

adidas im zweiten Quartal mit starkem Wachstum in westlichen Märkten

Wichtige Entwicklungen im zweiten Quartal 2022:

- **Umsatz steigt währungsbereinigt um 4 % trotz negativer externer Einflüsse von über 300 Mio. €**
- **Märkte, die zusammen mehr als 85 % des Geschäfts ausmachen, wachsen um 14 %**
- **Bruttomarge geht aufgrund deutlich höherer Kosten entlang der Beschaffungskette um 1,5 Prozentpunkte auf 50,3 % zurück**
- **Betriebsergebnis beläuft sich auf 392 Mio. €**
- **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen liegt bei 360 Mio. €**
- **Ausblick auf das Gesamtjahr 2022 spiegelt zweistelliges Wachstum in H2 wider**

„Unsere westlichen Märkte verzeichneten im zweiten Quartal vor dem Hintergrund erhöhter makroökonomischer Unsicherheit erneut eine starke Dynamik. Da Asien-Pazifik wieder auf den Wachstumspfad zurückgekehrt ist, verzeichneten die Märkte, die mehr als 85 % unseres Geschäfts ausmachen, zusammengenommen einen Zuwachs im zweistelligen Prozentbereich“, sagte Kasper Rorsted, Vorstandsvorsitzender von adidas. „Der Sport ist in diesem Sommer wieder auf die internationale Bühne zurückgekehrt. Vor diesem Hintergrund ist der Umsatz in unseren strategischen Wachstumskategorien Fußball, Running und Outdoor jeweils im zweistelligen Prozentbereich angestiegen. Das gesamtwirtschaftliche Umfeld, vor allem in China, bleibt jedoch schwierig. Die Erholung in diesem Markt verläuft coronabedingt langsamer als erwartet und wir müssen für den Rest des Jahres ein mögliches Nachlassen der Konsumausgaben in allen anderen Märkten in Betracht ziehen.“

Umsatz steigt währungsbereinigt um 4 % trotz gesamtwirtschaftlicher Hürden

Im zweiten Quartal nahm der währungsbereinigte Umsatz um 4 % zu. Dies ist auf die anhaltend starke Dynamik von adidas in den westlichen Märkten zurückzuführen. Dieses Wachstum wurde trotz anhaltender Herausforderungen sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite erreicht. Lieferkettenengpässe infolge der Lockdowns in Vietnam im vergangenen Jahr schmälerten das Umsatzwachstum im zweiten Quartal 2022 um rund 200 Mio. €. Zudem reduzierte die Entscheidung des Unternehmens, seine Aktivitäten in Russland auszusetzen, den Umsatz während des Quartals um mehr als 100 Mio. €. Darüber hinaus belasteten Covid-19-bedingte Lockdowns in China die Umsatzentwicklung in Q2. Nach Vertriebskanälen betrachtet war die Umsatzsteigerung auf das eigene Direct-to-Consumer- (DTC-)Geschäft des Unternehmens und, in ähnlichem Ausmaß, auf Zuwächse im Großhandel zurückzuführen. Im DTC-Bereich verzeichnete das E-Commerce-Geschäft, das inzwischen mehr als 20 % des Gesamtgeschäfts des Unternehmens ausmacht, ein zweistelliges



Umsatzwachstum, was den starken Produktdurchverkauf widerspiegelt. Nach Kategorien betrachtet war die Umsatzentwicklung in den strategischen Wachstumskategorien des Unternehmens, Fußball, Running und Outdoor, die jeweils starke zweistellige Zuwächse erzielten, am stärksten. In Euro stieg der Umsatz des Unternehmens im zweiten Quartal um 10 % auf 5,596 Mrd. € (2021: 5,077 Mrd. €).

Starke Nachfrage in westlichen Märkten

Das Umsatzwachstum im zweiten Quartal wurde durch die westlichen Märkte getrieben, trotz der Lockdowns in Vietnam im letzten Jahr, die den Umsatz vor allem in EMEA und Nordamerika um insgesamt 200 Mio. € dämpften. Darüber hinaus wurde die Umsatzentwicklung in EMEA auch durch den fehlenden Umsatz in Russland/GUS in Höhe von mehr als 100 Mio. € negativ beeinflusst. Dennoch legte der Umsatz in der Region währungsbereinigt um 7 % zu. In Nordamerika stieg der Umsatz im Quartal um 21 %. Dies ist Zuwächsen in Höhe von über 20 % sowohl im DTC- als auch im Großhandelsgeschäft zuzuschreiben. In Lateinamerika verbesserte sich der Umsatz um 37 %. Asien-Pazifik konnte auf den Wachstumspfad zurückkehren. Auf währungsbereinigter Basis stieg der Umsatz um 3 % in diesem Markt, obwohl dieser noch immer von den Folgen des eingeschränkten Tourismus in der Region betroffen ist. Im Gegensatz dazu sah sich das Unternehmen nach wie vor mit einem herausfordernden Marktumfeld in China konfrontiert, das hauptsächlich den weiterhin umfangreichen Covid-19-bedingten Restriktionen geschuldet ist. Infolgedessen ging der Umsatz in diesem Markt, entsprechend den vorherigen Erwartungen, im Dreimonatszeitraum währungsbereinigt um 35 % zurück. Ohne China legte der währungsbereinigte Umsatz der anderen Märkte des Unternehmens zusammengenommen um 14 % im zweiten Quartal zu.

Betriebsergebnis in Höhe von 392 Mio. € entspricht operativer Marge von 7,0 %

Die Bruttomarge des Unternehmens ging um 1,5 Prozentpunkte auf 50,3 % zurück (2021: 51,8 %). Deutlich höhere Kosten der Lieferkette und ein weniger günstiger Marktmix aufgrund des erheblichen Umsatzrückgangs in China belasteten die Entwicklung der Bruttomarge. Ein höherer Anteil der zum vollen Preis verkauften Produkte, erste Preiserhöhungen und günstige Währungseffekte konnten dies nur teilweise kompensieren. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen mit 2,501 Mrd. € um 19 % über dem Vorjahresniveau (2021: 2,107 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 3,2 Prozentpunkte auf 44,7 % (2021: 41,5 %). Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen nahmen um 8 % auf 663 Mio. € zu (2021: 616 Mio. €). Das Unternehmen legte weiterhin den Fokus auf Investitionen in die Einführung neuer Produkte. Beispiele hierfür sind die neue adidas Sportswear Kollektion, das neueste Modell der erfolgreichen Supernova Running-Schuhe, die ersten Produkteinführungen im Rahmen der Partnerschaft mit Gucci sowie Kampagnen für große Events wie den ‚Run for the Oceans‘. Im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen um 0,3 Prozentpunkte auf 11,8 % (2021: 12,1 %). Die Betriebsgemeinkosten stiegen um 23 % auf

1,838 Mrd. € (2021: 1,492 Mrd. €). Dies ist auf die kontinuierlichen Investitionen von adidas in sein DTC-Geschäft, seine digitalen Fähigkeiten und seine Logistikinfrastruktur sowie auf ungünstige Währungsentwicklungen zurückzuführen. Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Betriebsgemeinkosten um 3,5 Prozentpunkte auf 32,8 % (2021: 29,4 %). Das Betriebsergebnis des Unternehmens lag bei 392 Mio. € (2021: 543 Mio. €), was sich in einer operativen Marge in Höhe von 7,0 % widerspiegelt (2021: 10,7 %).

Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen bei 360 Mio. €

Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen verringerte sich leicht auf 360 Mio. € (2021: 387 Mio. €). Dieses Ergebnis wurde unterstützt durch einen einmaligen, positiven Steuereffekt in Höhe von über 100 Mio. € infolge der Auflösung einer in einem früheren Jahr gebildeten Rückstellung. Infolgedessen lag das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen im zweiten Quartal bei 1,88 € (2021: 1,93 €).

Währungsbereinigter Umsatz im ersten Halbjahr 2022 auf Vorjahresniveau

Im ersten Halbjahr 2022 war der währungsbereinigte Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stabil. In Euro legte der Umsatz in den ersten sechs Monaten 2022 um 5 % auf 10,897 Mrd. € zu (2021: 10,345 Mrd. €). Die Bruttomarge des Unternehmens ging im ersten Halbjahr um 1,7 Prozentpunkte auf 50,1 % zurück (2021: 51,8 %). Während sich Preiserhöhungen und günstige Währungseffekte positiv auf die Bruttomarge auswirkten, wurde diese Entwicklung durch den weniger günstigen Marktmix sowie die deutlich höheren Kosten der Lieferkette mehr als aufgehoben. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen im ersten Halbjahr auf 4,759 Mrd. € (2021: 4,154 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz nahmen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 3,5 Prozentpunkte auf 43,7 % zu (2021: 40,2 %). adidas erzielte in den ersten sechs Monaten des Jahres ein Betriebsergebnis in Höhe von 828 Mio. € (2021: 1,248 Mrd. €), was einer operativen Marge von 7,6 % entspricht (2021: 12,1 %). Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen erreichte 671 Mio. €. Dies entspricht einer Verringerung um 219 Mio. € im Vergleich zum Vorjahr (2021: 890 Mio. €). Infolgedessen ging das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen auf 3,47 € zurück (2021: 4,52 €).

Leichter Rückgang des durchschnittlichen operativen kurzfristigen Betriebskapitals im Verhältnis zum Umsatz

Die Vorräte erhöhten sich zum 30. Juni 2022 um 35 % auf 5,483 Mrd. € (2021: 4,054 Mrd. €) in Erwartung eines starken Umsatzanstiegs in der zweiten Jahreshälfte. Längere Vorlaufzeiten sowie das herausfordernde Marktumfeld in China trugen ebenfalls zu diesem Anstieg bei. Währungsbereinigt nahmen die Vorräte um 28 % zu. Das operative kurzfristige Betriebskapital erhöhte sich um 23 % auf 5,191 Mrd. € (2021: 4,213 Mrd. €). Währungsbereinigt nahm das operative kurzfristige Betriebskapital um 14 % zu. Das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz ging um 0,4 Prozentpunkte auf 21,0 % zurück (2021: 21,4 %), was auf einen überproportionalen Anstieg



der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen aufgrund höherer Beschaffungsmengen und Produktkosten im Vergleich zum Vorjahr zurückzuführen ist.

Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten in Höhe von 5,301 Mrd. €

Die bereinigten Nettofinanzverbindlichkeiten beliefen sich zum 30. Juni 2022 auf 5,301 Mrd. € (30. Juni 2021: 3,146 Mrd. €). Das entspricht einem Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 2,155 Mrd. €. Diese Entwicklung ist hauptsächlich auf den deutlichen Rückgang der flüssigen Mittel zurückzuführen.

Ausblick auf das Gesamtjahr 2022 spiegelt zweistelliges Wachstum in H2 wider

Da sich China seit Beginn des dritten Quartals aufgrund der anhaltenden umfangreichen Covid-19-Beschränkungen langsamer als erwartet erholt, hat adidas seine Prognose für das Gesamtjahr 2022 am 26. Juli angepasst. adidas erwartet nun für das Gesamtunternehmen im Geschäftsjahr 2022 ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich (bisherige Prognose: im unteren Bereich der Spanne zwischen 11 % und 13 %), was einen Rückgang im zweistelligen Prozentbereich in China widerspiegelt (bisherige Prognose: deutlicher Rückgang). Bisher hat das Unternehmen in keinem Markt mit Ausnahme von China eine nennenswerte Verlangsamung des Durchverkaufs seiner Produkte oder signifikante Stornierungen von Großhandelsaufträgen verzeichnet. Nichtsdestotrotz berücksichtigt die angepasste Prognose vor dem Hintergrund der schwierigeren gesamtwirtschaftlichen Bedingungen für das zweite Halbjahr 2022 auch eine potenzielle Verlangsamung der Konsumausgaben in diesen Märkten. Demzufolge geht das Unternehmen von einem Umsatzwachstum in EMEA im niedrigen Zehnprozentbereich aus (bisherige Prognose: Wachstum im mittleren Zehnprozentbereich). Für Asien-Pazifik wird nun ein Umsatzwachstum im hohen einstelligen Bereich erwartet (bisherige Prognose: Wachstum im mittleren Zehnprozentbereich). Trotz der konservativeren Einschätzung bezüglich der Entwicklung der Konsumausgaben in der zweiten Jahreshälfte hat adidas seine Prognosen für Nordamerika und Lateinamerika, angesichts der starken Dynamik der Marke in diesen Märkten, erhöht. In Nordamerika wird der Umsatz währungsbereinigt den Erwartungen zufolge nun im hohen Zehnprozentbereich steigen. Für Lateinamerika geht das Unternehmen von einer Umsatzsteigerung zwischen 30 % und 40 % aus (bisherige Prognose: jeweils Wachstum im mittleren bis hohen Zehnprozentbereich).

Durch den weniger günstigen Marktmix sowie die Auswirkungen der Initiativen zum Abbau der Überbestände in China bis zum Jahresende wird sich die Bruttomarge im Jahr 2022 den Erwartungen zufolge nun auf rund 49,0 % belaufen (bisherige Prognose: rund 50,7 %). Demzufolge rechnet das Unternehmen nun mit einer operativen Marge von rund 7,0 % (bisherige Prognose: rund 9,4 %). Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen wird den Erwartungen zufolge einen Wert von rund 1,3 Mrd. € erreichen (bisherige Prognose: im unteren Bereich der Spanne zwischen 1,8 Mrd. € und 1,9 Mrd. €).



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](https://www.adidas-group.com).

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

in Mio. €	1. Apr. 2022 bis 30. Jun. 2022	1. Apr. 2021 bis 30. Jun. 2021	Veränderung
Umsatzerlöse	5.596	5.077	10,2 %
Umsatzkosten	2.781	2.446	13,7 %
Bruttoergebnis	2.815	2.632	7,0 %
(in % der Umsatzerlöse)	50,3 %	51,8 %	-1,5 PP
Lizen- und Provisionserträge	27	17	60,0 %
Sonstige betriebliche Erträge	51	2	1.931,1 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.501	2.107	18,7 %
(in % der Umsatzerlöse)	44,7 %	41,5 %	3,2 PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	663	616	7,6 %
(in % der Umsatzerlöse)	11,8 %	12,1 %	-0,3 PP
Betriebsgemeinkosten ¹	1.838	1.492	23,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	32,8 %	29,4 %	3,5 PP
Betriebsergebnis	392	543	-27,9 %
(in % der Umsatzerlöse)	7,0 %	10,7 %	-3,7 PP
Finanzerträge	16	4	313,6 %
Finanzaufwendungen	107	37	186,6 %
Gewinn vor Steuern	300	510	-41,1 %
(in % der Umsatzerlöse)	5,4 %	10,0 %	-4,7 PP
Ertragsteuern	-60	123	n.a.
(in % des Gewinns/Verlust vor Steuern)	-20,0 %	24,0 %	n.a.
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	360	387	-7,0 %
(in % der Umsatzerlöse)	6,4 %	7,6 %	-1,2 PP
Gewinn / Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	-52	20	n.a.
Gewinn	309	407	-24,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	5,5 %	8,0 %	-2,5 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	294	397	-25,8 %
(in % der Umsatzerlöse)	5,3 %	7,8 %	-2,6 PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	15	11	35,1 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	1,88	1,93	-2,8 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	1,88	1,93	-2,8 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	1,60	2,03	-21,5 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	1,60	2,03	-21,5 %

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. Apr. 2022 bis 30. Jun. 2022	1. Apr. 2021 bis 30. Jun. 2021	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
EMEA	2.079	1.910	8,8 %	6,8 %
Nordamerika	1.706	1.249	36,5 %	21,3 %
China	719	1.003	-28,3 %	-35,1 %
Asien-Pazifik	550	533	3,1 %	2,6 %
Lateinamerika	514	348	47,5 %	37,0 %
Andere Geschäftssegmente	29	34	-15,9 %	-16,0 %

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.



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

in Mio. €	1. Jan. 2022 bis 30. Jun. 2022	1. Jan. 2021 bis 30. Jun. 2021	Veränderung
Umsatzerlöse	10.897	10.345	5,3 %
Umsatzkosten	5.435	4.983	9,1 %
Bruttoergebnis	5.463	5.362	1,9 %
(in % der Umsatzerlöse)	50,1 %	51,8 %	-1,7 PP
Lizenz- und Provisionserträge	50	31	63,6 %
Sonstige betriebliche Erträge	74	10	645,1 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	4.759	4.154	14,6 %
(in % der Umsatzerlöse)	43,7 %	40,2 %	3,5 PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	1.304	1.157	12,7 %
(in % der Umsatzerlöse)	12,0 %	11,2 %	0,8 PP
Betriebsgemeinkosten ¹	3.455	2.997	15,3 %
(in % der Umsatzerlöse)	31,7 %	29,0 %	2,7 PP
Betriebsergebnis	828	1.248	-33,6 %
(in % der Umsatzerlöse)	7,6 %	12,1 %	-4,5 PP
Finanzerträge	24	6	323,6 %
Finanzaufwendungen	140	75	88,0 %
Gewinn vor Steuern	711	1.179	-39,6 %
(in % der Umsatzerlöse)	6,5 %	11,4 %	-4,9 PP
Ertragsteuern	41	289	-85,9 %
(in % des Gewinns vor Steuern)	5,7 %	24,5 %	-18,8 PP
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	671	890	-24,6 %
(in % der Umsatzerlöse)	6,2 %	8,6 %	-2,4 PP
Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	128	72	78,0 %
Gewinn	799	962	-16,9 %
(in % der Umsatzerlöse)	7,3 %	9,3 %	-2,0 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	776	955	-18,7 %
(in % der Umsatzerlöse)	7,1 %	9,2 %	-2,1 PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	23	7	231,0 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	3,47	4,52	-23,2 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	3,47	4,52	-23,2 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	4,16	4,89	-15,0 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	4,16	4,89	-15,0 %

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. Jun. 2022	1. Jan. 2021 bis 30. Jun. 2021	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
EMEA	4.014	3.680	9,1 %	7,9 %
Nordamerika	3.108	2.406	29,1 %	17,3 %
China	1.723	2.405	-28,4 %	-34,8 %
Asien-Pazifik	1.056	1.135	-7,0 %	-7,1 %
Lateinamerika	933	645	44,6 %	37,4 %
Andere Geschäftssegmente	65	73	-11,4 %	-11,5 %

KONZERNBILANZ (IFRS) DER ADIDAS AG

in Mio. €	30. Juni 2022	30. Juni 2021	Veränderung in %
Flüssige Mittel	1.578	4.151	-62,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.022	2.324	30,0
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	1.311	810	61,9
Vorräte	5.483	4.054	35,3
Forderungen aus Ertragsteuern	100	66	51,2
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.334	1.057	26,2
Als zur Veräußerung gehalten klassifizierte Vermögenswerte	-	1.674	n.a.
Kurzfristige Aktiva	12.828	14.136	-9,3
Sachanlagen	2.346	2.065	13,6
Nutzungsrechte	2.732	2.430	12,4
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.278	1.199	6,6
Markenrechte	16	16	0,0
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	401	261	53,5
Langfristige Finanzanlagen	298	276	7,9
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	366	243	50,9
Latente Steueransprüche	974	1.154	-15,6
Sonstige langfristige Vermögenswerte	84	96	-13,0
Langfristige Aktiva	8.496	7.741	9,8
Aktiva	21.324	21.877	-2,5
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	313	682	-54,1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.314	2.165	53,1
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	608	480	26,7
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	496	340	45,9
Ertragsteuern	448	686	-34,7
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	1.338	1.433	-6,6
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	2.579	2.260	14,1
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	506	450	12,3
Als zur Veräußerung gehalten klassifizierte Verbindlichkeiten	-	667	n.a.
Kurzfristige Passiva	9.602	9.161	4,8
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	2.459	2.473	-0,6
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	2.401	2.206	8,9
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	53	98	-46,1
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	108	234	-53,9
Latente Steuerschulden	155	189	-17,9
Sonstige langfristige Rückstellungen	108	134	-19,1
Langfristige abgegrenzte Schulden	8	6	48,2
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	9	18	-51,3
Langfristige Passiva	5.301	5.357	-1,0
Grundkapital	183	195	-6,4
Sonstige Rücklagen	359	-190	n.a.
Gewinnrücklagen	5.491	7.101	-22,7
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	6.032	7.106	-15,1
Nicht beherrschende Anteile	388	253	53,5
Gesamtes Eigenkapital	6.420	7.358	-12,7
Passiva	21.324	21.877	-2,5



Zusätzliche Informationen zur Bilanz	30. Juni 2022	30. Juni 2021	Veränderung in %
Operatives kurzfristiges Betriebskapital	5.191	4.213	23,2
Kurzfristiges Betriebskapital	3.226	4.975	-35,2
Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten ¹	5.301	3.146	68,5
Verschuldungsgrad ²	87,9 %	44,3 %	43,6 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.