

**Ergebnisse des 1. Quartals 2015:**

**adidas Konzern startet stark ins Jahr 2015**

- **Konzernumsatz wächst im ersten Quartal währungsbereinigt um 9%<sup>1</sup>**
- **Umsatz steigt in Euro um 17% und erreicht mit 4,1 Mrd. € einen neuen Rekord für ein erstes Quartal**
- **Starke Dynamik bei adidas und Reebok mit währungsbereinigten Umsatzzuwächsen um 11% bzw. 9%**
- **Zweistelliges Wachstum in Westeuropa, China und MEAA**
- **Bruttomarge stabil bei 49,2%**
- **Operative Marge ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte verbessert sich um 0,1PP auf 8,9%**
- **Konzerngewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte um 22% über Vorjahresniveau**
- **adidas Konzern bestätigt Prognose für Gesamtjahr**

**Währungsbereinigter Konzernumsatz steigt im ersten Quartal 2015 um 9%**

Der Konzernumsatz wuchs im ersten Quartal 2015 auf währungsbereinigter Basis um 9%. Verantwortlich hierfür waren vor allem ein zweistelliges Umsatzwachstum bei der Marke adidas sowie ein Umsatzanstieg im hohen einstelligen Bereich bei Reebok. Währungseffekte wirkten sich positiv auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Konzernumsatz lag im ersten Quartal 2015 mit 4,083 Mrd. € um 17% über dem Vorjahresniveau (2014: 3,480 Mrd. €). Der währungsbereinigte Umsatz von **adidas** stieg um 11%. Hauptgründe für diese Entwicklung waren zweistellige Umsatzzuwächse in der Kategorie Running, bei adidas Originals und adidas NEO sowie eine Steigerung im hohen einstelligen Bereich in der Kategorie Training. Der währungsbereinigte Umsatz

---

<sup>1</sup> Aufgrund des konkreten Plans, das Rockport Geschäftssegment zu veräußern, werden die Ergebnisse des Rockport Geschäftssegments seit Jahresende 2014 als aufgegebenen Geschäftsbereich berichtet. Zur besseren Übersichtlichkeit beziehen sich alle Zahlen der Gewinn-und-Verlustrechnung für die Geschäftsjahre 2014 und 2015 in diesem Dokument, sofern nicht ausdrücklich anders angegeben, auf die fortgeführten Geschäftsbereiche des Konzerns. Eine Anpassung der Bilanzposten für das Geschäftsjahr 2014 ist nach IFRS jedoch nicht gestattet.

von **Reebok** legte im Vergleich zum Vorjahr um 9% zu. Dies war auf zweistellige Steigerungen in den Kategorien Training und Studio sowie auf Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich bei Classics zurückzuführen. Der Umsatz von **TaylorMade-adidas Golf** lag auf währungsbereinigter Basis um 9% unter dem Vorjahresniveau. Dies war vor allem auf Rückgänge in den Kategorien Metallhölzer und Eisen zurückzuführen, die eine zweistellige Umsatzsteigerung bei Golfbekleidung mehr als aufhoben.

„Wir sind erfolgreich ins Jahr gestartet. Die Dynamik unserer Marken adidas und Reebok stimmt“, sagte Herbert Hainer, Vorstandsvorsitzender des adidas Konzerns. „Mit unseren Innovationen im Performance-Bereich, unseren zeitgemäßen Style-Produkten und unseren mitreißenden Marketingkampagnen begeistern wir Konsumenten rund um den Globus.“

### **Währungsbereinigter Konzernumsatz nimmt in fast allen Marktsegmenten zu**

Im ersten Quartal 2015 stieg der zusammengefasste Umsatz der Marken adidas und Reebok in allen Marktsegmenten mit Ausnahme von Russland/GUS. In **Westeuropa** nahm der Umsatz, infolge zweistelliger Zuwächse sowohl bei adidas als auch bei Reebok, währungsbereinigt um 11% zu. In **Nordamerika** wuchs der währungsbereinigte Umsatz dank hoher einstelliger Zuwächse bei adidas um 7%. In **China** erhöhte sich der Umsatz aufgrund zweistelliger Zuwächse bei adidas und Reebok währungsbereinigt um 21%. In **Russland/GUS** verringerte sich der Umsatz auf währungsbereinigter Basis um 3%. Der Umsatzanstieg bei Reebok im mittleren einstelligen Bereich wurde durch einen Rückgang bei adidas mehr als aufgehoben. In **Lateinamerika** nahm der währungsbereinigte Umsatz um 6% zu. Verantwortlich hierfür waren zweistellige Zuwächse bei Reebok und eine Steigerung bei adidas im mittleren einstelligen Bereich. In **Japan** stieg der Umsatz währungsbereinigt um 7%. Dies war das Ergebnis deutlich zweistelliger Umsatzzuwächse bei Reebok sowie einer Steigerung im niedrigen einstelligen Bereich bei adidas. In **MEAA** nahm der Umsatz, vor allem aufgrund einer zweistelligen Steigerung bei adidas, währungsbereinigt um 10% zu.

Der Umsatz in den **Anderen Geschäftssegmenten** verringerte sich auf währungsbereinigter Basis um 1%. Zweistellige Umsatzzuwächse in den Anderen zentral geführten Geschäftsbereichen sowie Umsatzwachstum im hohen einstelligen

Bereich bei Reebok-CCM Hockey wurden durch Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf mehr als aufgehoben.

Mit Ausnahme von Russland/GUS wirkten sich Währungseffekte positiv auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus.

	<b>Erstes Quartal 2015</b>	<b>Erstes Quartal 2014</b>	<b>Veränderung in €</b>	<b>Veränderung währungs- bereinigt</b>
	<b>in Mio. €</b>	in Mio. €	in %	in %
Westeuropa	<b>1.143</b>	1.011	13	11
Nordamerika	<b>591</b>	462	28	7
China	<b>597</b>	414	44	21
Russland/GUS	<b>162</b>	245	-34	-3
Lateinamerika	<b>423</b>	374	13	6
Japan	<b>155</b>	139	12	7
MEAA <sup>1)</sup>	<b>635</b>	503	26	10
Andere Geschäftssegmente	<b>377</b>	333	13	-1
<b>Gesamt<sup>2)</sup></b>	<b>4.083</b>	<b>3.480</b>	<b>17</b>	<b>9</b>

Umsatzentwicklung nach Segmenten im ersten Quartal

1) MEAA<sup>1)</sup> beinhaltet den Nahen Osten, Afrika und andere asiatische Märkte.

2) Bei Gesamtzahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

### **Entwicklung des Konzernumsatzes wird durch zweistelliges Wachstum im Einzelhandel unterstützt**

Im ersten Quartal 2015 wuchs der Umsatz im Einzelhandel währungsbereinigt um 14%. Verantwortlich hierfür waren zweistellige Umsatzsteigerungen bei adidas sowie Zuwächse im hohen einstelligen Bereich bei Reebok. Die Umsatzerlöse von Concept Stores, Factory Outlets und Concession Corners lagen alle über dem Vorjahresniveau. eCommerce verzeichnete einen währungsbereinigten Umsatzanstieg in Höhe von 56%. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse im Einzelhandel in Euro aus. Der Umsatz legte um 13% auf 895 Mio. € zu (2014: 794 Mio. €). Auf vergleichbarer Basis stieg der währungsbereinigte Umsatz, aufgrund von Wachstum bei allen Einzelhandelsformaten und in den meisten Märkten, um 4% gegenüber dem Vorjahr.

### **Bruttomarge des Konzerns stabil**

Das Bruttoergebnis des Konzerns erhöhte sich im ersten Quartal 2015 um 17% auf 2,008 Mrd. € (2014: 1,712 Mrd. €). Die Bruttomarge blieb mit 49,2% stabil (2014: 49,2%). Ein günstigerer Produkt- und Preismix wurde durch höhere Beschaffungskosten sowie negative Währungseffekte aufgehoben.

### **Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 18 Mio. €**

Aufgrund von Veränderungen in der Zusammensetzung der berichtspflichtigen Segmente bzw. der dazugehörigen zahlungsmittelgenerierenden Einheiten hat der Konzern festgestellt, dass im ersten Quartal 2015 ein Wertminderungsbedarf in Höhe von 18 Mio. € besteht. Dieser Betrag steht im Zusammenhang mit den Geschäftssegmenten Lateinamerika (15 Mio. €) und Russland/GUS (3 Mio. €). Damit sind die Geschäfts- oder Firmenwerte dieser Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten vollständig wertgemindert. Die Wertminderungen waren nicht zahlungswirksam und haben keine Auswirkung auf die Liquidität des Konzerns.

### **Operative Marge ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte verbessert sich auf 8,9%**

Das Betriebsergebnis des Konzerns stieg im ersten Quartal 2015 um 12% auf 345 Mio. € (2014: 307 Mio. €). Die operative Marge ging um 0,4 Prozentpunkte auf 8,4% zurück (2014: 8,8%). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte stieg das Betriebsergebnis um 18% auf 363 Mio. € (2014: 307 Mio. €). Dies entspricht einer Verbesserung der operativen Marge um 0,1 Prozentpunkte auf 8,9% (2014: 8,8%). Hauptgrund hierfür war der positive Effekt niedrigerer sonstiger betrieblicher Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich im ersten Quartal um 15% auf 1,700 Mrd. € (2014: 1,478 Mrd. €). Diese Entwicklung spiegelt einen deutlichen Anstieg der Marketing-Working-Budget-Aufwendungen sowie höhere Betriebsgemeinkosten wider. Im Verhältnis zum Umsatz gingen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen jedoch um 0,8 Prozentpunkte auf 41,6% zurück (2014: 42,5%). Die Aufwendungen des Sales- und Marketing-Working-Budgets beliefen sich auf 554 Mio. €. Dies bedeutet eine Erhöhung um 26% gegenüber dem Vorjahreswert (2014: 442 Mio. €).

### **Finanzerträge steigen**

Die Finanzerträge erhöhten sich im ersten Quartal 2015 auf 16 Mio. € (2014: 7 Mio. €). Verantwortlich hierfür waren positive Währungseffekte.

### **Finanzaufwendungen gehen um 22% zurück**

Die Finanzaufwendungen verringerten sich im ersten Quartal 2015 um 22% auf 16 Mio. € (2014: 20 Mio. €). Grund hierfür waren vor allem nicht wiederkehrende negative Währungseffekte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

### **Gewinn vor Steuern ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte legt um 24% zu**

Der Konzerngewinn vor Steuern erhöhte sich um 17% auf 345 Mio. € (2014: 294 Mio. €). Der Gewinn vor Steuern im Verhältnis zum Umsatz blieb im ersten Quartal mit 8,4% stabil (2014: 8,4%). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte stieg der Gewinn vor Steuern um 24% auf 363 Mio. € (2014: 294 Mio. €); der Gewinn vor Steuern im Verhältnis zum Umsatz erhöhte sich um 0,4 Prozentpunkte auf 8,9% (2014: 8,4%).

### **Konzerngewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte um 22% über Vorjahresniveau**

Der Konzerngewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen stieg im ersten Quartal 2015 um 13% auf 237 Mio. € (2014: 209 Mio. €). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte lag der Konzerngewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen mit 255 Mio. € um 22% über dem Vorjahresniveau (2014: 209 Mio. €). Die Steuerquote des Konzerns nahm im ersten Quartal 2015 um 2,5 Prozentpunkte auf 31,4% zu (2014: 28,9%). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte erhöhte sich die effektive Steuerquote um 0,9 Prozentpunkte auf 29,8% (2014: 28,9%). Verantwortlich hierfür war primär eine weniger günstige Gewinnverteilung.

### **Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen in Höhe von 14 Mio. €**

Im ersten Quartal 2015 verzeichnete der Konzern einen Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen in Höhe von 14 Mio. € netto nach Steuern im Zusammenhang mit dem Rockport Geschäftssegment, das im Verlauf des Jahres 2015 veräußert werden soll (2014: Verlust von 3 Mio. €). Der Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen stand im Zusammenhang mit einem Verlust aus der Bewertung mit dem beizulegenden

Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten nach Steuern in Höhe von 10 Mio. €, der in erster Linie im Zusammenhang mit Währungsbewegungen stand, sowie mit einem Verlust aus den Geschäftsaktivitäten von Rockport in Höhe von 4 Mio. €.

**Auf Anteilseigner entfallender Konzerngewinn ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte erhöht sich um 17%**

Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn, der neben dem Gewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen auch den Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen enthält, stieg im ersten Quartal 2015 um 8% auf 221 Mio. € (2014: 204 Mio. €). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte nahm der auf Anteilseigner entfallende Gewinn um 17% auf 239 Mio. € zu (2014: 204 Mio. €).

**Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte steigt um 25%**

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus den fortgeführten Geschäftsbereichen stieg im ersten Quartal 2015 um 16% auf 1,15 € (2014: 0,99 €). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte nahm das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus den fortgeführten Geschäftsbereichen um 25% auf 1,24 € zu (2014: 0,99 €). Das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus den fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen erhöhte sich im ersten Quartal 2015 um 11% auf 1,08 € (2014: 0,98 €). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte stieg das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus den fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen um 20% auf 1,17 € (2014: 0,98 €).

**Vorräte des Konzerns aus fortgeführten Geschäftsbereichen bleiben währungsbereinigt stabil**

Die Vorräte des Konzerns lagen zum 31. März 2015 mit 2,539 Mrd. € um 1% über dem Vorjahresniveau (2014: 2,505 Mrd. €). Auf währungsbereinigter Basis gingen die Vorräte, hauptsächlich aufgrund der Umgliederung der Rockport Vorräte in Vermögenswerte klassifiziert als zur Veräußerung gehalten, um 4% zurück. Die Vorräte aus den fortgeführten Geschäftsbereichen erhöhten sich um 5% (währungsbereinigt 0%). Diese Entwicklung spiegelt den strikten Fokus des Konzerns auf das Management der Vorräte wider.

**Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aus fortgeführten Geschäftsbereichen nehmen währungsbereinigt um 2% zu**

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen des Konzerns stiegen zum 31. März 2015 um 13% auf 2,456 Mrd. € (2014: 2,176 Mrd. €). Währungsbereinigt blieben die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen nahezu unverändert. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aus den fortgeführten Geschäftsbereichen stiegen um 15% (währungsbereinigt +2%).

**Nettofinanzverbindlichkeiten nehmen um 288 Mio. € zu**

Die Nettofinanzverbindlichkeiten beliefen sich zum 31. März 2015 auf 542 Mio. €. Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von 288 Mio. € gegenüber dem Vorjahreswert (2014: 254 Mio. €). Hauptgrund hierfür war die Verwendung von flüssigen Mitteln in Höhe von 381 Mio. € für das Aktienrückkaufprogramm. Währungseffekte in Höhe von 137 Mio. € wirkten sich positiv auf die Entwicklung der Nettofinanzverbindlichkeiten aus. Das Verhältnis von Nettofinanzverbindlichkeiten zu EBITDA belief sich zum 31. März 2015 auf 0,4 (2014: 0,2).

**adidas Konzern bestätigt Prognose für das Gesamtjahr 2015**

Der Konzern erwartet, dass der Umsatz im Jahr 2015 währungsbereinigt im mittleren einstelligen Bereich steigen wird. Trotz einer hohen Unsicherheit hinsichtlich der Entwicklung von Wirtschaft und Konsumausgaben in Russland/GUS wird das steigende Verbrauchervertrauen in den meisten Regionen die positive Umsatzentwicklung des Konzerns unterstützen. Insbesondere eine deutlich bessere Umsatzentwicklung bei TaylorMade-adidas Golf sowie die anhaltend robuste Dynamik bei adidas und Reebok werden die Umsatzentwicklung des Konzerns positiv beeinflussen. In Verbindung mit dem weiteren Ausbau und der weiteren Verbesserung der Initiativen im Bereich der selbst kontrollierten Verkaufsflächen werden so nicht wiederkehrende positive Effekte im Zusammenhang mit der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014™ mehr als ausgeglichen werden. Angesichts der Stärkung wichtiger Währungen wie des US-Dollars und des chinesischen Renminbi gegenüber dem Euro werden sich Währungseffekte voraussichtlich positiv auf die Umsatzentwicklung in Euro auswirken.

Der Konzern rechnet damit, dass die Bruttomarge 2015 einen Wert zwischen 47,5% und 48,5% erreichen wird (2014: 47,6%). Höhere Produktmargen bei TaylorMade-adidas Golf infolge einer Reduzierung der Lagerräumungsaktivitäten sowie ein günstigerer

Preis- und Produktmix sowohl bei adidas als auch bei Reebok werden die Entwicklung der Bruttomarge voraussichtlich positiv beeinflussen. Ungünstige Währungsentwicklungen in den Schwellenländern, vor allem Russland/GUS, werden sich jedoch den Prognosen zufolge negativ auf die Bruttomarge auswirken. Der breiter als üblich gefasste Zielkorridor spiegelt die derzeit fortwährende hohe Unsicherheit hinsichtlich künftiger Währungsentwicklungen wider.

Der Konzern geht davon aus, dass die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz im Jahr 2015 in etwa auf dem Vorjahresniveau liegen werden (2014: 42,7%). Das Sales- und Marketing-Working-Budget im Verhältnis zum Umsatz dürfte über dem Vorjahresniveau liegen. Angesichts der soliden Dynamik bei adidas und Reebok wird der adidas Konzern im Jahr 2015 die Marketing- und Point-of-Sale-Investitionen, insbesondere in reifen Märkten wie Nordamerika und Westeuropa, erhöhen, um schnellere Wachstumsraten und höhere Marktanteile zu sichern. Im Rahmen dieser Marketinginitiativen starteten sowohl adidas als auch Reebok zu Beginn des Jahres wichtige Markenkampagnen. Die Betriebsgemeinkosten im Verhältnis zum Umsatz werden den Prognosen zufolge in etwa auf dem Vorjahresniveau liegen.

Die operative Marge ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte wird im Jahr 2015 voraussichtlich zwischen 6,5% und 7,0% liegen (2014 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte: 6,6%). Die operative Marge wird von den Währungsentwicklungen wesentlich beeinflusst werden. Die Steuerquote des Konzerns wird voraussichtlich bei einem Wert von etwa 29,5% liegen und damit günstiger ausfallen als im Vorjahr (2014 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte: 29,7%). Es wird erwartet, dass sich der Konzerngewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte um 7% bis 10% erhöhen und sich somit überproportional zum Umsatz entwickeln wird (2014 Konzerngewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte: 642 Mio. €).

Herbert Hainer: „Ich bin stolz, wie schnell wir uns von den Herausforderungen des Jahres 2014 erholt haben. Wir sind 2015 gut aus den Startblöcken gekommen und blicken nun optimistisch auf das Gesamtjahr. Aber das ist noch lange nicht alles. Unsere neue Strategie ‚Creating the New‘ wird uns helfen, das Wachstum des Konzerns bis 2020 zu beschleunigen und für eine nachhaltige Wertschöpfung zu sorgen.“

\*\*\*

**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

Yifeng Wang  
Manager Investor Relations  
Tel.: +49 (0) 9132 84-3057

Besuchen Sie uns auch im Internet: [www.adidas-Group.com](http://www.adidas-Group.com)

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

in Mio. €	1. Quartal 2015	1. Quartal 2014	Veränderung	1. Quartal 2015 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte	1. Quartal 2014 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte	Veränderung
Umsatzerlöse	4.083	3.480	17,3 %	4.083	3.480	17,3 %
Umsatzkosten	2.074	1.769	17,3 %	2.074	1.769	17,3 %
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>2.008</b>	<b>1.712</b>	<b>17,3 %</b>	<b>2.008</b>	<b>1.712</b>	<b>17,3 %</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	49,2%	49,2%	0,0 PP	49,2%	49,2%	0,0 PP
Lizenz- und Provisionserträge	27	24	13,2 %	27	24	13,2 %
Sonstige betriebliche Erträge	27	50	-45,0 %	27	50	-45,0 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.700	1.478	15,0 %	1.700	1.478	15,0 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	41,6%	42,5%	-0,8 PP	41,6%	42,5%	-0,8 PP
Geschäfts- oder Firmenwert Wertminderungsaufwendungen	18	-	n.a.	-	-	-
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>345</b>	<b>307</b>	<b>12,3 %</b>	<b>363</b>	<b>307</b>	<b>18,1 %</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	8,4%	8,8%	-0,4 PP	8,9%	8,8%	0,1 PP
Finanzerträge	16	7	131,6 %	16	7	131,6 %
Finanzaufwendungen	16	20	-22,4 %	16	20	-22,4 %
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>345</b>	<b>294</b>	<b>17,4 %</b>	<b>363</b>	<b>294</b>	<b>23,5 %</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	8,4%	8,4%	0,0 PP	8,9%	8,4%	0,4 PP
Ertragsteuern	108	85	27,5 %	108	85	27,5 %
<i>(in % des Gewinns vor Steuern)</i>	31,4%	28,9%	2,5 PP	29,8%	28,9%	0,9 PP
<b>Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>237</b>	<b>209</b>	<b>13,3 %</b>	<b>255</b>	<b>209</b>	<b>21,9 %</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	5,8%	6,0%	-0,2 PP	6,2%	6,0%	0,2 PP
Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	-14	-3	360,8 %	-14	-3	360,8 %
<b>Gewinn</b>	<b>223</b>	<b>206</b>	<b>8,1 %</b>	<b>241</b>	<b>206</b>	<b>16,9 %</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	5,5%	5,9%	-0,5 PP	5,9%	5,9%	-0,0 PP
<b>Auf Anteilseigner entfallender Gewinn</b>	<b>221</b>	<b>204</b>	<b>8,2 %</b>	<b>239</b>	<b>204</b>	<b>17,0 %</b>
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	5,4%	5,9%	-0,5 PP	5,8%	5,9%	-0,0 PP
<b>Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1,8 %</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1,8 %</b>
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>1,15</b>	<b>0,99</b>	<b>16,2 %</b>	<b>1,24</b>	<b>0,99</b>	<b>25,1 %</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>1,15</b>	<b>0,97</b>	<b>18,2 %</b>	<b>1,24</b>	<b>0,97</b>	<b>27,3 %</b>
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>1,08</b>	<b>0,98</b>	<b>10,9 %</b>	<b>1,17</b>	<b>0,98</b>	<b>19,9 %</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>1,08</b>	<b>0,96</b>	<b>12,8 %</b>	<b>1,17</b>	<b>0,96</b>	<b>22,0 %</b>

Umsatzerlöse

in Mio. €	1. Quartal 2015	1. Quartal 2014	Veränderung	Veränderung (währungsbereinigt)
Westeuropa	1.143	1.011	13,1 %	11,5 %
Nordamerika	591	462	27,9 %	6,7 %
China	597	414	44,3 %	21,4 %
Russland/GUS	162	245	-33,6 %	-3,4 %
Lateinamerika	423	374	13,0 %	6,0 %
Japan	155	139	11,6 %	6,5 %
MEAA	635	503	26,4 %	9,6 %
Andere Geschäftssegmente	377	333	13,1 %	-1,0 %
adidas	3.352	2.826	18,6 %	10,9 %
Reebok	411	358	14,9 %	9,0 %
TaylorMade-adidas Golf	280	264	6,2 %	-8,6 %
Reebok-CCM Hockey	39	32	21,9 %	8,8 %

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Konzernbilanz (IFRS) der adidas AG

in Mio. €	31. März 2015	31. März 2014	Veränderung in %	31. Dezember 2014
Flüssige Mittel	1.373	1.198	14,6	1.683
Kurzfristige Finanzanlagen	5	5	8,2	5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.456	2.176	12,9	1.946
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	695	159	336,6	398
Vorräte	2.539	2.505	1,4	2.526
Forderungen aus Ertragsteuern	84	87	-3,7	92
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	477	516	-7,5	425
Vermögenswerte klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	282	11	2383,4	272
<b>Kurzfristige Aktiva</b>	<b>7.911</b>	<b>6.658</b>	<b>18,8</b>	<b>7.347</b>
Sachanlagen	1.523	1.313	16,0	1.454
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.226	1.203	1,9	1.169
Markenrechte	1.616	1.419	13,8	1.432
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	166	156	6,3	162
Langfristige Finanzanlagen	138	125	10,4	129
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	47	29	60,1	42
Latente Steueransprüche	680	507	34,0	577
Sonstige langfristige Vermögenswerte	108	77	40,4	105
<b>Langfristige Aktiva</b>	<b>5.504</b>	<b>4.831</b>	<b>13,9</b>	<b>5.070</b>
<b>Aktiva</b>	<b>13.415</b>	<b>11.488</b>	<b>16,8</b>	<b>12.417</b>
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	456	801	-43,0	288
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.475	1.401	5,2	1.652
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	223	114	94,8	91
Ertragsteuern	340	293	15,9	294
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	480	440	9,0	470
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	1.381	1.105	24,9	1.249
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	384	347	10,5	287
Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	35	-	n.a.	46
<b>Kurzfristige Passiva</b>	<b>4.773</b>	<b>4.503</b>	<b>6,0</b>	<b>4.378</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1.464	655	123,3	1.584
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	10	15	-34,3	9
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	294	259	13,6	284
Latente Steuerschulden	457	351	30,0	390
Sonstige langfristige Rückstellungen	39	17	126,0	38
Langfristige abgegrenzte Schulden	71	56	25,3	81
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	44	28	57,3	35
<b>Langfristige Passiva</b>	<b>2.377</b>	<b>1.382</b>	<b>72,0</b>	<b>2.422</b>
Grundkapital	203	209	-2,9	204
Sonstige Rücklagen	1.088	239	355,6	581
Gewinnrücklagen	4.980	5.162	-3,5	4.839
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	6.271	5.610	11,8	5.624
Nicht beherrschende Anteile	- 6	- 7	-7,4	- 7
<b>Gesamtes Eigenkapital</b>	<b>6.265</b>	<b>5.603</b>	<b>11,8</b>	<b>5.618</b>
<b>Passiva</b>	<b>13.415</b>	<b>11.488</b>	<b>16,8</b>	<b>12.417</b>
<b>Zusätzliche Informationen zur Bilanz</b>				
Operatives kurzfristiges Betriebskapital	3.520	3.280	7,3	2.821
Kurzfristiges Betriebskapital	3.138	2.155	45,6	2.970
Nettofinanzverbindlichkeiten	542	254	113,1	185
Verschuldungsgrad	8,6%	4,5%	4,1 PP	3,3%

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.