

adidas Ergebnisse für 2022 spiegeln geopolitische, makroökonomische und unternehmensspezifische Herausforderungen wider

Wichtige Entwicklungen im Geschäftsjahr 2022

- Währungsbereinigter Umsatz steigt um 1 % aufgrund von Zuwächsen in allen Märkten mit Ausnahme von China
- Zweistelliges Wachstum in Nordamerika und Lateinamerika; EMEA mit Anstieg im hohen einstelligen Bereich
- Bruttomarge verringert sich auf 47,3 % aufgrund stark gestiegener Kosten in der Lieferkette und höherer Rabatte
- Betriebsergebnis in Höhe von 669 Mio. € enthält Einmalkosten in Höhe von 312 Mio. €
- Operative Marge geht auf 3,0 % zurück
- Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von 254 Mio. € enthält 350 Mio. € Einmalkosten
- Vorstand und Aufsichtsrat schlagen Dividendenzahlung in Höhe von 0,70 € je Aktie vor

Wichtige Entwicklungen im vierten Quartal 2022

- Währungsbereinigter Umsatz geht um 1 % zurück, belastet durch die Beendigung der Yeezy Partnerschaft
- Bruttomarge in Höhe von 39,1 % spiegelt gestiegene Kosten in der Lieferkette und höhere Rabatte wider
- Negatives Betriebsergebnis in Höhe von 724 Mio. €
- Verlust aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von 482 Mio. €

Ausblick Gesamtjahr 2023

- Währungsbereinigter Umsatzrückgang im hohen einstelligen Bereich erwartet
- Zugrunde liegendes Betriebsergebnis wird in etwa auf Break-Even-Niveau liegen. Dies spiegelt Umsatzeinbußen in Höhe von rund 1,2 Mrd. € und einen entsprechend negativen Effekt auf das Betriebsergebnis in Höhe von rund 500 Mio. € aus dem potenziell ausbleibenden Verkauf des Yeezy Bestands wider
- Erwartetes berichtetes negatives Betriebsergebnis von 700 Mio. € enthält zusätzliche negative Auswirkungen in Höhe von 500 Mio. € aus der potenziellen Abschreibung des Yeezy Bestands und bis zu 200 Mio. € Einmalkosten



„2023 wird ein Übergangsjahr sein, um die Basis für 2024 und 2025 zu legen“, sagte Bjørn Gulden, Vorstandsvorsitzender von adidas. „Wir müssen Lagerbestände abbauen und Rabatte reduzieren. Im Jahr 2024 können wir dann wieder mit dem Aufbau eines profitablen Geschäfts beginnen. adidas hat alles, um erfolgreich zu sein. Aber wir müssen uns auf den Kern unseres Geschäfts konzentrieren: Produkte, Konsumentinnen und Konsumenten, Einzelhandelspartner sowie Athletinnen und Athleten. Wir werden daran arbeiten, unsere Mitarbeitenden und die adidas Kultur zu stärken. Motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie eine starke adidas Kultur sind die wichtigsten Faktoren, um wieder ein einzigartiges adidas Geschäftsmodell aufzubauen. Ein Geschäftsmodell, das darauf abzielt, unsere Konsumentinnen und Konsumenten sowohl über den Großhandel als auch über unser DTC-Geschäft zu bedienen, das die globale Ausrichtung mit den lokalen Bedürfnissen in Einklang bringt, schnell und agil ist und natürlich immer in Sport und Kultur investiert, um die Glaubwürdigkeit und die Attraktivität unserer Marke weiter auszubauen. adidas ist eine großartige Marke, ein großartiges Unternehmen mit einer erstklassigen Infrastruktur und großartigen talentierten Mitarbeitenden. Wir werden adidas wieder zur weltweit besten Sportartikelmarke machen.“

Finanzergebnisse 2022

Währungsbereinigter Umsatz steigt um 1 %

Im Geschäftsjahr 2022 stieg der währungsbereinigte Umsatz aufgrund von Zuwächsen in allen Marktsegmenten mit Ausnahme von China um 1 %. Nach Vertriebskanälen betrachtet wurde die Umsatzentwicklung durch Wachstum sowohl im Großhandel (+1 %) als auch im eigenen Direct-to-Consumer-(DTC-)Geschäft des Unternehmens (+2 %) unterstützt. Im DTC-Bereich blieb der Umsatz des eigenen Einzelhandels gegenüber dem Vorjahr unverändert. Der E-Commerce-Umsatz stieg im Jahresverlauf um 4 %, getrieben durch zweistelliges Wachstum in Nordamerika und Lateinamerika. Nach Kategorien betrachtet nahm der Umsatz in Performance im starken zweistelligen Prozentbereich zu, während in der Kategorie Lifestyle ein Rückgang verzeichnet wurde. In Euro stieg der Umsatz des Unternehmens im Jahr 2022 um 6 % auf 22.511 Mio. € (2021: 21.234 Mio. €).

Umsatzwachstum in allen Marktsegmenten mit Ausnahme von China

Nach Märkten betrachtet legte der währungsbereinigte Umsatz in Lateinamerika (+44 %) und in Nordamerika (+12 %) jeweils im zweistelligen Prozentbereich zu. In EMEA stieg der Umsatz trotz der beträchtlich negativen Auswirkungen der eingestellten Geschäftstätigkeit des Unternehmens in Russland um 9 %. Der Umsatz in Asien-Pazifik nahm im Jahr 2022 um 4 % zu. In China ging der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreswert um 36 % zurück, was auf das herausfordernde Marktumfeld, unternehmensspezifische Herausforderungen sowie auf signifikante Lagerbestandsrücknahmen zurückzuführen ist.

Bruttomarge bei 47,3 %

Die Bruttomarge des Unternehmens ging im Jahr 2022 um 3,4 Prozentpunkte auf 47,3 % zurück (2021: 50,7 %). Breitgefächerte Preissteigerungen wurden durch die stark gestiegenen Kosten in der Lieferkette – aufgrund höherer Produkt- und Frachtkosten – mehr als aufgehoben. Darüber hinaus haben höhere Rabatte, insbesondere in der zweiten Jahreshälfte, ein ungünstigerer Markt-, Kategorie- und Vertriebskanalmix sowie negative Währungsentwicklungen die Entwicklung der Bruttomarge im Jahr 2022 belastet. Einmalkosten in Höhe von € 59 Millionen, die die Entscheidung des Unternehmens widerspiegeln, seine Geschäftstätigkeit in Russland einzustellen, sowie höhere Rückstellungen für zollbezogene Risiken wirkten sich ebenfalls negativ auf die Bruttomarge aus.

Operative Marge geht auf 3,0 % zurück

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen im Jahr 2022 um 15 % auf 10.260 Mio. € (2021: 8.892 Mio. €). Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 3,7 Prozentpunkte auf 45,6 % (2021: 41,9 %). Die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen stiegen um 8 % auf 2.763 Mio. € (2021: 2.547 Mio. €), da das Unternehmen weiter in Kampagnen investiert hat, wie in den ‚Run for the Oceans‘, ‚Stanniversary‘ und die Basketballkampagne ‚Remember the Why‘. Weitere Kampagnen wurden zu sportlichen Großereignissen wie den Olympischen Winterspielen 2022 in Peking, der UEFA Europameisterschaft der Frauen 2022 und der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2022 in Katar gestartet. Darüber hinaus investierte adidas in die Einführung neuer Produkte wie den X Speedportal Fußballschuh, den Rekorde brechenden Adizero Adios Pro 3 Laufschuh, die adidas x Gucci Kollektion oder die Nationalmannschaftstrikots für die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2022 in Katar. Ein anderer wichtiger Bestandteil der Marketingausgaben im Jahr 2022 war die weitere Verbesserung des Konsumentenerlebnisses sowohl auf den digitalen als auch auf den physischen Plattformen des Unternehmens. Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen um 0,3 Prozentpunkte auf 12,3 % (2021: 12,0 %). Die Betriebsgemeinkosten stiegen um 18 % auf 7.498 Mio. € (2021: 6.345 Mio. €). Darin enthalten sind Einmalkosten in Höhe von 253 Mio. € im Zusammenhang mit der Entscheidung des Unternehmens, seine Geschäftstätigkeit in Russland einzustellen, einem beigelegten Rechtsstreit sowie Restrukturisierungskosten als Teil des Programms zur Geschäftsverbesserung des Unternehmens. Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Betriebsgemeinkosten um 3,4 Prozentpunkte auf 33,3 % (2021: 29,9 %). Infolge des Rückgangs der Bruttomarge, des Anstiegs der sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz sowie der Einmalkosten in Höhe von 312 Mio. € ging das Betriebsergebnis im Geschäftsjahr 2022 um 66 % auf 669 Mio. € zurück (2021: 1.986 Mio. €).

Demzufolge verringerte sich die operative Marge um 6,4 Prozentpunkte auf 3,0 % im Vergleich zum Vorjahreswert von 9,4 %.

Finanzergebnis geht zurück

Die Finanzerträge haben sich im Jahr 2022 auf 39 Mio. € verdoppelt (2021: 19 Mio. €). Die Finanzaufwendungen stiegen um 110 % auf 320 Mio. € (2021: 153 Mio. €). Hauptgründe hierfür waren höhere Zinsen und Währungseffekte. Die Nettofinanzaufwendungen wurden außerdem durch Einmalkosten in Höhe von 63 Mio. € im Zusammenhang mit Cash-Pooling in Ländern mit hoher Inflation belastet. Infolgedessen belief sich das Finanzergebnis des Unternehmens auf -281 Mio. € (2021: -133 Mio. €). Die Steuerquote des Unternehmens stieg 2022 um 15,0 Prozentpunkte auf 34,5 % (2021: 19,4 %), was in erster Linie auf nicht abzugsfähige Aufwendungen in Russland sowie die Ausbuchung latenter Steueransprüche zurückzuführen ist.

Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von 254 Mio. €

Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen ging 2022 um 83 % auf 254 Mio. € zurück (2021: 1.492 Mio. €). Dieser Rückgang ist zum Teil auf Einmalkosten in Höhe von 350 Mio. € zurückzuführen. Diese Einmalkosten stehen im Zusammenhang mit der Entscheidung des Unternehmens, seine Geschäftstätigkeit in Russland einzustellen, einem beigelegten Rechtsstreit, höheren Rückstellungen für zollbezogene Risiken, Cash-Pooling in Ländern mit hoher Inflation sowie mit Restrukturisierungskosten als Teil des Programms zur Geschäftsverbesserung des Unternehmens. Sowohl das unverwässerte als auch das verwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen gingen jeweils um 83 % auf 1,25 € zurück (2021: 7,47 €).

Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz bei 24,0 %

Die Vorräte erhöhten sich zum Ende des Geschäftsjahres 2022 um 49 % auf 5.973 Mio. € (2021: 4.009 Mio. €). Der Anstieg ist hauptsächlich auf höhere Produkt- und Frachtkosten, ein verändertes Bestellverhalten infolge der längeren Transportzeiten, die Beendigung der Yeezy Partnerschaft und die niedrigere Vergleichsbasis im Vorjahr aufgrund der Auswirkungen der Fabrikschließungen in Vietnam zurückzuführen. Währungsbereinigt stiegen die Vorräte ebenfalls um 49 %. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich zum 31. Dezember 2022 um 16 % auf 2.529 Mio. € (2021: 2.175 Mio. €). Diese Entwicklung ist auf das starke Umsatzwachstum des Unternehmens in westlichen Märkten und die niedrigere Vergleichsbasis im Vorjahr aufgrund der Auswirkungen der Fabrikschließungen in Vietnam zurückzuführen. Währungsbereinigt stiegen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ebenfalls um 16 %. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich zum 31. Dezember 2022 um 27 % auf 2.908 Mio. € (2021: 2.294 Mio. €). Diese



Entwicklung spiegelt vor allem höhere Beschaffungsvolumina sowie gestiegene Produkt- und Frachtkosten wider. Auf währungsbereinigter Basis stiegen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 27 %. Das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz stieg für das Gesamtjahr 2022 um 4,0 Prozentpunkte auf 24,0 % (2021: 20,0 %).

Fortlaufende Investitionen in Geschäfte und den Digital-Bereich

Die Investitionen des Unternehmens stiegen im Jahr 2022 um 4 % auf 695 Mio. € (2021: 667 Mio. €). Investitionen in neue oder umgestaltete eigene Einzelhandelsgeschäfte oder Franchise-Geschäfte sowie Shop-in-Shop-Präsentationen von adidas Produkten in Geschäften unserer Kunden machen knapp die Hälfte der Gesamtinvestitionen aus. Die verbleibenden Investitionen wurden hauptsächlich in den Bereichen Digital/IT und Logistik getätigt.

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen Dividendenzahlung in Höhe von 0,70 € je Aktie vor

Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 11. Mai 2023 eine Dividende in Höhe von 0,70 € je dividendenberechtigte Aktie vorschlagen (2022: 3,30 €). Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 49,2 % des Gewinns aus fortgeführten Geschäftsbereichen (2022: 40,9 %). Sie liegt damit am oberen Ende des Zielkorridors von 30 % und 50 % des Gewinns aus fortgeführten Geschäftsbereichen, der sich aus der Dividendenpolitik von adidas ergibt.

Finanzergebnisse im vierten Quartal 2022

Umsatz im vierten Quartal durch Entscheidung zur Beendigung der Yeezy Partnerschaft beeinflusst

Der Umsatz ging im vierten Quartal auf währungsbereinigter Basis um 1 % zurück. Diese Entwicklung spiegelt die negativen Auswirkungen in Höhe von rund 600 Mio. € im Zusammenhang mit der Entscheidung des Unternehmens, die Yeezy Partnerschaft zu beenden, wider. Zudem belasteten ein starker Umsatzrückgang in China (-50 %) aufgrund des herausfordernden Marktumfelds, unternehmensspezifischer Herausforderungen sowie signifikanter Lagerbestandsrücknahmen die Umsatzentwicklung des Unternehmens im Quartal. Gleichzeitig legte der Umsatz in Lateinamerika (+47 %), in Asien-Pazifik (+16 %) und in EMEA (+12 %) im jeweils zweistelligen Prozentbereich zu. In Nordamerika, wo die Auswirkungen der Beendigung der Yeezy Partnerschaft besonders stark waren, stieg der Umsatz auf währungsbereinigter Basis um 6 %. Nach Vertriebskanälen betrachtet wurde die Umsatzentwicklung des Unternehmens durch den Großhandel getrieben. Hier legte der Umsatz auf währungsbereinigter Basis um 4 % zu. Der Umsatz im unternehmenseigenen DTC-Vertriebskanal ging um 1 % zurück. Während der Umsatz im E-Commerce im vierten



Quartal um 4 % zurückging, legte der Umsatz in eigenen adidas Geschäften um 1 % zu. In Euro verbesserte sich der Gesamtumsatz des Unternehmens um 1 % im Vergleich zum Vorjahr auf 5.205 Mio. € (2021: 5.137 Mio. €).

Bruttomarge geht auf 39,1 % zurück

Im vierten Quartal 2022 ging die Bruttomarge um 9,9 Prozentpunkte auf 39,1 % zurück (2021: 49,0 %). Dieser Rückgang war auf erheblich höhere Kosten in der Lieferkette sowie auf deutlich verstärkte verkaufsfördernde Aktivitäten zurückzuführen. Preiserhöhungen, positive Währungseffekte sowie ein günstiger Vertriebskanal- und Marktmix konnten diese Entwicklungen nicht kompensieren.

Negatives Betriebsergebnis in Höhe von 724 Mio. €

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen nahmen im vierten Quartal um 13 % auf 2.825 Mio. € zu (2021: 2.501 Mio. €). Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 5,6 Prozentpunkte auf 54,3 % (2021: 48,7 %). Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen erhöhten sich um 7 % auf 767 Mio. € (2021: 715 Mio. €) und im Verhältnis zum Umsatz auf 14,7 % (2021: 13,9 %). Die Betriebsgemeinkosten stiegen um 15 % auf 2.058 Mio. € (2021: 1.786 Mio. €). Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Betriebsgemeinkosten auf 39,5 % (2021: 34,8 %). Infolgedessen verzeichnete adidas ein negatives Betriebsergebnis in Höhe von 724 Mio. € (2021: positives Betriebsergebnis in Höhe von 66 Mio. €), was einer negativen operativen Marge von 13,9 % entspricht (2021: positive operative Marge von 1,3 %). Der Verlust aus fortgeführten Geschäftsbereichen betrug im vierten Quartal 482 Mio. € (2021: Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von 123 Mio. €). Dabei wirkten sich Einmalkosten, vor allem im Zusammenhang mit Restrukturisierungskosten als Teil des Programms zur Geschäftsverbesserung des Unternehmens, von rund 50 Mio. € negativ aus. Das unverwässerte und das verwässerte Ergebnis je Aktie aus den fortgeführten Geschäftsbereichen beliefen sich im vierten Quartal 2022 auf jeweils -2,69 € (2021: 0,58 €).

Ausblick 2023

Zugrunde liegendes Betriebsergebnis in etwa auf Break-Even-Niveau erwartet

Für das Geschäftsjahr 2023 erwartet adidas in Anbetracht anhaltender makroökonomischer Herausforderungen und geopolitischer Spannungen einen Rückgang des währungsbereinigten Umsatzes im hohen einstelligen Prozentbereich. Erhöhte Risiken einer Rezession in Europa und Nordamerika sowie Unsicherheiten in Bezug auf die Erholung in China bleiben bestehen. Die Umsatzentwicklung des Unternehmens wird auch durch die Initiativen zur deutlichen Reduzierung der hohen Vorratsbestände belastet werden. Auch wenn adidas weiterhin verschiedene Optionen zur künftigen Nutzung seines Bestands an



Yeezy Produkten prüft, berücksichtigt diese Prognose bereits die Umsatzeinbußen in Höhe von rund 1,2 Mrd. € aus einem potenziellen ausbleibenden Verkauf des Bestands. Unter Berücksichtigung der entsprechenden negativen Effekte auf das Betriebsergebnis in Höhe von rund 500 Mio. € prognostiziert das Unternehmen für 2023 ein zugrunde liegendes Betriebsergebnis in etwa auf Break-Even-Niveau.

Berichtetes negatives Betriebsergebnis in Höhe von 700 Mio. € erwartet

Sollte das Unternehmen unwiderruflich beschließen, seinen aktuellen Bestand an Yeezy Produkten nicht zu verwenden, würde dies die potenzielle Abschreibung des Yeezy Bestands nach sich ziehen und das Betriebsergebnis des Unternehmens in diesem Jahr um weitere 500 Mio. € reduzieren. Des Weiteren erwartet adidas für 2023 Einmalkosten in Höhe von bis zu 200 Mio. €. Diese Kosten sind Teil einer strategischen Prüfung, die das Unternehmen zum aktuellen Zeitpunkt unternimmt, um ab 2024 wieder auf einen profitablen Wachstumspfad zurückzukehren. Für den Fall, dass all diese Effekte eintreten, geht das Unternehmen davon aus, für das Geschäftsjahr 2023 ein negatives Betriebsergebnis in Höhe von 700 Mio. € zu berichten.

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 unter adidas-group.com oder report.adidas-group.com.



**Verkürzte Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung (IFRS) der adidas AG
in Mio. €**

	1. Okt. 2022 bis 31. Dez. 2022	1. Okt. 2021 bis 31. Dez. 2021	Veränderung
Umsatzerlöse	5.205	5.137	1,3 %
Umsatzkosten	3.170	2.618	21,1 %
Bruttoergebnis	2.035	2.519	-19,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	39,1 %	49,0 %	-9,9 PP
Lizenz- und Provisionserträge	26	33	-22,4 %
Sonstige betriebliche Erträge	41	15	181,0 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.825	2.501	13,0 %
(in % der Umsatzerlöse)	54,3 %	48,7 %	5,6 PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	767	715	7,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	14,7 %	13,9 %	0,8 PP
Betriebsgemeinkosten ¹	2.058	1.786	15,3 %
(in % der Umsatzerlöse)	39,5 %	34,8 %	4,8 PP
Betriebsergebnis	-724	66	n.a.
(in % der Umsatzerlöse)	-13,9 %	1,3 %	n.a.
Finanzerträge	30	17	75,1 %
Finanzaufwendungen	41	39	6,3 %
Verlust/Gewinn vor Steuern	-734	44	n.a.
(in % der Umsatzerlöse)	-14,1 %	0,9 %	n.a.
Ertragsteuern	-252	-79	219,9 %
(in % des Gewinns vor Steuern)	34,4 %	-177,6 %	n.a.
Verlust/Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-482	123	n.a.
(in % der Umsatzerlöse)	-9,3 %	2,4 %	n.a.
Verlust/Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	-31	89	n.a.
Verlust/Gewinn	-513	213	n.a.
(in % der Umsatzerlöse)	-9,9 %	4,1 %	n.a.
Auf Anteilseigner entfallender Verlust/Gewinn	-512	202	n.a.
(in % der Umsatzerlöse)	-9,8 %	3,9 %	n.a.
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Verlust / Gewinn	-1	11	n.a.
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	-2,69	0,58	n.a.
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	-2,69	0,58	n.a.
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	-2,87	1,05	n.a.
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	-2,87	1,05	n.a.

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



Umsatzerlöse in Mio. €

	1. Okt. 2022 bis 31. Dez. 2022	1. Okt. 2021 bis 31. Dez. 2021	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
EMEA	2.073	1.832	13,2 %	12,2 %
Nordamerika	1.540	1.303	18,3 %	6,0 %
China	520	1.037	-49,9 %	-49,7 %
Asien-Pazifik	606	541	12,0 %	16,2 %
Lateinamerika	544	397	37,1 %	47,2 %
Andere Geschäftssegmente	39	28	41,0 %	41,6 %

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.



**Verkürzte Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung (IFRS) der adidas AG
in Mio. €**

	1. Jan. 2022 bis 31. Dez. 2022	1. Jan. 2021 bis 31. Dez. 2021	Veränderung
Umsatzerlöse	22.511	21.234	6,0 %
Umsatzkosten	11.867	10.469	13,4 %
Bruttoergebnis	10.644	10.765	-1,1 %
(in % der Umsatzerlöse)	47,3 %	50,7 %	-3,4 PP
Lizenz- und Provisionserträge	112	86	30,6 %
Sonstige betriebliche Erträge	173	28	529,5 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	10.260	8.892	15,4 %
(in % der Umsatzerlöse)	45,6 %	41,9 %	3,7 PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	2.763	2.547	8,5 %
(in % der Umsatzerlöse)	12,3 %	12,0 %	0,3 PP
Betriebsgemeinkosten ¹	7.498	6.345	18,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	33,3 %	29,9 %	3,4 PP
Betriebsergebnis	669	1.986	-66,3 %
(in % der Umsatzerlöse)	3,0 %	9,4 %	-6,4 PP
Finanzerträge	39	19	101,7 %
Finanzaufwendungen	320	153	109,7 %
Gewinn vor Steuern	388	1.852	-79,1 %
(in % der Umsatzerlöse)	1,7 %	8,7 %	-7,0 PP
Ertragsteuern	134	360	-62,8 %
(in % des Gewinns vor Steuern)	34,5 %	19,4 %	15,0 PP
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	254	1.492	-83,0 %
(in % der Umsatzerlöse)	1,1 %	7,0 %	-5,9 PP
Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	384	666	-42,4 %
Gewinn	638	2.158	-70,4 %
(in % der Umsatzerlöse)	2,8 %	10,2 %	-7,3 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	612	2.116	-71,1 %
(in % der Umsatzerlöse)	2,7 %	10,0 %	-7,2 PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	26	42	-37,9 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	1,25	7,47	-83,3 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	1,25	7,47	-83,3 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	3,34	10,90	-69,4 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	3,34	10,90	-69,4 %

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



Umsatzerlöse in Mio. €

	1. Jan. 2022 bis 31. Dez. 2022	1. Jan. 2021 bis 31. Dez. 2021	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
EMEA	8.550	7.760	10,2 %	8,8 %
Nordamerika	6.398	5.105	25,3 %	11,9 %
China	3.179	4.597	-30,9 %	-35,8 %
Asien-Pazifik	2.241	2.180	2,8 %	3,6 %
Lateinamerika	2.110	1.446	45,9 %	43,7 %
Andere Geschäftssegmente	150	145	2,9 %	2,9 %



Konzernbilanz (IFRS) der adidas AG in Mio. €

	31. Dezember 2022	31. Dezember 2021	Veränderung in %
Flüssige Mittel	798	3.828	-79,2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.529	2.175	16,3
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	1.014	745	36,0
Vorräte	5.973	4.009	49,0
Forderungen aus Ertragsteuern	102	91	12,4
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.316	1.062	23,9
Als zur Veräußerung gehalten klassifizierte Vermögenswerte	-	2.033	n.a.
Kurzfristige Aktiva	11.732	13.944	-15,9
Sachanlagen	2.279	2.256	1,0
Nutzungsrechte	2.665	2.569	3,7
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.260	1.228	2,6
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	429	352	21,8
Langfristige Finanzanlagen	301	290	3,6
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	336	160	109,6
Latente Steueransprüche	1.216	1.263	-3,7
Sonstige langfristige Vermögenswerte	76	74	3,7
Langfristige Aktiva	8.563	8.193	4,5
Aktiva	20.296	22.137	-8,3
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	527	29	1.722,5
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.908	2.294	26,8
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	643	573	12,2
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	424	363	16,6
Ertragsteuern	302	536	-43,6
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	1.589	1.458	9,0
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	2.412	2.684	-10,1
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	452	434	4,2
Als zur Veräußerung gehalten klassifizierte Verbindlichkeiten	-	594	n.a.
Kurzfristige Passiva	9.257	8.965	3,3
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	2.946	2.466	19,5
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	2.343	2.263	3,6
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	44	51	-14,4
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	118	267	-55,7
Latente Steuerschulden	135	122	10,6
Sonstige langfristige Rückstellungen	88	149	-41,0
Langfristige abgegrenzte Schulden	7	8	-9,8
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	6	9	-28,8
Langfristige Passiva	5.688	5.334	6,6
Grundkapital	179	192	-6,8
Sonstige Rücklagen	466	468	-0,4
Gewinnrücklagen	4.347	6.860	-36,6
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	4.991	7.519	-33,6
Nicht beherrschende Anteile	360	318	13,1
Gesamtes Eigenkapital	5.351	7.837	-31,7
Passiva	20.296	22.137	-8,3



Zusätzliche Informationen zur Bilanz in Mio. €

	31. Dezember 2022	31. Dezember 2021	Veränderung in %
Operatives kurzfristiges Betriebskapital	5.594	3.890	43,8
Kurzfristiges Betriebskapital	2.475	4.978	-50,3
Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten ¹	6.047	2.082	190,5
Verschuldungsgrad ²	121,2 %	27,7 %	93,5 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.