

Starker Start ins Jahr 2021 für adidas; Prognose für das Gesamtjahr nach oben angepasst

Wichtige Entwicklungen:

- **Währungsbereinigter Umsatz steigt um 27 % trotz negativer externer Effekte im hohen einstelligen Bereich**
- **Direktvertrieb (DTC) wächst um mehr als 30 %, mit Anstieg im E-Commerce-Bereich um 43 % nach 35 % im Vorjahresquartal**
- **Bruttomarge verbessert sich um 2,1 PP auf 51,8 % aufgrund des gesunden Vorratsbestands (9 % unter dem Vorjahresniveau)**
- **Operative Marge erhöht sich um 12,3 PP auf 13,4 %**
- **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen bei 502 Mio. €**
- **Prognose für das Gesamtjahr 2021 nach oben angepasst: nun Umsatzanstieg im hohen Zehnprozentbereich erwartet**

„Im ersten Jahr unseres neuen Strategiezyklus sind wir schnell aus den Startblöcken gekommen. Wir haben hervorragende Umsatzzuwächse sowie starke Profitabilitätsverbesserungen erreicht. Diese positive Entwicklung wurde durch einen Anstieg der Umsatzerlöse im Direktvertrieb in allen Marktsegmenten angetrieben,“, sagte adidas Vorstandsvorsitzender Kasper Rorsted. „Wir passen unseren Ausblick für das Gesamtjahr 2021 nach oben an. Wir sind nun noch zuversichtlicher, dass wir eine starke Erholung unserer Umsatzentwicklung sehen werden, auch wenn das Umfeld noch nicht wieder auf normalem Niveau ist. Unsere Strategie ‚Own the Game‘ ist glänzend gestartet. 2021 wird ein wichtiger erster Schritt sein, unsere Zielvorgaben bis 2025 erfolgreich umzusetzen.“

Umsatz steigt währungsbereinigt um 27 %, mit Anstieg im Bereich Footwear um 31 %

Im ersten Quartal nahm der währungsbereinigte Umsatz um 27 % zu. Dieser Anstieg wurde trotz anhaltender Lockdowns in Europa und branchenweiter Lieferkettenengpässe erzielt, die das währungsbereinigte Umsatzwachstum im Laufe des Quartals im hohen einstelligen Bereich schmälerten. Nach Vertriebskanälen betrachtet ist das Gesamtumsatzwachstum auf außerordentliche Umsatzverbesserungen im DTC (Direct-to-Consumer)-Geschäft zurückzuführen. Hier stiegen die Umsatzerlöse um 31 % und machten mehr als ein Drittel

Nach der Entscheidung des Unternehmens, den Fokus auf die weitere Stärkung der führenden Marktposition der Marke adidas zu richten und einen Prozess zu starten, der auf die Veräußerung von Reebok abzielt, werden ab dem ersten Quartal 2021 die Ergebnisse des Reebok Geschäfts als aufgegebenen Geschäftsbereich berichtet. Zur besseren Übersicht beziehen sich alle Zahlen des Geschäftsjahres 2020 auf die fortgeführten Geschäftsbereiche des Unternehmens, sofern nicht ausdrücklich anders angegeben. Eine Anpassung der Bilanzposten für das Geschäftsjahr 2020 ist nach IFRS jedoch nicht gestattet.



des Gesamtumsatzes aus. Diese Entwicklung ist eine unmittelbare Folge der starken Durchverkaufstrends, da adidas Produkte bei Konsumenten weltweit gut ankommen.

Innerhalb des Bereichs DTC zeigte erneut das E-Commerce-Geschäft seine besondere Stärke, da dessen Umsätze durch einen außerordentlichen Anstieg der zum vollen Preis verkauften Produkte getrieben waren.

Die E-Commerce-Umsätze stiegen um 43 %, nach 35 % im Vorjahresquartal, und konnten sich damit im Zweijahreszeitraum beinahe verdoppeln. Global gesehen wurde mit 31 % der größte Umsatzanstieg im Bereich Footwear erzielt. Insgesamt war das Umsatzwachstum auf zweistellige Zuwächse in den Kategorien Training, Running, Outdoor sowie Lifestyle zurückzuführen. In Euro erhöhte sich der Umsatz des Unternehmens im ersten Quartal um 20 % auf 5,268 Mrd. € (2020: 4,381 Mrd. €).

Wachstum in allen Marktsegmenten

Die Umsatzsteigerung im ersten Quartal ist auf Wachstum in allen Marktsegmenten zurückzuführen. In den drei strategischen Märkten China, Nordamerika und EMEA nahmen die Umsätze währungsbereinigt wie folgt zu: Während die Umsätze in China im dreistelligen Bereich stiegen (+156 %), nahmen sie in Nordamerika und EMEA mit jeweils einem Plus von 8 % im hohen einstelligen Bereich zu. Lateinamerika verzeichnete Umsatzzuwächse in Höhe von 18 % und Asien-Pazifik um 4 %. Von allen Marktsegmenten war EMEA am stärksten von den anhaltenden Lockdowns betroffen. Im März sank in Europa der Anteil der geöffneten Geschäfte auf unter 50 %. Weltweit hatten zum Ende des ersten Quartals 89 % unserer Geschäfte geöffnet.

Bruttomarge verbessert sich um 2,1 PP auf 51,8 % aufgrund gesunden Vorratsbestands

Die Bruttomarge des Unternehmens stieg um 2,1 Prozentpunkte auf 51,8 % (2020: 49,7 %). Diese Verbesserung ist in erster Linie auf niedrigere Beschaffungskosten zurückzuführen. Die Kosten im Zusammenhang mit Stornierungen von Bestellungen bei Zulieferern im letzten Jahr haben sich nicht wiederholt. Zudem haben ein besserer Vertriebskanal- und Marktmix die Entwicklung der Bruttomarge unterstützt und sich günstig auf den außerordentlichen Zuwachs sowohl im globalen E-Commerce als auch in China ausgewirkt. Diese positive Entwicklung wurde teilweise durch erhebliche ungünstige Währungsentwicklungen und – zu einem geringeren Teil – einem weniger günstigen Preismix aufgehoben. Während sich die verkaufsfördernden Aktivitäten weiter deutlich gegenüber früheren Quartalen verbesserten, waren sie dennoch höher als im Vorjahr, da das Vorjahresquartal nicht maßgeblich von pandemiebedingten Rabattaktionen betroffen war.

Operative Marge erhöht sich um 12,3 PP auf 13,4 %

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen mit 2,047 Mrd. € um 5 % unter dem Vorjahresniveau (2020: 2,147 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz gingen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 10,1 Prozentpunkte auf 38,9 % zurück (2020: 49,0 %). Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen sanken um 17 % auf 541 Mio. € (2020: 648 Mio. €), da physische Marketingaktivitäten in weiten Teilen der Welt nach wie vor eingeschränkt sind. Gleichzeitig haben wir unsere Investitionen im Bereich Digital Marketing deutlich erhöht, um das DTC-Storytelling sowie das E-Commerce-Geschäft zu unterstützen. Im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen um 4,5 Prozentpunkte auf 10,3 % (2020: 14,8 %). Die Betriebsgemeinkosten stiegen um 1 % auf 1,506 Mrd. € (2020: 1,498 Mrd. €), hauptsächlich basierend auf gestiegenen Logistikkosten infolge des außerordentlichen Wachstums im E-Commerce-Bereich. Zudem verzeichnete adidas temporäre verlorene Kosten in Höhe von rund 60 Mio. €, die im Zusammenhang mit der geplanten Veräußerung von Reebok stehen. Im Verhältnis zum Umsatz gingen die Betriebsgemeinkosten um 5,6 Prozentpunkte auf 28,6 % zurück (2020: 34,2 %). Das Betriebsergebnis des Unternehmens verbesserte sich auf 704 Mio. € (2020: 48 Mio. €). Mit einem Anstieg um 12,3 Prozentpunkte auf 13,4 % (2020: 1,1 %) hat sich die operative Marge beinahe vollständig wieder auf Vor-Pandemieniveau erholt.

Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen bei 502 Mio. €

Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen des Unternehmens stieg auf 502 Mio. € (2020: 26 Mio. €). Das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen lag bei 2,60 € (2020: 0,16 €).

Rückgang der Vorräte und des operativen kurzfristigen Betriebskapitals

Die Vorräte verringerten sich im Vergleich zum Vorjahr um 9 % auf 3,938 Mrd. € (2020: 4,334 Mrd. €). Diese Entwicklung wurde zwar durch die Entkonsolidierung von Reebok unterstützt, doch auch auf vergleichbarer Basis waren die Vorräte niedriger als im Vorjahr. Auf währungsbereinigter Basis gingen die Vorräte im Vergleich zum Vorjahreswert um 8 % zurück. Das operative kurzfristige Betriebskapital verringerte sich um 7 % auf 4,297 Mrd. € (2020: 4,635 Mrd. €). Währungsbereinigt ging das operative kurzfristige Betriebskapital um 6 % zurück. Das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz stieg auf 23,7 % (2020: 21,0 %), was auf einen zweistelligen Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen vor dem Hintergrund einer Normalisierung der Zahlungsbedingungen mit den Zulieferern des Unternehmens zurückzuführen ist.



Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten in Höhe von 3,290 Mrd. €

Die bereinigten Nettofinanzverbindlichkeiten beliefen sich zum 31. März 2021 auf 3,290 Mrd. € (31. März 2020: bereinigte Finanzverbindlichkeiten von 4,816 Mrd. €). Dies entspricht einer Verbesserung gegenüber dem Vorjahr um 1,527 Mrd. €. Verantwortlich für diese Entwicklung war hauptsächlich der deutlich höhere Nettomittelzufluss aus der betrieblichen Tätigkeit. Dem standen die Verwendung flüssiger Mittel für den Erwerb von Anlagevermögen sowie die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten gegenüber.

adidas passt Prognose für das Gesamtjahr 2021 nach oben an

Trotz negativer Effekte resultierend aus anhaltenden Lockdowns in Europa, branchenweiten Herausforderungen in der Lieferkette und der geopolitischen Situation passt adidas die Prognose für die Umsatzentwicklung im Gesamtjahr 2021 nach oben an. Aufgrund der gesunden Markendynamik und der stärker-als-erwarteten Produktnachfrage erwartet das Unternehmen nun einen währungsbereinigten Umsatzanstieg im hohen Zehnprozentbereich. Speziell für das zweite Quartal prognostiziert adidas eine deutliche Beschleunigung des Umsatzwachstums und einen währungsbereinigten Umsatzanstieg um etwa 50 %. Diese Beschleunigung wird durch eine Reihe von Produktinnovationen unterstützt. Dazu gehören der bislang erste kreislaufwirtschaftlich konzipierte („made to be remade“) Ultraboost oder der Laufschuh 4D FWD, mit dem wir das Futurecraft 4D-Konzept im Bereich Performance Running einführen. Zudem werden wir neu eingeführte sowie etablierte Lifestyle-Produktfamilien wie Forum und ZX weiter skalieren. Darüber hinaus bieten sportliche Großereignisse wie die UEFA Euro oder Copa América eine einzigartige Bühne für adidas Markenbotschaften und Produkt-Stories vor einem globalen Publikum.

Wir gehen weiter davon aus, dass die Bruttomarge des Unternehmens für das Gesamtjahr auf einen Wert von rund 52,0 % (2020: 50,0 %) und die operative Marge auf einen Wert zwischen 9 % und 10 % (2020: 4,0 %) steigen werden. Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen wird unseren Prognosen zufolge auf einen Wert zwischen 1,25 Mrd. € und 1,45 Mrd. € steigen (2020: 461 Mio. €). Der Profitabilitätsausblick des Unternehmens beinhaltet weiterhin temporäre verlorene Kosten im Zusammenhang mit der vorgesehenen Veräußerung von Reebok. Diese Kosten werden sich den Erwartungen zufolge im Jahr 2021 mit etwa 250 Mio. € auf das Betriebsergebnis und mit rund 200 Mio. € auf den Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen auswirken. Die mittelfristigen Wachstumsprognosen werden von diesen Kosten jedoch nicht beeinflusst, da adidas davon ausgeht, dass für das Geschäftsjahr 2022 nur noch etwa 30 % der 250 Mio. € anfallen und bis zum Jahr 2023 die verlorenen Kosten vollständig eliminiert sein werden.

Kasper Rorsted: „Auch wenn weiter externe Unsicherheiten bestehen, wird 2021 ein erfolgreiches Jahr für adidas. Unser Vorratsbestand ist gesund, unsere Pipeline an



innovativen Produkten ist gut gefüllt. Die großen Sportereignisse des Jahres geben uns die Möglichkeit, unsere Marke Milliarden von Konsumenten zu präsentieren. Wir freuen uns auch darauf, unsere Konsumenten wieder überall auf der Welt in unseren Geschäften begrüßen zu können. Deshalb werden unsere Umsätze dieses Jahr schneller als erwartet wachsen, angetrieben durch starke Umsatzsteigerungen in allen Marktsegmenten. Insgesamt bleiben wir sehr zuversichtlich, dass wir 2021 und darüber hinaus unsere Umsatz- und Gewinnziele erreichen werden.“

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



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

in Mio. €	1. Jan. 2021 bis 31. März 2021	1. Jan. 2020 bis 31. März 2020	Veränderung
Umsatzerlöse	5.268	4.381	20,2 %
Umsatzkosten	2.538	2.203	15,2 %
Bruttoergebnis	2.730	2.178	25,4 %
(in % der Umsatzerlöse)	51,8 %	49,7 %	2,1 PP
Lizenz- und Provisionserträge	14	15	-8,5 %
Sonstige betriebliche Erträge	7	2	271,5 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.047	2.147	-4,6 %
(in % der Umsatzerlöse)	38,9 %	49,0 %	-10,1 PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	541	648	-16,5 %
(in % der Umsatzerlöse)	10,3 %	14,8 %	-4,5 PP
Betriebsgemeinkosten ²	1.506	1.498	0,5 %
(in % der Umsatzerlöse)	28,6 %	34,2 %	-5,6 PP
Betriebsergebnis	704	48	1.362,6 %
(in % der Umsatzerlöse)	13,4 %	1,1 %	12,3 PP
Finanzerträge	3	7	-63,8 %
Finanzaufwendungen	38	42	-10,1 %
Gewinn vor Steuern	669	13	5.179,8 %
(in % der Umsatzerlöse)	12,7 %	0,3 %	12,4 PP
Ertragsteuern	166	-13	n.a.
(in % des Gewinns vor Steuern)	24,9 %	-104,4 %	n.a.
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	502	26	1.839,9 %
(in % der Umsatzerlöse)	9,5 %	0,6 %	8,9 PP
Gewinn/Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	52	-0	n.a.
Gewinn	554	26	2.050,4 %
(in % der Umsatzerlöse)	10,5 %	0,6 %	9,9 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	558	31	1.719,7 %
(in % der Umsatzerlöse)	10,6 %	0,7 %	9,9 PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Verlust	-4	-5	18,0 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	2,60	0,16	1.547,6 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	2,60	0,16	1.547,6 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	2,86	0,16	1.723,8 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	2,86	0,16	1.723,8 %

¹ Die Zahlen reflektieren fortgeführte Geschäftsbereiche aufgrund des geplanten Verkaufs des Reebok Geschäfts.

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

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.



Umsatzerlöse¹

in Mio. €	1. Jan. 2021 bis 31. März 2021	1. Jan. 2020 bis 31. März 2020	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
EMEA	1.770	1.705	3,8 %	7,6 %
Nordamerika	1.157	1.166	-0,8 %	8,1 %
Greater China	1.402	559	151,1 %	155,9 %
Asien-Pazifik	603	602	0,1 %	3,9 %
Lateinamerika	297	303	-2,1 %	18,0 %
Andere Geschäftssegmente	39	47	-16,7 %	-16,1 %

¹ Die Zahlen reflektieren fortgeführte Geschäftsbereiche aufgrund des geplanten Verkaufs des Reebok Geschäfts.
Es können Rundungsdifferenzen auftreten.



Konzernbilanz (IFRS) der adidas AG

in Mio. €	31. März 2021	31. März 2020	Veränderung in %
Flüssige Mittel	3.923	1.975	98,6
Kurzfristige Finanzanlagen	0	10	-98,3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.418	2.794	-13,5
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	742	698	6,3
Vorräte	3.938	4.334	-9,1
Forderungen aus Ertragsteuern	79	108	-26,5
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.067	1.250	-14,7
Als zur Veräußerung gehalten klassifizierte Vermögenswerte	1.679	-	n.a.
Kurzfristige Aktiva	13.846	11.169	24,0
Sachanlagen	2.100	2.350	-10,6
Nutzungsrechte	2.376	2.759	-13,9
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.206	1.271	-5,1
Markenrechte	16	880	-98,1
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	247	295	-16,3
Langfristige Finanzanlagen	279	352	-20,7
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	346	388	-10,6
Latente Steueransprüche	1.179	1.139	3,4
Sonstige langfristige Vermögenswerte	101	178	-42,9
Langfristige Aktiva	7.851	9.613	-18,3
Aktiva	21.697	20.782	4,4
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	704	964	-27,0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.059	2.494	-17,4
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	556	550	1,2
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	360	176	104,3
Ertragsteuern	654	624	4,8
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	1.475	1.689	-12,6
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	2.135	2.109	1,2
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	415	489	-15,2
Als zur Veräußerung gehalten klassifizierte Verbindlichkeiten	655	-	n.a.
Kurzfristige Passiva	9.014	9.094	-0,9
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	2.476	1.592	55,6
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	2.076	2.412	-13,9
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	78	47	66,5
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	236	209	12,7
Latente Steuerschulden	154	304	-49,3
Sonstige langfristige Rückstellungen	112	178	-37,1
Langfristige abgegrenzte Schulden	6	9	-35,1
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	19	7	154,7
Langfristige Passiva	5.158	4.758	8,4
Grundkapital	195	195	0,0
Sonstige Rücklagen	-207	136	n.a.
Gewinnrücklagen	7.293	6.331	15,2
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	7.281	6.661	9,3
Nicht beherrschende Anteile	244	268	-8,7
Gesamtes Eigenkapital	7.525	6.929	8,6
Passiva	21.697	20.782	4,4

Zusätzliche Informationen zur Bilanz			
Operatives kurzfristiges Betriebskapital	4.297	4.635	-7,3
Kurzfristiges Betriebskapital	4.831	2.074	132,9
Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten ¹	3.290	4.816	-31,7
Verschuldungsgrad ²	45,2 %	72,3 %	-27,1 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.