

## adidas erzielt im Jahr 2019 starke Ergebnisse

### Wichtige Entwicklungen im Geschäftsjahr 2019:

- **Währungsbereinigter Umsatz steigt um 6 %**
- **Zweistellige Umsatzzuwächse in den strategischen Wachstumsbereichen China und E-Commerce**
- **Operative Marge verbessert sich auf 11,3 %**
- **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen legt um 12 % auf 1,918 Mrd. € zu (ohne die negative Auswirkung von IFRS 16: Anstieg um 15 % auf 1,972 Mrd. €)**
- **Management schlägt Dividendenerhöhung um 15 % auf 3,85 € je Aktie vor**

### Ausblick 2020:

- **Währungsbereinigter Umsatz soll um 6 % bis 8 % wachsen**
- **Operative Marge soll sich auf einen Wert zwischen 11,5 % und 11,8 % verbessern**
- **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen soll um 10 % bis 13 % steigen**
- **Ausblick für Geschäftsjahr 2020 berücksichtigt keine Auswirkungen resultierend aus dem Ausbruch des Coronavirus in China**

„Wir haben im Geschäftsjahr 2019 unsere Widerstandsfähigkeit unter Beweis gestellt und können erneut ein starkes Jahr vorweisen. Wir haben Umsatzsteigerungen in allen Regionen verzeichnet. Das Direct-to-Consumer-Geschäft ist dank E-Commerce, einem unserer strategischen Wachstumsbereiche, im zweistelligen Bereich gewachsen“, sagte Kasper Rorsted, Vorstandsvorsitzender von adidas. „2020 legen wir den Fokus weiterhin auf die Umsetzung unseres strategischen Geschäftsplans ‚Creating the New‘, um diesen erfolgreich abzuschließen. Unser Ziel ist es, zum sechsten Mal in Folge eine Gewinnsteigerung im zweistelligen Bereich zu erzielen. Seit Ausbruch des Coronavirus ist es nach dem chinesischen Neujahr zu wesentlichen negativen Auswirkungen auf unsere Geschäftstätigkeit in China gekommen. Angesichts der ständigen Weiterentwicklung der Situation lässt sich das gesamte Ausmaß der finanziellen Auswirkungen auf unser Geschäft im Jahr 2020 noch nicht zuverlässig quantifizieren. Unabhängig davon bleibt unsere oberste Priorität, die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter und deren Familien sicherzustellen.“

### Finanzergebnisse 2019

#### **Währungsbereinigter Umsatz steigt 2019 um 6 %**

Im Geschäftsjahr 2019 hat adidas trotz der Engpässe bei den Produktionskapazitäten, bedingt durch einen starken Anstieg der Nachfrage nach Bekleidung im mittleren Preissegment,



erneut robustes Umsatzwachstum erzielt. Der währungsbereinigte Umsatz nahm um 6 % zu. Verantwortlich für diese Entwicklung war ein Umsatzanstieg bei der Marke adidas um 7 %, der auf hohes einstelliges Umsatzwachstum bei Sport Inspired und eine Steigerung im mittleren einstelligen Bereich bei Sport Performance zurückzuführen war. Die Marke Reebok kehrte 2019 auf den Wachstumspfad zurück. Der währungsbereinigte Umsatz erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 2 % infolge zweistelligen Wachstums auf dem Heimatmarkt in Nordamerika. Nach Vertriebskanälen betrachtet war das Umsatzwachstum des Unternehmens größtenteils auf einen Zuwachs in Höhe von 18 % im Direct-to-Consumer-Geschäft zurückzuführen. Dazu hat E-Commerce im Geschäftsjahr 2019 mit einer Steigerung um 34 % auf fast 3 Mrd. € besonders deutlich beigetragen. Das Direct-to-Consumer-Geschäft, einschließlich E-Commerce, macht demnach nun ein Drittel des Gesamtgeschäfts des Unternehmens aus (2018: 30 %). In Euro stieg der Umsatz des Unternehmens um 8 % auf 23,640 Mrd. € (2018: 21,915 Mrd. €).

### **Umsatzanstieg in allen Marktsegmenten, Europa kehrt auf Wachstumspfad zurück**

Nach Marktsegmenten betrachtet ist die Umsatzsteigerung im Jahr 2019 auf Wachstum in allen Regionen zurückzuführen. Der währungsbereinigte zusammengefasste Umsatz der Marken adidas und Reebok stieg weiterhin im zweistelligen Bereich sowohl in Asien-Pazifik (10 %) – infolge von Wachstum in Höhe von 15 % in China –, als auch in Emerging Markets (13 %). In Nordamerika erhöhte sich der währungsbereinigte Umsatz um 8 %, trotz der Engpässe bei den Produktionskapazitäten, die das Wachstum in der Region insbesondere in der ersten Jahreshälfte belasteten. In Lateinamerika wuchs der währungsbereinigte Umsatz um 7 %. In Russland/GUS erhöhte sich der Umsatz um 8 %, trotz nicht wiederkehrender Umsätze im Zusammenhang mit der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2018. Europa kehrte auf den Wachstumspfad zurück. Der währungsbereinigte Umsatz stieg um 3 %. Hier haben die strategischen Maßnahmen somit die geplante Wirkung gezeigt.

### **Operative Marge verbessert sich weiter auf einen Wert von 11,3 %**

Die Bruttomarge des Unternehmens stieg um 0,2 Prozentpunkte auf 52,0 % (2018: 51,8 %). Niedrigere Beschaffungskosten, positive Währungsentwicklungen sowie ein besserer Produkt- und Vertriebskanalmix glichen höhere Luftfrachtkosten zur Minderung der Engpässe bei den Produktionskapazitäten sowie einen weniger günstigen Preismix mehr als aus. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen mit 9,843 Mrd. € um 7 % über dem Vorjahresniveau (2018: 9,172 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz gingen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen jedoch um 0,2 Prozentpunkte auf 41,6 % zurück (2018: 41,9 %). Die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen beliefen sich 2019 auf 3,042 Mrd. € (2018: 3,001 Mrd. €). Grund dafür waren verstärkte Investitionen des Unternehmens in die eigenen Marken sowie in den Durchverkauf eigener Produkte. Im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen um 0,8 Prozentpunkte auf 12,9 % (2018:



13,7 %). Die Betriebsgemeinkosten stiegen aufgrund überproportionalen Wachstums des Direct-to-Consumer-Geschäfts und weiterer Investitionen in die Skalierbarkeit des Unternehmens um 10 % auf 6,801 Mrd. € (2018: 6,171 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Betriebsgemeinkosten um 0,6 Prozentpunkte auf 28,8 % (2018: 28,2 %). Das Betriebsergebnis des Unternehmens stieg um 12 % auf 2,660 Mrd. € (2018: 2,368 Mrd. €). Davon sind 24 Mio. € auf die erstmalige Anwendung von IFRS 16 zurückzuführen. Die operative Marge stieg um 0,4 Prozentpunkte auf 11,3 % (2018: 10,8 %).

### **Finanzergebnis und Steuerquote verringern sich**

Die Finanzerträge erhöhten sich im Geschäftsjahr 2019 um 11 % auf 64 Mio. € (2018: 57 Mio. €), die Finanzaufwendungen stiegen um 253 % auf 166 Mio. € (2018: 47 Mio. €). Diese Entwicklung ist hauptsächlich höheren Zinsaufwendungen im Zusammenhang mit der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 zuzuschreiben. Infolgedessen belief sich das Finanzergebnis des Unternehmens auf -102 Mio. € im Vergleich zu 10 Mio. € im Vorjahr. Die Steuerquote des Unternehmens ging 2019 um 3,1 Prozentpunkte auf 25,0 % zurück (2018: 28,1 %).

### **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen erhöht sich um 12 %**

Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen verbesserte sich im Geschäftsjahr 2019 um 12 % auf 1,918 Mrd. € (2018: 1,709 Mrd. €). Aufgrund des laufenden Aktienrückkaufprogramms des Unternehmens stieg das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen überproportional um 15 % auf 9,70 € (2018: 8,46 €). Die erstmalige Anwendung von IFRS 16 hat sich im Geschäftsjahr 2019 negativ auf den Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von 54 Mio. € ausgewirkt. Dadurch verringerte sich die Steigerung von Gewinn und Ergebnis je Aktie gegenüber dem Vorjahreswert um etwa 3 Prozentpunkte. Ohne diesen Effekt erhöhte sich der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen im Geschäftsjahr 2019 um 15 % auf 1,972 Mrd. € und das unverwässerte Ergebnis je Aktie stieg um 18 % auf 9,97 €.

### **Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz geht zurück**

Die Vorräte erhöhten sich zum Ende des Geschäftsjahres 2019 um 19 % auf 4,085 Mrd. € (2018: 3,445 Mrd. €). Währungsbereinigt nahmen die Vorräte um 18 % zu. Diese Entwicklung spiegelt eine niedrige Vorjahresvergleichsbasis sowie höhere Vorräte zum Jahresende im Zusammenhang mit dem früheren kalendarischen Zeitpunkt des chinesischen Neujahrsfestes wider. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen zum Ende des Geschäftsjahres um 9 % auf 2,625 Mrd. € (2018: 2,418 Mrd. €). Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen lagen mit 2,703 Mrd. € um 18 % über dem Vorjahresniveau (2018: 2,300 Mrd. €). Letzteres ist eine unmittelbare Folge verbesserter Zahlungsbedingungen mit



den Lieferanten des Unternehmens. Das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz ging um 0,9 Prozentpunkte auf 18,1 % zurück (2018: 19,0 %).

### **Netto-Cash-Position in Höhe von 873 Mio. €**

Zum 31. Dezember 2019 belief sich die Netto-Cash-Position auf 873 Mio. € (2018: Netto-Cash-Position von 959 Mio. €). Dies entspricht einem Rückgang in Höhe von 86 Mio. € im Vergleich zum Vorjahr. Verantwortlich für diese Entwicklung war der Nettomittelzufluss aus der betrieblichen Tätigkeit. Dem standen die Verwendung flüssiger Mittel für die Anschaffung von Anlagevermögen sowie die Dividendenzahlung an die Aktionäre und der Rückkauf von Aktien der adidas AG gegenüber.

### **Starker Fokus auf höhere Renditen für Aktionäre**

Angesichts der starken operativen und finanziellen Ergebnisse im Geschäftsjahr 2019, der starken Finanzlage sowie des Vertrauens des Managements in die kurz- und langfristigen Wachstumsaussichten des Unternehmens beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat der adidas AG, der Hauptversammlung am 14. Mai 2020 für das Geschäftsjahr 2019 eine Dividende in Höhe von 3,85 € je dividendenberechtigte Aktie vorzuschlagen. Dies bedeutet eine Erhöhung um 15 % gegenüber dem Vorjahr (2018: 3,35 €) und eine Ausschüttungsquote von 39,2 % des Gewinns aus fortgeführten Geschäftsbereichen, basierend auf der Anzahl der ausstehenden Aktien zum Datum der Aufstellung des Konzernabschlusses (2018: tatsächliche Ausschüttungsquote 38,9 %). Dieser Vorschlag steht im Einklang mit der Dividendenpolitik des Unternehmens, die eine Ausschüttung zwischen 30 % und 50 % des Gewinns aus fortgeführten Geschäftsbereichen vorsieht. Ferner setzt adidas das mehrjährige Aktienrückkaufprogramm fort, das im März 2018 begann. In den ersten beiden Tranchen wurden bis zum 31. Dezember 2019 insgesamt 1,8 Mrd. € erfolgreich eingesetzt. Im Rahmen der dritten Tranche beabsichtigt adidas, im Jahr 2020 erneut Aktien im Wert von bis zu 1,0 Mrd. € zurückzukaufen.

### **Finanzergebnisse im vierten Quartal 2019**

#### **Währungsbereinigter Umsatz steigt im vierten Quartal 2019 um 10 %**

Im vierten Quartal 2019 erhöhte sich der Umsatz von adidas währungsbereinigt um 10 %. Diese Entwicklung ist auf einen Anstieg um 11 % bei der Marke adidas aufgrund von Umsatzsteigerungen im zweistelligen Bereich sowohl bei Sport Inspired als auch bei Sport Performance zurückzuführen. Das Umsatzwachstum bei Sport Performance ist zweistelligen Zuwächsen in den Kategorien Training, Running und Basketball zuzuschreiben. Der Umsatz der Marke Reebok stieg um 7 %. Dieses Wachstum ist auf einen zweistelligen Umsatzanstieg bei Sport und eine Steigerung im hohen einstelligen Bereich bei Classics zurückzuführen. In



Euro erhöhte sich der Umsatz des Unternehmens um 12 % auf 5,838 Mrd. € (2018: 5,234 Mrd. €).

### **Zweistelliges Wachstum in nahezu allen Märkten**

Die Entwicklung des zusammengefassten währungsbereinigten Umsatzes der Marken adidas und Reebok ist Zuwachsen im zweistelligen Bereich in den strategischen Wachstumsmärkten China (18 %) – mit einem daraus resultierenden Anstieg in Höhe von 13 % in Asien-Pazifik – und Nordamerika (10 %) zuzuschreiben. Das Unternehmen verzeichnete zudem Wachstum im zweistelligen Bereich in Lateinamerika (22 %), in Europa (14 %) und in Emerging Markets (13 %). In Russland/GUS erhöhte sich der währungsbereinigte Umsatz im mittleren einstelligen Bereich (6 %).

### **Rückgang der Bruttomarge im Einklang mit Prognose für das Gesamtjahr**

Die Bruttomarge ging entsprechend den Erwartungen des Unternehmens im vierten Quartal 2019 um 3,2 Prozentpunkte auf 49,0 % zurück (2018: 52,2 %). Negative Währungseffekte und ein weniger günstiger Preismix hoben positive Effekte niedrigerer Beschaffungskosten sowie einen besseren Produkt- und Vertriebskanalmix mehr als auf. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen mit 2,694 Mrd. € um 2 % über dem Vorjahresniveau (2018: 2,645 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz gingen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 4,4 Prozentpunkte auf 46,1 % zurück (2018: 50,5 %). Das Betriebsergebnis des Unternehmens erhöhte sich auf 245 Mio. € (2018: 129 Mio. €). Damit verbesserte sich die operative Marge um 1,7 Prozentpunkte auf 4,2 % (2018: 2,5 %). Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen lag mit 181 Mio. € um 94 % über dem Vorjahresniveau (2018: 93 Mio. €). Darin enthalten ist die negative Auswirkung der Anwendung von IFRS 16 in Höhe von 25 Mio. €. Das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen, einschließlich der Auswirkung von IFRS 16, stieg um 97 % auf 0,92 € (2018: 0,47 €). Der Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen belief sich auf 15 Mio. € (2018: Gewinn in Höhe von 15 Mio. €). Infolgedessen nahm der auf Anteilseigner entfallende Gewinn auf 167 Mio. € zu (2018: 108 Mio. €). Damit erhöhte sich das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen auf 0,85 € (2018: 0,54 €).

### **Ausblick 2020**

#### **Umsatz soll infolge von Wachstum in allen Marktsegmenten zwischen 6 % und 8 % steigen**

Das Unternehmen rechnet mit einem währungsbereinigten Umsatzanstieg von 6 % bis 8 % im Geschäftsjahr 2020 infolge von Wachstum in allen Marktsegmenten. Während in Nordamerika und Russland/GUS mit einem Anstieg des währungsbereinigten Umsatzes im niedrigen zweistelligen Bereich gerechnet wird, erwartet das Unternehmen in Asien-Pazifik und Emerging Markets jeweils ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum im hohen einstelligen



Bereich. In Europa und Lateinamerika wird der währungsbereinigte Umsatz den Erwartungen zufolge im mittleren einstelligen Bereich steigen.

### **Gewinn steigt voraussichtlich erneut im zweistelligen Bereich**

Das Unternehmen geht davon aus, dass die Bruttomarge im Geschäftsjahr 2020 im Vergleich zum Vorjahreswert von 52,0 % leicht zurückgehen wird. Negative Effekte ungünstiger Währungsentwicklungen und höherer Beschaffungskosten werden die Entwicklung der Bruttomarge deutlich belasten. Diese negativen Effekte werden durch einen besseren Vertriebskanalmix sowie den normalisierten Einsatz von Luftfracht, nach der erfolgreichen Minderung der Engpässe bei den Produktionskapazitäten im letzten Jahr, weitgehend kompensiert werden. Der erwartete leichte Rückgang der Bruttomarge wird den Prognosen zufolge durch Leverage bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen mehr als kompensiert werden. Die operative Marge des Unternehmens dürfte demzufolge um 0,2 Prozentpunkte bis 0,5 Prozentpunkte auf einen Wert zwischen 11,5 % und 11,8 % steigen. In Verbindung mit dem fortgesetzten Umsatzwachstum wird dies den Erwartungen zufolge zu einer Gewinnsteigerung im zweistelligen Prozentbereich führen. Das Unternehmen geht davon aus, dass sich der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen auf einen Wert zwischen 2,100 Mrd. € und 2,160 Mrd. € erhöhen wird. Dies entspricht einem erwarteten Anstieg um 10 % bis 13 % im Vergleich zum Vorjahreswert von 1,918 Mrd. €.

### **Ausblick für Geschäftsjahr 2020 berücksichtigt keine Auswirkungen resultierend aus dem Ausbruch des Coronavirus**

In dem oben beschriebenen Ausblick des Unternehmens für das Geschäftsjahr 2020 kann es zu Änderungen kommen, da hierin keine Auswirkungen resultierend aus dem Ausbruch des Coronavirus berücksichtigt sind. Ein speziell eingerichtetes adidas Task-Force-Team widmet sich der Beurteilung der Lage und der Entwicklung mildernder Maßnahmen sowie der Sicherstellung der Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter, die nach wie vor oberste Priorität des Unternehmens bleibt. adidas hat bereits eine Reihe von Maßnahmen implementiert, darunter die vorübergehende Schließung von Bürostandorten und Stores sowie die Einführung von Reisebeschränkungen. Das Unternehmen wird seinen Mitarbeitern weiterhin mit detaillierten Hinweisen und Ratschlägen zur Seite stehen und je nach Weiterentwicklung der Situation alle geeigneten Maßnahmen zu deren Schutz ergreifen.

In den ersten drei Wochen des Jahres 2020 verzeichnete das Unternehmen eine starke Entwicklung seines Geschäfts in China. Seitdem spürt das Unternehmen jedoch wesentliche negative Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit aufgrund des Ausbruchs des Coronavirus. Aufgrund der erheblichen Anzahl von Store-Schließungen, sowohl von eigenen Stores als auch von partnerbetriebenen Stores, und des deutlich reduzierten Kundenaufkommens in den verbleibenden Stores lag der Umsatz in China zwischen dem chinesischen Neujahr am



25. Januar und Ende Februar etwa 80 % unter dem Vorjahresniveau. Seitdem verzeichnet das Unternehmen eine leichte Erholung seiner Geschäftstätigkeit in China, da Stores und Lagerhäuser allmählich wieder öffnen und das Kundenaufkommen langsam wieder zunimmt. Seit dem Ausbruch des Coronavirus arbeitet adidas eng mit seinen Großhandelspartnern zusammen, um sicherzustellen, dass die Lagerbestände im Markt auf einem gesunden Niveau verbleiben. Dies hatte die Stornierung aller Lieferungen im Februar zur Konsequenz und könnte zukünftig zu Produktrücknahmen in einem signifikanten Umfang führen, die dann im weiteren Verlauf des Jahres durch die unternehmenseigenen Vertriebskanäle verkauft werden sollen. Auf der Basis der derzeit vorliegenden Informationen geht das Unternehmen davon aus, dass der Umsatz in China im ersten Quartal 2020 zwischen 0,8 Mrd. € und 1,0 Mrd. € unter dem Vorjahresniveau liegen wird. Infolgedessen rechnet das Unternehmen mit einem Rückgang des Betriebsergebnisses in China im ersten Quartal zwischen 0,4 Mrd. € und 0,5 Mrd. €. Zusätzlich verzeichnet das Unternehmen ein rückläufiges Kundenaufkommen mit einhergehenden negativen Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit in Japan und Südkorea. Zwar ist die Beschaffungskette des Unternehmens ebenfalls Störungen ausgesetzt, allerdings läuft die Produktion in China zum Großteil wieder und die Beschaffungsaktivitäten auf globaler Ebene wurden bislang nicht beeinträchtigt.

Da sich die Situation ständig weiterentwickelt, besteht nach wie vor weitgehend Ungewissheit hinsichtlich der weiteren Erholung in China, des Ausmaßes der Spillover-Effekte auf andere Länder sowie der Verfügbarkeit von Rohstoffen. Angesichts dieser Ungewissheiten lässt sich das Ausmaß der Gesamtauswirkungen auf das Geschäft des Unternehmens im Jahr 2020 zu diesem Zeitpunkt nicht zuverlässig quantifizieren. Trotz der vorübergehenden Herausforderungen resultierend aus dem Ausbruch des Coronavirus ist das Unternehmen im Hinblick auf die künftigen Wachstumsaussichten, dank seines gesunden Fundaments sowie seiner starken Positionierung in einer attraktiven Branche, nach wie vor äußerst zuversichtlich.

\*\*\*

**Kontakte:**

**Media Relations**

corporate.press@adidas.com

Tel.: +49 (0) 9132 84-2352

**Investor Relations**

investor.relations@adidas.com

Tel.: +49 (0) 9132 84-2920

Weitere Informationen finden Sie unter [adidas-group.com](https://www.adidas-group.com).

## Verkürzte Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung (IFRS) der adidas AG

in Mio. €	1. Okt. 2019 bis 31. Dez. 2019	1. Okt. 2018 bis 31. Dez. 2018 <sup>1</sup>	Veränderung
Umsatzerlöse	5.838	5.234	11,5%
Umsatzkosten	2.980	2.502	19,1%
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>2.858</b>	<b>2.732</b>	<b>4,6%</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	49,0%	52,2%	-3,2PP
Lizenz- und Provisionserträge	43	34	28,3%
Sonstige betriebliche Erträge	38	8	367,4%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.694	2.645	1,9%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	46,1%	50,5%	-4,4PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	842	875	-3,8%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	14,4%	16,7%	-2,3PP
Betriebsgemeinkosten <sup>2</sup>	1.852	1.769	4,7%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	31,7%	33,8%	-2,1PP
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>245</b>	<b>129</b>	<b>89,5%</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	4,2%	2,5%	1,7PP
Finanzerträge	36	22	61,8%
Finanzaufwendungen	53	17	217,0%
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>227</b>	<b>134</b>	<b>68,9%</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	3,9%	2,6%	1,3PP
Ertragsteuern	46	41	12,0%
<i>(in % des Gewinns vor Steuern)</i>	20,2%	30,5%	-10,3PP
<b>Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>181</b>	<b>93</b>	<b>93,9%</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	3,1%	1,8%	1,3PP
Verluste/Gewinne aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	-15	15	n.a.
<b>Gewinn</b>	<b>166</b>	<b>108</b>	<b>54,2%</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	2,9%	2,1%	0,8PP
<b>Auf Anteilseigner entfallender Gewinn</b>	<b>167</b>	<b>108</b>	<b>54,0%</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	2,9%	2,1%	0,8PP
<b>Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn</b>	<b>-0</b>	<b>-0</b>	<b>17,6%</b>
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>0,92</b>	<b>0,47</b>	<b>97,0%</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>0,92</b>	<b>0,47</b>	<b>97,1%</b>
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>0,85</b>	<b>0,54</b>	<b>56,7%</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>0,85</b>	<b>0,54</b>	<b>56,8%</b>

### Umsatzerlöse

in Mio. €	1. Okt. 2019 bis 31. Dez. 2019	1. Okt. 2018 bis 31. Dez. 2018	Veränderung	Veränderung (währungsbereinigt)
Europa	1.401	1.216	15,2%	14,3%
Nordamerika	1.475	1.297	13,7%	10,0%
Asien-Pazifik	1.930	1.665	15,9%	13,3%
Russland/GUS	153	132	15,5%	6,0%
Lateinamerika	476	447	6,5%	21,7%
Emerging Markets	303	256	18,3%	13,4%
Andere Geschäftssegmente	101	221	-54,4%	-54,9%
Marke adidas	5.310	4.736	12,1%	10,9%
Marke Reebok	463	423	9,3%	7,4%

<sup>1</sup> IFRS 16 wird seit dem 1. Januar 2019 erstmals angewendet. Es wurden keine Vorjahreszahlen angepasst.

<sup>2</sup> Vertriebsaufwendungen, Verwaltungsaufwendungen, übrige betriebliche Aufwendungen sowie Wertminderungsaufwendungen (netto) auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und Vertragsvermögenswerte, aggregiert.

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

## Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung (IFRS) der adidas AG

in Mio. €	1. Jan. 2019 bis 31. Dez. 2019	1. Jan. 2018 bis 31. Dez. 2018 <sup>1</sup>	Veränderung
Umsatzerlöse	23.640	21.915	7,9%
Umsatzkosten	11.347	10.552	7,5%
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>12.293</b>	<b>11.363</b>	<b>8,2%</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	52,0%	51,8%	0,2PP
Lizenz- und Provisionserträge	154	129	19,5%
Sonstige betriebliche Erträge	56	48	16,6%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	9.843	9.172	7,3%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	41,6%	41,9%	-0,2PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	3.042	3.001	1,4%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	12,9%	13,7%	-0,8PP
Vertriebsaufwendungen	4.997	4.450	12,3%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	21,1%	20,3%	0,8PP
Verwaltungsaufwendungen	1.652	1.576	4,8%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	7,0%	7,2%	-0,2PP
Übrige betriebliche Aufwendungen	134	105	28,3%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	0,6%	0,5%	0,1PP
Wertminderungsaufwendungen von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und Vertragsvermögenswerte	18	41	-57,2%
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>2.660</b>	<b>2.368</b>	<b>12,4%</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	11,3%	10,8%	0,4PP
Finanzerträge	64	57	11,2%
Finanzaufwendungen	166	47	253,2%
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>2.558</b>	<b>2.378</b>	<b>7,6%</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	10,8%	10,9%	-0,0PP
Ertragsteuern	640	669	-4,3%
<i>(in % des Gewinns vor Steuern)</i>	25,0%	28,1%	-3,1PP
<b>Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>1.918</b>	<b>1.709</b>	<b>12,2%</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	8,1%	7,8%	0,3PP
Gewinne/Verluste aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	59	-5	n.a.
<b>Gewinn</b>	<b>1.977</b>	<b>1.704</b>	<b>16,0%</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	8,4%	7,8%	0,6PP
<b>Auf Anteilseigner entfallender Gewinn</b>	<b>1.976</b>	<b>1.702</b>	<b>16,1%</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	8,4%	7,8%	0,6PP
<b>Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>-35,1%</b>
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>9,70</b>	<b>8,46</b>	<b>14,7%</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>9,70</b>	<b>8,45</b>	<b>14,8%</b>
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>10,00</b>	<b>8,44</b>	<b>18,5%</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>10,00</b>	<b>8,42</b>	<b>18,7%</b>

### Umsatzerlöse

in Mio. €	1. Jan. 2019 bis 31. Dez. 2019	1. Jan. 2018 bis 31. Dez. 2018	Veränderung	Veränderung (währungsbereinigt)
Europa	6.071	5.885	3,2%	3,1%
Nordamerika	5.313	4.689	13,3%	7,6%
Asien-Pazifik	8.032	7.141	12,5%	10,1%
Russland/GUS	658	595	10,7%	8,0%
Lateinamerika	1.660	1.634	1,6%	7,1%
Emerging Markets	1.302	1.144	13,8%	12,6%
Andere Geschäftssegmente	605	829	-27,0%	-28,4%
Marke adidas	21.505	19.851	8,3%	6,6%
Marke Reebok	1.748	1.687	3,6%	1,6%

<sup>1</sup> IFRS 16 wird seit dem 1. Januar 2019 erstmals angewendet. Es wurden keine Vorjahreszahlen angepasst.

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

## Konzernbilanz (IFRS) der adidas AG

in Mio. €	31. Dezember 2019	31. Dezember 2018 <sup>1</sup>	Veränderung in %
Flüssige Mittel	2.220	2.629	-15,6
Kurzfristige Finanzanlagen	292	6	5105,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.625	2.418	8,5
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	544	542	0,2
Vorräte	4.085	3.445	18,6
Forderungen aus Ertragsteuern	94	48	93,9
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.076	725	48,4
<b>Kurzfristige Aktiva</b>	<b>10.934</b>	<b>9.813</b>	<b>11,4</b>
Sachanlagen	2.380	2.237	6,4
Nutzungsrechte	2.931	-	n.a.
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.257	1.245	0,9
Markenrechte	859	844	1,8
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	305	196	55,9
Langfristige Finanzanlagen	367	276	33,0
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	450	256	75,9
Latente Steueransprüche	1.093	651	67,8
Sonstige langfristige Vermögenswerte	103	94	10,5
<b>Langfristige Aktiva</b>	<b>9.746</b>	<b>5.799</b>	<b>68,1</b>
<b>Aktiva</b>	<b>20.680</b>	<b>15.612</b>	<b>32,5</b>
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	43	66	-34,7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.703	2.300	17,5
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	733	-	n.a.
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	235	186	26,2
Ertragsteuern	618	268	131,1
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	1.446	1.232	17,4
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	2.437	2.305	5,7
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	538	477	12,9
<b>Kurzfristige Passiva</b>	<b>8.754</b>	<b>6.834</b>	<b>28,1</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1.595	1.609	-0,9
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	2.399	-	n.a.
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	92	103	-10,2
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	229	246	-6,9
Latente Steuerschulden	280	241	16,3
Sonstige langfristige Rückstellungen	257	128	100,1
Langfristige abgegrenzte Schulden	9	19	-54,5
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	7	68	-90,4
<b>Langfristige Passiva</b>	<b>4.868</b>	<b>2.414</b>	<b>101,6</b>
Grundkapital	196	199	-1,6
Sonstige Rücklagen	45	123	-63,1
Gewinnrücklagen	6.555	6.054	8,3
<b>Auf Anteilseigner entfallendes Kapital</b>	<b>6.796</b>	<b>6.377</b>	<b>6,6</b>
Nicht beherrschende Anteile	261	-13	n.a.
<b>Gesamtes Eigenkapital</b>	<b>7.058</b>	<b>6.364</b>	<b>10,9</b>
<b>Passiva</b>	<b>20.680</b>	<b>15.612</b>	<b>32,5</b>
<b>Zusätzliche Informationen zur Bilanz</b>			
Operatives kurzfristiges Betriebskapital	4.007	3.563	12,5
Kurzfristiges Betriebskapital	2.179	2.979	-26,9
Netto-Cash-Position	873	959	-9,0
Verschuldungsgrad	-12,8%	-15,0%	2,2PP

<sup>1</sup> IFRS 16 wird seit dem 1. Januar 2019 erstmals angewendet. Es wurden keine Vorjahreszahlen angepasst.

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.