

## Beilage zu Teil 2

### Ausgangslage

#### NIKE Inc.



Rechtsform:	Aktiengesellschaft
Gründung:	1972
Sitz:	Beaverton
Produkte:	Sportartikel
Website:	<a href="http://www.nike.com">www.nike.com</a>

### Geschichte – Ein Unternehmen auf Erfolgskurs

Quelle: <http://www.sportsmarkette.com/geschichte-von-nike> (28.10.2013)

Die Geschichte des Schuhkonzerns Nike begann im Jahre 1957, als sich Bill Bowerman und Phil Knight an der University of Oregon in Eugene trafen. Bowerman war ein erfolgreicher Leichtathletik-Trainer, der den Mittelstreckenläufer Knight in seinem Team trainierte. Die beiden schlossen Freundschaft und sollten schon bald die erfolgreichste Sportartikelfirma der Welt gründen.

Im Jahre 1964 investierten die beiden jeweils mehrere hundert Dollar in ein gemeinsames Schuhprojekt, wobei Knight in seiner Freizeit bereits Schuhe auf verschiedenen Sportplätzen verkaufte. Diese kamen bei den Athleten auch gut an. Schon im Jahre 1965 lag der Umsatz des Unternehmens bei 20'000 Euro! Überdies gründeten sie in diesem Zusammenhang die Firma Blue Ribbon Sport. 1971 erfolgte die Umbenennung, auf Vorschlag eines Mitarbeiters, in Nike, nach der griechischen Siegesgöttin.

1972 wurde die erste Waffelsohle "geboren", die den Vorteil eines niedrigeren Gewichtes, längerer Haltbarkeit sowie mehr Grip hatte. Der Umsatz der Firma lag derweil bei 2 Millionen US-Dollar. Sie hatte darüber hinaus bereits 45 Mitarbeiter.

Michael Jordan, der ein Newcomer im Basketball bei den Chicago-Bulls war, ging mit Nike 1985 einen Athletenvertrag ein. Weiterhin wurde eine neue Produktabteilung gegründet, um innovationsreiche Produkte auf den Markt zu bringen. Der Umsatz belief sich nun schon auf ca. 920 Millionen US-Dollar. Überdies fanden zu diesem Zeitpunkt bereits 4'200 Menschen Arbeit in dem Unternehmen. Mit der "Just do it"-Kampagne wurde Nike im Jahre 1989 äußerst erfolgreich. Die Umsatzmarke von 1 Milliarde US-Dollar wurde vom Unternehmen damit mühelos geknackt.

Im Jahr 1994 wurden die Fußballweltmeister aus Brasilien verpflichtet. 1995 übernahm Nike den kanadischen Eishockeysausrüster Canstar für 395 Millionen US-Dollar, darunter die Marke Bauer.

1996 folgte mit dem damals noch wenig bekannten Golfspieler Tiger Woods der nächste Coup nach Michael Jordan. Für fünf Millionen US-Dollar pro Jahr wurde Nike der Ausrüster des späteren Golfstars. Später wurde der Profi-Radrennfahrer und Triathlet Lance Armstrong für das Unternehmen gewonnen. Zudem ist Nike seit 2012 Hauptsponsor der NFL (die US-amerikanische Profiligena im American Football).

Der Heimatmarkt bleibt für Nike der wichtigste. Schuhe sind nach wie vor das wichtigste Nike-Geschäft. Zum Konzern gehören auch die Marken Converse und Umbro.

## Das Nike-Logo



### 35 Dollar für einen Logoentwurf

Das Logo der Firma, der Nike-Haken (der Swoosh), ist eines der bekanntesten Markenzeichen der Welt. Zunächst wurde es in Verbindung mit dem Schriftzug Nike eingesetzt, mittlerweile steht es für sich alleine.

Das Nike-Logo stammt von der damals 28-jährigen Carolyn Davidson, die Grafikdesign an der Portland State University studierte und steht für die Flügel der griechischen Siegesgöttin Nike. Carolyn Davidson wurde von Philip Knight, der damals an der Universität unterrichtete, spontan angesprochen, als er ein Gespräch zwischen Carolyn Davidson und einer mit ihr befreundeten Kommilitonin mithörte, in dem sie sagte, dass sie gerne einen Kurs besuchen würde, ihr aber das nötige Geld fehle.

Die Vorgabe von Philip Knight war ein Logo zu erstellen das Bewegung vermittelt. Carolyn Davidson unterbreitete ihm einige Entwürfe, die ihm alle nicht gefallen wollten. Unter großem Zeitdruck, da die Sportschuhkartons schnellstmöglich in den Druck gehen sollten, entschied sich Philip Knight letztendlich für den Nike-Haken, auch wenn er ihm zunächst skeptisch gegenüber stand. **"Ich kann nicht sagen, dass ich das Logo liebe, aber vielleicht wächst es mir ans Herz."**

Zu diesem Zeitpunkt ahnte noch niemand von dem späteren weltweiten Ruhm des simplen Nike-Logos. Viele Amerikaner tragen den Swoosh sogar als Tätowierung.

In der Grafik-/Designbranche ist der *Swoosh* darüber hinaus in den fachspezifischen Sprachgebrauch eingegangen: Es werden damit ganz allgemein geometrische Formen wie Kreise oder geschwungene Linien bezeichnet, welche zum Beispiel im Hintergrund einer Bildkomposition den Eindruck von Bewegung oder Geschwindigkeit hervorrufen sollen.



Die Entwicklung des Nike-Logos von 1971 bis heute

## Produkte

### Schuhe

Bei der Gründung der Firma Nike im Jahr 1972 ging es anfangs nur um die Herstellung und den Vertrieb von Sportschuhen. Die Marke ist heute immer noch am meisten durch ihre verschiedenen, meist auch auffälligen Schuhmodelle bekannt; dieses Schuhsortiment beinhaltet heute unter anderem auch Sneakers und verschiedene Laufschuhe in zahlreichen Farben und Variationen. Momentan rangiert der Nike Free Run+ 2 auf Platz 1 der GfK Top Ten der meistverkauftesten Laufschuhe in Deutschland und hat damit sogar Marktführer Asics von seinem Stammplatz vertrieben. Nebenbei hat sich auch noch das Modell Free 3.0 auf Platz 5 in die Asics Domäne gemischt. Außer dem Salomon XA Pro 3D tauchen in der Top Ten Liste der GfK ansonsten nur Asics Schuhe auf. Und auch in der Hitliste aller Sportschuhe, die auch Outdoor- und Lifestyleschuhe enthält, belegt der Free Run+ 2 den zweiten Platz.

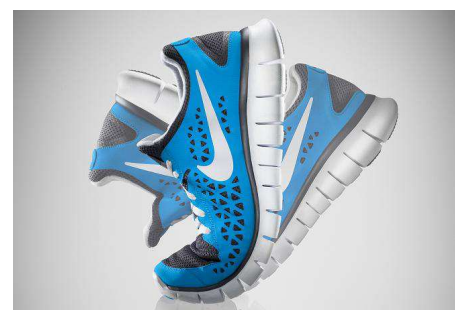


In Laufspezialistengeschäften werden zwischen 5 und 10% der verkauften Nike Free zum Laufen verwendet. In großen Sporthäusern und/oder Filialketten sind es eher weniger als 5%. Demnach profitiert Nike momentan erheblich davon, dass sich der Schuh als Freizeitschuh durchsetzt wie kaum ein anderer Schuh am Markt. Nike trägt diesem Trend mit immer neuen Farben Rechnung. Neben der hohen Bequemlichkeit die der Schuh nachweislich hat, sieht er in den Augen vieler Betrachter auch noch gut aus. Da der Schuh inzwischen nicht nur bei den Läufern, sondern auch bei den Jugendlichen angesagt ist, überraschen die Verkaufszahlen nicht mehr. Als bequemer Freizeitschuh, als "cooler" Sneaker, als Schuh für Städtetouren, als Schuh zum Zeigen der Laufaffinität oder eben als Natural Running Schuh. Er hat viele Einsatzgebiete und Zielgruppen erobert.

Der "Natural Running Trend", der momentan überall propagiert wird, hat demnach eher geringen Anteil am Erfolg. Der Erfolg des Nike Free treibt aber alle anderen Laufschuhhersteller an, sich dem Thema zu widmen. So überrascht es kaum, dass fast alle Hersteller 2011/2012 mit Konzepten in dieser Richtung an den Markt gehen bzw. gegangen sind. Mal mit relativ plumpen Abwandlungen des Nike Free wie bei Reebok Flex oder eben mit eigenem Konzept wie Brooks Pure Project oder Saucony Zweitschuh.

### Forschung und Entwicklung

Im Sommer 2002 startete Nike in seinem Forschungslabor in Portland (Oregon) eine umfangreiche Biomechanik-Studie zum Thema Vorteile des Barfusslaufens. Ergebnisse waren unter anderem, dass sich die biomechanischen Abläufe beim Barfusslaufen und beim Laufen in herkömmlichen Laufschuhen stark voneinander unterscheiden. Beim Barfusslaufen erfolgt der Fußaufsatz flacher (nahezu waagrecht) wodurch sich die Aufprallkräfte besser auf den kompletten Fuß verteilen. Dies wiederum hat zur Folge, dass mehr Muskeln an Fuß und Unterschenkel zum Einsatz kommen was dazu führt, dass diese gekräftigt werden. Auch die Muskulatur an den Zehen muss beim Barfusslaufen deutlich mehr arbeiten als in Laufschuhen und



die Abrollbewegung ist effizienter. Diese entscheidenden Erkenntnisse wurden als Grundlage für die Entwicklung des Nike Free verwendet. Damit war der Nike Free im Sommer 2004 der erste offizielle Natural Running Laufschuh bzw. Fusstrainer. Zumindest verkaufte Nike seine Story so.

Eine weitere Innovation von Nike, immer mehr Sportschuhe mit digitalen Sensoren zu versehen, scheint sich ebenfalls auszuzahlen. Der US-Konzern hat prall gefüllte Auftragsbücher. Jetzt werden Basketball-Schuhe mit dem Smartphone vernetzt. Demnächst kommen noch mehr Sportschuh-Modelle auf den Markt, die Trainingsdaten an Smartphones weiterleiten können. Kürzlich stellte Nike die Serien Nike+ Basketball und Nike+ Training vor. Der Akzent auf Vernetzung gilt als Argument, um Verbraucher zum Kauf neuer Sportwaren zu animieren.

### **Sportbekleidung**

Im Laufe der Jahre wurden viele weitere Sportartikel ins Nike-Sortiment aufgenommen. Diese Artikel sind unter anderem: Shorts, Stirn- und Armbänder, Hoodies und Sweatshirts, Jacken und Westen, Jerseys, Laufhosen bzw. Turn- und Trainingshosen, T-Shirts und Poloshirts.

### **Sport-Accessoires**

Des Weiteren gibt es zahlreiche Sport-Accessoires, Sportausrüstungs- und Zubehörartikel von Nike wie zum Beispiel Taschen, Rucksäcke, Hüte, Kappen, Tennis-, Basket- und Fußbälle, Schienbeinschoner, Socken, Handschuhe, Handtücher, Uhren.

### **Kaufhaus**

Unter dem Namen Niketown eröffnete Nike 14 Kaufhäuser in den USA, Grossbritannien, Frankreich und in Deutschland. Das erste Niketown wurde 1990 in Portland eröffnet. Das 1996 in Manhattan eröffnete Niketown ist das Aushängeschild von Nike. Seit 1999 gibt es in Berlin-Charlottenburg das erste deutsche Niketown-Kaufhaus.

### **Kritik**

Das Unternehmen wird u.a. im Schwarzbuch Markenfirmen der Ausbeutung, Kinderarbeit und anderer Missstände in Zulieferbetrieben bezichtigt. Auch der US-amerikanische Filmemacher Michael Moore kritisiert das Unternehmen im Dokumentarfilm "Der grosse Macher". Höhepunkt ist das sehr an Moores früheren Film "Roger & Me" erinnernde Gespräch zwischen Michael Moore und dem Nike-Vorstandsvorsitzenden Philip Knight über die Verlagerung von Arbeitsplätzen ins Ausland. Philip Knight behauptete, dass in den USA keiner mehr Schuhe für Nike nähen wolle, er aber über die Errichtung neuer Werke in Amerika nachdenken würde, fänden sich genug Arbeitswillige. Daraufhin präsentierte Moore ihm Hunderte Leute, die sofort bei Nike genau diesen Job übernahmen. Trotzdem lenkte Knight nicht ein und am Ende einigten sich Moore und Knight auf eine Spende für einen guten Zweck. Nike hatte zuvor einen Großteil seiner Schuhproduktion nach Indonesien ausgelagert, die dort teilweise von Kindern für 19 US-Cent pro Stunde Arbeitslohn gefertigt werden.