

adidas erzielt zweistelliges Gewinnwachstum im zweiten Quartal Prognose für das Gesamtjahr bestätigt

Wichtige Entwicklungen im zweiten Quartal 2019:

- **Umsatz steigt währungsbereinigt um 4 % bzw. um 5 % in Euro**
- **Bruttomarge verbessert sich um 1,2PP auf 53,5 %**
- **Operative Marge steigt um 0,4PP auf 11,7 %**
- **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen erhöht sich um 10 %**
- **Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen steigt um 13 %**

„Wir hatten ein weiteres erfolgreiches Quartal. Der Umsatz in unseren strategischen Wachstumsbereichen China und E-Commerce stieg erneut im zweistelligen Bereich – ebenso unser Gewinn“, sagte Kasper Rorsted, Vorstandsvorsitzender der adidas AG. „Wir sind nach wie vor zuversichtlich, dass sich das Umsatzwachstum in der zweiten Jahreshälfte sequenziell beschleunigen wird und bestätigen unsere Umsatz- und Gewinnprognose für 2019.“

Währungsbereinigter Umsatz steigt im zweiten Quartal 2019 um 4 %

Im zweiten Quartal nahm der währungsbereinigte Umsatz aufgrund von Umsatzsteigerungen bei beiden Marken um 4 % zu. Der Umsatz der Marke adidas stieg im Quartal um 4 %. Verantwortlich dafür waren Zuwächse im hohen einstelligen Bereich bei Sport Inspired. Der Umsatz bei Sport Performance ging im niedrigen einstelligen Bereich zurück. Grund dafür war der deutliche Umsatzrückgang in der Kategorie Fußball infolge nicht wiederkehrender Umsatzerlöse im Zusammenhang mit der letztjährigen FIFA Fußball-Weltmeisterschaft, der das zweistellige Wachstum in den Kategorien Training und Basketball mehr als aufhob. Reebok kehrte im zweiten Quartal auf den Wachstumspfad zurück. Der Umsatz der Marke stieg währungsbereinigt um 3 %, angetrieben von Wachstum in der Kategorie Classics. Nach Vertriebskanälen betrachtet ist das Umsatzwachstum des Unternehmens auf Zuwächse im zweistelligen Bereich in den eigenen Einzelhandelsaktivitäten („Direct-to-Consumer“) zurückzuführen. Hierzu hat E-Commerce mit einem Anstieg im zweiten Quartal um 37 % besonders deutlich beigetragen. In Euro erhöhte sich der Umsatz des Unternehmens im zweiten Quartal um 5 % auf 5,509 Mrd. € (2018: 5,261 Mrd. €).

Wachstum in den meisten Marktsegmenten

Die Umsatzsteigerung im zweiten Quartal ist auf Wachstum in den meisten Marktsegmenten zurückzuführen. Der zusammengefasste währungsbereinigte Umsatz der Marken adidas und Reebok nahm in Emerging Markets im zweistelligen Bereich (+12 %) und in Asien-Pazifik im



hohen einstelligen Bereich (+8 %) zu, wobei letzteres auf zweistelliges Wachstum in China (+14 %) zurückzuführen ist. Der Umsatz in Nordamerika stieg um 6 %, angetrieben von einem Anstieg um 5 % bei der Marke adidas sowie Wachstum in Höhe von 10 % bei der Marke Reebok. Während der Umsatz in Lateinamerika ebenfalls im mittleren einstelligen Bereich (+5 %) stieg, blieb der Umsatz in Europa im Vergleich zum Vorjahr stabil. Der Umsatz in Russland/GUS ging aufgrund nicht wiederkehrender Umsätze im Zusammenhang mit der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2018 im mittleren einstelligen Bereich (-4 %) zurück.

Operative Marge verbessert sich um 0,4 Prozentpunkte auf 11,7 %

Die Bruttomarge des Unternehmens stieg um 1,2 Prozentpunkte auf 53,5 % (2018: 52,3 %). Höhere Luftfrachtkosten zur Minderung der Engpässe bei den Produktionskapazitäten und ein weniger günstiger Preismix wurden durch positive Währungsentwicklungen, niedrigere Beschaffungskosten sowie einen besseren Produkt- und Vertriebskanalmix mehr als kompensiert. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen mit 2,346 Mrd. € um 6 % über dem Vorjahresniveau (2018: 2,210 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 0,6 Prozentpunkte auf 42,6 % (2018: 42,0 %). Die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen nahmen aufgrund erhöhter Investitionen in die Marken des Unternehmens um 5 % auf 744 Mio. € zu (2018: 707 Mio. €). Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen um 0,1 Prozentpunkte auf 13,5 % (2018: 13,4 %). Die Betriebsgemeinkosten stiegen aufgrund weiterer Investitionen in die Skalierbarkeit des Geschäftsmodells des Unternehmens sowie infolge höherer Kosten im Zusammenhang mit dem starken Wachstum des Direct-to-Consumer-Vertriebskanals um 7 % auf 1,602 Mrd. € (2018: 1,502 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Betriebsgemeinkosten um 0,5 Prozentpunkte auf 29,1 % (2018: 28,6 %). Das Betriebsergebnis des Unternehmens stieg um 9 % auf 643 Mio. € (2018: 592 Mio. €). Damit verbesserte sich die operative Marge um 0,4 Prozentpunkte auf 11,7 % (2018: 11,3 %). Diese Entwicklung ist hauptsächlich auf die Verbesserung der Bruttomarge zurückzuführen, die den Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen sowie nicht wiederkehrende Erträge aus Rechtsstreitigkeiten und der Auflösung von Rückstellungen im operativen Bereich, die im Vorjahresquartal anfielen, mehr als kompensierte.

Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen erhöht sich um 10 %

Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen stieg um 10 % auf 462 Mio. € (2018: 418 Mio. €). Darin enthalten ist eine negative Auswirkung der Anwendung von IFRS 16 in Höhe von 7 Mio. €, die die Gewinnsteigerung gegenüber dem Vorjahreswert um etwa 2 Prozentpunkte schmälerte. Einschließlich des IFRS-Effekts erreichte das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen 2,33 €. Dies bedeutet eine Steigerung um 13 % im Vorjahresvergleich (2018: 2,06 €).



adidas erzielt im ersten Halbjahr 2019 starkes Gewinnwachstum

Im ersten Halbjahr 2019 stieg der Umsatz währungsbereinigt um 4 %. Dies entspricht der Prognose von 3 % bis 4 %, die zu Beginn des Jahres vor dem Hintergrund von Engpässen bei den Produktionskapazitäten, bedingt durch einen starken Anstieg der Nachfrage nach Bekleidung im mittleren Preissegment, veröffentlicht wurde. In Euro wuchs der Umsatz um 5 % auf 11,392 Mrd. € (2018: 10,809 Mrd. €). Nach Marken betrachtet erhöhte sich der währungsbereinigte Umsatz der Marke adidas um 5 %. Der Umsatz der Marke Reebok ging um 2 % zurück. Die Bruttomarge stieg um 1,8 Prozentpunkte auf 53,5 % (2018: 51,7 %). Die Verbesserung ist auf die positiven Effekte günstigerer Währungsentwicklungen und niedrigerer Beschaffungskosten sowie auf einen verbesserten Produkt- und Vertriebskanalmix zurückzuführen, wodurch höhere Luftfrachtkosten und ein weniger günstiger Preismix mehr als kompensiert wurden. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich um 8 % auf 4,663 Mrd. € (2018: 4,337 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz nahmen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 0,8 Prozentpunkte auf 40,9 % zu (2018: 40,1 %). Dieser Anstieg ist höheren Marketingaufwendungen, Investitionen in die Skalierbarkeit des Geschäftsmodells des Unternehmens sowie höheren Kosten im Zusammenhang mit dem starken Wachstum des Direct-to-Consumer-Vertriebskanals zuzuschreiben. Das Betriebsergebnis stieg um 13 % auf 1,518 Mrd. € (2018: 1,338 Mrd. €). Dies entspricht einer operativen Marge von 13,3 % (2018: 12,4 %) und damit einem Anstieg um 0,9 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen nahm um 14 % auf 1,093 Mrd. € zu (2018: 960 Mio. €). Damit stieg das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen um 17 % auf 5,50 € (2018: 4,71 €). Die Anwendung von IFRS 16 schmälerte die Steigerung von Gewinn und Ergebnis je Aktie im ersten Halbjahr gegenüber dem Vorjahreswert um etwa 2 Prozentpunkte.

Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz geht zurück

Die Vorräte stiegen um 5 % auf 3,579 Mrd. € (2018: 3,425 Mrd. €). Währungsbereinigt nahmen die Vorräte ebenfalls um 5 % zu. Das operative kurzfristige Betriebskapital verringerte sich um 2 % auf 4,248 Mrd. € (2018: 4,318 Mrd. €). Währungsbereinigt ging das operative kurzfristige Betriebskapital um 2 % zurück. Das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz verringerte sich um 1,9 Prozentpunkte auf 18,3 % (2018: 20,1 %). Verantwortlich dafür war eine zweistellige Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Diese Entwicklung ist eine unmittelbare Folge der Non-Trade-Procurement-Initiative von adidas, die zu verbesserten Zahlungsbedingungen mit den Lieferanten des Unternehmens geführt hat.

Netto-Cash-Position in Höhe von 362 Mio. €

Zum 30. Juni 2019 belief sich die Netto-Cash-Position auf 362 Mio. € (30. Juni 2018: Netto-Cash-Position von 89 Mio. €). Dies entspricht einem Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 273 Mio. €. Verantwortlich für diese Entwicklung war der höhere Nettomittelzufluss aus der betrieblichen Tätigkeit. Dem standen die Verwendung flüssiger Mittel für die Anschaffung von Anlagevermögen, die Dividendenzahlung sowie der Rückkauf von Aktien der adidas AG gegenüber.

adidas bestätigt Ausblick für Gesamtjahr 2019

Für das Geschäftsjahr 2019 erwartet das Unternehmen nach wie vor einen Umsatzanstieg auf währungsbereinigter Basis zwischen 5 % und 8 %. Nach einer Umsatzsteigerung in Höhe von 4 % in den ersten sechs Monaten des Jahres geht adidas weiterhin von einer sequenziellen Beschleunigung im zweiten Halbjahr aus. Die Bruttomarge des Unternehmens wird 2019 den Prognosen zufolge auf einen Wert von etwa 52,0 % steigen (2018: 51,8 %). Das Unternehmen geht davon aus, dass sich die operative Marge um 0,5 bis 0,7 Prozentpunkte auf einen Wert zwischen 11,3 % und 11,5 % verbessern wird (2018: 10,8 %). In Verbindung mit dem fortgesetzten Umsatzwachstum wird dies den Erwartungen zufolge zu einer erneuten Gewinnsteigerung im zweistelligen Prozentbereich führen: Das Unternehmen geht davon aus, dass der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen auf einen Wert zwischen 1,880 Mrd. € und 1,950 Mrd. € steigen wird. Dies entspricht einem Anstieg um 10 % bis 14 % im Vergleich zum Vorjahreswert von 1,709 Mrd. €.¹

Aufsichtsrat verlängert Verträge von Karen Parkin und Harm Ohlmeyer

Bei seiner gestrigen Sitzung hat der Aufsichtsrat der adidas AG die Mandate von Karen Parkin, Vorstandsmitglied verantwortlich für Human Resources, und Harm Ohlmeyer, Finanzvorstand, über 2020 hinaus um weitere fünf Jahre bis 2025 verlängert. Sowohl Karen Parkin als auch Harm Ohlmeyer sind seit 2017 Mitglieder des Vorstands der adidas AG.

„Ich freue mich sehr, dass Karen und Harm ihre Vorstandsverträge verlängert haben. Beide haben maßgeblich zum Erfolg unserer langfristigen Strategie Creating the New beigetragen, die bis 2020 andauert. Zusammen mit CEO Kasper Rorsted, Roland Auschel, Eric Liedtke und Martin Shankland bilden sie ein starkes Vorstandsteam, das den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens langfristig sichern wird“, sagte Igor Landau, Aufsichtsratsvorsitzender der adidas AG.

¹ Ohne die Auswirkung der Anwendung des neuen Reporting-Standards IFRS 16. Basierend auf Leasingverträgen zum 1. Januar 2019 wird der geänderte Ausweis der Verpflichtungen aus Leasingverträgen nach dem neuen Reporting-Standard den Erwartungen zufolge eine negative Auswirkung auf den Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von etwa 35 Mio. € haben. Einschließlich dieses Rechnungslegungseffekts erwartet das Unternehmen gegenwärtig einen Anstieg des Gewinns aus fortgeführten Geschäftsbereichen auf einen Wert zwischen 1,845 Mrd. € und 1,915 Mrd. €. Dies entspricht einer Steigerung um 8 % bis 12 % im Vergleich zum Vorjahr (2018: 1,709 Mrd. €).



Kontakte:

Media Relations

Jan Runau
Chief Corporate Communication Officer
Tel.: +49 (0) 9132 84-3830

Claudia Lange
Head of Media Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-2338

Investor Relations

Sebastian Steffen
Senior Vice President Investor Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-4401

Adrian Rott
Director Investor Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-74843

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

Verkürzte Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung (IFRS) der adidas AG¹

in Mio. €	1. Apr. 2019 bis 30. Juni 2019	1. Apr. 2018 bis 30. Juni 2018	Veränderung
Umsatzerlöse	5.509	5.261	4,7%
Umsatzkosten	2.564	2.509	2,2%
Bruttoergebnis	2.945	2.751	7,0%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	53,5%	52,3%	1,2PP
Lizenz- und Provisionserträge	39	32	24,1%
Sonstige betriebliche Erträge	5	19	-73,5%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.346	2.210	6,2%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	42,6%	42,0%	0,6PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	744	707	5,2%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	13,5%	13,4%	0,1PP
Betriebsgemeinkosten ²	1.602	1.502	6,6%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	29,1%	28,6%	0,5PP
Betriebsergebnis	643	592	8,6%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	11,7%	11,3%	0,4PP
Finanzerträge	18	14	29,9%
Finanzaufwendungen	43	18	135,0%
Gewinn vor Steuern	618	588	5,2%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	11,2%	11,2%	0,1PP
Ertragsteuern	157	169	-7,4%
<i>(in % des Gewinns vor Steuern)</i>	25,4%	28,8%	-3,5PP
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	462	418	10,3%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	8,4%	8,0%	0,4PP
Gewinn/Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	70	-21	n.a.
Gewinn	532	397	33,8%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	9,7%	7,6%	2,1PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	531	396	34,0%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	9,6%	7,5%	2,1PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	0	1	-52,7%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	2,33	2,06	13,0%
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	2,33	2,05	13,2%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	2,68	1,95	37,2%
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	2,68	1,95	37,4%

Umsatzerlöse

in Mio. €	1. Apr. 2019 bis 30. Juni 2019	1. Apr. 2018 bis 30. Juni 2018	Veränderung	Veränderung (währungsbereinigt)
Europa	1.421	1.420	0,1%	0,1%
Nordamerika	1.213	1.082	12,1%	5,8%
Asien-Pazifik	1.872	1.726	8,5%	7,8%
Russland/GUS	171	177	-3,9%	-4,1%
Lateinamerika	403	416	-3,1%	4,7%
Emerging Markets	281	251	11,9%	12,4%
Andere Geschäftssegmente	147	188	-22,0%	-23,6%
Marke adidas	5.004	4.772	4,9%	4,0%
Marke Reebok	406	387	4,7%	3,1%

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

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

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Verkürzte Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung (IFRS) der adidas AG¹

in Mio. €	1. Jan. 2019 bis 30. Juni 2019	1. Jan. 2018 bis 30. Juni 2018	Veränderung
Umsatzerlöse	11.392	10.809	5,4%
Umsatzkosten	5.296	5.222	1,4%
Bruttoergebnis	6.096	5.586	9,1%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	53,5%	51,7%	1,8PP
Lizenz- und Provisionserträge	74	58	27,2%
Sonstige betriebliche Erträge	11	31	-63,4%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	4.663	4.337	7,5%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	40,9%	40,1%	0,8PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	1.448	1.413	2,5%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	12,7%	13,1%	-0,4PP
Betriebsgemeinkosten ²	3.215	2.924	10,0%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	28,2%	27,1%	1,2PP
Betriebsergebnis	1.518	1.338	13,5%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	13,3%	12,4%	0,9PP
Finanzerträge	27	22	20,3%
Finanzaufwendungen	78	23	236,0%
Gewinn vor Steuern	1.467	1.337	9,7%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	12,9%	12,4%	0,5PP
Ertragsteuern	374	377	-0,8%
<i>(in % des Gewinns vor Steuern)</i>	25,5%	28,2%	-2,7PP
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	1.093	960	13,8%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	9,6%	8,9%	0,7PP
Gewinn/Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	72	-23	n.a.
Gewinn	1.164	938	24,2%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	10,2%	8,7%	1,5PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	1.163	936	24,3%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	10,2%	8,7%	1,6PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	1	2	-23,2%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	5,50	4,71	16,6%
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	5,50	4,70	16,9%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	5,86	4,60	27,3%
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	5,86	4,59	27,6%

Umsatzerlöse

in Mio. €	1. Jan. 2019 bis 30. Juni 2019	1. Jan. 2018 bis 30. Juni 2018	Veränderung	Veränderung (währungsbereinigt)
Europa	2.972	3.023	-1,7%	-1,7%
Nordamerika	2.370	2.122	11,7%	4,6%
Asien-Pazifik	4.011	3.582	12,0%	9,9%
Russland/GUS	307	297	3,5%	5,9%
Lateinamerika	779	847	-8,0%	0,6%
Emerging Markets	611	560	9,2%	11,3%
Andere Geschäftssegmente	342	378	-9,6%	-11,8%
Marke adidas	10.346	9.772	5,9%	4,7%
Marke Reebok	825	828	-0,3%	-1,5%

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

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

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Konzernbilanz (IFRS) der adidas AG¹

in Mio. €	30. Juni 2019	30. Juni 2018	Veränderung in %	31. Dezember 2018
Flüssige Mittel	2.455	1.313	87,0	2.629
Kurzfristige Finanzanlagen	6	5	4,7	6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.780	2.751	1,0	2.418
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	548	421	30,1	542
Vorräte	3.579	3.425	4,5	3.445
Forderungen aus Ertragsteuern	71	57	23,7	48
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	795	758	4,8	725
Kurzfristige Aktiva	10.232	8.730	17,2	9.813
Sachanlagen ²	5.151	2.025	154,4	2.237
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.249	1.236	1,1	1.245
Markenrechte	849	829	2,4	844
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	209	160	31,0	196
Langfristige Finanzanlagen	348	277	25,5	276
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	409	260	57,4	256
Latente Steueransprüche	713	683	4,4	651
Sonstige langfristige Vermögenswerte	114	106	7,5	94
Langfristige Aktiva	9.041	5.575	62,2	5.799
Aktiva	19.273	14.305	34,7	15.612
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	496	95	419,4	66
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.111	1.858	13,6	2.300
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten ²	841	275	205,9	186
Ertragsteuern	384	532	-27,7	268
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	1.236	1.086	13,9	1.232
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	2.225	2.129	4,5	2.305
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	480	480	0,2	477
Kurzfristige Passiva	7.774	6.455	20,4	6.834
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1.602	1.134	41,3	1.609
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten ²	2.595	9	28.026,2	103
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	259	298	-13,0	246
Latente Steuerschulden	250	203	23,6	241
Sonstige langfristige Rückstellungen	164	106	54,6	128
Langfristige abgegrenzte Schulden	13	13	1,7	19
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	8	61	-87,3	68
Langfristige Passiva	4.892	1.823	168,3	2.414
Grundkapital	198	201	-1,6	199
Sonstige Rücklagen	174	133	30,4	123
Gewinnrücklagen	6.248	5.705	9,5	6.054
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	6.619	6.040	9,6	6.377
Nicht beherrschende Anteile	-11	-12	7,8	-13
Gesamtes Eigenkapital	6.608	6.027	9,6	6.364
Passiva	19.273	14.305	34,7	15.612
Zusätzliche Informationen zur Bilanz				
Operatives kurzfristiges Betriebskapital	4.248	4.318	-1,6	3.563
Kurzfristiges Betriebskapital	2.458	2.276	8,0	2.979
Netto-Cash-Position	362	89	307,9	959
Verschuldungsgrad	-5,5%	-1,5%	-4,0PP	-15,0%

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

² 2019 beinhaltet Vermögenswerte für Nutzungsrecht in Höhe von 3.004 Mio. € und Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 3.149 Mio. € in Bezug auf die Anwendung von IFRS 16.

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.