



**ZUR SOFORTIGEN VERÖFFENTLICHUNG**

**Herzogenaurach, 9. März 2022**

## **adidas erzielt im Jahr 2021 starke Ergebnisse und erwartet zweistelliges Umsatzwachstum für 2022**

### **Wichtige Entwicklungen im Geschäftsjahr 2021**

- **Währungsbereinigter Umsatz steigt um 16 %, getrieben durch Wachstum in allen Märkten**
- **Hervorragende Umsatzdynamik in EMEA, Nordamerika und Lateinamerika mit starken zweistelligen Zuwächsen in jeder Region**
- **Zweistelliges Wachstum im DTC-Geschäft spiegelt Verbesserungen sowohl im Online- als auch Offline-Geschäft wider**
- **Bruttomarge steigt auf 50,7 % aufgrund des Anstiegs der zum vollen Preis verkauften Produkte und des besseren Bestandsmanagements**
- **Operative Marge erhöht sich um 5,3 Prozentpunkte auf 9,4 %**
- **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen legt um mehr als 1 Mrd. € auf 1,492 Mrd. € zu**
- **Vorstand und Aufsichtsrat schlagen Dividendenerhöhung um 10 % auf 3,30 € je Aktie vor**

### **Ausblick Gesamtjahr 2022**

- **Währungsbereinigter Umsatzanstieg zwischen 11 % und 13 % erwartet; darin ist bereits ein Risiko in Höhe von bis zu 250 Mio. € aus dem Russland/GUS-Geschäft im Zusammenhang mit dem Krieg in der Ukraine berücksichtigt**
- **Bruttomarge verbessert sich voraussichtlich auf einen Wert zwischen 51,5 % und 52,0 %**
- **Operative Marge verbessert sich den Erwartungen zufolge auf einen Wert zwischen 10,5 % und 11,0 %**
- **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen soll auf einen Wert zwischen 1,8 Mrd. € und 1,9 Mrd. € steigen**

Kasper Rorsted, Vorstandsvorsitzender von adidas: „Leider veröffentlichen wir unsere Ergebnisse für das Gesamtjahr 2021 in beunruhigenden Zeiten. Unsere Gedanken und Gebete sind bei der ukrainischen Bevölkerung, unseren Teams vor Ort und allen Betroffenen. Als Unternehmen verurteilen wir jede Form von Gewalt und zeigen uns solidarisch mit allen, die zum Frieden aufrufen. Um Hilfe zu leisten, spendet adidas unter anderem an Kinder- und Flüchtlingshilfsorganisationen. Wir beobachten die Situation sehr aufmerksam und werden bei Bedarf weitere Unternehmensentscheidungen treffen. Die Sicherheit und Unterstützung unserer Beschäftigten stehen dabei und zu jeder Zeit im Vordergrund.“



„Im Geschäftsjahr 2021 haben wir trotz einer Vielzahl externer Faktoren, die das ganze Jahr hindurch Angebot und Nachfrage belasteten, sehr gute Ergebnisse erzielt“, so Rorsted weiter. „In Märkten, die keinen größeren Beeinträchtigungen ausgesetzt waren, haben wir eine starke Umsatzdynamik erreicht, wie die zweistelligen Umsatzzuwächse in EMEA, Nordamerika und Lateinamerika zeigen. Während wir weiter kräftig in unsere Marke, unser Direct-to-Consumer-Geschäft und unsere digitale Transformation investiert haben, steigerten wir unseren Gewinn um mehr als 1 Mrd. €. Insgesamt gesehen war 2021 ein erfolgreiches erstes Jahr in unserem neuen Strategiezyklus. Im Jahr 2022 werden wir auf dieser Dynamik aufbauen und – trotz erhöhter Unsicherheit – sowohl unseren Umsatz als auch unseren Gewinn weiter im zweistelligen Prozentbereich steigern.“

### **Finanzergebnisse 2021**

#### **Währungsbereinigter Umsatz steigt trotz herausforderndem Marktumfeld um 16 %**

Im Geschäftsjahr 2021 verzeichnete adidas trotz einer Vielzahl externer Faktoren, die das ganze Jahr hindurch Angebot und Nachfrage belasteten, einen währungsbereinigten Umsatzanstieg um 16 %. Insgesamt haben das herausfordernde Marktumfeld in China, weitreichende Lockdowns im Zusammenhang mit Covid-19 in Asien-Pazifik sowie branchenweite Beeinträchtigungen der Lieferkette das Umsatzwachstum auf das Gesamtjahr gesehen um über 1,5 Mrd. € gedämpft. Nach Vertriebskanälen betrachtet war das Umsatzwachstum hauptsächlich durch die starke Erholung von den erheblichen Einbußen in den physischen Vertriebskanälen im Laufe des Jahres 2020 getrieben. Zu diesem Zeitpunkt mussten aufgrund der globalen Coronavirus-Pandemie sehr viele Geschäfte vorübergehend schließen. Infolgedessen stiegen der Großhandelsumsatz sowie der Umsatz der eigenen Einzelhandelsgeschäfte von adidas im Jahr 2021 stark zweistellig. Auf Basis des außerordentlichen Wachstums im Jahr 2020, als der E-Commerce-Umsatz um mehr als 50 % zugelegt hatte, stieg der Umsatz in diesem Bereich im Jahr 2021 um weitere 4 %. In Euro erhöhte sich der Umsatz des Unternehmens im Jahr 2021 um 15 % auf 21,234 Mrd. € (2020: 18,435 Mrd. €).

#### **Umsatzwachstum in allen Marktsegmenten**

Während der Umsatz im Geschäftsjahr 2021 in allen Marktsegmenten zulegen, variierte die Umsatzentwicklung nach Regionen betrachtet erheblich, je nachdem, wie sich die verschiedenen Herausforderungen bei Angebot und Nachfrage auf die jeweilige Region auswirkten. Die branchenweiten Herausforderungen der Lieferkette betrafen zwar alle Märkte, doch in denen, die keinen größeren Beeinträchtigungen aufgrund von Covid-19 ausgesetzt waren, konnte adidas besonders starke Entwicklungen verzeichnen. So erhöhte sich der Umsatz auf währungsbereinigter Basis in EMEA um 24 %, in Nordamerika um 17 % und in Lateinamerika um 47 %. Gleichzeitig beeinträchtigten das herausfordernde



Marktumfeld in China (+3 %) und die erheblichen Einschränkungen in Asien-Pazifik (+8 %) im Zusammenhang mit Covid-19 die Ergebnisse des Unternehmens in diesen Märkten.

### **Bruttomarge erreicht 50,7 % aufgrund des Anstiegs der zum vollen Preis verkauften Produkte und des besseren Bestandsmanagements**

Die Bruttomarge des Unternehmens stieg um 0,7 Prozentpunkte auf 50,7 % (2020: 50,0 %). Negative Währungsentwicklungen, höhere Kosten der Lieferkette sowie ein ungünstigerer Vertriebskanal- und Marktmix belasteten die Entwicklung im Geschäftsjahr 2021. Diese negativen Effekte konnten jedoch durch den Anstieg der zum vollen Preis verkauften Produkte, niedrigere Wertberichtigungen auf Vorräte sowie nicht wiederkehrende Kosten im Zusammenhang mit Stornierungen von Bestellungen im Vorjahr mehr als kompensiert werden.

### **Operative Marge verbessert sich um 5,3 Prozentpunkte**

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen 2021 um 4 % auf 8,892 Mrd. € (2020: 8,580 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz gingen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 4,7 Prozentpunkte auf 41,9 % zurück (2020: 46,5 %). Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen nahmen aufgrund höherer Investitionen in die Marke zur Unterstützung der Einführung neuer Produkte sowie zur Förderung der Konsumentenerlebnisse sowohl auf den digitalen Einkaufsplattformen als auch in physischen Geschäften um 7 % zu und lagen bei 2,547 Mrd. € (2020: 2,373 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen um 0,9 Prozentpunkte auf 12,0 % (2020: 12,9 %). Die Betriebsgemeinkosten, welche Remanenzkosten („Stranded Costs“) in Höhe von mehr als 220 Mio. € im Zusammenhang mit der Veräußerung von Reebok enthalten, stiegen um 2 % auf 6,345 Mrd. € (2020: 6,207 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz gingen die Betriebsgemeinkosten um 3,8 Prozentpunkte auf 29,9 % zurück (2020: 33,7 %). Aufgrund der starken Umsatzentwicklung in Kombination mit der verbesserten Bruttomarge und den niedrigeren Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz stieg das Betriebsergebnis im Geschäftsjahr 2021 um 166 % auf 1,986 Mrd. € (2020: 746 Mio. €). Infolgedessen verbesserte sich die operative Marge um 5,3 Prozentpunkte auf 9,4 % im Vergleich zum Vorjahreswert von 4,0 %.

### **Finanzergebnis geht zurück**

Die Finanzerträge gingen im Geschäftsjahr 2021 um 32 % auf 19 Mio. € zurück (2020: 29 Mio. €), während sich die Finanzaufwendungen um 22 % auf 153 Mio. € reduzierten (2020: 196 Mio. €). Infolgedessen belief sich das Finanzergebnis des Unternehmens auf –133 Mio. € im Vergleich zu –167 Mio. € im Vorjahr. Die Steuerquote des Unternehmens sank im Jahr 2021 um 0,8 Prozentpunkte auf 19,4 % (2020: 20,2 %).

## **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen steigt um mehr als 1 Mrd. €**

Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen nahm im Geschäftsjahr 2021 im Vergleich zum Vorjahr um 223 % auf 1,492 Mrd. € zu (2020: 461 Mio. €). Sowohl das unverwässerte als auch das verwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen stiegen um 223 % auf 7,47 € (2020: 2,31 €).

## **Das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz verringert sich um 5,3 Prozentpunkte**

Die Vorräte lagen zum Ende des Geschäftsjahres 2021 mit 4,009 Mrd. € um 9 % unter dem Vorjahresniveau (2020: 4,397 Mrd. €). Währungsbereinigt gingen die Vorräte um 12 % zurück. Diese Entwicklung ist in erster Linie auf die Veräußerung des Reebok Geschäfts, aber auch auf den starken Durchverkauf der Produkte des Unternehmens, ein erfolgreiches Bestandsmanagement sowie die Auswirkungen der branchenweiten Herausforderungen in der Lieferkette zurückzuführen. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich zum 31. Dezember 2021 um 11 % auf 2,175 Mrd. € (2020: 1,952 Mrd. €). Diese Entwicklung spiegelt das starke Umsatzwachstum des Unternehmens wider. Währungsbereinigt stiegen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 6 %. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen lagen zum Ende des Geschäftsjahres 2021 mit 2,294 Mrd. € um 4 % unter dem Vorjahresniveau (2020: 2,390 Mrd. €). Diese Entwicklung ist auf eine Normalisierung der Zahlungsbedingungen und die Veräußerung des Reebok Geschäfts zurückzuführen. Auf währungsbereinigter Basis verringerten sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 6 %. Das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz ging für das Gesamtjahr um 5,3 Prozentpunkte auf 20,0 % zurück (2020: 25,3 %).

## **Beschleunigte Investitionen in DTC und Digital**

Die Investitionen des Unternehmens stiegen 2021 um 51 % auf 667 Mio. € (2020: 442 Mio. €). Dabei floss der Großteil der Investitionen erneut in neue oder umgestaltete eigene Einzelhandelsgeschäfte, in E-Commerce sowie in die umfassendere IT-Infrastruktur des Unternehmens.

## **Vorstand und Aufsichtsrat schlagen Dividendenzahlung in Höhe von 3,30 € je Aktie vor**

Angeichts der starken operativen und finanziellen Ergebnisse im Jahr 2021, der Finanzlage des Unternehmens sowie der Zuversicht in die langfristigen Wachstumsambitionen beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat der adidas AG, der Hauptversammlung am 12. Mai 2022 eine Dividende in Höhe von 3,30 € je dividendenberechtigte Aktie vorzuschlagen. Dies bedeutet eine Erhöhung von 10 % gegenüber dem Vorjahr (2021: 3,00 €).

## Finanzergebnisse im vierten Quartal 2021

### **Umsatz im vierten Quartal beeinträchtigt durch Herausforderungen bei Angebot und Nachfrage**

Der Umsatz ging im vierten Quartal auf währungsbereinigter Basis um 3 % zurück. Erhebliche Lieferengpässe infolge der Lockdowns in Vietnam im vergangenen Jahr, das herausfordernde Marktumfeld in China sowie Lockdowns im Zusammenhang mit Covid-19 in Asien-Pazifik haben das Umsatzwachstum im vierten Quartal 2021 um mehr als 400 Mio. € verringert. Angesichts anhaltender Lieferengpässe priorisierte das Unternehmen weiterhin den eigenen DTC-Vertriebskanal. Infolgedessen blieb der Umsatz in diesem Vertriebskanal im Vergleich zum Vorjahr stabil. Dies entspricht einem Anstieg um 14 % im Vergleich zu 2019. Der E-Commerce-Umsatz von adidas verzeichnete einen deutlichen Anstieg der zum vollen Preis verkauften Produkte. Gleichzeitig ging der Umsatz im digitalen Vertriebskanal im vierten Quartal um 2 % zurück, was auf das außerordentliche Wachstum im Vorjahreszeitraum zurückzuführen ist. Der Umsatz des Unternehmens im Bereich E-Commerce wuchs im vierten Quartal um 39 % im Vergleich zu 2019. In Euro blieb der Umsatz von adidas mit 5,137 Mrd. € stabil (2020: 5,142 Mrd. €).

### **Umsatzanstieg im vierten Quartal im hohen zweistelligen Bereich in EMEA**

Nach Regionen betrachtet wurde der Umsatz in Nordamerika am stärksten durch die Lieferengpässe im vierten Quartal beeinträchtigt. Nahezu die Hälfte der gesamten negativen Auswirkungen wurde in diesem Markt verzeichnet. Infolgedessen ging der währungsbereinigte Umsatz in Nordamerika im Quartal um 4 % zurück. Dennoch stieg der Umsatz im DTC-Geschäft des Unternehmens in diesem Markt weiter, was die DTC-gesteuerte Unternehmensstrategie widerspiegelt. Obwohl EMEA ebenfalls deutlich von den Lieferengpässen beeinträchtigt wurde, wuchs der Umsatz dennoch um 15 %. Dieser Anstieg ist auf zweistelliges Wachstum sowohl im DTC-Vertriebskanal als auch im Großhandel zurückzuführen. Der Umsatz in Lateinamerika legte im vierten Quartal um 9 % zu. Dies entspricht einem starken zweistelligen Wachstum im Vergleich zu 2019. In China und APAC gingen die Umsätze aufgrund von Lieferengpässen, Einschränkungen im Zusammenhang mit Covid-19 und, im Fall Chinas, einem herausfordernden Marktumfeld, um 24 % bzw. 6 % zurück.

### **Bruttomarge leicht rückläufig um 0,1 Prozentpunkte**

Im vierten Quartal 2021 ging die Bruttomarge leicht um 0,1 Prozentpunkte auf 49,0 % zurück (2020: 49,1 %). Deutlich höhere Kosten der Lieferkette – das Unternehmen verzeichnete allein in dem Quartal zusätzliche Frachtkosten von mehr als 100 Mio. € – sowie anhaltend negative Effekte aus ungünstigen Währungsentwicklungen belasteten die Bruttomarge im vierten

Quartal sehr stark. Kompensiert wurde dies fast vollständig durch einen wesentlich höheren Anteil zum vollen Preis verkaufter Produkte.

## **Operative Marge unter Vorjahresniveau**

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen nahmen im vierten Quartal um 7 % auf 2,501 Mrd. € zu (2020: 2,331 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 3,3 Prozentpunkte auf 48,7 % (2020: 45,3 %). Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen stiegen um 8 % auf 715 Mio. € (2020: 662 Mio. €) und im Verhältnis zum Umsatz auf 13,9 % (2020: 12,9 %). Dies ist höheren Investitionen zur Unterstützung der Einführung neuer Produkte wie dem UltraBoost22, dem NMD S1 und der neusten IVY PARK x adidas Kollektion sowie zur Verbesserung des Konsumentenerlebnisses über alle Berührungspunkte hinweg zuzuschreiben. Die Betriebsgemeinkosten nahmen um 7 % auf 1,786 Mrd. € zu (2020: 1,670 Mrd. €). Darin enthalten sind Remanenzkosten („Stranded Costs“) in Höhe von rund 60 Mio. € im Zusammenhang mit der Veräußerung von Reebok. Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Betriebsgemeinkosten auf 34,8 % (2020: 32,5 %). Das Betriebsergebnis belief sich auf 66 Mio. € (2020: 225 Mio. €), was zu einer operativen Marge von 1,3 % führte (2020: 4,4 %). Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen erreichte im vierten Quartal 123 Mio. € (2020: 143 Mio. €), unterstützt durch einen positiven Steuereffekt im Zusammenhang mit der Veräußerung von Reebok. Sowohl das unverwässerte als auch das verwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen betrug im vierten Quartal 0,58 € (2020: 0,70 €).

## **Ausblick 2022**

### **Währungsbereinigter Umsatz soll um 11 % bis 13 % wachsen**

Angesichts der Erholung von der Coronavirus-Pandemie im Jahr 2021 erwartet adidas im Jahr 2022 trotz erhöhter Unsicherheit eine Fortsetzung des zweistelligen Umsatzwachstums. Die Umsetzung der Unternehmensstrategie „Own the Game“ und die starke Produkt-Pipeline werden den währungsbereinigten Umsatz voraussichtlich um 11 % bis 13 % erhöhen. Diese Wachstumsprognose enthält bereits ein Risiko von bis zu 250 Mio. € aus dem Russland/GUS-Geschäft – was rund 50 % der Gesamterlöse des Unternehmens in der Region entspricht – aufgrund des Krieges in der Ukraine und spiegelt die Entscheidung des Unternehmens, den Betrieb seiner Geschäfte und seines Onlinehandels in Russland bis auf weiteres einzustellen, wider. Dieser Betrag entspricht etwa 1 Prozentpunkt des Unternehmenswachstums und erklärt die Abweichung von der ursprünglichen Prognose, die im Lagebericht enthalten und zum Zeitpunkt der Erstellung des Geschäftsberichts abgegeben wurde.



### **Währungsbereinigter Umsatz steigt voraussichtlich in allen Märkten**

Nach Regionen betrachtet erhöht sich der währungsbereinigte Umsatz voraussichtlich in allen Märkten. Während der währungsbereinigte Umsatz in Nordamerika und Lateinamerika im mittleren bis hohen Zehnprozentbereich zulegen wird, erwartet das Unternehmen für EMEA und Asien-Pazifik einen währungsbereinigten Umsatzzuwachs im mittleren Zehnprozentbereich. China wird infolge der weiteren erfolgreichen Umsetzung des Aktionsplans zur Stabilisierung des Geschäfts und zur Anregung des Wachstums voraussichtlich einen Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Bereich verzeichnen.

### **Bruttomarge steigt voraussichtlich auf einen Wert zwischen 51,5 % und 52,0 %**

Das Unternehmen geht davon aus, dass sich die Bruttomarge weiter erholen und einen Wert von zwischen 51,5 % und 52,0 % erreichen wird. Effekte aus einem günstigen Vertriebskanalmix, signifikante Preiserhöhungen sowie die positiven Auswirkungen günstiger Währungsentwicklungen werden zur Verbesserung der Bruttomarge beitragen und, den Prognosen zufolge, deutlich höhere Kosten der Lieferkette kompensieren.

### **Operative Marge verbessert sich voraussichtlich auf einen Wert zwischen 10,5 % und 11,0 %**

Die operative Marge des Unternehmens wird den Erwartungen zufolge deutlich auf einen Wert zwischen 10,5 % und 11,0 % steigen. Zusätzlich zur höheren Bruttomarge werden sich 2022 voraussichtlich niedrigere Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz positiv auf die operative Marge des Unternehmens auswirken. Diese Entwicklung wird durch den Wegfall von rund 70 % der im Zusammenhang mit Reebok entstandenen Remanenzkosten („Stranded Costs“) unterstützt, die sich im Jahr 2021 auf mehr als 220 Mio. € beliefen. Auf der Grundlage des starken Umsatzanstiegs in Verbindung mit der Verbesserung der Margen rechnet das Unternehmen im Jahr 2022 mit einem Anstieg des Gewinns aus fortgeführten Geschäftsbereichen auf ein Niveau 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://adidas-group.com) oder [report.adidas-group.com](https://report.adidas-group.com).

## Verkürzte Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung (IFRS) der adidas AG<sup>1</sup>

in Mio. €	1. Okt. 2021 bis 31. Dez. 2021	1. Okt. 2020 bis 31. Dez. 2020	Veränderung
Umsatzerlöse	5.137	5.142	-0,1 %
Umsatzkosten	2.618	2.615	0,1 %
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>2.519</b>	<b>2.526</b>	<b>-0,3 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	49,0 %	49,1 %	-0,1 PP
Lizenz- und Provisionserträge	33	18	86,4 %
Sonstige betriebliche Erträge	15	13	16,3 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.501	2.331	7,3 %
(in % der Umsatzerlöse)	48,7 %	45,3 %	3,3 PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	715	662	8,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	13,9 %	12,9 %	1,1 PP
Betriebsgemeinkosten <sup>2</sup>	1.786	1.670	6,9 %
(in % der Umsatzerlöse)	34,8 %	32,5 %	2,3 PP
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>66</b>	<b>225</b>	<b>-70,9 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	1,3 %	4,4 %	-3,1 PP
Finanzerträge	17	11	59,1 %
Finanzaufwendungen	39	76	-49,4 %
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>44</b>	<b>160</b>	<b>-72,2 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	0,9 %	3,1 %	-2,2 PP
Ertragsteuern	-79	17	n.a.
(in % des Gewinns vor Steuern)	-177,6 %	10,5 %	n.a.
<b>Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>123</b>	<b>143</b>	<b>-13,8 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	2,4 %	2,8 %	-0,4 PP
Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	89	14	534,2 %
<b>Gewinn</b>	<b>213</b>	<b>157</b>	<b>35,3 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	4,1 %	3,1 %	1,1 PP
<b>Auf Anteilseigner entfallender Gewinn</b>	<b>202</b>	<b>151</b>	<b>33,6 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	3,9 %	2,9 %	1,0 PP
<b>Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	<b>74,9 %</b>
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>0,58</b>	<b>0,70</b>	<b>-16,8 %</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>0,58</b>	<b>0,70</b>	<b>-16,8 %</b>
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>1,05</b>	<b>0,77</b>	<b>35,6 %</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>1,05</b>	<b>0,77</b>	<b>35,6 %</b>

<sup>1</sup> Die Zahlen für 2021 und 2020 spiegeln die fortgeführten Geschäftsbereiche aufgrund der Umklassifizierung des Reebok Geschäfts in die aufgegebenen Geschäftsbereiche wider.

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

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.





## Umsatzerlöse<sup>1</sup>

in Mio. €	1. Okt. 2021 bis 31. Dez. 2021	1. Okt. 2020 bis 31. Dez. 2020	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
EMEA	1.832	1.559	17,5 %	15,2 %
Nordamerika	1.303	1.317	-1,1 %	-3,7 %
China	1.037	1.287	-19,4 %	-24,3 %
Asien-Pazifik	541	587	-7,8 %	-6,0 %
Lateinamerika	397	365	8,8 %	8,7 %
Andere Geschäftssegmente	28	27	3,6 %	4,1 %

<sup>1</sup> Die Zahlen für 2021 und 2020 spiegeln die fortgeführten Geschäftsbereiche aufgrund der Umklassifizierung des Reebok Geschäfts in die angegebenen Geschäftsbereiche wider. Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

## Verkürzte Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung (IFRS) der adidas AG<sup>1</sup>

in Mio. €	1. Jan. 2021 bis 31. Dez. 2021	1. Jan. 2020 bis 31. Dez. 2020	Veränderung
Umsatzerlöse	21.234	18.435	15,2 %
Umsatzkosten	10.469	9.213	13,6 %
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>10.765</b>	<b>9.222</b>	<b>16,7 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	50,7 %	50,0 %	0,7 PP
Lizenz- und Provisionserträge	86	61	40,9 %
Sonstige betriebliche Erträge	28	42	-34,8 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	8.892	8.580	3,6 %
(in % der Umsatzerlöse)	41,9 %	46,5 %	-4,7 PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	2.547	2.373	7,3 %
(in % der Umsatzerlöse)	12,0 %	12,9 %	-0,9 PP
Betriebsgemeinkosten <sup>2</sup>	6.345	6.207	2,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	29,9 %	33,7 %	-3,8 PP
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>1.986</b>	<b>746</b>	<b>166,3 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	9,4 %	4,0 %	5,3 PP
Finanzerträge	19	29	-32,1 %
Finanzaufwendungen	153	196	-22,0 %
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>1.852</b>	<b>578</b>	<b>220,2 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	8,7 %	3,1 %	5,6 PP
Ertragsteuern	360	117	207,9 %
(in % des Gewinns vor Steuern)	19,4 %	20,2 %	-0,8 PP
<b>Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>1.492</b>	<b>461</b>	<b>223,4 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	7,0 %	2,5 %	4,5 PP
Gewinn/Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	666	(19)	n.a
<b>Gewinn</b>	<b>2.158</b>	<b>443</b>	<b>387,4 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	10,2 %	2,4 %	7,8 PP
<b>Auf Anteilseigner entfallender Gewinn</b>	<b>2.116</b>	<b>432</b>	<b>389,6 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	10,0 %	2,3 %	7,6 PP
<b>Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn</b>	<b>42</b>	<b>11</b>	<b>296,5 %</b>
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>7,47</b>	<b>2,31</b>	<b>223,3 %</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>7,47</b>	<b>2,31</b>	<b>223,3 %</b>
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>10,90</b>	<b>2,21</b>	<b>392,1 %</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>10,90</b>	<b>2,21</b>	<b>392,1 %</b>

<sup>1</sup> Die Zahlen für 2021 und 2020 spiegeln die fortgeführten Geschäftsbereiche aufgrund der Umklassifizierung des Reebok Geschäfts in die aufgegebenen Geschäftsbereiche wider.

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

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

## Umsatzerlöse<sup>1</sup>

in Mio. €	1. Jan. 2021 bis 31. Dez. 2021	1. Jan. 2020 bis 31. Dez. 2020	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
EMEA	7.760	6.308	23,0 %	24,0 %
Nordamerika	5.105	4.519	13,0 %	16,6 %
China	4.597	4.342	5,9 %	3,0 %
Asien-Pazifik	2.180	2.083	4,7 %	7,7 %
Lateinamerika	1.446	1.035	39,8 %	47,2 %
Andere Geschäftssegmente	145	149	-2,6 %	-2,0 %

<sup>1</sup> Die Zahlen für 2021 und 2020 spiegeln die fortgeführten Geschäftsbereiche aufgrund der Umklassifizierung des Reebok Geschäfts in die angegebenen Geschäftsbereiche wider. Es können Rundungsdifferenzen auftreten.



# Konzernbilanz (IFRS) der adidas AG<sup>1</sup>

in Mio. €	31. Dezember 2021	31. Dezember 2020	Veränderung in %
Flüssige Mittel	3.828	3.994	-4,1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.175	1.952	11,4
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	745	702	6,1
Vorräte	4.009	4.397	-8,8
Forderungen aus Ertragsteuern	91	109	-16,9
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.062	999	6,3
Als zur Veräußerung gehalten klassifizierte Vermögenswerte	2.033	0	802.610,8
<b>Kurzfristige Aktiva</b>	<b>13.944</b>	<b>12.154</b>	<b>14,7</b>
Sachanlagen	2.256	2.157	4,6
Nutzungsrechte	2.569	2.430	5,7
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.228	1.208	1,7
Markenrechte	16	750	-97,8
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	336	252	33,6
Langfristige Finanzanlagen	290	353	-17,8
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	160	414	-61,2
Latente Steueransprüche	1.263	1.233	2,5
Sonstige langfristige Vermögenswerte	74	103	-28,4
<b>Langfristige Aktiva</b>	<b>8.193</b>	<b>8.899</b>	<b>-7,9</b>
<b>Aktiva</b>	<b>22.137</b>	<b>21.053</b>	<b>5,1</b>
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	29	686	-95,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.294	2.390	-4,0
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	573	563	1,8
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	363	446	-18,6
Ertragsteuern	536	562	-4,7
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	1.458	1.609	-9,4
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	2.684	2.172	23,6
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	434	398	9,0
Als zur Veräußerung gehalten klassifizierte Verbindlichkeiten	594	-	n.a.
<b>Kurzfristige Passiva</b>	<b>8.965</b>	<b>8.827</b>	<b>1,6</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	2.466	2.482	-0,7
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	2.263	2.159	4,8
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	51	115	-55,4
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	267	284	-6,1
Latente Steuerschulden	122	241	-49,5
Sonstige langfristige Rückstellungen	149	229	-34,8
Langfristige abgegrenzte Schulden	8	8	-3,2
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	9	17	-45,8
<b>Langfristige Passiva</b>	<b>5.334</b>	<b>5.535</b>	<b>-3,6</b>
Grundkapital	192	195	-1,8
Sonstige Rücklagen (davon beziehen sich zum 31. Dez. 2021 128 Mio. € auf die Reebok Veräußerungsgruppe)	69	-474	n.a.
Gewinnrücklagen	7.259	6.733	7,8
<b>Auf Anteilseigner entfallendes Kapital</b>	<b>7.519</b>	<b>6.454</b>	<b>16,5</b>
Nicht beherrschende Anteile	318	237	34,0
<b>Gesamtes Eigenkapital</b>	<b>7.837</b>	<b>6.691</b>	<b>17,1</b>
<b>Passiva</b>	<b>22.137</b>	<b>21.053</b>	<b>5,1</b>

<b>Zusätzliche Informationen zur Bilanz</b>			
Operatives kurzfristiges Betriebskapital	3.890	3.960	-1,8
Kurzfristiges Betriebskapital	4.978	3.328	49,6
Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten <sup>2</sup>	2.963	3.148	-5,9
Verschuldungsgrad <sup>3</sup>	39,4 %	48,8 %	-9,4 PP

1 Die Zahlen für 2021 spiegeln die Umklassifizierung des Reebok Geschäfts in als zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten wider.

2 Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten = kurzfristige Finanzverbindlichkeiten + langfristige Finanzverbindlichkeiten sowie zukünftiger Mittelabfluss für Leasing- und Pensionsverpflichtungen – flüssige Mittel und kurzfristige Finanzanlagen.

3 Auf Basis des auf Anteilseigner entfallenden Kapitals.

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.