

26.03.2015 - 19:55 Uhr

## Hainers Mittelweg, Kommentar zu Adidas von Joachim Herr

Frankfurt (ots) -

Da schwang schon etwas Abschiedsstimmung mit: Adidas-Vorstandschef Herbert Hainer stellte zum letzten Mal mit seinen Managementkollegen einen mittelfristigen Unternehmens- und Strategieplan vor. Auch Fragen nach seiner Zukunft musste sich der 60-Jährige auf dem "Investor Day 2015" stellen - wieder einmal. Dabei ist schon seit einem Jahr klar, dass für Hainer spätestens im März 2017 Schluss ist.

2020, im Zieljahr der neuen Strategie, ist er für die Geschicke von Adidas im Tagesgeschäft also gar nicht mehr verantwortlich. Hinterlässt man seinem Nachfolger ehrgeizige Ziele oder macht man es ihm mit weniger ambitionierten Vorgaben möglichst leicht? Hainer hat sich für den Mittelweg entschieden. Freilich wird er nicht müde zu betonen, der Strategieplan sei vom Management-Team gemeinsam entwickelt worden. Doch wenn er noch das Sagen hat, dürfte er das letzte Wort gehabt haben.

Auf ein Margenziel - Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Ebit) im Verhältnis zum Umsatz - hat Adidas dieses Mal verzichtet. Der offensichtliche Grund: Mit der 2010 vorgegebenen "Route 2015" fiel der Vorstand auf die Nase. Für dieses Jahr wurde eine Ebit-Rendite von 11% in Aussicht gestellt. Dieses Ziel ist seit Sommer 2014 kassiert, und im vergangenen Jahr erreichte Adidas gerade einmal 6,6%.

Die Ankündigung, den Nettogewinn bis 2020 zu verdoppeln, legt die Latte für den künftigen Adidas-Chef dagegen ziemlich hoch. Zumal das Unternehmen nach wie vor mit dem abgestürzten russischen Markt und dem schwachen Rubel zu kämpfen hat. Gegen den starken Dollar, die entscheidende Währung für das Beschaffen der Produkte, ist das Unternehmen aktuell noch gut abgesichert. Doch das könnte schon in einem Jahr viel teurer werden.

Unwägbarkeiten hin oder her: Hainer musste den Investoren ein halbwegs ehrgeiziges Gewinnziel bieten. Im Vergleich mit Branchenprimus Nike verblasst es ohnehin. Der amerikanische Konzern erzielte allein im vergangenen Quartal einen Nettogewinn von 791 Mill. Dollar. Das ist mehr, als Adidas für das gesamte Jahr 2015 anstrebt.

Hainers Angriffslust, wenn es um Nike geht, ist abgeflaut. Zu groß ist der Abstand geworden, zu schwach hat sich Adidas im vergangenen Jahr entwickelt. Adidas muss jetzt erst einmal die Waffen schärfen, ehe der Branchenzweite wieder zur Attacke auf den Marktführer blasen kann. Neue Stärke zu gewinnen wird nicht nur Hainer beschäftigen, sondern auch seinen Nachfolger - mindestens bis 2020.

Kontakt:

Börsen-Zeitung  
Redaktion

Telefon: 069--2732-0  
[www.boersen-zeitung.de](http://www.boersen-zeitung.de)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014783/100770511> abgerufen werden.