen gebunden,

die Sie bei adidas gebraucht hätten. Der Kauf von Reebok, Herr Hainer war meiner Ansicht nach schlicht eine Fehlentscheidung.

Und heute frage ich mich wirklich, ob Sie Reebok brauchen. Wäre es nicht viel besser, jetzt, wo Reebok saniert ist und eine Position gefunden hat, die ich später aber auch noch einmal nachfragen möchte, zu verkaufen? Damit würden Sie eine Menge Geld in die Kasse spülen, das Sie vielleicht dringend brauchen, um adidas in USA zu positionieren. Sicher kenne ich das Argument: „Warum jetzt verkaufen, wenn wir endlich saniert haben, endlich auch ein Return bekommen?“ Auf der anderen Seite stelle ich mir die Frage, ob Sie Reebok jemals als zweite Marke tatsächlich positionieren können. Bedient Reebok im Fitness-Bereich nicht nur Nischen, die nie nachhaltig so stark werden können wie die Bereiche, die adidas mit seinem Angebot abdeckt.

Wenn Sie mir erzählen, dass Reebok im Cross-Fit-Bereich stark ist, dann ist der Cross-Fit-Bereich doch gegenüber Fußball oder Basketball eine zu vernachlässigende Nische. Kein Mensch weiß, ob sich dieser Bereich jemals nachhaltig etablieren wird oder dies nur ein Trend ist, der in zwei Jahren von allen belächelt wird.

Und die Tatsache, dass Sie nun an die Spitze von Reebok einen US-Amerikaner gestellt haben, ist zwar sicherlich ein gutes Zeichen, aber heißt nicht, dass adidas an Reebok festhalten muss. Also was passiert mit Reebok? Bitte nennen Sie konkrete Zahlen, wo Sie mit Reebok in diesem Jahr im Umsatz und im Ergebnis landen wollen und wie wird Reebok in zwei Jahren aussehen?

Taylor Made:

Bei der Golfsparte Taylor Made hätte es eigentlich nicht mehr schlimmer kommen können. Der Umsatz ist dramatisch eingebrochen und man hat deutlich das Gefühl, dass adidas hier viel zu spät reagiert hat. Die Tatsache, dass Golf keinen wachsenden neuen Markt hat, der von jungen Sportlern begeistert angetrieben wird, ist ja nun wirklich nichts Neues. Das wusste man doch schon seit langem. Dass der Trend hingeht zu Kurzsportarten, die man eben noch

nach der Arbeit oder mal ein paar Stunden an einem Vormittag betreibt, aber nicht über einen ganzen Tag, ist auch bekannt. Nichts ist davon ist neu und trotzdem hat man bei adidas so lange gebraucht, bis man jetzt einen Notfallplan aus der Schublade ziehen musste. Man hat bei den neuen Produkten im letzten Jahr einfach ein full stop gemacht und auch die eigene Strategie verändert. Wie wird es nun mit Taylor Made weitergehen? Inwieweit konnte man die Kosten reduzieren? Wie weit sind Sie mit dem Umbauprogramm? Gibt es aus Restrukturierungsprogrammen noch Kostenbelastungen in diesem Jahr?

Russland:

Russland war für adidas im letzten Jahr schwierig und wird sicherlich auch schwierig bleiben, nachdem die Wirtschaftssanktionen voll durchgreifen. Sie haben dort sehr viele neue eigene Läden eröffnet und drehen nun zurück, indem Sie Läden schließen und neue Stores nur dort eröffnen, wo Sie in einer wirklichen Spitzenposition und Spitzenlage sind. Russland ist immer noch profitabel, auch dieses Jahr. Wie gehen Sie also mit der Krise dort um? Welche Pläne haben Sie für diesen schwierigen Markt? In welchem Umfang sind Investitionen geplant 2015 und 2016?

Kommen wir zur Tagesordnung:

Das betrifft einmal das Aktienrückkaufprogramm und die Vergütung des Vorstands. Sie werden in den nächsten drei Jahren ein Aktienrückkaufprogramm starten. Dies verwundert etwas, nachdem ich Ihre Worte, Herr Hainer von 2010 noch gut in den Ohren habe, als Sie gesagt haben, dass das damalige Aktienrückkaufprogramm weder dem Kurs geholfen hat noch viel im Unternehmen geändert habe. Sie sind also kein Fan von Rückkäufen. Warum jetzt also Aktienrückkäufe? Wollen Sie damit den Kurs stützen, was legitim ist, nachdem er so eingebrochen ist? Was verspricht man sich also von dem Aktienrückkaufprogramm?

Kommen wir dann zu Tagesordnungspunkt 5 der Beschlussfassung über die Billigung des Systems zur Vergütung der Vorstandsmitglieder:

Sie bauen in dieses System nun einen cap ein, das begrüßen wir. Hinsichtlich des Sonderbonus hegen wir erhebliche Bedenken. Ich bin kein Freund von diesen Sonderboni, und zwar im Sinne der Vorstände, weil Sie sich damit in die Hände des Aufsichtsrates begeben. Warum musste dies denn nun sein? Bitte erläutern Sie dies mit entsprechenden Berechnungen und wann greift der cap tatsächlich? Auch hier bitte ich um eine Berechnung.

Im Hinblick auf die Vergütung des Vorstandes scheint mir doch noch eines wichtig anzusprechen:

Herr Hainer, wer mich kennt, weiß, dass ich überhaupt kein Thema damit habe, Vorstände ordentlich zu bezahlen. Sie leisten viel, Sie sollen viel verdienen. Etwas sauer aufgestoßen ist in diesem Zusammenhang aber, dass Sie im letzten Jahr eine variable Vergütung von über 3 Millionen Euro erhalten haben. Sicher, das ist eine mehrjährige variable Vergütung und betrifft die Jahre 2012, 2013 und 2014. Aber das Timing ist mehr als schlecht. Sie hätten ohne Weiteres diese mehrjährige variable Vergütung auch auf das nächste Jahr schieben können, wenn wir sehen, dass die versprochene Änderungen im Unternehmen auch durchgesetzt werden. Sie leiden alle nicht Not. Ein Zeichen hätte hier gut getan.

Meine Damen und Herren, ich habe lange gezögert im Hinblick auf mein Abstimmungsverhalten gegenüber Vorstand und Aufsichtsrat. Der Vorwurf - sowohl gegen Vorstand als auch Aufsichtsrat - ist, dass Sie im letzten Jahr zu spät reagiert haben, dass Sie die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens gefährdet haben, indem Sie in Nordamerika die falsche Strategie gefahren sind, den Golfmarkt völlig falsch eingeschätzt und zu spät reagiert haben und damit die Umsatz- und Ergebnisziele zweimal zurückgenommen werden mussten. Hier ist auch der Aufsichtsrat nicht frei von Schuld, denn er hat die Geschäfte zu überwachen und den Vorstand auch rechtzeitig auf Fehlentwicklungen hinzuweisen. Dies scheint nicht der Fall gewesen zu sein. Für das vergangene Jahr würde ich also für diese Leistung mit Nein stimmen und keine Entlastung erteilen. Ich sehe auf der anderen Seite,

dass Sie jetzt die Strategie geändert haben und die richtigen Maßnahmen ergreifen, aber wir werden einen langen Weg gehen. Aus diesem Grund werde ich einen Mittelweg gehen und mich bei der Entlastung des Aufsichtsrates und des Vorstandes der Stimme enthalten. Das ist die Zusammenfassung aus einem Positivum für die inzwischen eingeleitete Änderung, aber ein klares Nein für das letzte Jahr.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.