

Ergebnisse des Geschäftsjahres 2015¹:

adidas Konzern setzt starke Umsatzdynamik im vierten Quartal fort und erwartet für 2016 eine zweistellige Steigerung von Umsatz und Gewinn

Wichtige Entwicklungen im vierten Quartal 2015

- **Konzernumsatz steigt währungsbereinigt um 12%**
- **Beschleunigte Umsatzdynamik sowohl bei adidas (+16%) als auch bei Reebok (+5%)**
- **Bruttomarge verbessert sich um 2,3PP auf 47,2%**

Wichtige Entwicklungen im Geschäftsjahr 2015

- **Konzernumsatz steigt währungsbereinigt um 10%**
- **Deutliches Wachstum bei adidas (+12%) und Reebok (+6%)**
- **Bruttomarge erhöht sich um 0,6 Prozentpunkte auf 48,3%**
- **Zugrunde liegender Gewinn legt um 12% auf 720 Mio. € zu**
- **Management beabsichtigt, Dividende von 1,60 € je Aktie vorzuschlagen**

Ausblick:

- **Währungsbereinigter Konzernumsatz wächst voraussichtlich um 10% bis 12%**
- **Operative Marge bleibt voraussichtlich mindestens stabil gegenüber dem Vorjahresniveau**
- **Gewinn erhöht sich voraussichtlich um 10% bis 12% auf etwa 800 Mio. €**

Währungsbereinigter Konzernumsatz steigt im vierten Quartal 2015 um 12%

Im vierten Quartal 2015 konnte der adidas Konzern, vor allem aufgrund der beschleunigten Dynamik sowohl bei adidas als auch bei Reebok, die starke Umsatzdynamik des vorangegangenen Quartals aufrechterhalten und den währungsbereinigten Umsatz um 12% steigern. In Euro lag der Konzernumsatz im

¹ Das Rockport Geschäftssegment wurde zum 31. Juli 2015 veräußert. Alle relevanten Vermögenswerte und Verbindlichkeiten wurden daher mit Wirkung zu diesem Stichtag aus der Konzernbilanz ausgebucht. Aufgrund des konkreten Plans zur Veräußerung des Rockport Geschäftssegments wurden alle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten dieses Geschäftssegments bereits zum 31. Dezember 2014 als zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten ausgewiesen. Zur besseren Übersichtlichkeit beziehen sich alle Zahlen der Geschäftsjahre 2014 und 2015 in diesem Dokument, sofern nicht ausdrücklich anders angegeben, auf die fortgeführten Geschäftsbereiche des Konzerns.

vierten Quartal 2015 mit 4,167 Mrd. € um 15% über dem Vorjahresniveau (2014: 3,610 Mrd. €). Der währungsbereinigte Umsatz von **adidas** wuchs um 16%, wobei die meisten Märkte einschließlich China weiterhin zweistellige Zuwächse erzielten. Insbesondere Westeuropa und Nordamerika, wo sich der währungsbereinigte Umsatz um 31% bzw. 12% erhöhte, verzeichneten ein starkes, beschleunigtes Wachstum. Der Umsatz von **Reebok** lag währungsbereinigt um 5% über dem Vorjahresniveau. Diese Entwicklung wurde durch zweistellige Umsatzsteigerungen in Westeuropa, Lateinamerika und MEAA sowie durch das starke Wachstum in China, wo sich der Umsatz im vierten Quartal erneut mehr als verdoppelte, unterstützt. Der Umsatz von **TaylorMade-adidas Golf** ging auf währungsbereinigter Basis um 15% zurück. Anhaltende strukturelle Herausforderungen in der Golfbranche sowie die weitere Umsetzung der großemäßigen Anpassung des Golfgeschäfts im Rahmen des Restrukturierungsprogramms von TaylorMade-adidas Golf belasteten die Geschäftsentwicklung im vierten Quartal.

„2015 war ein sehr erfolgreiches Jahr für den adidas Konzern. Wir haben alle unsere wichtigsten Finanzziele erreicht und unsere ursprünglichen Ziele für Umsatz und Gewinn sogar übertroffen“, sagte Herbert Hainer, Vorstandsvorsitzender des adidas Konzerns. „2015 ist das perfekte Beispiel eines erfolgreichen Comebacks im Sport. Als Konzern sind wir heute stärker und besser in Form als je zuvor.“

Zweistelliges Wachstum in Westeuropa, China, Lateinamerika und MEAA

Nach Marktsegmenten betrachtet erhöhte sich im vierten Quartal 2015 der zusammengefasste währungsbereinigte Umsatz der Marken adidas und Reebok weiterhin besonders deutlich in Westeuropa, China, Lateinamerika und MEAA, die jeweils zweistellige Wachstumsraten verzeichneten. In **Westeuropa** erhöhte sich der währungsbereinigte Umsatz im vierten Quartal um 30%, mit zweistelligen Umsatzsteigerungen in Großbritannien, Deutschland, Italien, Frankreich und Spanien. In **Nordamerika** und **China** lag der Umsatz im vierten Quartal mit währungsbereinigten Zuwächsen in Höhe von 8% bzw. 16% deutlich über dem Vorjahresniveau. In **Rusland/GUS** ging der Umsatz im vierten Quartal währungsbereinigt um 16% zurück. In **Lateinamerika** wuchs der währungsbereinigte Umsatz im vierten Quartal um 12%. Dies war vor allem das Ergebnis zweistelliger Zuwächse in Kolumbien, Argentinien, Peru und Mexiko. In **Japan** ging der Umsatz im vierten Quartal währungsbereinigt um 4% zurück. In **MEAA** legte der Umsatz im vierten Quartal, vor allem aufgrund des

zweistelligen Umsatzwachstums in Südkorea, den Vereinigten Arabischen Emiraten, Indien, der Türkei und Südafrika, währungsbereinigt um 17% zu.

In den **Anderen Geschäftssegmenten** verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz im vierten Quartal um 3%. Zweistellige Zuwächse in den Anderen zentral geführten Geschäftsbereichen wurden durch zweistellige Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf und leichte Rückgänge bei Reebok-CCM Hockey mehr als aufgehoben.

Bruttomarge verbessert sich im vierten Quartal um 2,3 Prozentpunkte

Das Bruttoergebnis des Konzerns stieg im vierten Quartal 2015 um 21% auf 1,966 Mrd. € (2014: 1,621 Mrd. €). Die Bruttomarge verbesserte sich um 2,3 Prozentpunkte auf 47,2% (2014: 44,9%). Negative Währungseffekte und höhere Beschaffungskosten wurden von den positiven Effekten eines günstigeren Preis-, Vertriebskanal- und Produktmix mehr als kompensiert.

Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte im vierten Quartal in Höhe von 16 Mio. €

Im Geschäftsjahr 2015 wirkten sich nicht operative Wertminderungen der Geschäfts- oder Firmenwerte in einer Gesamthöhe von 34 Mio. € (2014: 78 Mio. €) auf die Geschäftsergebnisse des Konzerns aus. Diese standen vor allem im Zusammenhang mit den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten Russland/GUS und Lateinamerika. Davon fielen 16 Mio. € im vierten Quartal an. Die Wertminderungen waren in beiden Jahren nicht zahlungswirksam und hatten keine Auswirkung auf die Liquidität des Konzerns.

Sonstige betriebliche Aufwendungen steigen vor allem aufgrund deutlich höherer Marketinginvestitionen

Der Konzern nutzte im vierten Quartal seine starke Markendynamik und erhöhte seine Point-of-Sale- und Marketinginvestitionen erneut, und zwar um 31% gegenüber dem Vorjahreszeitraum, um das Umsatzwachstum im Jahr 2016 weiter anzukurbeln und die Markenattraktivität langfristig zu steigern. Infolgedessen erhöhten sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 23% auf 2,024 Mrd. € (2014: 1,642 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 3,1 Prozentpunkte auf 48,6% (2014: 45,5%). Dieser Anstieg reflektiert auch die höheren Betriebsgemeinkosten (+20%), die zum Teil auf das im vierten Quartal fortgesetzte Restrukturierungsprogramm bei TaylorMade-adidas Golf zurückzuführen waren.

Geplante Erhöhung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen beeinflusst das Betriebsergebnis

Aufgrund der geplanten Erhöhung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen, die die positiven Effekte einer höheren Bruttomarge mehr als aufhob, verzeichnete der Konzern im vierten Quartal 2015 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte einen Verlust aus der betrieblichen Tätigkeit in Höhe von 7 Mio. € (2014: positives Betriebsergebnis in Höhe von 38 Mio. €). Dies spiegelt eine negative operative Marge in Höhe von 0,2% wider (2014: positive operative Marge in Höhe von 1,1%). Infolgedessen verzeichnete der Konzern einen Nettoverlust aus den fortgeführten Geschäftsbereichen ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 17 Mio. € (2014: Nettogewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von 10 Mio. €). Der auf Anteilseigner entfallende Nettoverlust, der neben dem Nettoverlust aus den fortgeführten Geschäftsbereichen auch den Nettoverlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen umfasst, belief sich ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte auf 28 Mio. € (2014: auf Anteilseigner entfallender Nettoverlust in Höhe von 62 Mio. €).

Währungsbereinigter Konzernumsatz steigt 2015 um 10%

Der Konzernumsatz wuchs im Geschäftsjahr 2015 auf währungsbereinigter Basis um 10%. Verantwortlich hierfür waren vor allem ein zweistelliges Umsatzwachstum bei der Marke adidas sowie ein Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Bereich bei Reebok. Währungseffekte wirkten sich positiv auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Konzernumsatz nahm 2015 um 16% zu und erreichte 16,915 Mrd. € (2014: 14,534 Mrd. €). Der Umsatz von **adidas** legte, vor allem infolge zweistelliger Zuwächse in Westeuropa, China, Lateinamerika und MEAA, auf währungsbereinigter Basis um 12% zu. Der Umsatz von **Reebok** lag auf währungsbereinigter Basis um 6% über dem Vorjahresniveau. Dieser Anstieg spiegelt das zweistellige Wachstum in Westeuropa, China, Lateinamerika und MEAA wider. Der Umsatz von **TaylorMade-adidas Golf** verringerte sich währungsbereinigt um 13%. Verantwortlich hierfür waren Umsatzrückgänge in allen Märkten mit Ausnahme von Lateinamerika und MEAA.

Währungsbereinigter Konzernumsatz nimmt in den meisten Marktsegmenten zu

Nach Segmenten betrachtet stieg der zusammengefasste Umsatz der Marken adidas und Reebok auf währungsbereinigter Basis in den meisten Marktsegmenten. Der Umsatz in **Westeuropa** erhöhte sich währungsbereinigt um 17%, primär aufgrund von zweistelligen Zuwächsen in Großbritannien, Italien, Frankreich und Spanien. In **Nordamerika** lag der währungsbereinigte Umsatz um 5% über dem Vorjahresniveau.

Der währungsbereinigte Umsatz in **China** legte um 18% zu. In **Russland/GUS** ging der währungsbereinigte Umsatz um 11% zurück. In **Lateinamerika** nahm der Umsatz, vor allem aufgrund zweistelliger Zuwächse in Argentinien, Mexiko, Chile, Peru und Kolumbien, auf währungsbereinigter Basis um 12% zu. In **Japan** blieb der währungsbereinigte Umsatz stabil. In **MEAA** nahm der währungsbereinigte Umsatz um 14% zu. Dieser Anstieg resultierte vor allem aus zweistelligen Zuwächsen in Südkorea, den Vereinigten Arabischen Emiraten, der Türkei, Israel und Australien.

Der Umsatz der **Anderen Geschäftssegmente** verringerte sich auf währungsbereinigter Basis um 3%. Hohe einstellige Zuwächse bei Reebok-CCM Hockey und zweistellige Umsatzsteigerungen in den Anderen zentral geführten Geschäftsbereichen wurden durch den Umsatzrückgang bei TaylorMade-adidas Golf mehr als aufgehoben.

Bruttomarge des Konzerns verbessert sich um 0,6 Prozentpunkte

Das Bruttoergebnis des Konzerns erhöhte sich im Geschäftsjahr 2015 um 18% auf 8,168 Mrd. € (2014: 6,924 Mrd. €). Die Bruttomarge verbesserte sich um 0,6 Prozentpunkte auf 48,3% (2014: 47,6%). Verantwortlich hierfür war vor allem ein günstigerer Preis-, Vertriebskanal- und Produktmix bei adidas und Reebok, der negative Währungseffekte und höhere Beschaffungskosten sowie niedrigere Produktmargen bei TaylorMade-adidas Golf mehr als kompensierte.

Sonstige betriebliche Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz steigen aufgrund höherer Marketinginvestitionen um 0,4 Prozentpunkte

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich 2015 um 18% auf 7,289 Mrd. € (2014: 6,203 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz nahmen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 0,4 Prozentpunkte auf 43,1% zu (2014: 42,7%). Diese Entwicklung war in erster Linie höheren Point-of-Sale- und Marketinginvestitionen zuzuschreiben, die 2015 um 22% auf 2,348 Mrd. € stiegen (2014: 1,923 Mrd. €). Dieser Anstieg reflektiert die geplanten Initiativen des Konzerns, die darauf abzielen, die Attraktivität seiner Marken weiter zu stärken. Infolgedessen lagen die Point-of-Sale- und Marketinginvestitionen im Verhältnis zum Umsatz mit 13,9% um 0,6 Prozentpunkte über dem Vorjahresniveau (2014: 13,2%) und entsprachen damit den ursprünglichen Erwartungen des Managements. Die Betriebsgemeinkosten nahmen, hauptsächlich infolge gestiegener Kosten im Zusammenhang mit Logistik, Vertrieb und zentralen Verwaltungsfunktionen, um 15% auf 4,941 Mrd. € zu (2014: 4,280 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich die Betriebsgemeinkosten jedoch um 0,2 Prozentpunkte auf 29,2% (2014: 29,4%).

Operative Marge ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte geht um 0,1 Prozentpunkte auf 6,5% zurück

Das Betriebsergebnis des Konzerns verbesserte sich im Geschäftsjahr 2015 um 20% auf 1,059 Mrd. € (2014: 883 Mio. €). Die operative Marge erhöhte sich um 0,2 Prozentpunkte auf 6,3% (2014: 6,1%). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte stieg das Betriebsergebnis um 14% auf 1,094 Mrd. € (2014: 961 Mio. €). Dies entspricht einem Rückgang der operativen Marge um 0,1 Prozentpunkte auf 6,5% (2014: 6,6%). Dies war das Ergebnis höherer sonstiger betrieblicher Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz, die den deutlichen Anstieg der Investitionen zur weiteren Stärkung der Marken widerspiegeln und die die Verbesserung der Bruttomarge mehr als aufhoben.

Konzerngewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte 12% über Vorjahr

Die Steuerquote des Konzerns nahm 2015 um 1,5 Prozentpunkte auf 34,0% zu (2014: 32,5%). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte erhöhte sich die effektive Steuerquote um 3,2 Prozentpunkte auf 32,9% (2014: 29,7%). Verantwortlich hierfür war primär der Nichtansatz latenter Steueransprüche. Der Konzerngewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen stieg im Geschäftsjahr 2015 um 22% auf 686 Mio. € (2014: 564 Mio. €). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte lag der Konzerngewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen mit 720 Mio. € um 12% über dem Vorjahresniveau (2014: 642 Mio. €).

Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen in Höhe von 46 Mio. €

Im Geschäftsjahr 2015 verzeichnete der Konzern einen Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen in Höhe von 46 Mio. € netto nach Steuern im Zusammenhang mit dem Rockport Geschäftssegment (2014: Verlust in Höhe von 68 Mio. €). Der Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen stand im Jahr 2015 vor allem im Zusammenhang mit dem Verlust aus dem Verkauf nach Steuern in Höhe von 32 Mio. € sowie mit dem Verlust aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit von Rockport in Höhe von 13 Mio. €.

Auf Anteilseigner entfallender Gewinn ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte erhöht sich um 18%

Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn stieg im Geschäftsjahr 2015 um 29% auf 634 Mio. € (2014: 490 Mio. €). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte nahm der auf Anteilseigner entfallende Gewinn um 18% auf 668 Mio. € zu

(2014: 568 Mio. €). Das unverwässerte und das verwässerte Ergebnis je Aktie aus den fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen stiegen im Geschäftsjahr 2015 um 34% auf 3,15 € (2014: 2,35 €). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte nahmen das unverwässerte und das verwässerte Ergebnis je Aktie aus den fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen um 22% auf 3,32 € zu (2014: 2,72 €). Die gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien für diese Berechnung belief sich auf 201.536.418 (2014: 208.776.457).

Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz verringert sich auf 20,5%

Die Vorräte des Konzerns lagen zum Ende des Geschäftsjahres 2015 mit 3,113 Mrd. € um 23% über dem Vorjahresniveau (2014: 2,526 Mrd. €). Auf währungsbereinigter Basis erhöhten sich die Vorräte um 25%. Diese Entwicklung spiegelt die höheren Lagerbestände zur Unterstützung der Umsatzdynamik des Konzerns wider. Das operative kurzfristige Betriebskapital lag zum Ende Dezember 2015 mit 3,138 Mrd. € um 11% über dem Vorjahresniveau (2014: 2,821 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz ging das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital um 1,9 Prozentpunkte auf 20,5% zurück (2014: 22,4%). Dieser Rückgang spiegelt das kräftige Umsatzwachstum im Jahr 2015 sowie den kontinuierlichen Fokus des Konzerns auf das strikte Management des Betriebskapitals wider.

Nettofinanzverbindlichkeiten erhöhen sich auf 460 Mio. €

Die Nettofinanzverbindlichkeiten beliefen sich zum 31. Dezember 2015 auf 460 Mio. €. Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von 275 Mio. € gegenüber dem Vorjahreswert (2014: 185 Mio. €). Hauptgrund hierfür war die Verwendung flüssiger Mittel in Höhe von 301 Mio. € für das Aktienrückkaufprogramm.

Starke Umsatz- und Gewinndynamik setzt sich 2016 voraussichtlich fort

Der adidas Konzern erwartet, dass der Konzernumsatz im Jahr 2016 währungsbereinigt zwischen 10% und 12% wachsen wird. Steigende Konsumausgaben sowie das weitere Wachstum und die anhaltende Expansion der Sportartikelbranche werden die positive Umsatzentwicklung unterstützen. Darüber hinaus werden das umfassende Angebot an neuen und innovativen Produkten, die vermehrten Aktivitäten zur Stärkung der Marken und die positiven Effekte im Zusammenhang mit sportlichen Großereignissen wie der UEFA EURO 2016 die Umsatzentwicklung des Konzerns fördern.

Es wird erwartet, dass die Kosten für die Beschaffungsaktivitäten des Konzerns in asiatischen Ländern aufgrund der weniger günstigen US-Dollar-Hedging-Kurse und der höheren Lohnkosten steigen werden. Positive Effekte, resultierend aus einem besseren Preis- und Produktmix und einer günstigeren regionalen Umsatzverteilung bei adidas und Reebok sowie einem verbesserten Vertriebskanalmix auf Konzernebene, vor allem infolge des weiteren Ausbaus der Aktivitäten rund um selbst kontrollierte Verkaufsflächen, dürften dies jedoch größtenteils kompensieren. Höhere Produktmargen bei TaylorMade-adidas Golf werden den Prognosen zufolge ebenfalls dazu beitragen, den Rückgang der Bruttomarge insgesamt zu begrenzen. Infolgedessen geht der Konzern davon aus, dass die Bruttomarge trotz der wesentlich höheren Kosten lediglich um 50 bis 100 Basispunkte unter dem Vorjahresniveau liegen und einen Wert zwischen 47,3% und 47,8% erreichen wird (2014: 48,3%).

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz werden im Jahr 2016 den Prognosen des Konzerns zufolge zurückgehen (2015: 43,1%). Die Aufwendungen für Point-of-Sale- und Marketinginvestitionen im Verhältnis zum Umsatz werden voraussichtlich in etwa auf dem Vorjahresniveau liegen (2015: 13,9%), die Betriebsgemeinkosten im Verhältnis zum Umsatz hingegen unter dem Vorjahresniveau (2015: 29,2%). Höheren Aufwendungen für Verwaltung und Personal in der Vertriebs- und Marketingorganisation des Konzerns zur Unterstützung der erfolgreichen Umsetzung von ‚Creating the New‘ stehen wesentliche Verbesserungen in anderen Bereichen gegenüber.

Das Management geht davon aus, dass die operative Marge ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte mindestens stabil gegenüber dem Vorjahr bleiben wird (2015: 6,5%). Die Verbesserung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz dürfte den Rückgang der Bruttomarge mindestens kompensieren. Der Gewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte wird den Erwartungen zufolge um 10% bis 12% auf einen Wert von etwa 800 Mio. € steigen (2015: 720 Mio. €).

Management beabsichtigt, Dividende von 1,60 € vorzuschlagen

Angesichts der hervorragenden operativen Ergebnisse im Geschäftsjahr 2015 und der soliden Finanzlage des Konzerns sowie der Zuversicht des Managements bezüglich der langfristigen Wachstumsaussichten des Unternehmens werden der Vorstand und der Aufsichtsrat der adidas AG der Hauptversammlung am 12. Mai 2016 für das Geschäftsjahr 2015 eine im Vergleich zum Vorjahr erhöhte Dividende von 1,60 € je Aktie

vorschlagen (2014: 1,50 €). Basierend auf der Anzahl der ausstehenden Aktien zum Ende des Geschäftsjahres 2015 bedeutet dies eine Dividendenausschüttung in Höhe von 320 Mio. € (2014: 306 Mio. €) und einen Ausschüttungssatz von 47,9% des auf Anteilseigner entfallenden Konzerngewinns ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte. Die Ausschüttungsquote liegt damit am oberen Ende des erhöhten Zielkorridors. Gemäß der Dividendenpolitik des Konzerns sollen fortan zwischen 30% und 50% des auf Anteilseigner entfallenden Gewinns ausgeschüttet werden.

Herbert Hainer: „2016 wird ein weiterer erfolgreicher Schritt sein, um das beste Sportartikelunternehmen der Welt zu werden und unsere langfristigen Finanzziele zu erreichen. Unsere Marken profitieren von der stetig wachsenden Relevanz, die Sport im Leben der Menschen rund um den Globus hat. Unsere Produkte werden von Konsumenten aus aller Welt stark nachgefragt. Unsere Auftragsbücher sind über alle wichtigen Performance- und Lifestyle-Kategorien hinweg gut gefüllt, unsere Marken stehen in den Startlöchern für die großen Sportevents dieses Jahres. Das alles macht uns zuversichtlich, dass wir dieses Jahr Umsatz und Gewinn erneut im zweistelligen Bereich steigern werden.“

Kontakte:

Media Relations

Jan Runau
Leiter Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 (0) 9132 84-3830

Katja Schreiber
Leiterin Externe Kommunikation
Tel.: +49 (0) 9132 84-3810

Investor Relations

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

Christian Stöhr
Director Investor Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-4989

Besuchen Sie uns auch im Internet: www.adidas-Group.com

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung (IFRS) der adidas AG

In Mio. €	4. Quartal 2015	4. Quartal 2014	Veränderung	4. Quartal 2015 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte	4. Quartal 2014 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte	Veränderung
Umsatzerlöse	4.167	3.610	15,4 %	4.167	3.610	15,4 %
Umsatzkosten	2.201	1.989	10,6 %	2.201	1.989	10,6 %
Bruttoergebnis	1.966	1.621	21,3 %	1.966	1.621	21,3 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	47,2%	44,9%	2,3 PP	47,2%	44,9%	2,3 PP
Lizenz- und Provisionserträge	29	26	13,3 %	29	26	13,3 %
Sonstige betriebliche Erträge	22	34	-36,1 %	22	34	-36,1 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.024	1.642	23,2 %	2.024	1.642	23,2 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	48,6%	45,5%	3,1 PP	48,6%	45,5%	3,1 PP
Geschäfts- oder Firmenwert Wertminderungsaufwendungen	16	78	-79,1 %	-	-	-
Betriebsergebnis	-24	-40	40,4 %	-7	38	-119,7 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-0,6%	-1,1%	0,5 PP	-0,2%	1,1%	-1,2 PP
Finanzerträge	14	5	180,3 %	14	5	180,3 %
Finanzaufwendungen	16	18	-11,0 %	16	18	-11,0 %
Gewinn vor Steuern	-26	-53	51,4 %	-9	25	-137,3 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-0,6%	-1,5%	0,8 PP	-0,2%	0,7%	-0,9 PP
Ertragsteuern	8	15	-47,5 %	8	15	-47,5 %
<i>(in % des Gewinns vor Steuern)</i>	-31,6%	-29,3%	-2,3 PP	-86,8%	61,6%	-148,3 PP
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-34	-68	50,5 %	-17	10	-281,1 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-0,8%	-1,9%	1,1 PP	-0,4%	0,3%	-0,7 PP
Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	-10	-71	86,2 %	-10	-71	86,2 %
Gewinn	-44	-139	68,7 %	-27	-61	55,5 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-1,0%	-3,8%	2,8 PP	-0,7%	-1,7%	1,0 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	-44	-140	68,6 %	-28	-62	55,3 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-1,1%	-3,9%	2,8 PP	-0,7%	-1,7%	1,0 PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	0	1	-39,9 %	0	1	-39,9 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	-0,17	-0,33	48,6 %	-0,09	0,04	-305,9 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	-0,17	-0,33	48,6 %	-0,09	0,04	-305,9 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	-0,22	-0,67	67,4 %	-0,14	-0,30	53,7 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	-0,22	-0,67	67,4 %	-0,14	-0,30	53,7 %

Umsatzerlöse

In Mio. €	4. Quartal 2015	4. Quartal 2014	Veränderung	Veränderung (währungsbereinigt)
Westeuropa	1.031	776	32,8 %	29,9 %
Nordamerika	744	608	22,2 %	8,2 %
China	617	482	28,0 %	15,6 %
Russland/GUS	178	263	-32,5 %	-16,1 %
Lateinamerika	415	412	0,6 %	11,9 %
Japan	257	251	2,5 %	-3,7 %
MEAA	543	452	20,3 %	16,8 %
Andere Geschäftssegmente	383	366	4,7 %	-2,6 %
adidas	3.399	2.870	18,4 %	15,5 %
Reebok	456	420	8,5 %	5,4 %
TaylorMade-adidas Golf	224	240	-6,8 %	-14,6 %
Reebok-CCM Hockey	85	81	4,7 %	-0,9 %

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung (IFRS) der adidas AG

in Mio. €	1. Jan. 2015 bis 31. Dez. 2015	1. Jan. 2014 bis 31. Dez. 2014	Veränderung	1. Jan. 2015 bis 31. Dez. 2015 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte	1. Jan. 2014 bis 31. Dez. 2014 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte	Veränderung
Umsatzerlöse	16.915	14.534	16,4 %	16.915	14.534	16,4 %
Umsatzkosten	8.748	7.610	14,9 %	8.748	7.610	14,9 %
Bruttoergebnis	8.168	6.924	18,0 %	8.168	6.924	18,0 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	48,3%	47,6%	0,6 PP	48,3%	47,6%	0,6 PP
Lizenz- und Provisionserträge	119	102	16,1 %	119	102	16,1 %
Sonstige betriebliche Erträge	96	138	-30,3 %	96	138	-30,3 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	7.289	6.203	17,5 %	7.289	6.203	17,5 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	43,1%	42,7%	0,4 PP	43,1%	42,7%	0,4 PP
Geschäfts- oder Firmenwert Wertminderungsaufwendungen	34	78	-55,9 %	-	-	-
Betriebsergebnis	1.059	883	19,9 %	1.094	961	13,8 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	6,3%	6,1%	0,2 PP	6,5%	6,6%	-0,1 PP
Finanzerträge	46	19	140,5 %	46	19	140,5 %
Finanzaufwendungen	67	67	-1,2 %	67	67	-1,2 %
Gewinn vor Steuern	1.039	835	24,4 %	1.073	913	17,5 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	6,1%	5,7%	0,4 PP	6,3%	6,3%	0,1 PP
Ertragsteuern	353	271	30,1 %	353	271	30,1 %
<i>(in % des Gewinns vor Steuern)</i>	34,0%	32,5%	1,5 PP	32,9%	29,7%	3,2 PP
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	686	564	21,6 %	720	642	12,2 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	4,1%	3,9%	0,2 PP	4,3%	4,4%	-0,2 PP
Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	-46	-68	32,4 %	-46	-68	32,4 %
Gewinn	640	496	29,0 %	674	574	17,5 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	3,8%	3,4%	0,4 PP	4,0%	3,9%	0,0 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	634	490	29,3 %	668	568	17,6 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	3,7%	3,4%	0,4 PP	4,0%	3,9%	0,0 PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	6	6	0,5 %	6	6	0,5 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	3,37	2,67	26,2 %	3,54	3,05	16,3 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	3,37	2,67	26,2 %	3,54	3,05	16,3 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	3,15	2,35	34,0 %	3,32	2,72	21,9 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	3,15	2,35	34,0 %	3,32	2,72	21,9 %

Umsatzerlöse

in Mio. €	1. Jan. 2015 bis 31. Dez. 2015	1. Jan. 2014 bis 31. Dez. 2014	Veränderung	Veränderung (währungsbereinigt)
Westeuropa	4.539	3.793	19,7 %	17,4 %
Nordamerika	2.753	2.217	24,2 %	5,3 %
China	2.469	1.786	38,2 %	17,7 %
Russland/GUS	739	1.098	-32,7 %	-10,6 %
Lateinamerika	1.783	1.612	10,6 %	11,9 %
Japan	776	744	4,3 %	-0,2 %
MEAA	2.388	1.925	24,1 %	13,6 %
Andere Geschäftssegmente	1.467	1.358	8,1 %	-2,9 %
adidas	13.939	11.774	18,4 %	12,4 %
Reebok	1.751	1.578	11,0 %	5,9 %
TaylorMade-adidas Golf	902	913	-1,3 %	-13,2 %
Reebok-CCM Hockey	317	269	17,7 %	8,1 %

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Konzernbilanz (IFRS) der adidas AG

in Mio. €	31. Dezember 2015	31. Dezember 2014	Veränderung in %
Flüssige Mittel	1.365	1.683	-18,9
Kurzfristige Finanzanlagen	5	5	0,8
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.049	1.946	5,3
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	367	398	-7,8
Vorräte	3.113	2.526	23,2
Forderungen aus Ertragsteuern	97	92	4,9
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	489	425	15,2
Vermögenswerte klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	12	272	-95,7
Kurzfristige Aktiva	7.497	7.347	2,0
Sachanlagen	1.638	1.454	12,7
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.392	1.169	19,1
Markenrechte	1.628	1.432	13,7
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	188	162	16,0
Langfristige Finanzanlagen	140	129	9,0
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	99	42	135,9
Latente Steueransprüche	637	577	10,4
Sonstige langfristige Vermögenswerte	124	105	17,7
Langfristige Aktiva	5.846	5.070	15,3
Aktiva	13.343	12.417	7,5
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	366	288	27,1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.024	1.652	22,6
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	143	91	56,5
Ertragsteuern	359	294	21,9
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	456	470	-2,9
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	1.684	1.249	34,9
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	331	287	15,2
Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	0	46	-99,3
Kurzfristige Passiva	5.364	4.378	22,5
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1.463	1.584	-7,6
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	18	9	101,8
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	273	284	-4,2
Latente Steuerschulden	368	390	-5,8
Sonstige langfristige Rückstellungen	50	38	30,4
Langfristige abgegrenzte Schulden	120	81	48,3
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	40	35	16,8
Langfristige Passiva	2.332	2.422	-3,7
Grundkapital	200	204	-2,0
Sonstige Rücklagen	592	581	1,9
Gewinnrücklagen	4.874	4.839	0,7
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	5.666	5.624	0,7
Nicht beherrschende Anteile	- 18	- 7	-166,2
Gesamtes Eigenkapital	5.648	5.618	0,5
Passiva	13.343	12.417	7,5
Zusätzliche Informationen zur Bilanz			
Operatives kurzfristiges Betriebskapital	3.138	2.821	11,2
Kurzfristiges Betriebskapital	2.133	2.970	-28,2
Nettofinanzverbindlichkeiten	460	185	148,9
Verschuldungsgrad	8,1%	3,3%	4,8 PP

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.