

Frankfurter Allgemeine Wirtschaft

Sportartikel-Hersteller Adidas wächst im Internet viel schneller

Der führende deutsche Sportartikel-Konzern macht noch bessere Geschäfte als gedacht, vor allem im Online-Bereich. Das liegt auch an einer neuen Partnerschaft.

01.12.2015, von Rüdiger Köhn, München



© dpa Adidas verdient mehr Geld als gedacht.

Adidas wird in diesem Jahr mit dem Verkauf von Sportartikeln deutlich mehr erwirtschaften als erwartet. Der Umsatz soll 2015 um 40 Prozent auf 600 Millionen Euro springen, berichtet die Frankfurter Allgemeinen Zeitung und bezieht sich dabei auf offizielle Quellen.



Autor: Rüdiger Köhn, Wirtschaftskorrespondent mit Sitz in München.

Konzern-Vorstandsvorsitzender Herbert Hainer hatte ursprünglich für dieses Jahr lediglich einen Wert von einer halben Milliarde Euro erwartet. Ursache dafür sind die zügige Vernetzung der Online-Aktivitäten und der Start neuer Projekte, deren Wirkung schneller zu erkennen sind.

Elektroautos erobern die Firmenflotten

Emissionsfrei und sparsam auch im gewerblichen Bereich werden Elektro-Autos zunehmend attraktiver. Die Gründe dafür liegen vor allem in den niedrigen Betriebskosten und ersten steuerlichen Subventionen. mehr ...

Zalando hat Zugriff

An der Mittelfrist-Prognose hält die Drei-Streifen-Marke allerdings noch fest. Bis zum Jahr 2020 soll das Online-Geschäft 2 Milliarden Euro erreichen, knapp 10 Prozent des dann anvisierten Konzernumsatzes von mehr als 20 Milliarden Euro. In diesem Jahr stieg der Umsatzanteil von 3 auf knapp 4 Prozent.

Der Konzern aus Herzogenaurach forciert den Ausbau der Internet-Aktivitäten und baut auf soziale Netzwerke. Doch sollen diese auch mit dem Präsenzhandel enger verknüpft werden. Für Adidas-Vertriebsvorstand Roland Auschel wird es weiterhin Läden geben, in denen sich die Konsumenten die Produkte anschauen und diese anfassen wollen.

Zudem startet das Unternehmen neue Wege, um die Geschäftsbeziehungen mit seinen Großhändlern wie Sportscheck, Intersport, Decathlon oder Footlocker zu intensivieren. Ende November begann ein Pilotprojekt mit Zalando. Der Online-Schuhhändler ist mit den Systemen von Adidas vernetzt und hat direkten Zugriff auf die Lager. Dadurch kann er bei Bedarf sofort auf Ware zugreifen und diese wesentlich schneller an die Besteller ausliefern.