

Adidas kauft Reebok ein

Wenn ausländische Investoren ein deutsches Unternehmen einkaufen, dann ist die Aufregung¹ hierzulande groß. Diesmal ist es umgekehrt: Der deutsche Sportartikel-Hersteller adidas kauft seinen amerikanischen Rivalen Reebok. Damit wird das einstige Familien-Unternehmen von Adi Dassler aus Bayern zum direkten Konkurrenten vom Branchenprimus Nike. 2004 lag der Umsatz von adidas bei fünf Milliarden Euro. Der Abstand zu Nike beträgt ungefähr drei Milliarden Euro.

Adidas und Reebok ergänzen sich fast ideal. Reebok ist eine starke Marke in Großbritannien und den USA. Gerade dort hat adidas nicht den gewünschten Erfolg. Im kontinental-europäischen Markt dagegen ist adidas bestens unterwegs – im Gegensatz zu Reebok. Mit den Sportarten geht es genauso: Der eine ist dort stark, wo der andere schwach ist – man denke an europäischen Fußball oder amerikanischen Baseball.

Mit dem Kauf von Reebok will adidas sein wichtiges USA-Geschäft stärken, wo sich die Hälfte des weltweiten Sportartikel-Geschäfts abspielt. Dort möchte adidas seinen Umsatz verdoppeln. „Es kann doch nicht sein, dass Nike dort fünf Milliarden Umsatz macht und wir eineinhalb Milliarde“ sagt adidas-Chef Herbert Hainer.

Die Euphorie teilen nicht alle. Denn adidas hat sich von der wenig profitablen Filiale Salomon noch nicht komplett getrennt. Kritisch wird auch gesehen, dass Reebok nicht so rentabel ist wie adidas. In der nächsten Zeit werden beide mit sich selbst beschäftigt sein, während der Konkurrent Nike sich ganz auf den Markt konzentrieren kann. In einem Punkt sind sich aber alle einig: das derzeitige Management von adidas ist einfach exzellent.

Im Augenblick denkt man in der adidas-Zentrale an die Fußball-Weltmeisterschaft 2006. Für adidas, WM-Sponsor, hat die Weltmeisterschaft schon 2005 begonnen. Im November startete der Verkauf von T-Shirts und Merchandising-Artikeln. Im Dezember ist die Auslieferung des offiziellen Turnierballs, im Februar-März 2006 folgen die offiziellen WM-Trikots der Teilnehmerländer. „Wenn die WM beginnt, ist unser Geschäft schon weitgehend gemacht“, sagt Hainer. Das Abschneiden² der deutschen Nationalelf spielt für adidas keine große Rolle. „Wenn die Deutschen weit kommen, hilft das der Stimmung im Land und damit natürlich auch uns“, sagt Hainer, „entscheidend für unsere Umsätze ist es aber nicht.“ Bei adidas ist man nicht auf deutschen Fußball fixiert: 1998 spielten die Franzosen ihren Traumfußball in adidas.

nach Brigitte Weining, phoenix.de, 03.08.2005 und Moritz Müller-Wirth, [Die Zeit](http://DieZeit), 11/2005

¹ die Aufregung : l'émotion

² (gut, schlecht) abschneiden: s'en sortir (bien, mal)

Travail à faire

I – COMPREHENSION (10 points)

Répondre **en français** aux questions suivantes

1. Recopiez et complétez le tableau : (2,5 pts)

	adidas		Nike	
	global	aux USA	global	aux USA
Chiffre d'affaires 2004				
Objectif	////////		////////	////////

2. Quels arguments justifient le rachat de Reebok par adidas ? (3 pts)
3. Quels sont les atouts de l'entreprise adidas ? Quels sont ses handicaps ? (2,5 pts)
4. Quel est l'impact de la Coupe du Monde de football sur l'entreprise adidas ? (2 pts)
5. D'où vient le nom de l'entreprise 'adidas' ? (bonus 1 pt)

II – EXPRESSION (10 points)

Rédiger **en allemand**

1. Erklären Sie den Satz: „Wenn ausländische Investoren ein deutsches Unternehmen einkaufen, ist die Aufregung hierzulande groß“ [50-70 mots] (5 pts)
2. Das Verkaufsteam des Geschäfts ‚adidas-shop‘ in Nürnberg (*Ludwigplatz 12-24, 90403 Nürnberg*) soll am Berlin-Marathon am 24.9.2006 teilnehmen. Es handelt sich dabei um 6 Personen, darunter ein Ehepaar.
*Sie*³ machen gerade ein Praktikum im adidas-Shop und sollen beim Hotel Adler (*Brandenburgerstr. 25, 14056 Berlin*) die Zimmer reservieren. *Sie* schreiben den Brief.
 [Corps de la lettre : 60 mots minimum] (5 pts)

³ *Sie* = der DPECF-Kandidat / die DPECF-Kandidatin