adidas

ZUR SOFORTIGEN VERÖFFENTLICHUNG **Herzogenaurach, 9. November 2022**

adidas mit robustem Wachstum im dritten Quartal trotz zunehmender makroökonomischer Herausforderungen

Wichtige Entwicklungen:

- **Währungsbereinigter Umsatzanstieg um 4 % spiegelt anhaltendes zweistelliges Wachstum außerhalb Chinas wider**
- **Zweistellige Zuwächse bei E-Commerce in EMEA, Nordamerika und Lateinamerika**
- **Bruttomarge geht um 1,0 Prozentpunkte auf 49,1 % zurück; positive Effekte durch Preiserhöhungen wurden durch gestiegene Kosten der Lieferkette, höhere Rabatte und einen ungünstigen Marktmix mehr als aufgehoben**
- **Betriebsergebnis in Höhe von 564 Mio. € reflektiert operative Marge von 8,8 %**
- **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von 66 Mio. € durch mehrere Einmalaufwendungen in Höhe von knapp 300 Mio. € sowie außerordentliche Steuereffekte in Q3 negativ beeinflusst**
- **Auswirkung der Beendigung der adidas Yeezy Partnerschaft im Ausblick für 2022 berücksichtigt**

„Anfang September kam es zu einer Verschiebung des Marktumfelds, da die Verbrauchernachfrage in den westlichen Märkten nachließ und sich der Trend in Bezug auf das Kundenaufkommen in China weiter verschlechterte. Das hatte in der gesamten Branche einen erheblichen Anstieg der Lagerbestände zur Folge, was im weiteren Verlauf des Jahres verstärkt zu verkaufsfördernden Aktionen führen wird, die sich zunehmend auf unseren Gewinn auswirken werden“, sagte Harm Ohlmeyer, Finanzvorstand von adidas. „Die Begeisterung für die bevorstehende FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2022, die sich bereits jetzt durch ein Umsatzwachstum in der Kategorie Fußball bemerkbar macht, gibt uns Auftrieb. Außerdem bereiten wir uns auf die Einführung einer spannenden neuen Basketballkollektion in Nordamerika vor.“

Währungsbereinigter Umsatz steigt im dritten Quartal um 4 %

Im dritten Quartal nahm der währungsbereinigte Umsatz von adidas um 4 % zu. Während das Unternehmen in den ersten beiden Monaten des Berichtszeitraums ein Umsatzwachstum im hohen einstelligen Bereich verzeichnete, wurde die Umsatzentwicklung im September durch eine Verschlechterung der Trends in Bezug auf das Kundenaufkommen in China und eine nachlassende Verbrauchernachfrage in wichtigen westlichen Märkten belastet. Darüber hinaus hat die Entscheidung des Unternehmens, seine eigene Geschäftstätigkeit in Russland zum Ende des ersten Quartals einzustellen, den Umsatz im dritten Quartal deutlich um mehr als 100 Mio. € reduziert, was sich insbesondere auf das Direct-to-Consumer-(DTC-)Geschäft

des Unternehmens auswirkte. In Euro stieg der Umsatz des Unternehmens im dritten Quartal um 11 % auf 6,408 Mrd. € (2021: 5,752 Mrd. €).

Nach Vertriebskanälen betrachtet wurde die Umsatzentwicklung des Unternehmens durch Wachstum im DTC-Bereich getrieben. Hier legte der Umsatz auf währungsbereinigter Basis um 6 % im Vergleich zum Vorjahr zu. Ohne Russland/GUS stieg der Umsatz in diesem Kanal zweistellig, was den erfolgreichen Durchverkauf von adidas Produkten widerspiegelt. Im DTC-Bereich verzeichnete das E-Commerce-Geschäft des Unternehmens ein Umsatzwachstum von 8 %. Ausschlaggebend hierfür waren starke zweistellige Umsatzzuwächse in EMEA, Nordamerika und Lateinamerika. Die Großhandelsumsätze wuchsen im Quartal um 3 % und wurden durch Lagerbestandsrücknahmen in Höhe von mehr als 200 Mio. € in China beeinträchtigt. Dies ist auf die Initiativen des Unternehmens zurückzuführen, die Kanäle zu bereinigen, in denen Produkte zum vollen Preis verkauft werden, und Überbestände über die eigenen Factory Outlets abzubauen.

Nach Kategorien betrachtet war das Umsatzwachstum in den strategischen Wachstumskategorien von adidas, Fußball und Running, am größten. Beide Kategorien verzeichneten starke zweistellige Zuwächse. In der Kategorie Fußball haben die neuen Trikots bereits im Vorfeld der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2022 für Begeisterung bei den Konsument*innen gesorgt. Der Umsatzanstieg bei Running war den neuesten Versionen der erfolgreichen adidas Laufschuhe zuzuschreiben, darunter Adizero und Supernova, die im Quartal beide um mehr als 50 % zugelegt haben. Im Bereich Lifestyle führte die weitere Skalierung der erfolgreichen Franchises von Forum und Ozweego zu einem starken zweistelligen Wachstum für beide Produktfamilien. Gleichzeitig rückten zusätzliche und in der Auflage stark limitierte Drops im Rahmen der Partnerschaften mit Gucci und Balenciaga die Marke adidas stärker ins Rampenlicht.

Nach Regionen betrachtet ist das Umsatzwachstum auf die westlichen Märkte des Unternehmens und APAC zurückzuführen, die zusammen mit 12 % weiterhin im zweistelligen Bereich wuchsen. In EMEA stieg der Umsatz um 7 % trotz der Einbußen in Russland/GUS in Höhe von mehr als 100 Mio. €. In Nordamerika erhöhte sich der Umsatz im dritten Quartal um 8 %. Dies ist zweistelligen Zuwächsen im DTC-Vertriebskanal des Unternehmens zuzuschreiben. In APAC und Lateinamerika beschleunigte sich das Umsatzwachstum gegenüber Q2 und belief sich auf 15 % bzw. 51 % im Vergleich zum Vorjahr. Die Umsatzentwicklung des Unternehmens in China wird dagegen weiterhin durch die herausfordernden Marktbedingungen stark beeinträchtigt, insbesondere im Zusammenhang mit den anhaltenden Covid-19-Beschränkungen. Während die eigenen Einzelhandelsumsätze des Unternehmens in China im dritten Quartal um 7 % stiegen, was einen robusten Durchverkauf widerspiegelt, verringerten erhebliche Produktrücknahmen den Reinverkauf

des Unternehmens und führten zu einem Umsatzrückgang von 27 % für den Gesamtmarkt während des Dreimonatszeitraums.

Betriebsergebnis in Höhe von 564 Mio. € reflektiert operative Marge von 8,8 %

Die Bruttomarge von adidas verzeichnete im dritten Quartal einen Rückgang um 1,0 Prozentpunkte auf 49,1 % (2021: 50,1 %), da die breitgefächerten Preissteigerungen und günstigen Währungseffekte durch die stark gestiegenen Kosten der Lieferkette aufgehoben wurden. Diese sind wiederum auf deutlich höhere Produkt- und Frachtkosten zurückzuführen. Darüber hinaus haben höhere Rabatte sowie ein ungünstigerer Marktmix die Entwicklung der Bruttomarge belastet. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen im Berichtsquartal um 20 % auf 2,676 Mrd. € (2021: 2,237 Mrd. €). Der Großteil dieses Anstiegs ist auf die bereits kommunizierten Einmalkosten und Währungsschwankungen zurückzuführen. Darüber hinaus trugen Investitionen in die Marke, ihre Produkte, in die digitalen Fähigkeiten des Unternehmens sowie in das Konsumentenerlebnis erheblich zu dieser Entwicklung bei. Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 2,9 Prozentpunkte auf 41,8 % (2021: 38,9 %). Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen nahmen um 2 % auf 691 Mio. € zu (2021: 674 Mio. €). Im Laufe des Quartals hat das Unternehmen mehrere neue Produkte auf den Markt gebracht, wie beispielsweise die zweite Sportswear Kollektion, den zweiten Drop der Partnerschaft mit Gucci, den neuesten Schuh der erfolgreichen ‚Adizero' Produktfamilie, den ‚Adios Pro 3', sowie die Nationalmannschaftstrikots für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2022. Darüber hinaus investierte adidas weiter in das Einkaufserlebnis sowohl auf den physischen als auch digitalen Plattformen und eröffnete mehrere neue Geschäfte in Rom, Barcelona und Mexiko-Stadt sowie in weitere Verbesserungen des Mitgliedschaftsprogramms ‚adiClub'. Im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen um 0,9 Prozentpunkte auf 10,8 % (2021: 11,7 %). Die Betriebsgemeinkosten lagen mit 1,985 Mrd. € um 27 % über dem Vorjahreswert (2021: 1,562 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Betriebsgemeinkosten auf 31,0 % (2021: 27,2 %). Das Betriebsergebnis des Unternehmens lag bei 564 Mio. € (2021: 672 Mio. €), was eine operative Marge in Höhe von 8,8 % (2021: 11,7 %) widerspiegelt. Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen lag im Berichtsquartal bei 66 Mio. € (2021: 479 Mio. €). Dieser Betrag weicht von der am 20. Oktober 2022 veröffentlichten vorläufigen Zahl ab. Verantwortlich dafür sind die negativen steuerlichen Auswirkungen im dritten Quartal im Zusammenhang mit der Entscheidung des Unternehmens, die adidas Yeezy Partnerschaft einzustellen. Dieser negative Steuereffekt wird durch einen positiven Steuereffekt in ähnlicher Größenordnung im vierten Quartal des Jahres vollständig kompensiert werden. Das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen belief sich im dritten Quartal auf 0,34 € (2021: 2,34 €).

adidas

Die Gewinnentwicklung im dritten Quartal wurde durch mehrere Einmalaufwendungen in Höhe von knapp 300 Mio. € beeinträchtigt. Der Großteil dieser Aufwendungen steht im Zusammenhang mit der Entscheidung des Unternehmens, die Schließung seiner Geschäftstätigkeit in Russland zu initiieren. Darüber hinaus wirkten sich nicht wiederkehrende Kosten im Zusammenhang mit beschleunigtem Cash-Pooling in Ländern mit hoher Inflation, ein kürzlich beigelegter Rechtsstreit sowie höhere Rückstellungen für zollbezogene Risiken ebenfalls negativ auf Bruttoergebnis, Betriebsgemeinkosten sowie Finanz- und Steueraufwendungen im dritten Quartal aus.

Währungsbereinigter Umsatz in den ersten neun Monaten 2022 auf Vorjahresniveau

In den ersten neun Monaten 2022 stieg der Umsatz auf währungsbereinigter Basis um 1 %. Verantwortlich hierfür waren das zweistellige Wachstum in Nordamerika und Lateinamerika sowie ein Umsatzanstieg im hohen einstelligen Prozentbereich in EMEA. In Euro wuchs der Umsatz um 8 % auf 17,306 Mrd. € (2021: 16,096 Mrd. €). Die Bruttomarge des Unternehmens ging in den ersten neun Monaten 2022 um 1,5 Prozentpunkte auf 49,7 % zurück (2021: 51,2 %). Höhere Kosten der Lieferkette sowie ein unvorteilhafter Marktmix wirkten sich negativ auf die Entwicklung der Bruttomarge aus. Diese negativen Effekte wurden durch Preiserhöhungen und vorteilhafte Währungsentwicklungen teilweise kompensiert. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich um 16 % auf 7,435 Mrd. € (2021: 6,391 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 3,3 Prozentpunkte auf 43,0 % (2021: 39,7 %). adidas generierte in den ersten neun Monaten des Jahres ein Betriebsergebnis in Höhe von 1,393 Mrd. € (2021: 1,920 Mrd. €), was zu einer operativen Marge von 8,0 % (2021: 11,9 %) führte. Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen lag bei 736 Mio. € (2021: 1,369 Mrd. €). Dies spiegelt Einmalaufwendungen im dritten Quartal des Jahres in Höhe von knapp 300 Mio. € wider. Infolgedessen belief sich das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen auf 3,83 € (2021: 6,87 €).

Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital steigt auf 22,2 %

Die Vorräte stiegen zum 30. September 2022 um 72 % auf 6,315 Mrd. € (2021: 3,664 Mrd. €). Auf währungsbereinigter Basis erhöhten sich die Vorräte um 63 % im Vergleich zum Vorjahr. Diese Entwicklung ist zum Teil der schwächeren Verbrauchernachfrage in wichtigen westlichen Märkten seit Anfang September geschuldet. Die Hauptgründe für den Anstieg der Vorräte sind jedoch die höheren Produkt- und Frachtkosten, ein verändertes Bestellverhalten infolge der längeren Vorlaufzeiten innerhalb der Beschaffungskette des Unternehmens sowie die niedrigere Vergleichsbasis im Vorjahr, die auf die Auswirkungen der Fabrikschließungen in Vietnam 2021 zurückzuführen ist. Das operative kurzfristige Betriebskapital erhöhte sich um 34 % auf 6,201 Mrd. € (2021: 4,616 Mrd. €). Auf währungsbereinigter Basis lag der Anstieg bei 25 %. Das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz stieg um 2,1 Prozentpunkte auf 22,2 % (2021: 20,1 %).

Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten in Höhe von 6,397 Mrd. €

Die bereinigten Nettofinanzverbindlichkeiten beliefen sich zum 30. September 2022 auf 6,397 Mrd. € (30. September 2021: 3,260 Mrd. €). Dies entspricht einem Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 3,137 Mrd. €. Diese Entwicklung ist dem niedrigeren Nettomittelzufluss aus der betrieblichen Tätigkeit, der Dividendenzahlung und den Aktienrückkäufen des Unternehmens zuzuschreiben.

Beendigung der adidas Yeezy Partnerschaft wirkt sich auf den Ausblick des Unternehmens auf das Gesamtjahr 2022 aus

Angesichts der weiteren Verschlechterung des Trends in Bezug auf das Kundenaufkommen in China, der verstärkten verkaufsfördernden Aktionen zum Abbau der hohen Lagerbestände sowie der Einmalaufwendungen von insgesamt rund 500 Mio. €, die sich den Erwartungen zufolge auf den Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen des Unternehmens in 2022 auswirken werden, hatte adidas am 20. Oktober 2022 seine Prognose für das Gesamtjahr nach unten korrigiert. Nach der Entscheidung des Unternehmens vom 25. Oktober 2022, die adidas Yeezy Partnerschaft zu beenden, berücksichtigt adidas die entsprechenden Auswirkungen auf Umsatz und Gewinn in seiner Prognose für das Gesamtjahr 2022. Hierzu wird auch die hohe Saisonalität des adidas Yeezy Geschäfts, das auf das vierte Quartal ausgerichtet ist, einbezogen. Infolgedessen rechnet adidas für das Geschäftsjahr 2022 nun mit einem währungsbereinigten Umsatzzuwachs für das Gesamtunternehmen im niedrigen einstelligen Prozentbereich. Das Unternehmen geht für 2022 von einer Bruttomarge von rund 47,0 % aus. Die operative Marge wird 2022 den neuen Erwartungen zufolge bei rund 2,5 % liegen und der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen einen Wert von rund 250 Mio. € erreichen.

Starke Gewinnsteigerung im Jahr 2023

Das Unternehmen geht davon aus, dass sich der Wegfall der Einmalaufwendungen in Höhe von rund 500 Mio. €, die im aktuellen Geschäftsjahr anfallen, entsprechend positiv auf die Gewinnentwicklung im Jahr 2023 auswirken wird. Darüber hinaus hat adidas angesichts des herausfordernden Marktumfelds ein Programm zur Geschäftsverbesserung aufgelegt, das darauf abzielt, die Profitabilität des Unternehmens im Jahr 2023 zu unterstützen. Im Rahmen dieses Programms hat das Unternehmen mehrere Initiativen gestartet, um die erheblichen Kostensteigerungen abzumildern, die sich aus dem Inflationsdruck entlang der gesamten Wertschöpfungskette des Unternehmens sowie aus ungünstigen Währungsentwicklungen ergeben. Die verschiedenen Initiativen, die im vierten Quartal 2022 zu Einmalaufwendungen von rund 50 Mio. € führen werden, sollen im Jahr 2023 Kostennachteile von bis zu 500 Mio. € kompensieren. Darüber hinaus soll das Programm im kommenden Jahr den Erwartungen zufolge einen positiven Beitrag zur Steigerung des Unternehmensgewinns von rund 200 Mio. € leisten.

***

adidas

Kontakte:

Media Relations
corporate.press@adidas.com
+49 (0) 9132 84-2352

Investor Relations
investor.relations@adidas.com
+49 (0) 9132 84-2920

Weitere Informationen finden Sie auf adidas-group.com.

adidas

VERKURZTE KONZERN-GEWINN-UND-VERLUST-RECHNUNG (IFRS) DER ADIDAS AG

in Mio. €	1. Jul. 2022 bis 30. Sept. 2022	1. Jul. 2021 bis 30. Sept. 2021	Veränderung
Umsatzerlöse	6.408	5.752	*11,4 %*
Umsatzkosten	3.262	2.868	*13,8 %*
Bruttoergebnis	**3.146**	**2.884**	***9,1 %***
(in % der Umsatzerlöse)	49,1 %	50,1 %	*–1,0 PP*
Lizenz- und Provisionserträge	36	22	*64,2 %*
Sonstige betriebliche Erträge	58	3	*1.814,7 %*
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.676	2.237	*19,6 %*
(in % der Umsatzerlöse)	41,8 %	38,9 %	*2,9 PP*
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	691	674	*2,5 %*
(in % der Umsatzerlöse)	10,8 %	11,7 %	*–0,9 PP*
Betriebsgemeinkosten[1]	1.985	1.562	*27,0 %*
(in % der Umsatzerlöse)	31,0 %	27,2 %	*3,8 PP*
Betriebsergebnis	**564**	**672**	***–16,0 %***
(in % der Umsatzerlöse)	8,8 %	11,7 %	*–2,9 PP*
Finanzerträge	8	6	*29,5 %*
Finanzaufwendungen	162	49	*228,5 %*
Gewinn vor Steuern	**411**	**629**	***–34,7 %***
(in % der Umsatzerlöse)	6,4 %	10,9 %	*–4,5 PP*
Ertragsteuern	345	150	***130,4 %***
(in % des Gewinns vor Steuern)	84,1 %	23,8 %	*60,2 PP*
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	**66**	**479**	***–86,3 %***
(in % der Umsatzerlöse)	1,0 %	8,3 %	*–7,3 PP*
Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	286	504	*–43,2 %*
Gewinn	**352**	**984**	***–64,2 %***
(in % der Umsatzerlöse)	5,5 %	17,1 %	*–11,6 PP*
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	**347**	**960**	***–63,8 %***
(in % der Umsatzerlöse)	5,4 %	16,7 %	*–11,3 PP*
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	**5**	**24**	***–81,0 %***
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	**0,34**	**2,34**	***–85,7 %***
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	**0,34**	**2,34**	***–85,7 %***
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	**1,91**	**4,94**	***–61,3 %***
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	**1,91**	**4,94**	***–61,3 %***

1 Vertriebsaufwendungen, Verwaltungsaufwendungen, übrige betriebliche Aufwendungen sowie Wertminderungsaufwendungen (netto) auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und Vertragsvermögenswerte, aggregiert.
Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

UMSATZERLOSE

in Mio. €	1. Jul. 2022 bis 30. Sept. 2022	1. Jul. 2021 bis 30. Sept. 2021	Veränderung	Veränderung (währungs-bereinigt)
EMEA	2.463	2.248	*9,6 %*	*7,4 %*
Nordamerika	1.750	1.396	*25,4 %*	*8,2 %*
China	937	1.155	*–18,9 %*	*–26,6 %*
Asien-Pazifik	579	504	*15,1 %*	*14,6 %*
Lateinamerika	633	405	*56,4 %*	*50,6 %*
Andere Geschäftssegmente	46	45	*2,8 %*	*2,7 %*

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

adidas

VERKURZTE KONZERN-GEWINN-UND-VERLUST-RECHNUNG (IFRS) DER ADIDAS AG

in Mio. €	1. Jan. 2022 bis 30. Sept. 2022	1. Jan. 2021 bis 30. Sept. 2021	Veränderung
Umsatzerlöse	17.306	16.096	*7,5 %*
Umsatzkosten	8.697	7.851	*10,8 %*
Bruttoergebnis	**8.609**	**8.245**	***4,4 %***
(in % der Umsatzerlöse)	49,7 %	51,2 %	*–1,5 PP*
Lizenz- und Provisionserträge	86	53	*63,8 %*
Sonstige betriebliche Erträge	133	13	*919,5 %*
Sonstige betriebliche Aufwendungen	7.435	6.391	*16,3 %*
(in % der Umsatzerlöse)	43,0 %	39,7 %	*3,3 PP*
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	1.995	1.831	*8,9 %*
(in % der Umsatzerlöse)	11,5 %	11,4 %	*0,2 PP*
Betriebsgemeinkosten[1]	5.440	4.560	*19,3 %*
(in % der Umsatzerlöse)	31,4 %	28,3 %	*3,1 PP*
Betriebsergebnis	**1.393**	**1.920**	***–27,5 %***
(in % der Umsatzerlöse)	8,0 %	11,9 %	*–3,9 PP*
Finanzerträge	32	11	*189,3 %*
Finanzaufwendungen	302	123	*145,6 %*
Gewinn vor Steuern	**1.122**	**1.808**	***–37,9 %***
(in % der Umsatzerlöse)	6,5 %	11,2 %	*–4,7 PP*
Ertragsteuern	386	439	*–12,0 %*
(in % des Gewinns vor Steuern)	34,4 %	24,3 %	*10,1 PP*
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	**736**	**1.369**	***–46,2 %***
(in % der Umsatzerlöse)	4,3 %	8,5 %	*–4,3 PP*
Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	415	576	*–28,0 %*
Gewinn	**1.151**	**1.945**	***–40,8 %***
(in % der Umsatzerlöse)	6,7 %	12,1 %	*–5,4 PP*
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	**1.124**	**1.915**	***–41,3 %***
(in % der Umsatzerlöse)	6,5 %	11,9 %	*–5,4 PP*
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	**27**	**31**	***–10,9 %***
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	**3,83**	**6,87**	***–44,2 %***
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	**3,83**	**6,87**	***–44,2 %***
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	**6,08**	**9,83**	***–38,1 %***
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	**6,08**	**9,83**	***–38,1 %***

1 Vertriebsaufwendungen, Verwaltungsaufwendungen, übrige betriebliche Aufwendungen sowie Wertminderungsaufwendungen (netto) auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und Vertragsvermögenswerte, aggregiert.
Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

UMSATZERLOSE

in Mio. €	1. Jan. 2022 bis 30. Sept. 2022	1. Jan. 2021 bis 30. Sept. 2021	Veränderung	Veränderung (währungs-bereinigt)
EMEA	6.477	5.928	*9,3 %*	*7,7 %*
Nordamerika	4.858	3.802	*27,8 %*	*13,9 %*
China	2.659	3.560	*–25,3 %*	*–32,1 %*
Asien-Pazifik	1.635	1.639	*–0,2 %*	*–0,4 %*
Lateinamerika	1.566	1.050	*49,2 %*	*42,5 %*
Andere Geschäftssegmente	111	118	*–6,1 %*	*–6,1 %*

adidas

KONZERNBILANZ (IFRS) DER ADIDAS AG

in Mio. €	30. September 2022	30. September 2021	Veränderung in %
Flüssige Mittel	806	3.603	*–77,6*
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.240	2.909	*11,4*
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	1.454	832	*74,8*
Vorräte	6.315	3.664	*72,4*
Forderungen aus Ertragsteuern	112	75	*48,6*
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.289	1.092	*18,0*
Als zur Veräußerung gehalten klassifizierte Vermögenswerte	–	1.965	*n.a.*
Kurzfristige Aktiva	**13.217**	**14.142**	***–6,5***
Sachanlagen	2.347	2.102	*11,6*
Nutzungsrechte	2.575	2.454	*4,9*
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.318	1.214	*8,6*
Markenrechte	16	16	–
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	434	295	*46,8*
Langfristige Finanzanlagen	302	287	*5,2*
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	369	181	*104,2*
Latente Steueransprüche	1.055	1.173	*–10,1*
Sonstige langfristige Vermögenswerte	117	82	*42,5*
Langfristige Aktiva	**8.533**	**7.804**	***9,3***
Aktiva	**21.750**	**21.946**	***–0,9***

KONZERNBILANZ (IFRS) DER ADIDAS AG

in Mio. €	30. September 2022	30. September 2021	Veränderung in %
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	1.036	84	*1.136,8*
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.354	1.958	*71,3*
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	605	584	*3,6*
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	552	365	*51,1*
Ertragsteuern	622	727	*–14,5*
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	1.377	1.443	*–4,5*
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	2.487	2.484	*0,1*
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	571	503	*13,6*
Als zur Veräußerung gehalten klassifizierte Verbindlichkeiten	–	370	*n.a.*
Kurzfristige Passiva	**10.605**	**8.517**	***24,5***
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1.958	2.469	*–20,7*
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	2.341	2.138	*9,5*
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	44	67	*–34,4*
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	81	256	*–68,3*
Latente Steuerschulden	84	345	*–75,6*
Sonstige langfristige Rückstellungen	100	139	*–27,6*
Langfristige abgegrenzte Schulden	7	6	*13,0*
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	9	18	*–48,4*
Langfristige Passiva	**4.625**	**5.438**	***–15,0***
Grundkapital	179	193	*–7,2*
Sonstige Rücklagen	537	0	*122.887,6*
Gewinnrücklagen	5.387	7.513	*–28,3*
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	**6.103**	**7.707**	***–20,8***
Nicht beherrschende Anteile	418	284	*47,1*
Gesamtes Eigenkapital	**6.520**	**7.991**	***–18,4***
Passiva	**21.750**	**21.946**	***–0,9***
Zusätzliche Informationen zur Bilanz			
Operatives kurzfristiges Betriebskapital	6.201	4.616	*34,3*
Kurzfristiges Betriebskapital	2.612	5.624	*–53,6*
Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten[1]	6.397	3.260	*96,2*
Verschuldungsgrad[2]	104,8 %	42,3 %	*62,5 PP*

1 Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten = kurzfristige Finanzverbindlichkeiten + langfristige Finanzverbindlichkeiten sowie zukünftiger Mittelabfluss für Leasing- und Pensionsverpflichtungen – flüssige Mittel und kurzfristige Finanzanlagen.
2 Auf Basis des auf Anteilseigner entfallenden Kapitals.
Es können Rundungsdifferenzen auftreten.