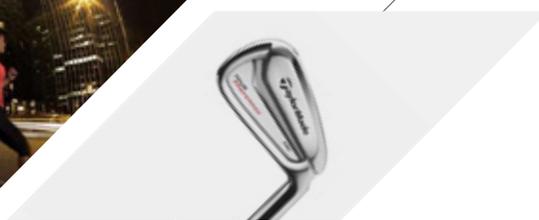




FOR THE LOVE OF SPORT



Q1

Bericht zum ersten Quartal  
Januar – März  
2014

<b>01</b>	<b>AN UNSERE AKTIONÄRE</b>	
01.1	Ergebnisse des ersten Quartals auf einen Blick	3
01.2	Finanz-Highlights	4
01.3	Operative und Sport-Highlights	5
01.4	Brief des Vorstandsvorsitzenden	7
01.5	Unsere Aktie	11
<b>02</b>	<b>KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT</b>	
02.1	Geschäftsentwicklung des Konzerns	14
	/ Entwicklung Gesamtwirtschaft und Branche	14
	/ Gewinn-und-Verlust-Rechnung	16
	/ Bilanz und Kapitalflussrechnung	20
02.2	Geschäftsentwicklung nach Segmenten	23
	/ Geschäftsentwicklung Großhandel	23
	/ Geschäftsentwicklung Einzelhandel	25
	/ Geschäftsentwicklung Andere Geschäftssegmente	27
02.3	Nachtrag und Ausblick	29
<b>03</b>	<b>KONZERNZWISCHENABSCHLUSS (IFRS)</b>	
03.1	Konzernbilanz	35
03.2	Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung	37
03.3	Konzerngesamtergebnisrechnung	38
03.4	Konzernerneigenkapitalveränderungsrechnung	39
03.5	Konzernkapitalflussrechnung	40
03.6	Ausgewählte erläuternde Anhangangaben zum Konzernzwischenabschluss	41
<b>04</b>	<b>ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN</b>	
04.1	Vorstand und Aufsichtsrat	45
04.2	Finanzkalender 2014	47
04.3	Impressum & Kontakt	48

01 / **Ergebnisse des ersten Quartals auf einen Blick** (in Mio. €)

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013	Veränderung
<b>Konzern</b>			
Umsatzerlöse	3.533	3.751	-5,8%
Bruttoergebnis	1.736	1.881	-7,7%
Bruttomarge	49,1%	50,1%	-1,0PP
Betriebsergebnis	303	442	-31,4%
Operative Marge	8,6%	11,8%	-3,2PP
<b>Großhandel</b>			
Umsatzerlöse	2.357	2.481	-5,0%
Bruttoergebnis	1.033	1.100	-6,0%
Bruttomarge	43,8%	44,3%	-0,5PP
Segmentbetriebsergebnis	838	893	-6,1%
Operative Marge des Segments	35,6%	36,0%	-0,4PP
<b>Einzelhandel</b>			
Umsatzerlöse	794	722	10,0%
Bruttoergebnis	476	438	8,6%
Bruttomarge	59,9%	60,7%	-0,8PP
Segmentbetriebsergebnis	105	101	3,7%
Operative Marge des Segments	13,2%	14,0%	-0,8PP
<b>Andere Geschäftssegmente</b>			
Umsatzerlöse	382	548	-30,2%
Bruttoergebnis	149	244	-38,9%
Bruttomarge	39,0%	44,6%	-5,5PP
Segmentbetriebsergebnis	75	172	-56,5%
Operative Marge des Segments	19,5%	31,3%	-11,8PP
<b>Umsatzerlöse nach Marken</b>			
adidas	2.826	2.858	-1,1%
Reebok	358	378	-5,3%
TaylorMade-adidas Golf	264	423	-37,7%
Rockport	53	61	-12,1%
Reebok-CCM Hockey	32	31	5,1%

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

02 / Finanz-Highlights (IFRS)

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013	Veränderung
<b>Operative Highlights (in Mio. €)</b>			
Umsatzerlöse	3.533	3.751	- 5,8%
EBITDA	373	508	- 26,6%
Betriebsergebnis	303	442	- 31,4%
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	204	308	- 33,8%
<b>Wichtige Kennzahlen (%)</b>			
Bruttomarge	49,1%	50,1%	- 1,0 PP
Betriebliche Aufwendungen in % der Umsatzerlöse	42,7%	39,5%	3,1 PP
Operative Marge	8,6%	11,8%	- 3,2 PP
Steuerquote	28,9%	27,5%	1,4 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn in % der Umsatzerlöse	5,8%	8,2%	- 2,4 PP
Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital in % der Umsatzerlöse <sup>1)</sup>	21,1%	20,3%	0,8 PP
Eigenkapitalquote	48,8%	49,7%	- 0,8 PP
Nettofinanzverbindlichkeiten/EBITDA <sup>2)</sup>	0,2	0,1	
Verschuldungsgrad	4,5%	3,1%	1,4 PP
Eigenkapitalrendite	3,6%	5,4%	- 1,7 PP
<b>Bilanz- und Cashflow-Daten (in Mio. €)</b>			
Bilanzsumme	11.488	11.561	- 0,6%
Vorräte	2.505	2.346	6,8%
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	2.939	3.234	- 9,1%
Kurzfristiges Betriebskapital	2.155	2.872	- 25,0%
Nettofinanzverbindlichkeiten	254	180	41,3%
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	5.610	5.743	- 2,3%
Investitionen	157	48	224,8%
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit	- 382	- 575	- 33,5%
<b>Kennzahlen je Aktie (in €)</b>			
Unverwässertes Ergebnis	0,98	1,47	- 33,8%
Verwässertes Ergebnis	0,96	1,47	- 34,9%
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit	- 1,83	- 2,75	- 33,5%
Dividende	1,50 <sup>3)</sup>	1,35	11,1%
Aktienkurs am Ende der Periode	78,54	80,94	- 3,0%
<b>Sonstiges (am Ende der Periode)</b>			
Anzahl der Mitarbeiter	51.777	47.142	9,8%
Anzahl der Aktien	209.216.186	209.216.186	-
Durchschnittliche Anzahl der Aktien	209.216.186	209.216.186	-

1) Laufender Zwölfmonatsdurchschnitt.

2) EBITDA der letzten zwölf Monate.

3) Vorbehaltlich der Zustimmung durch die Hauptversammlung.

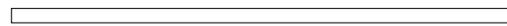
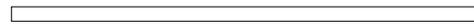
03 / Umsatzerlöse im 1. Quartal

(in Mio. €)

2014		3.533
2013		3.751
2012		3.824

04 / Auf Anteilseigner entfallender Gewinn im 1. Quartal

(in Mio. €)

2014		204
2013		308
2012		289

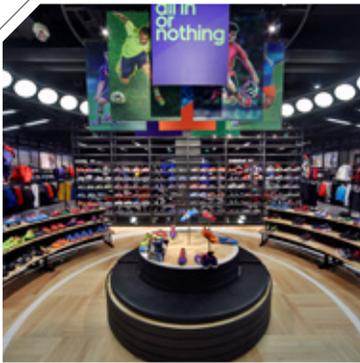
# Operative und Sport-Highlights

## Erstes Quartal 2014

### JANUAR

01.01.

adidas Sport Performance stellt das neue Retail-Konzept HomeCourt im weltweit größten adidas Store, dem adidas Brand Center in Peking, vor.



06.01.

adidas Golf präsentiert den adizero One und läutet damit eine neue Ära leichter und stabiler Golfschuhe ein.

15.01.

adidas Originals präsentiert bei der Berliner Fashion Week das jüngste Mitglied der ZX Produktfamilie: den ZX Flux.

20.01.

TaylorMade stellt drei neue Eisen vor: Tour Preferred MB, Tour Preferred MC, Tour Preferred CB.



28.01.

Reebok startet die globale Markenkampagne „Live With Fire 2.0“, in der gezeigt wird, welche körperlichen, mentalen und sozialen Vorteile diejenigen genießen, die fit fürs Leben sein wollen.



### FEBRUAR

05.02.

Rockport wird mit dem renommierten Footwear Plus Award 2013 für herausragendes Design in der Kategorie „Men's Comfort“ ausgezeichnet.

11.02.

TaylorMade-adidas Golf stellt sein jüngstes LPGA Tour Staff-Mitglied vor: Anna Nordqvist, zweimalige LPGA Tour-Gewinnerin und Siegerin der LPGA Championship 2009.

13.02.

Reebok präsentiert seine „übernatürlich schnelle“ ZSeries Laifshuhkollektion. Das innovative Schaummaterial dieses leichten Laufschuhs garantiert optimalen Bodenkontakt, verbessert die Dämpfung und sorgt für einen reaktions-schnelleren Lauf.



17.02.

adidas enthüllt die neuen adizero f50 Messi Fußballschuhe und den offiziellen Spielball für das UEFA Champions League Finale in Lissabon.



17.02.

Reebok bringt mit All Terrain seine erste Schuhkollektion auf den Markt, die speziell für den Hindernislauf entwickelt wurde.

18.02.

Reebok wird für seinen konsequenten Fokus auf Fitnesstrends wie CrossFit und Spartan Race mit dem dritten Platz bei den Innovation Awards des Fast Company Magazine ausgezeichnet.

26.02.

Der Laufschuh adidas Supernova Glide 6 wird in der US-Ausgabe des Runner's World Magazine im März 2014 als Editor's Choice gewählt.

26.02.

Supermodel Miranda Kerr präsentiert Reeboks neuen Skyscape Schuh mit 360°-Schaumpolsterung für einzigartigen Tragekomfort.



27.02.

adidas präsentiert den weltweit ersten gestrickten Fußballschuh: den Samba Primeknit. Durch das komplett gestrickte Obermaterial sitzt der Schuh wie eine zweite Haut und hat trotzdem die Widerstandskraft eines konventionellen Fußballschuhs.

MÄRZ

03.03.

adidas Golf stellt die pure 360 Golfschuhkollektion vor. Die Schuhe überzeugen durch schlichte, klassische Silhouetten, sehr flexible Außensohlen und Premium-Materialien.

04.03.

Der Aufsichtsrat der adidas AG gibt die Verlängerung des Vertrags von Herbert Hainer und seiner Bestellung zum Vorstandsvorsitzenden der adidas AG um zwei weitere Jahre über 2015 hinaus bis März 2017 bekannt.

06.03.

Mit dem adidas Primeknit FS, dem weltweit ersten All-in-one-Hybridmodell aus Fußballschuh und Socke, gibt adidas seinen Fans einen Einblick in die Zukunft von Fußballschuhen.



06.03.

Nach 30 erfolgreichen Jahren scheidet Erich Stamminger offiziell aus dem adidas Konzern aus. Eric Liedtke tritt die Nachfolge von Erich Stamminger an und verantwortet künftig den Bereich Global Brands auf Vorstandsebene.



17.03.

adidas präsentiert eine weitere bahnbrechende Innovation im Bereich Fußball: den adizero f50 crazylight. Mit 135 g ist er der leichteste Fußballschuh, den adidas je für Konsumenten entwickelt hat. Im Vergleich zum derzeit erhältlichen adizero f50 ist er 20 % leichter.

20.03.

Die neue adidas Originals by Topshop Kollektion wird vorgestellt. Sie feiert Topshops Liebe zu London und adidas Originals Ansehen als ultimatives Streetwear-Sportmodelabel.

27.03.

adidas heißt Pharrell Williams in der adidas Familie willkommen und kündigt die adidas Originals x Pharrell Williams Kooperation an. Erste Produkte werden im Sommer präsentiert werden.



28.03.

Reebok Hockey bringt den RibCor Schlittschuh mit Reebok Pump Technologie auf den Markt. Dank seines neuen agilen Profils bietet er Spielern mehr Bewegungsfreiheit und verbesserte Flexibilität im Vorder- und Hinterfußbereich.



28.03.

Das brandneue adidas Originals Retail-Konzept Neighbourhood wird bei der Neueröffnung des adidas Originals Flagship-Stores in Berlin vorgestellt.



## Brief des Vorstandsvorsitzenden



HERBERT HAINER  
Vorstandsvorsitzender des adidas Konzerns

*Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,  
liebe Freunde des adidas Konzerns,*

wie erwartet hatten wir einen schwierigen Start in das Jahr 2014. Das spiegeln auch unsere Geschäftsergebnisse des ersten Quartals wider. Gleichzeitig bin ich jedoch zuversichtlich, dass wir uns im weiteren Verlauf des Jahres auf deutlich mehr Wachstum und Dynamik freuen können. Dies wird vor allem bei genauerer Betrachtung der verschiedenen Entwicklungen innerhalb unseres Konzerns sichtbar.

Die wichtigsten Finanzergebnisse des ersten Quartals waren:

- / Der Umsatz blieb auf währungsbereinigter Basis stabil, in Euro aber verzeichneten wir einen Rückgang um 6% auf 3,5 Mrd. €.
- / Die Bruttomarge verringerte sich um 1,0 Prozentpunkte auf 49,1%.
- / Die operative Marge lag mit 8,6% um 3,2 Prozentpunkte unter dem Vorjahresniveau.
- / Der auf Anteilseigner entfallende Gewinn betrug 204 Mio. €.
- / Das operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz legte um 80 Basispunkte zu und belief sich auf 21,1%.
- / Die Eigenkapitalquote ging um 80 Basispunkte auf 48,8% zurück.

Es gab insbesondere zwei Faktoren, die sich deutlich auf unsere Quartalsergebnisse auswirkten: Zum einen nehmen wir derzeit bei TaylorMade-adidas Golf strategische Veränderungen vor. Wir sind dabei, wichtige Auslieferungs- und Produkteinführungszyklen neu zu definieren, um unser Geschäft besser auf die saisonbedingte Nachfrage im Markt abzustimmen. Das Ziel dieser Anpassungen liegt auf der Hand: Indem wir unsere Auslieferungstermine näher an die wichtigen Verkaufsperioden im Einzelhandel bringen, wollen wir während des gesamten Produktzyklus höhere Margen erzielen und gleichzeitig Lagerbestandsrisiken reduzieren. Hinzu kam das nach wie vor herausfordernde Umfeld im Golfmarkt, wo die Anzahl der gespielten Runden in den USA im ersten Quartal um weitere 5% zurückging. All dies führte zu einem währungsbereinigten Umsatzrückgang um 34% bei TaylorMade-adidas Golf. Insgesamt hatte dies eine Auswirkung in Höhe von etwa 80 Mio. € auf das Betriebsergebnis des Konzerns. Zum anderen hatten wir nach wie vor mit gravierenden, ungünstigen Entwicklungen einiger Währungen gegenüber dem Euro und dem US-Dollar zu kämpfen, darunter der argentinische Peso, der russische Rubel, der brasilianische Real, die türkische Lira und der australische Dollar. Dies setzte unsere Umsatzergebnisse in Euro und unsere Margen erneut deutlich unter Druck. Die Effekte infolge der Währungsumrechnung hatten eine negative Auswirkung in Höhe von 235 Mio. € auf den Umsatz bzw. kosteten uns 6 Prozentpunkte an Wachstum. Zudem wurde unsere Bruttomarge von der Abwertung des russischen Rubels belastet, die sich mit einem negativen Effekt von 30 Basispunkten auswirkte. Außerdem kosteten uns ungünstigere Hedging-Kurse 70 Basispunkte. Wenn man beides berücksichtigt, Währungsumrechnungs- und Transaktionseffekte, schätzen wir die negative Auswirkung auf unser Betriebsergebnis auf etwa 50 Mio. €.

Diese zwei Faktoren prägten die Entwicklung unserer Geschäftsergebnisse im ersten Quartal maßgeblich. Sie verdecken gleichzeitig einige sehr positive Entwicklungen, die wir weltweit in unseren Geschäftseinheiten sehen. Lassen Sie mich ein paar Beispiele aufzählen:

- / Nach wie vor geben wir in den Schwellenländern den Ton an. So konnten wir den Umsatz in den Europäischen Schwellenländern um 28%, in Lateinamerika um 19% und in China um 5% steigern.
- / Unser eigener Einzelhandel verzeichnete eine starke Erholung. Auf vergleichbarer Basis stieg der Umsatz um 8%. Die betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz blieben trotz der Eröffnung 283 neuer Geschäfte netto in den letzten zwölf Monaten stabil, da wir unser Wachstum in diesem Segment optimal nutzen konnten. Auch der Bereich eCommerce konnte erneut ein sehr starkes Umsatzwachstum vorweisen, mit einem Plus von 72%.
- / Bei adidas erhöhte sich der währungsbereinigte Umsatz im ersten Quartal 2014 um 5%. Alle Regionen mit Ausnahme von Nordamerika, worauf ich später noch zurückkommen werde, verzeichneten Zuwächse. 2014 steht ganz im Zeichen des Fußballs, einem heiß umkämpften Markt, und wir gehen jetzt wieder in die Offensive. Unser währungsbereinigter Umsatz in der Kategorie Fußball nahm im ersten Quartal um 27% zu. Wir erzielten beeindruckende zweistellige Zuwächse in Westeuropa, Lateinamerika, Russland/GUS und Nordamerika. Dies verdeutlicht erneut unsere Führungsposition und Innovationsstärke in dieser Kategorie.
- / Auch in der Kategorie Running hält unser Erfolg weiter an. Mit einem währungsbereinigten Umsatzanstieg um 7% startete diese Kategorie schwungvoll in das Jahr 2014. Wir lieferten eine Million Paar Laufschuhe mit unserer Boost Technologie aus. Diese Technologie gibt bei wichtigen Marathonveranstaltungen weiterhin das Tempo vor und begeistert Konsumenten rund um den Globus.
- / Auch die Kategorie Training verzeichnete eine starke Dynamik und konnte ein währungsbereinigtes Umsatzplus in Höhe von 8% vorweisen. Bekleidung ist für uns in diesem Jahr ein wichtiger Fokus. Wir wollen hier eine neue Ära nachhaltigen Wachstums einläuten. Ein hervorragendes Beispiel hierfür ist das ClimaChill Konzept,

- das bei Einzelhändlern und Konsumenten sehr gut ankommt. Auch dank der Mitwirkung von David Beckham haben wir bereits 4,6 Millionen Klicks für unsere ClimaChill Marketing-Kampagne auf YouTube. Damit ist ClimaChill unser bislang erfolgreichster digitaler Launch im Bereich Bekleidungstechnologie.
- / Im Lifestyle-Bereich haben wir weiterhin mit schwachen Trends für Originals in Nordamerika und Westeuropa zu kämpfen. Dennoch stieg unser Originals & Sport Style Geschäft im ersten Quartal um 3%. Mit adidas Originals sind wir in all unseren Märkten der Schwellenländer deutlich zweistellig gewachsen. Zudem konnten wir mit adidas NEO eine 24%ige Umsatzsteigerung erzielen. Das sind Ergebnisse, auf die wir stolz sein können.
  - / Reebok erreichte mit einer währungsbereinigten Umsatzsteigerung von 3% das vierte Quartal in Folge ein Umsatzwachstum. Was noch wichtiger ist: Wir erzielten trotz der negativen Währungseffekte, denen der gesamte Konzern ausgesetzt war, eine weitere deutliche Verbesserung der Bruttomarge um 50 Basispunkte auf 39,6%. Durch strategische Partnerschaften mit CrossFit, Spartan Race und Les Mills intensiviert Reebok erfolgreich die Aktivitäten im Grassroots-Bereich und stärkt die Markentreue der Fit-Generation weiter. Zudem stellten wir vielversprechende neue Reebok Schuhe vor, unter anderem ZQuick für Running und Training, die All Terrain Schuhe für den Hindernislauf und den äußerst bequemen Skyscape Walking-Schuh für Frauen. Auch unser optisch auffälliges und kategoriespezifisches Bekleidungsangebot für die wachsende Zahl von Fitnessaktivitäten stößt auf zunehmend positive Resonanz; hier hat Reeboks Umsatz um 14% zugelegt.

Diese Erfolge bestätigen uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Und das Feedback, das wir in den letzten Wochen von unseren Einzelhändlern nach der Vorstellung weiterer neuer Produktkonzepte erhalten haben, ist äußerst vielversprechend. Es signalisiert uns, dass wir nicht nur in unseren starken Kategorien die Dynamik aufrechterhalten, sondern dass wir auch in unseren schwierigsten Märkten und Kategorien die Trendwende einleiten.

An dieser Stelle möchte ich auf Nordamerika zurückkommen, wo der Konzernumsatz im ersten Quartal um 20% zurückging. Auch wenn mehr als die Hälfte des Umsatzrückgangs TaylorMade-adidas Golf zuzuschreiben war, hatten adidas und Reebok ebenfalls einen schleppenden Start ins Jahr mit Umsatzrückgängen um 13% bzw. 8%. Der Umsatzrückgang bei adidas im ersten Quartal war primär Originals und Basketball zuzuschreiben. Bei Originals verpassten wir in den vergangenen zwölf Monaten einige Modetrends im nordamerikanischen Markt. Die niedrigeren Umsatzerlöse mit Basketballschuhen im ersten Quartal waren darauf zurückzuführen, dass wir uns an einem starken Vorjahr messen mussten. 2013 hatten wir unsere Aktivitäten im Vorfeld der Rückkehr von Derrick Rose intensiviert. Bei Reebok betraf der Umsatzrückgang hauptsächlich den Laufschuhbereich im Vertriebskanal Großhandel. Ich möchte an dieser Stelle jedoch auch betonen, dass die Entwicklung bei all unseren anderen Fitnessprodukten sowie in der Kategorie Classics sehr positiv verläuft.

Meine Vorstandskollegen und ich sind natürlich unzufrieden mit der Performance unseres Konzerns in Nordamerika. Eines kann ich Ihnen aber versichern: Wir sind fest entschlossen, den langfristigen Erfolg des Konzerns in diesem Markt zu sichern. Wir sind überzeugt, dass wir uns in Bezug auf unsere Markenpositionierungen auf die richtigen Bereiche fokussieren. Unser größtes Hindernis ist jedoch nach wie vor die Qualität bei unserer Umsetzung, vor allem im Vertriebskanal Großhandel. Die Umsatzsteigerung um 13% im Einzelhandelssegment im ersten Quartal zeigt hingegen deutlich, wie begehrt und nachgefragt unsere Marken und Produkte bei optimaler Präsentation sind.

Daher treiben wir auch intern Veränderungen in Nordamerika voran: durch die erfolgreiche Einführung eines gemeinsamen Führungsteams und Geschäftsmodells für adidas und Reebok sowie die Ernennung von Mark King zum President adidas Group North America. Mark King hat im vergangenen Jahrzehnt TaylorMade-adidas Golf an die Spitze der Golfindustrie gebracht. Unter der Leitung meines Vorstandskollegen Roland Auschel, der die Verantwortung für diesen Markt auf Vorstandsebene von mir übernehmen wird, sowie mit der starken Unterstützung von Eric Liedtke und seinem Marketingteam arbeiten Top-Führungskräfte und -Talente an der Verbesserung unseres Nordamerika-Geschäfts. Dies schafft eine hervorragende Grundlage für unseren nächsten strategischen Geschäftsplan.

Dieses Team wird sich vor allem darauf fokussieren, langfristig unsere Konzepte besser für den nordamerikanischen Markt umzusetzen. Kurzfristig sehen wir bereits jetzt, dass sich die Trends bei beiden Marken in Nordamerika verbessern. Ich gehe davon aus, dass sich die negative Entwicklung des ersten Quartals umkehren wird und sowohl adidas als auch Reebok im Gesamtjahr in Nordamerika wachsen werden.

Großartige Produkteinführungen werden in Nordamerika zu einer steigenden Nachfrage sowie einem höheren Bestellvolumen bei adidas in der zweiten Jahreshälfte führen. Hierzu gehört zum Beispiel der Originals ZX Flux, dessen Durchverkauf in Westeuropa bei Foot Locker Europe den unseres Hauptwettbewerbers deutlich übertrifft. Auch das wesentlich höhere verfügbare Angebot an Boost Laufschuhen, die Vorstellung der ersten Produkte aus den neuen Partnerschaften mit Kanye West und Pharrell Williams sowie die Einführung unserer mehrfach ausgezeichneten Boost Technologie im Bereich Basketball unterstützen diese Entwicklungen. Bei Reebok sehen wir dank des erweiterten Produktangebots im Bereich Fitness und der für die Sommermonate geplanten höheren Mengen unserer neuesten Laufprodukte ebenfalls eine wachsende Dynamik in Nordamerika.

Und nicht nur in dieser Region kommt Reebok gut voran. Bei einem globalen Event, das wir Ende April in Canton für Reeboks wichtigste Einzelhandelspartner und Großkunden weltweit veranstalteten, erhielten wir auch außerordentlich positives Feedback zu unseren Kollektionen und Konzepten für Frühjahr/Sommer 2015. Bisher waren die Erfolge von Reebok hauptsächlich auf von uns selbst kontrollierte Verkaufsflächen in den Märkten und Vertriebskanälen zurückzuführen. Ich bin der festen Überzeugung, dass im nächsten Jahr das Potenzial der Marke auch im Großhandelsbereich freigesetzt wird.

Aus diesem Grund freue ich mich, wie eingangs bereits erwähnt, auf eine zunehmende Dynamik für unseren Konzern in den kommenden Monaten. Infolgedessen kann ich die im März veröffentlichten Prognosen für das Gesamtjahr mit lediglich kleinen Anpassungen bestätigen. Der schwache Start im Golfmarkt zu Beginn des Jahres wird voraussichtlich dazu führen, dass der Umsatz von TaylorMade-adidas Golf auf währungsbereinigter Basis leicht unter dem Vorjahresniveau liegen wird. Dies wird jedoch durch den Umsatz im eigenen Einzelhandel kompensiert werden. Hier erwarten wir nun einen Anstieg des währungsbereinigten Umsatzes am oberen Ende der ursprünglich anvisierten Spanne von einem hohen einstelligen bis einem niedrigen zweistelligen Wachstum.

Obwohl Währungen und deren Auswirkung auf unsere Ergebnisse weiterhin ein Sorgenkind bleiben, erwarte ich eine starke Performance im zweiten Quartal, die wegweisend für das Gesamtjahr sein wird. Mit der FIFA Fußball-WM 2014 im Mittelpunkt des Interesses wird das zweite Quartal definitiv ein gutes Quartal für adidas werden. Noch im Mai starten wir unsere bislang größte Fußballoffensive. Auch Boost wird weiterhin für Aufsehen sorgen. Dies ist die mit Abstand innovativste Technologie in unserer Branche in den letzten Jahrzehnten. Bis Ende des Jahres visieren wir den Verkauf von mehr als neun Millionen Paar Boost Schuhen an. Das ist aber noch lange nicht alles. Originals wartet ebenfalls mit zahlreichen neuen Produkten und Partnerschaften auf, mit denen wir wieder wachsen und unseren Anspruch als das begehrteste und authentischste Streetwear-Label in der Welt des Sports unterstreichen werden.

Ich wünsche Ihnen allen einen angenehmen und aktiven Sportsommer.

*Mit sportlichem Gruß,*



HERBERT HAINER  
Vorstandsvorsitzender des adidas Konzerns

## Unsere Aktie

**Die meisten internationalen Aktienmärkte verzeichneten zu Beginn des Jahres 2014 eine volatile Seitwärtsbewegung. Die Währungsabwertungen in Schwellenländern, politische Risikofaktoren in der Ukraine und eine mäßige Berichtssaison in Europa waren wesentliche Herausforderungen und setzten die internationalen Aktienmärkte unter Druck. Verbesserte Frühindikatoren in der Eurozone, Andeutungen einer weiteren geldpolitischen Lockerung durch die EZB und die Ausweitung der US-Schuldenobergrenze entlasteten die Märkte jedoch etwas und glichen die negative Marktstimmung im ersten Quartal zum Teil aus. Infolgedessen blieb der DAX stabil, der MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index hingegen gab um 3% gegenüber dem Stand zum Jahresende 2013 nach. Die Aktie der adidas AG blieb hinter der allgemeinen Marktentwicklung zurück und verlor im ersten Quartal 2014 15%.**

### Seitwärtsbewegung der meisten internationalen Aktienmärkte zu Beginn des Jahres 2014

Im ersten Quartal 2014 konnten die meisten internationalen Aktienmärkte die positive Dynamik vom Ende des Vorjahres nicht aufrechterhalten und verzeichneten zu Jahresbeginn volatile Seitwärtsbewegungen. Insbesondere die deutliche Abwertung der Währungen in mehreren wichtigen Schwellenländern gegenüber dem Euro und dem US-Dollar, darunter der argentinische Peso, der russische Rubel und der brasilianische Real, stellten eine erhebliche Herausforderung für die Aktienmärkte dar. Trotz der Sorgen um die Entwicklung in den Schwellenländern und der etwas schwächeren Konjunkturdaten reduzierte die US-Notenbank ihre monatlichen Anleihekäufe im Januar und März um jeweils 10 Mrd. US-\$. Zusammen mit der Ankündigung der US-Notenbank, ihre Anleihekäufe weiter zurückzufahren, führte dies zu einer zusätzlichen Verunsicherung auf den Aktienmärkten. Darüber hinaus trugen die ungewisse politische Lage in der Ukraine, negative Konjunkturindikatoren in China sowie die mäßige Berichtssaison in Europa ebenfalls zur getrübbten Stimmung unter Anlegern bei. Positive Trends in der Eurozone, resultierend vor allem aus besseren Frühindikatoren, stoppten im Februar vorübergehend den Abwärtstrend an den Aktienmärkten. Andeutungen der EZB einer weiteren geldpolitischen Lockerung sowie Spekulationen um höhere monetäre Anreize in China unterstützten die Entwicklung der Aktienmärkte im ersten Quartal. Robuste Konjunkturdaten und eine positive Berichtssaison in den USA sowie die überraschende Einigung über die Ausweitung der US-Schuldenobergrenze um ein Jahr gaben der Entwicklung der Aktienmärkte im ersten Quartal zusätzlichen Rückenwind. Infolgedessen blieb der DAX stabil und beendete das erste Quartal bei 9.556 Punkten. Der MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index hingegen gab geringfügig um 3% gegenüber dem Stand zum Jahresende 2013 nach.

### Rückgang des Aktienkurses der adidas AG im ersten Quartal

Angesichts des kräftigen Kursanstiegs der adidas AG Aktie im Jahr 2013 und der deutlich besseren Entwicklung als der Markt insgesamt gab es zu Beginn des ersten Quartals 2014 Gewinnmitnahmen einiger Investoren. Mitte Januar kehrte sich die bis dahin schwache Entwicklung der Aktie der adidas AG vor allem infolge mehrerer positiver Analystenkommentare um. Die Aktie erreichte am 22. Januar ein neues Allzeithoch von 92,92 €. Analog zum allgemeinen negativen Markttrend entwickelte sich die adidas AG Aktie jedoch gegen Ende des Monats rückläufig. Im Februar verzeichnete die Aktie dann eine Seitwärtsbewegung, die

### 05 / Historische Entwicklung der adidas AG Aktie und wichtiger Indizes zum 31. März 2014 (in %)

	Seit Jahres- beginn	1 Jahr	3 Jahre	5 Jahre	Seit Börsen- gang
adidas AG	- 15	- 3	77	213	712
DAX	0	23	36	134	335
MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods	- 3	16	50	256	400

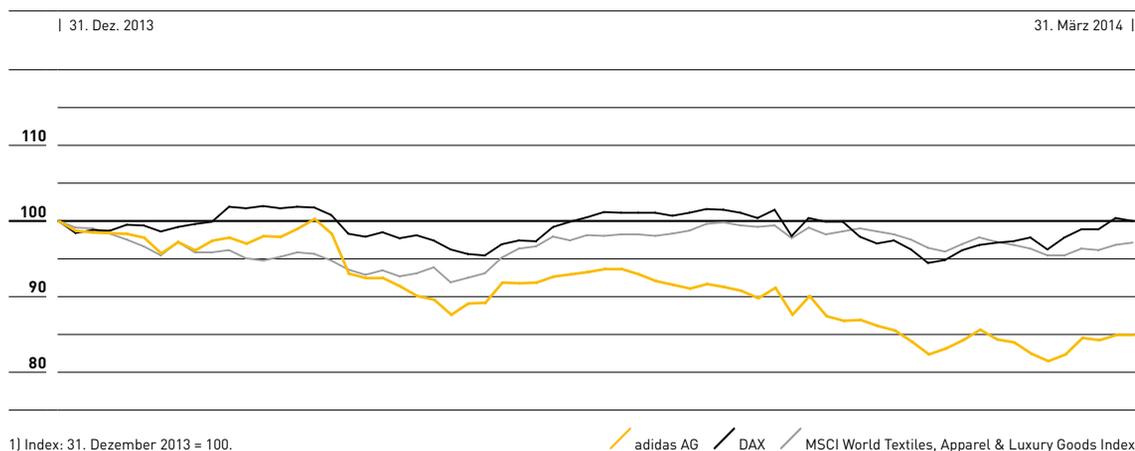
Quelle: Bloomberg.

hauptsächlich auf unterschiedliche Analystenkommentare im Vorfeld der Veröffentlichung der Konzernergebnisse für das Geschäftsjahr 2013 zurückzuführen war. Analysten äußerten sich zwar zuversichtlich in Bezug auf die Fähigkeit des Konzerns, das Umsatzwachstum im Jahr 2014, unterstützt durch positive Effekte aus großen Sportereignissen wie der FIFA Fußballweltmeisterschaft, wieder deutlich zu steigern; diesem Vertrauen stand jedoch die wachsende Sorge um zunehmend negative Währungseffekte, insbesondere in wichtigen Schwellenländern, im bisherigen Verlauf des Jahres gegenüber. Nach der Veröffentlichung der Konzernergebnisse für das Gesamtjahr 2013 am 5. März geriet die Aktie der adidas AG zusätzlich unter Druck. Zwar lagen die Konzernergebnisse für das Geschäftsjahr 2013 aufgrund der starken Performance des Konzerns im vierten Quartal 2013 leicht über den Erwartungen, die Prognose für das Geschäftsjahr 2014 enttäuschte jedoch die Marktteilnehmer. Insbesondere die Prognose des adidas Konzerns hinsichtlich der operativen Marge lag unter den mehrheitlichen Schätzungen und stieß deshalb auf negative Resonanz bei den Marktteilnehmern. Die meisten Analysten sind nach wie vor zuversichtlich, dass der adidas Konzern aus operativer Sicht auf einem guten Weg ist, die meisten seiner strategischen Route 2015 Ziele zu erreichen. Jedoch gehen Marktteilnehmer davon aus, dass der Konzern aufgrund negativer Währungseffekte seine Ziele eines Umsatzes von 17 Mrd. € und einer operativen Marge von 11,0% später als ursprünglich geplant erreichen könnte. Viele Analysten mussten ihre Prognosen für das Gesamtjahr 2014 dementsprechend anpassen, weshalb auch mehrere Kursziele nach unten korrigiert wurden. Infolgedessen beendete die Aktie der adidas AG das erste Quartal 2014 bei 78,54 € und damit 15% unter dem Schlusskurs von Ende Dezember 2013.



## Die Aktie der adidas AG auf einen Blick

### 06 / Aktienkursentwicklung 2014<sup>1)</sup>



### 07 / Die adidas AG Aktie

Anzahl Aktien Durchschnitt im ersten Quartal	209.216.186
Anzahl Aktien zum 31. März <sup>1)</sup>	209.216.186
Aktienart	Auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien (Namensaktien)
Free Float	100 %
Börsengang	17. November 1995
Aktiensplit	6. Juni 2006 (im Verhältnis 1:4)
Börsenplatz	Alle deutschen Börsen
Wertpapiercode (ISIN)	DE000A1EWWW0
Börsenkürzel	ADS, ADSGn.DE

Wichtige Indizes	
/	DAX
/	MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods
/	Deutsche Börse Prime Consumer
/	Dow Jones Sustainability Index World
/	Dow Jones Sustainability Index Europe
/	FTSE4Good Europe
/	Euronext Vigeo Eurozone 120
/	Euronext Vigeo Europe 120
/	Euronext Vigeo World 120
/	Ethibel Sustainability Index Excellence Europe
/	ECPI Euro Ethical Index
/	ECPI EMU Ethical Index
/	STOXX Global ESG Leaders

1) Alle Aktien sind voll dividendenberechtigt.

### Anzahl der ADRs steigt

Die Anzahl der Level 1 American Depositary Receipts (ADRs) stieg im Dreimonatszeitraum verglichen mit der Anzahl am Ende des Jahres 2013 deutlich. Zum 31. März 2014 belief sich die Anzahl der ausstehenden ADRs auf 10,3 Millionen, verglichen mit 9,2 Millionen zum Jahresende 2013. Gegenüber dem Stand vom 28. März 2013, als sich die Anzahl der ausstehenden ADRs auf 12,2 Millionen belief, bedeutet dies allerdings einen Rückgang. Das Level 1 ADR schloss das Quartal bei 54,30 US-\$. Dies stellte einen Rückgang um 15% gegenüber dem Stand zum Jahresende 2013 dar und entspricht damit in etwa der Entwicklung unserer Aktie in diesem Zeitraum.

### Dividendenvorschlag von 1,50 € je Aktie

Der Vorstand und der Aufsichtsrat der adidas AG werden der Hauptversammlung am 8. Mai 2014 für das Geschäftsjahr 2013 eine Dividende in Höhe von 1,50 € je Aktie vorschlagen (2012: 1,35 €). Sofern die Hauptversammlung ihre Zustimmung erteilt, wird die Dividende am 9. Mai 2014 ausgezahlt. Dies bedeutet eine Erhöhung um 11%; zum Vergleich: 2013 stieg der auf Anteilseigner entfallende Gewinn ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte um 6%. Die Gesamtausschüttung in Höhe von 314 Mio.€ (2012: 282 Mio.€) entspricht einem Ausschüttungssatz von 37,4% des auf Anteilseigner entfallenden Konzerngewinns ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte (2012: 35,7%). Dieser Vorschlag steht im Einklang mit der Dividendenpolitik des Konzerns, die einen Ausschüttungssatz zwischen 20% und 40% des auf Anteilseigner entfallenden Gewinns vorsieht.

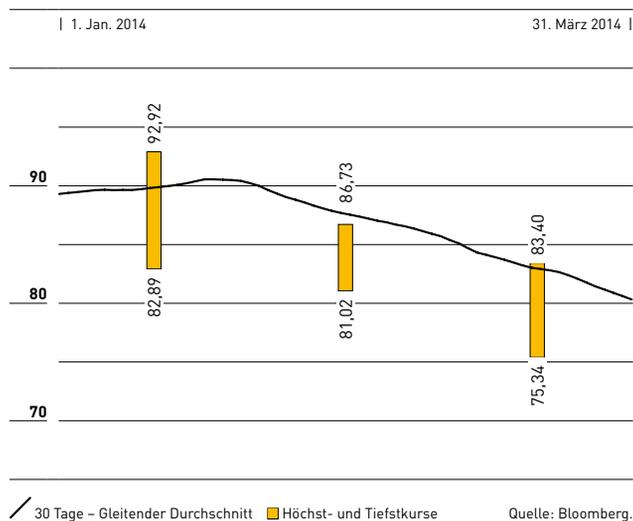
### Veränderungen in der Investorenbasis

Im ersten Quartal 2014 erhielt die adidas AG keine Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 21 Abs. 1, 25 Abs. 1 bzw. 25a Abs. 1 Wertpapierhandelsgesetz (WpHG). Alle erhaltenen Stimmrechtsmitteilungen sind auf unserer Webseite unter [://WWW.ADIDAS-GROUP.DE/STIMMRECHTSMITTELUNGEN](http://WWW.ADIDAS-GROUP.DE/STIMMRECHTSMITTELUNGEN) zu finden.

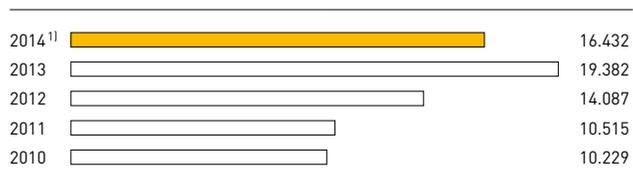
### Offenlegung von Aktiengeschäften auf der Internetseite

Transaktionen mit Aktien der adidas AG (ISIN DE000A1EWWW0) oder mit sich darauf beziehenden Finanzinstrumenten im Sinne von § 15a WpHG durch Mitglieder unseres Vorstands oder Aufsichtsrats bzw. andere leitende Führungskräfte oder mit ihnen in enger Beziehung stehende Personen werden auf unserer Internetseite unter [://WWW.ADIDAS-GROUP.DE/DIRECTORS\\_DEALINGS](http://WWW.ADIDAS-GROUP.DE/DIRECTORS_DEALINGS) veröffentlicht. Im ersten Quartal 2014 erhielt die adidas AG keine Meldungen über Transaktionen gemäß § 15a WpHG.

### 08 / adidas AG Aktie monatliche Höchst- und Tiefstkurse<sup>1)</sup> (in €)



### 09 / adidas AG Marktkapitalisierung zum Jahresende (in Mio. €)



1) Zum 31. März.

## Geschäftsentwicklung des Konzerns

Im ersten Quartal 2014 wirkten sich negative Währungseffekte deutlich auf die Konzernergebnisse aus. Auf währungsbereinigter Basis blieb der Umsatz des adidas Konzerns stabil. Umsatzzuwächsen in den Segmenten Großhandel und Einzelhandel standen Rückgänge in den Anderen Geschäftssegmenten gegenüber. In Euro lag der Konzernumsatz mit 3,533 Mrd. € um 6% unter dem Vorjahresniveau (2013: 3,751 Mrd. €). Die Bruttomarge des Konzerns verringerte sich um 1,0 Prozentpunkte auf 49,1% (2013: 50,1%). Hauptgründe hierfür waren negative Effekte resultierend aus der Währungsabwertung, weniger günstigen Hedging-Kursen und höheren Beschaffungskosten. Das Bruttoergebnis des Konzerns ging im ersten Quartal 2014 um 8% auf 1,736 Mrd. € zurück (2013: 1,881 Mrd. €). Das Betriebsergebnis des Konzerns lag mit 303 Mio. € um 31% unter dem Vorjahresniveau (2013: 442 Mio. €). Die operative Marge verringerte sich damit um 3,2 Prozentpunkte auf 8,6% (2013: 11,8%). Dies war primär das Ergebnis der niedrigeren Bruttomarge sowie des negativen Effekts höherer sonstiger betrieblicher Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz. Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn ging um 34% auf 204 Mio. € zurück (2013: 308 Mio. €). Das verwässerte Ergebnis je Aktie verringerte sich im ersten Quartal um 35% auf 0,96 € (2013: 1,47 €).

## Entwicklung Gesamtwirtschaft und Branche

### Weltwirtschaft wächst im ersten Quartal

Im ersten Quartal 2014 gewann die Konjunktur in weiten Teilen der Welt an Fahrt. Die Schwellenländer entwickelten sich erneut besser als die reifen Volkswirtschaften, wenn auch mit etwas niedrigeren Wachstumsraten als in vorangegangenen Quartalen. Die Entwicklung der reifen Volkswirtschaften wurde durch kontinuierliches, wenn auch moderates BIP-Wachstum in der Eurozone unterstützt. Trotz einer erhöhten Wirtschaftstätigkeit und verbesserten Stimmung unter Konsumenten sahen sich viele entwickelte Märkte mit wesentlichen negativen Herausforderungen wie z.B. hohen Arbeitslosenquoten und hoher Verschuldung konfrontiert.

Die Volkswirtschaften Westeuropas verzeichneten ein moderates BIP-Wachstum. Unterstützt wurde diese Entwicklung durch den niedrigen Inflationsdruck, weniger strikte Sparmaßnahmen und eine Erholung der Exporttätigkeit im ersten Quartal. Dabei blieb Deutschland nach wie vor die stärkste Volkswirtschaft der Region. Ein lediglich niedriger Anstieg der Realeinkommen sowie hohe Arbeitslosenquoten in einigen wichtigen Märkten dämpften jedoch Investitionen, Ausgaben und Verbrauchervertrauen und führten zu nur mäßigem BIP-Wachstum in vielen Ländern dieser Region.

In den Europäischen Schwellenländern verzeichneten die meisten Märkte einen Anstieg des BIP. Wachstumstreiber waren eine relativ solide Investitionstätigkeit und Binnennachfrage sowie eine niedrigere Inflation. Allerdings führten die politischen Unruhen in der Ukraine zum Schrumpfen der Wirtschaft in diesem Markt. Die Krise wirkte sich zudem auf die rückläufige Wirtschaftstätigkeit Russlands aus, bremste die Investitionen, trübte die Exportnachfrage und verschärfte die rapide Währungsabwertung.

### 10 / Quartalsweise Entwicklung des Konsumentenvertrauens<sup>1)</sup> (nach Regionen)

	Q1 2013	Q2 2013	Q3 2013	Q4 2013	Q1 2014
USA <sup>2)</sup>	61,9	82,1	80,2	77,5	82,3
Eurozone <sup>3)</sup>	-23,3	-18,7	-14,8	-13,5	-9,3
Japan <sup>4)</sup>	45,0	44,3	45,1	40,0	36,9
China <sup>5)</sup>	102,6	97,0	99,8	102,3	103,1
Russland <sup>6)</sup>	-7,0	-6,0	-7,0	-11,0	-11,0
Brasilien <sup>7)</sup>	114,3	110,1	110,1	111,2	108,8

- 1) Zahlen am Quartalsende.  
2) Quelle: Conference Board.  
3) Quelle: Europäische Kommission.  
4) Quelle: Volks- und Sozialwirtschaftliches Forschungsinstitut der japanischen Regierung.  
5) Quelle: Chinesisches Statistikamt.  
6) Quelle: Russisches Statistikamt.  
7) Quelle: National Confederation of Industry Brazil.

### 11 / Wechselkursentwicklung<sup>1)</sup> (1 € entspricht)

	Durchschnittskurs 2013	Q2 2013	Q3 2013	Q4 2013	Q1 2014	Durchschnittskurs 2014 <sup>2)</sup>
USD	1,3283	1,3080	1,3505	1,3791	1,3788	1,3704
GBP	0,8492	0,8572	0,8361	0,8337	0,8282	0,8281
JPY	129,58	129,39	131,78	144,72	142,42	140,87
RUB	42,298	42,783	43,682	45,137	49,205	47,961
CNY	8,1674	8,0817	8,3029	8,4082	8,4825	8,3589

- 1) Kassakurs am Quartalsende.  
2) Durchschnittskurs der ersten drei Monate 2014.

Die USA verzeichneten im ersten Quartal ein Wirtschaftswachstum, wo eine schwache Inflation und niedrige Zinsen die Konsumausgaben ankurbelten. Trotz des relativ gesunden BIP-Wachstums wirkten sich schleppende Eigenheimverkäufe sowie das kalte Wetter und verheerende Schneestürme negativ auf Konsumausgaben und Wirtschaftsaktivität in diesem Zeitraum aus.

In Asien kurbelten steigende Löhne und ein nachlassender Inflationsdruck in den meisten Volkswirtschaften der Region die Inlandsnachfrage und das Wirtschaftswachstum an. China verzeichnete nach wie vor robuste Wachstumsraten; hohe Ausgaben seitens der Verbraucher und der Regierung sowie die solide Industrieproduktion unterstützten das Konjunkturwachstum. Japan erzielte eine relativ robuste BIP-Expansion mit steigenden Ausgaben im Einzelhandel im Vorfeld der Mehrwertsteuererhöhung im April.

Die meisten Länder Lateinamerikas mit Ausnahme von Argentinien konnten ein gesundes BIP-Wachstum vorweisen. Aktivitäten im Vorfeld der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 in Verbindung mit einem relativ robusten Arbeitsmarkt belebten das BIP-Wachstum in Brasilien und trugen dazu bei, die negativen Auswirkungen der schweren Dürre zu kompensieren. In Argentinien schrumpfte die Wirtschaft im ersten Quartal. Hohe Inflationsraten und Zinsen sowie eine zurückhaltende Verbraucherkreditvergabe bremsten das BIP-Wachstum. Die relative Schwäche vieler Währungen in dieser Region unterstützte die Exporttätigkeit; allerdings schwächte eine herausfordernde Handelspolitik den positiven Effekt ab.

### **Positive Dynamik in der Sportartikelbranche weltweit im ersten Quartal**

Im ersten Quartal 2014 verzeichnete die Sportartikelbranche weltweit ein moderates Wachstum. Diese Entwicklung war hauptsächlich auf steigende Konsumausgaben in den Schwellenländern zurückzuführen, die den eher verhaltenen Privatkonsum in einigen westeuropäischen Ländern kompensierten. Die Branche profitierte von großen Sportereignissen wie den Olympischen Winterspielen 2014, die im Februar in Sotschi, Russland, stattfanden, sowie von den Aktivitäten im Vorfeld des weltweit größten Sportereignisses, der Fußballweltmeisterschaft, die dieses Jahr in Brasilien stattfindet. Der rasante Ausbau des E-Commerce-Vertriebskanals innerhalb der Branche setzte sich fort. Marktteilnehmer nutzten verschiedene wirtschaftliche Möglichkeiten mithilfe digitaler und sozialer Medien sowie insbesondere mobiler Technologien. Aus Categoriesicht verzeichnete Basketball weiterhin starkes Wachstum; dabei erzielte der Lifestyle-Bereich besonders gute Ergebnisse. In der Kategorie Running fiel die Entwicklung schwächer aus als in den vorangegangenen Quartalen. Der Bereich der hochfunktionalen Running-Produkte hatte jedoch nach wie vor ein gesundes Wachstum vorzuweisen. Die Aktivitäten im Vorfeld der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 kamen der Kategorie Fußball zugute. Die Kategorie Outdoor war im ersten Quartal sowohl bei Schuhen als auch bei Bekleidung einem gewissen Gegenwind im Einzelhandel ausgesetzt. Retro-Looks sorgten in verschiedenen Kategorien für positive Wachstumstrends.

In Westeuropa unterstützten höhere Konsumausgaben das Wachstum der Branche. Diese Entwicklung wurde durch den hohen Stellenwert, den Fußball in vielen Märkten Westeuropas genießt, weiterhin zusätzlich verstärkt. Auch in vielen europäischen Schwellenländern sorgten die Aktivitäten im Vorfeld der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 und der positive Effekt resultierend aus den Olympischen Winterspielen 2014 für weiteren Auftrieb in der Branche, vor allem in Russland.

In Nordamerika fiel die Entwicklung der Sportartikelbranche zu Beginn des Jahres unterschiedlich aus. Der strenge Winter wirkte sich hier negativ auf den Einzelhandel aus. Während die Nachfrage nach Basketball- und hochfunktionalen Schuhen und Bekleidungsprodukten nach wie vor hoch war, ging der Umsatz mit Freizeitschuhen und Outdoorartikeln zurück. Außerdem verzeichnete der Golfmarkt zu Beginn des Jahres eine negative Entwicklung; die Anzahl der gespielten Runden ging deutlich zurück.

In Asien begünstigten höhere verfügbare Einkommen und zunehmende Konsumausgaben die Expansion der Sportartikelbranche. Dieser Trend machte sich insbesondere in China bemerkbar, mit gesunden Wachstumsraten vor allem außerhalb der wichtigsten Großstädte. In den anderen asiatischen Märkten verzeichnete die Sportartikelbranche robustes Wachstum, wobei die Entwicklung der einzelnen Regionen unterschiedlich ausfiel. In Japan wurden mit Sportartikeln relativ solide Umsatzzuwächse erzielt; die für April vorgesehene Mehrwertsteuererhöhung kurbelte die Ausgaben im ersten Quartal an.

In Lateinamerika profitierte die Sportartikelindustrie von niedriger Arbeitslosigkeit und höheren Löhnen, was robuste Umsätze im Einzelhandel und mit Sportartikeln förderte. Angesichts des hohen Stellenwerts, den Fußball in dieser Region genießt, hat die Sportartikelbranche zudem dank der Umsätze in Zusammenhang mit der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014, die in Brasilien stattfindet, weiter an Fahrt gewonnen.

## Gewinn-und-Verlust-Rechnung

### Währungsbereinigter Konzernumsatz bleibt im ersten Quartal 2014 stabil

Im ersten Quartal 2014 blieb der Konzernumsatz auf währungsbereinigter Basis stabil. Umsatzzuwächsen in den Groß- und Einzelhandelssegmenten standen Rückgänge in den Anderen Geschäftssegmenten gegenüber. Währungseffekte wirkten sich deutlich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Konzernumsatz lag im ersten Quartal 2014 mit 3,533 Mrd. € um 6% unter dem Vorjahresniveau (2013: 3,751 Mrd. €) / GRAFIK 12.

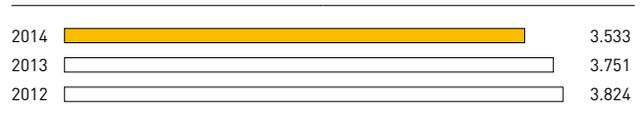
### Konzernumsatz wird durch Wachstum in den Groß- und Einzelhandelssegmenten unterstützt

Im ersten Quartal 2014 stieg der währungsbereinigte Umsatz im Großhandelssegment aufgrund von Wachstum bei adidas um 1%. Der währungsbereinigte Umsatz im Einzelhandelssegment erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 22%. Dies war auf zweistellige Umsatzsteigerungen sowohl bei adidas als auch bei Reebok zurückzuführen. In den Anderen Geschäftssegmenten verringerte sich der Umsatz auf währungsbereinigter Basis infolge zweistelliger Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf um 27%. Auch Rockport verzeichnete einen währungsbereinigten Umsatzrückgang. Bei Reebok-CCM Hockey hingegen stieg der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Im Großhandelssegment ging der Umsatz im ersten Quartal 2014 um 5% auf 2,357 Mrd. € zurück (2013: 2,481 Mrd. €). Der Umsatz im Einzelhandelssegment legte um 10% zu und erreichte 794 Mio. € (2013: 722 Mio. €). In den Anderen Geschäftssegmenten lag der Umsatz mit 382 Mio. € um 30% unter dem Vorjahresniveau (2013: 548 Mio. €).

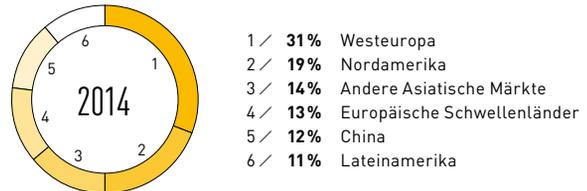
### Währungsbereinigter Konzernumsatz nimmt in fast allen Regionen zu

Im ersten Quartal 2014 lag der währungsbereinigte Konzernumsatz in allen Regionen mit Ausnahme von Nordamerika über dem Vorjahresniveau. In Westeuropa blieb der währungsbereinigte Umsatz stabil; zweistelligen Umsatzsteigerungen in Deutschland und Polen standen Rückgänge in Italien und Großbritannien gegenüber. In den Europäischen Schwellenländern legte der währungsbereinigte Konzernumsatz infolge zweistelliger Zuwächse in fast allen Märkten um 28% zu. In Nordamerika ging der Umsatz auf währungsbereinigter Basis hauptsächlich aufgrund zweistelliger Rückgänge in den USA um 20% zurück. Der Umsatz in China nahm währungsbereinigt um 5% zu. In den Anderen Asiatischen Märkten blieb der währungsbereinigte Konzernumsatz stabil. Zuwächse in Indien und Südkorea wurden durch Rückgänge in Japan und Australien aufgehoben. In Lateinamerika wuchs der währungsbereinigte Umsatz um 19%, mit zweistelligen Steigerungen in fast allen Märkten der Region, allen voran Argentinien, Brasilien, Mexiko und Kolumbien. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse der Regionen in Euro aus / TABELLE 16.

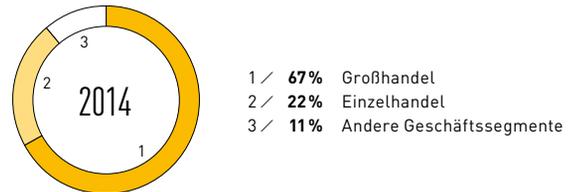
#### 12 / Umsatzerlöse im 1. Quartal (in Mio. €)



#### 13 / Umsatzerlöse im 1. Quartal nach Regionen



#### 14 / Umsatzerlöse im 1. Quartal nach Segmenten



## Umsatzwachstum im Bereich Bekleidung

Im ersten Quartal 2014 verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz im Bereich Schuhe um 3%; Zuwächse bei adidas NEO und in der Kategorie Running wurden durch Rückgänge in anderen Kategorien mehr als aufgehoben. Der währungsbereinigte Umsatz im Bereich Bekleidung erhöhte sich hauptsächlich aufgrund von Wachstum in den Kategorien Fußball, Training und Running um 11%. adidas Originals und adidas NEO verzeichneten ebenfalls einen Umsatzanstieg gegenüber dem Vorjahr. Im Bereich Zubehör lag der Umsatz auf währungsbereinigter Basis um 13% unter dem Vorjahresniveau. Hauptgrund hierfür waren deutliche Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf, die zweistelliges Umsatzwachstum in der Kategorie Fußball mehr als aufhoben. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus / TABELLE 17.

Im ersten Quartal 2014 stellte der adidas Konzern erneut eine Reihe interessanter neuer Produkte vor. Einen Überblick über die wichtigsten neuen Produkte gibt die nebenstehende Produkteinführungstabelle / TABELLE 15.

## Bruttomarge des Konzerns verringert sich um 1,0 Prozentpunkte

Die Bruttomarge des Konzerns ging im ersten Quartal 2014 um 1,0 Prozentpunkte auf 49,1% zurück (2013: 50,1%) / GRAFIK 19. Diese Entwicklung war primär weniger günstigen Hedging-Kursen,

## 15 / Wichtige Produkteinführungen im 1. Quartal 2014

Produkt	Marke
adizero f50 crazylight Fußballschuh	adidas
Energy Boost 2.0 und Revenge Boost Laufschuhe	adidas
NBA All-Star 2014 Basketball-Outfits	adidas
D Rose 4.5 Basketballschuh	adidas
Terrex Scope GTX Outdoorschuh	adidas
ClimaCool Boat Breeze Outdoorschuh	adidas
Originals Stan Smith Schuh	adidas
Originals ZX Flux Schuh	adidas
Originals by Topshop Kollektion	adidas
Originals and The Farm Kollektion	adidas
ZQuick Laufs Schuh	Reebok
All Terrain Laufs Schuh	Reebok
Skyscape Walking-Schuh für Frauen	Reebok
Les Mills Studio-Kollektion	Reebok
Classics Kamikaze I Schuh	Reebok
Tour Preferred MB, MC und CB Eisen	TaylorMade
Project (a) Golfbälle	TaylorMade
adizero One Golfschuh	adidas Golf
RibCor Schlittschuh	Reebok Hockey
RocSportsLite Ballettschuh-Kollektion für Frauen	Rockport
Make Your Path Schuhkollektion für Männer	Rockport

## 16 / Umsatzerlöse nach Regionen (in Mio. €)

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	1.098	1.096	0 %	0 %
Europäische Schwellenländer	477	433	10 %	28 %
Nordamerika	680	890	-24 %	-20 %
China	419	409	2 %	5 %
Andere Asiatische Märkte	482	533	-10 %	0 %
Lateinamerika	377	390	-3 %	19 %
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>3.533</b>	<b>3.751</b>	<b>-6 %</b>	<b>0 %</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

## 17 / Umsatzerlöse nach Produktbereichen (in Mio. €)

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Schuhe	1.694	1.874	-10 %	-3 %
Bekleidung	1.434	1.382	4 %	11 %
Zubehör	405	495	-18 %	-13 %
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>3.533</b>	<b>3.751</b>	<b>-6 %</b>	<b>0 %</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

geringeren Margen bei TaylorMade-adidas Golf, negativen Effekten aus der Währungsabwertung und höheren Beschaffungskosten zuzuschreiben. Effekte aus der Währungsabwertung betrafen vor allem Russland/GUS, wo sich die deutliche Abwertung des russischen Rubels gegenüber dem Euro und dem US-Dollar negativ auf den Umsatz auswirkte. Das Bruttoergebnis des Konzerns verringerte sich im ersten Quartal um 8% auf 1,736 Mrd. € (2013: 1,881 Mrd. €) / **GRAFIK 18**.

### Lizenz- und Provisionserträge gehen zurück

Die Lizenz- und Provisionserträge des adidas Konzerns lagen im ersten Quartal 2014 mit 24 Mio. € um 2% unter dem Vorjahresniveau (2013: 25 Mio. €). Auf währungsbereinigter Basis verringerten sich die Lizenz- und Provisionserträge um 1%, was hauptsächlich auf geringere Lizenzumsätze sowohl bei adidas als auch bei Reebok zurückzuführen war.

### Anstieg der sonstigen betrieblichen Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten Posten wie Erlöse aus Abgängen des Anlagevermögens und aus der Auflösung von abgegrenzten Schulden und Rückstellungen sowie Versicherungsentschädigungen. Im ersten Quartal 2014 stiegen die sonstigen betrieblichen Erträge auf 50 Mio. € (2013: 18 Mio. €). Dies stand vor allem im Zusammenhang mit der Auflösung sonstiger Rückstellungen im operativen Bereich.

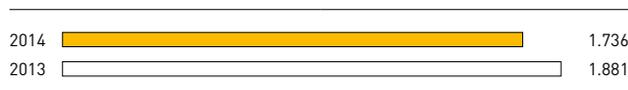
### Sonstige betriebliche Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz steigen um 3,1 Prozentpunkte

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen einschließlich Abschreibungen beinhalten Posten wie das Sales-Working-Budget, das Marketing-Working-Budget und die Betriebsgemeinkosten. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich im ersten Quartal 2014 um 3,1 Prozentpunkte auf 42,7% (2013: 39,5%). In Euro stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 2% auf 1,507 Mrd. € (2013: 1,482 Mrd. €) / **GRAFIK 20**. Verantwortlich hierfür waren höhere Ausgaben im Zusammenhang mit dem Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten des Konzerns sowie höhere Sales-Working-Budget-Aufwendungen. Die Aufwendungen des Sales- und Marketing-Working-Budgets beliefen sich auf 444 Mio. €. Dies entspricht einem Anstieg um 2% gegenüber dem Vorjahreswert (2013: 437 Mio. €). Diese Entwicklung war auf höhere Aufwendungen bei Reebok zurückzuführen. Nach Marken betrachtet ging das Sales- und Marketing-Working-Budget von adidas im ersten Quartal 2014 um 2% auf 331 Mio. € zurück (2013: 338 Mio. €). Das Sales- und Marketing-Working-Budget von Reebok erhöhte sich um 63% und belief sich auf 53 Mio. € (2013: 33 Mio. €). Im Verhältnis zum Umsatz stieg das Sales- und Marketing-Working-Budget des Konzerns um 0,9 Prozentpunkte auf 12,6% (2013: 11,6%).

### Anzahl der Mitarbeiter im Konzern steigt um 10%

Zum Ende des ersten Quartals 2014 beschäftigte der Konzern 51.777 Mitarbeiter. Das entspricht einem Anstieg von 10% gegenüber dem Vorjahresstand von 47.142. Verantwortlich für diese Entwicklung war vor allem die gestiegene Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte, insbesondere in den Europäischen Schwellenländern, die zu Neueinstellungen führte. Gemessen in Vollzeitäquivalenten nahm die Mitarbeiteranzahl zum Ende des ersten Quartals 2014 um 9% auf 44.805 zu (2013: 41.091).

### 18 / Bruttoergebnis im 1. Quartal (in Mio. €)



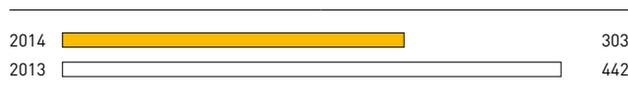
### 19 / Bruttomarge im 1. Quartal (in %)



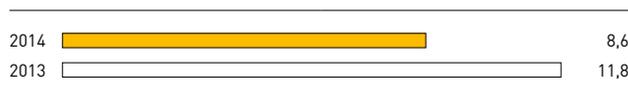
### 20 / Sonstige betriebliche Aufwendungen im 1. Quartal (in Mio. €)



### 21 / Betriebsergebnis im 1. Quartal (in Mio. €)



### 22 / Operative Marge im 1. Quartal (in %)



### Operative Marge geht auf 8,6% zurück

Das Betriebsergebnis des Konzerns verringerte sich im ersten Quartal 2014 um 31% auf 303 Mio. € (2013: 442 Mio. €) / **GRAFIK 21**. Die operative Marge lag mit 8,6% um 3,2 Prozentpunkte unter dem Vorjahresniveau (2013: 11,8%) / **GRAFIK 22**. Hauptgründe hierfür waren die negativen Effekte resultierend aus der niedrigeren Bruttomarge sowie höheren sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz.

### Finanzerträge steigen um 47%

Die Finanzerträge nahmen im ersten Quartal 2014 um 47% auf 7 Mio. € zu (2013: 4 Mio. €). Hauptgrund hierfür waren höhere Zinserträge.

### Finanzaufwendungen erhöhen sich um 4%

Die Finanzaufwendungen stiegen im ersten Quartal 2014 um 4% auf 20 Mio. € (2013: 19 Mio. €) / **GRAFIK 23**. Dieser Anstieg war hauptsächlich negativen Währungseffekten zuzuschreiben.

### Gewinn vor Steuern verringert sich um 32%

Der Konzerngewinn vor Steuern ging im ersten Quartal 2014 um 32% auf 290 Mio. € zurück (2013: 427 Mio. €) / **GRAFIK 24**. Der Gewinn vor Steuern im Verhältnis zum Umsatz verringerte sich aufgrund der niedrigeren operativen Marge um 3,2 Prozentpunkte auf 8,2% (2013: 11,4%).

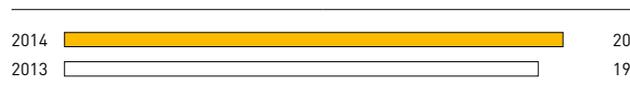
### Auf Anteilseigner entfallender Gewinn 34% unter dem Vorjahr

Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn verringerte sich im ersten Quartal 2014 auf 204 Mio. € (2013: 308 Mio. €) / **GRAFIK 25**. Das entspricht einem Rückgang um 34% gegenüber dem Vorjahr. Die Steuerquote des Konzerns stieg im ersten Quartal 2014, insbesondere aufgrund einer weniger günstigen Gewinnverteilung, um 1,4 Prozentpunkte auf 28,9% (2013: 27,5%).

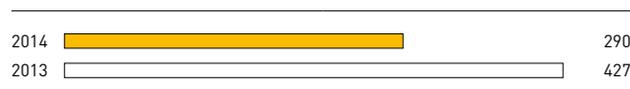
### Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Aktie gehen um 34% bzw. 35% zurück

Im ersten Quartal 2014 ging das unverwässerte Ergebnis je Aktie um 34% auf 0,98 € zurück (2013: 1,47 €). Die gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien für die Berechnung des unverwässerten Ergebnisses je Aktie belief sich auf 209.216.186 (Durchschnitt im Jahr 2013: 209.216.186). Das verwässerte Ergebnis je Aktie lag mit 0,96 € um 35% unter dem Vorjahreswert (2013: 1,47 €) / **GRAFIK 26**. Die gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien für die Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie belief sich auf 215.233.140 (Durchschnitt im Jahr 2013: 209.216.186). Die Verwässerung resultierte aus zusätzlichen potenziellen Aktien, die im Zusammenhang mit der ausstehenden Wandelanleihe des Konzerns entstehen könnten / **SIEHE ERLÄUTERUNG 04, S. 41**.

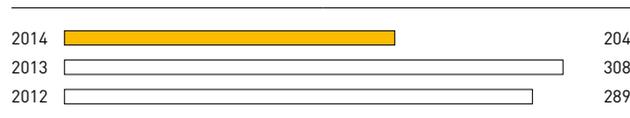
#### 23 / Finanzaufwendungen im 1. Quartal (in Mio. €)



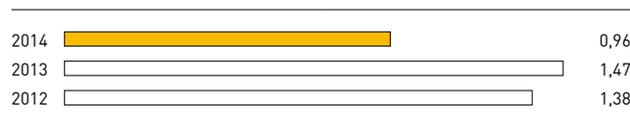
#### 24 / Gewinn vor Steuern im 1. Quartal (in Mio. €)



#### 25 / Auf Anteilseigner entfallender Gewinn im 1. Quartal (in Mio. €)



#### 26 / Verwässertes Ergebnis je Aktie im 1. Quartal (in €)

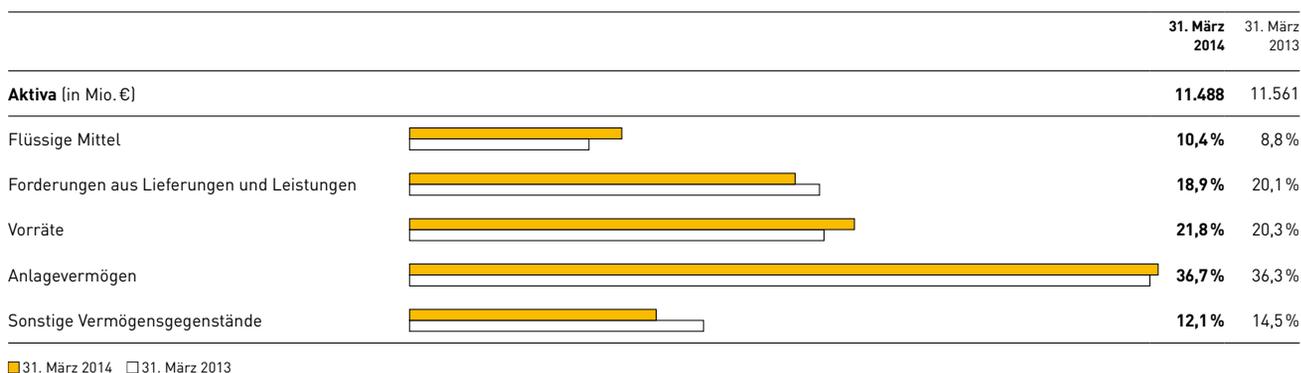


## Bilanz und Kapitalflussrechnung

### Aktiva

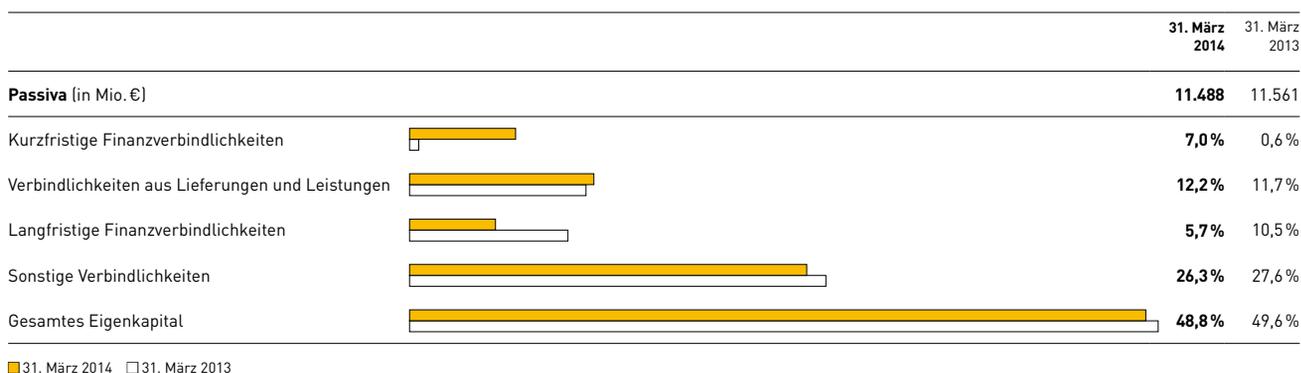
Zum 31. März 2014 ging die Bilanzsumme gegenüber dem Vorjahr um 1% auf 11,488 Mrd.€ zurück (2013: 11,561 Mrd.€) / **GRAFIK 27**. Verantwortlich hierfür war ein Rückgang der kurzfristigen und langfristigen Vermögenswerte. Gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2013 verringerte sich die Bilanzsumme um 1%. Der Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte und der langfristigen Vermögenswerte an der Bilanzsumme blieb zum 31. März 2014 mit 58% bzw. 42% unverändert (2013: 58% bzw. 42%).

#### 27 / Bilanzstruktur<sup>1)</sup> (in % der Bilanzsumme)



1) Für absolute Zahlen siehe Konzernbilanz der adidas AG, S. 35.

#### 28 / Bilanzstruktur<sup>1)</sup> (in % der Bilanzsumme)

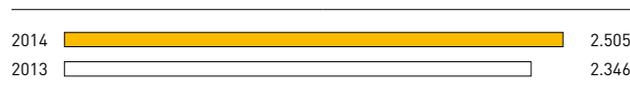


1) Für absolute Zahlen siehe Konzernbilanz der adidas AG, S. 35.

Die kurzfristigen Vermögenswerte verringerten sich zum Ende des ersten Quartals 2014 um 1% auf 6,658 Mrd.€ (2013: 6,696 Mrd.€). Die flüssigen Mittel stiegen zum Ende des ersten Quartals 2014 um 17% auf 1,198 Mrd.€ (2013: 1,021 Mrd.€), da der Nettomittelzufluss aus der betrieblichen Tätigkeit während der letzten zwölf Monate den Nettomittelabfluss aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit mehr als aufhob. Die Vorräte des Konzerns lagen zum 31. März 2014 mit 2,505 Mrd.€ um 7% über dem Vorjahresniveau (2013: 2,346 Mrd.€) / **GRAFIK 29**. Auf währungsbereinigter Basis nahmen die Vorräte um 18% zu. Dies reflektiert die Erwartung des Konzerns hinsichtlich eines Umsatzwachstums in den kommenden Quartalen und spiegelt zudem höhere Vorräte in Russland/GUS wider. Die kurzfristigen Finanzanlagen verringerten sich zum Ende des ersten Quartals 2014 um 94% auf 5 Mio.€ (2013: 84 Mio.€). Diese Entwicklung war primär auf niedrigere kurzfristige Cash-Investitionen zurückzuführen. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen des Konzerns gingen zum 31. März 2014 um 7% auf 2,176 Mrd.€ zurück (2013: 2,328 Mrd.€) / **GRAFIK 30**. Währungsbereinigt stiegen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 2%. Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte verringerten sich zum Ende des ersten Quartals 2014 um 32% auf 159 Mio.€ (2013: 233 Mio.€). Diese Entwicklung war hauptsächlich auf geringere Mietkautionen und niedrigere beizulegende Zeitwerte von Finanzinstrumenten zurückzuführen.

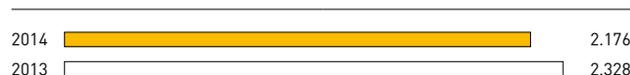
Die langfristigen Vermögenswerte lagen zum Ende des ersten Quartals 2014 mit 4,831 Mrd.€ um 1% unter dem Vorjahresniveau (2013: 4,865 Mrd.€). Das Anlagevermögen blieb zum Ende des ersten Quartals mit 4,217 Mrd.€ stabil (2013: 4,198 Mrd.€). Das Anlagevermögen beinhaltet Sachanlagen, Geschäfts- oder Firmenwerte, Markenrechte und sonstige immaterielle Vermögenswerte sowie langfristige Finanzanlagen. Zugänge in Höhe von 602 Mio.€ waren größtenteils auf den weiteren Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten, den Bau des europäischen Vertriebszentrums in der Nähe von Osnabrück, Investitionen in die IT-Infrastruktur des Konzerns sowie die Weiterentwicklung der Konzernzentrale in Herzogenaurach zurückzuführen. Zudem erwarb der Konzern sein nordamerikanisches Vertriebszentrum in Spartanburg, South Carolina (USA), das bislang geleast wurde. Zugänge wurden durch Abschreibungen in Höhe von 295 Mio.€, negative Währungseffekte in Höhe von 223 Mio.€, Wertminderungen der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 52 Mio.€ und Abgänge in Höhe von 13 Mio.€ aufgehoben. Verglichen mit dem Stand zum 31. Dezember 2013 erhöhte sich das Anlagevermögen um 2%. Die sonstigen langfristigen finanziellen Vermögenswerte stiegen zum Ende des ersten Quartals 2014 um 18% auf 29 Mio.€ (2013: 25 Mio.€). Hauptgrund hierfür waren höhere beizulegende Zeitwerte von Finanzinstrumenten.

29 / **Vorräte<sup>1)</sup>** (in Mio.€)



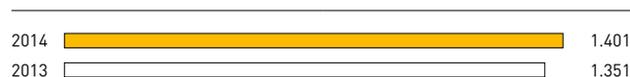
1) Zum 31. März.

30 / **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen<sup>1)</sup>** (in Mio.€)



1) Zum 31. März.

31 / **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen<sup>1)</sup>**  
(in Mio.€)



1) Zum 31. März.

**Passiva**

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten nahmen zum Ende des ersten Quartals 2014 um 18% auf 4,503 Mrd.€ zu (2013: 3,824 Mrd.€). Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen stiegen zum Ende des ersten Quartals um 4% auf 1,401 Mrd.€ (2013: 1,351 Mrd.€) / **GRAFIK 31**. Auf währungsbereinigter Basis erhöhten sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 8%, bedingt durch den Zukauf von Vorräten im ersten Quartal. Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten haben sich zum Ende des ersten Quartals mit 114 Mio.€ mehr als verdoppelt (2013: 54 Mio.€). Dieser Anstieg resultierte in erster Linie aus höheren negativen beizulegenden Zeitwerten von Finanzinstrumenten. Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten lagen mit 801 Mio.€ zum Ende des ersten Quartals deutlich über dem Vorjahresniveau (2013: 69 Mio.€). Hauptgrund für diesen Anstieg war eine Umgliederung langfristiger Finanzverbindlichkeiten in kurzfristige Finanzverbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Eurobond des Konzerns, der im Juli 2014 fällig wird. Die sonstigen kurzfristigen Rückstellungen verringerten sich zum 31. März 2014 um 14% auf 440 Mio.€ (2013: 513 Mio.€). Dies war vor allem auf niedrigere Rückstellungen für Rücklieferungen und Gewährleistungsverpflichtungen sowie auf niedrigere sonstige Rückstellungen im operativen Bereich zurückzuführen. Die kurzfristigen abgegrenzten Schulden verringerten sich zum 31. März 2014 um 3% auf 1,105 Mrd.€ (2013: 1,135 Mrd.€). Dieser Rückgang war vor allem auf niedrigere abgegrenzte Schulden für Marketingausgaben sowie für ausstehende Rechnungen zurückzuführen.

Die langfristigen Verbindlichkeiten gingen zum 31. März 2014 um 31 % auf 1,382 Mrd. € zurück (2013: 2,007 Mrd. €). Die langfristigen Finanzverbindlichkeiten lagen zum 31. März 2014 mit 655 Mio. € um 46 % unter dem Vorjahresniveau (2013: 1,216 Mrd. €). Hauptgrund hierfür war eine Umgliederung langfristiger Finanzverbindlichkeiten in kurzfristige Finanzverbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Eurobond des Konzerns, der im Juli 2014 fällig wird.

Das auf Anteilseigner entfallende Kapital ging zum 31. März 2014 um 2 % auf 5,610 Mrd. € zurück (2013: 5,743 Mrd. €) / **GRAFIK 32**. Der positive Effekt, resultierend aus dem in den letzten zwölf Monaten erwirtschafteten Gewinn, wurde durch negative Währungseffekte in Höhe von 482 Mio. €, die für das Jahr 2012 ausgezahlte Dividende in Höhe von 282 Mio. € sowie niedrigere Hedging-Rücklagen in Höhe von 55 Mio. € mehr als aufgehoben. Gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2013 stieg das auf Anteilseigner entfallende Kapital um 2%. Die Eigenkapitalquote des Konzerns ging zum 31. März 2014 auf 48,8% zurück (2013: 49,7%).

### Operatives kurzfristiges Betriebskapital

Das operative kurzfristige Betriebskapital ging zum 31. März 2014 um 1 % auf 3,280 Mrd. € zurück (2013: 3,324 Mrd. €). Höhere Vorräte wurden durch niedrigere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, vor allem aufgrund negativer Währungseffekte, sowie durch höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen mehr als ausgeglichen. Das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz nahm um 0,8 Prozentpunkte auf 21,1 % zu (2013: 20,3%).

#### 32 / Auf Anteilseigner entfallendes Kapital<sup>1)</sup> (in Mio. €)

2014		5.610
2013		5.743

1) Zum 31. März ohne nicht beherrschende Anteile.

### Liquiditätsanalyse

Im ersten Quartal 2014 verringerte sich der Nettomittelabfluss aus der betrieblichen Tätigkeit, primär aufgrund des niedrigeren Bedarfs an kurzfristigem Betriebskapital, um 34 % auf 382 Mio. € (2013: 575 Mio. €). Der Nettomittelabfluss aus der Investitionstätigkeit belief sich auf insgesamt 112 Mio. € (2013: Nettomittelzufluss aus der Investitionstätigkeit in Höhe von 120 Mio. €). Dieser bezog sich im ersten Quartal 2014 vor allem auf Ausgaben für Sachanlagen wie z. B. Investitionen in die Einrichtung und Ausstattung von Geschäften in unserem Einzelhandelssegment sowie Investitionen in die Logistikinfrastruktur und in IT-Systeme. Die Ausgaben für Investitionen wurden durch den Verkauf kurzfristiger Finanzanlagen zum Teil kompensiert. Der Nettomittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit belief sich auf insgesamt 120 Mio. € (2013: Nettomittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit in Höhe von 212 Mio. €). Der Nettomittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit stand vor allem im Zusammenhang mit der Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 120 Mio. €. Währungseffekte in Höhe von 15 Mio. € wirkten sich negativ auf den Finanzmittelbestand des Konzerns im ersten Quartal 2014 aus (2013: positiver Effekt in Höhe von 18 Mio. €). Insgesamt führten diese Entwicklungen zu einem Rückgang der flüssigen Mittel zum Ende des ersten Quartals 2014 um 390 Mio. € auf 1,198 Mrd. € (31. Dezember 2013: 1,587 Mrd. €).

Die Nettofinanzverbindlichkeiten beliefen sich zum 31. März 2014 auf 254 Mio. € / **GRAFIK 33**. Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von 74 Mio. € gegenüber dem Vorjahreswert (2013: 180 Mio. €), der vor allem auf die im ersten Quartal 2014 gestiegenen Investitionen zurückzuführen ist. Darüber hinaus wirkten sich Währungseffekte in Höhe von 12 Mio. € negativ aus. Das Verhältnis von Nettofinanzverbindlichkeiten zu EBITDA belief sich zum Ende des ersten Quartals 2014 auf 0,2 (2013: 0,1).

#### 33 / Nettofinanzverbindlichkeiten<sup>1)</sup> (in Mio. €)

2014		254
2013		180

1) Zum 31. März.

## Geschäftsentwicklung nach Segmenten

Der adidas Konzern gliedert seine betriebliche Tätigkeit in drei Berichtssegmente: Großhandel, Einzelhandel und Andere Geschäftssegmente. Das Großhandelssegment umfasst die Geschäftstätigkeit der Marken adidas und Reebok mit Einzelhändlern. Das Einzelhandelssegment umfasst neben den eigenen Einzelhandelsaktivitäten auch das E-Commerce-Geschäft der Marken adidas und Reebok. Die Ergebnisse von TaylorMade-adidas Golf, Rockport, Reebok-CCM Hockey sowie der Anderen Zentral Geführten Marken, zu denen Y-3 und Five Ten gehören, werden unter Andere Geschäftssegmente zusammengefasst.

### Geschäftsentwicklung Großhandel

#### Ergebnisse des Großhandelssegments für das erste Quartal

Im ersten Quartal 2014 stieg der Umsatz im Großhandelssegment auf währungsbereinigter Basis um 1%. Hauptgrund hierfür waren Umsatzzuwächse bei adidas Sport Performance. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz im Großhandelssegment verringerte sich um 5% auf 2,357 Mrd.€ (2013: 2,481 Mrd.€) / TABELLE 34.

Die Bruttomarge im Großhandelssegment ging im ersten Quartal um 0,5 Prozentpunkte auf 43,8% zurück (2013: 44,3%). Der positive Effekt eines günstigeren Preismix wurde durch negative Währungseffekte resultierend aus der Abwertung von Währungen wie dem argentinischen Peso und dem brasilianischen Real mehr als aufgehoben. Nach Marken betrachtet verringerte sich die Bruttomarge von adidas aus der Großhandelstätigkeit um 0,6 Prozentpunkte auf 45,0% (2013: 45,6%). Die Bruttomarge der Marke Reebok aus der Großhandelstätigkeit verbesserte sich um 0,1 Prozentpunkte auf 33,7% (2013: 33,6%). Das Bruttoergebnis des Großhandelssegments lag mit 1,033 Mrd.€ um 6% unter dem Vorjahresniveau (2013: 1,100 Mrd.€) / TABELLE 34.

Die Segmentaufwendungen verringerten sich im ersten Quartal 2014 um 6% auf 195 Mio.€ (2013: 207 Mio.€). Im Verhältnis zum Umsatz gingen die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit

#### 34 / Großhandel auf einen Blick (in Mio.€)

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013	Veränderung
Umsatzerlöse	2.357	2.481	-5%
Bruttoergebnis	1.033	1.100	-6%
Bruttomarge	43,8%	44,3%	-0,5 PP
Segmentbetriebsergebnis	838	893	-6%
Operative Marge des Segments	35,6%	36,0%	-0,4 PP

#### 35 / Großhandel Umsatzerlöse im 1. Quartal (in Mio.€)

2014		2.357
2013		2.481
2012		2.614

um 0,1 Prozentpunkte auf 8,3% zurück (2013: 8,3%). Verantwortlich hierfür waren insbesondere niedrigere Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz für Vertriebspersonal, Verwaltung und Logistik. Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Großhandelssegment beinhalten in erster Linie Aufwendungen des Sales-Working-Budgets sowie Aufwendungen für Vertriebspersonal, Verwaltung und Logistik.

#### 36 / Großhandel Umsatzerlöse nach Regionen (in Mio.€)

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	873	891	-2%	-2%
Europäische Schwellenländer	188	158	19%	35%
Nordamerika	330	430	-23%	-19%
China	352	349	1%	3%
Andere Asiatische Märkte	320	340	-6%	4%
Lateinamerika	294	313	-6%	15%
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>2.357</b>	<b>2.481</b>	<b>-5%</b>	<b>1%</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Das Segmentbetriebsergebnis verringerte sich um 6% auf 838 Mio.€ (2013: 893 Mio.€). Die operative Marge des Segments ging um 0,4 Prozentpunkte auf 35,6% zurück (2013: 36,0%) / TABELLE 34. Grund hierfür war die niedrigere Bruttomarge, die den positiven Effekt niedrigerer Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz mehr als aufhob.

### Entwicklung des Großhandelssegments nach Regionen

Im ersten Quartal 2014 stieg der währungsbereinigte Umsatz im Großhandelssegment in allen Regionen mit Ausnahme von Westeuropa und Nordamerika. In Westeuropa wurde ein währungsbereinigter Umsatzrückgang in Höhe von 2% verzeichnet, vor allem infolge von Rückgängen in Italien, Großbritannien und den nordischen Ländern. In den Europäischen Schwellenländern stieg der währungsbereinigte Umsatz dank zweistelliger Zuwächse in fast allen Märkten der Region um 35%. In Nordamerika ging der Umsatz im Großhandelssegment infolge von Rückgängen sowohl in den USA als auch in Kanada währungsbereinigt um 19% zurück. In China legte der währungsbereinigte Umsatz um 3% zu. In den Anderen Asiatischen Märkten lag der währungsbereinigte Umsatz um 4% über dem Vorjahresniveau. Dieser Anstieg resultierte hauptsächlich aus Zuwächsen in Indien und Südkorea. In Lateinamerika wuchs der Umsatz, unterstützt durch zweistellige Steigerungen in fast allen Märkten, währungsbereinigt um 15%. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse der Regionen in Euro aus / TABELLE 36.

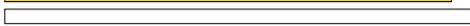
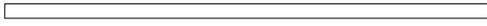
### Entwicklung des Großhandelssegments nach Marken

Im ersten Quartal 2014 nahm der Großhandelsumsatz von adidas Sport Performance auf währungsbereinigter Basis um 3% zu. Umsatzzuwächse in den Kategorien Fußball, Training und Running wurden durch Rückgänge in den Kategorien Basketball und Outdoor zum Teil aufgehoben. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von adidas Sport Performance ging um 4% auf 1,511 Mrd.€ zurück (2013: 1,568 Mrd.€).

Der Großhandelsumsatz von adidas Originals & Sport Style verringerte sich im ersten Quartal 2014 währungsbereinigt um 5%. Zweistellige Zuwächse bei adidas NEO wurden durch Rückgänge bei adidas Originals mehr als aufgehoben. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von adidas Originals & Sport Style verringerte sich um 8% auf 608 Mio.€ (2013: 663 Mio.€).

Der währungsbereinigte Umsatz von Reebok im Großhandelssegment lag um 3% unter dem Vorjahresniveau. Umsatzwachstum in den Kategorien Fitness Training und Classics wurde durch Rückgänge bei Fitness Running mehr als aufgehoben. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von Reebok ging um 10% auf 237 Mio.€ zurück (2013: 265 Mio.€).

### 37 / Großhandel Umsatzerlöse nach Quartalen (in Mio.€)

Q1 2014		2.357
Q1 2013		2.481
Q2 2014		2.014
Q2 2013		2.014
Q3 2014		2.553
Q3 2013		2.553
Q4 2014		2.052
Q4 2013		2.052

### 38 / Großhandel Segmentbetriebsergebnis nach Quartalen (in Mio.€)

Q1 2014		838
Q1 2013		893
Q2 2014		632
Q2 2013		632
Q3 2014		926
Q3 2013		926
Q4 2014		632
Q4 2013		632

## Geschäftsentwicklung Einzelhandel

### Ergebnisse des Einzelhandelssegments für das erste Quartal

Im ersten Quartal 2014 wuchs der Umsatz im Einzelhandelssegment währungsbereinigt um 22%. Verantwortlich hierfür waren zweistellige Umsatzsteigerungen sowohl bei adidas als auch 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 72%. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz erhöhte sich um 10% auf 794 Mio.€ (2013: 722 Mio.€) / **TABELLE 39**. Auf vergleichbarer Basis stieg der währungs-bereinigte Umsatz aufgrund von Wachstum bei allen Einzelhandels-formaten und in allen Regionen im Vergleich zum Vorjahr um 8%.

Die Bruttomarge im Einzelhandelssegment ging im ersten Quartal um 0,8 Prozentpunkte auf 59,9% zurück (2013: 60,7%). Der positive Effekt eines besseren Produktmix wurde durch einen weniger günstigen Preismix und eine weniger günstige regionale Umsatzverteilung mehr als aufgehoben. Insbesondere die Abwertung des russischen Rubels gegenüber dem Euro und dem US-Dollar wirkte sich im ersten Quartal 2014 deutlich negativ aus. Nach Marken betrachtet verringerte sich die Bruttomarge bei adidas um 1,3 Prozentpunkte auf 60,9% (2013: 62,2%). Bei Reebok lag die Bruttomarge mit 54,5% um 1,7 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert (2013: 52,8%). Das Bruttoergebnis im Einzelhandelssegment stieg um 9% auf 476 Mio.€ (2013: 438 Mio.€) / **TABELLE 39**.

Die Segmentaufwendungen erhöhten sich im ersten Quartal 2014 um 10% auf 371 Mio.€ (2013: 338 Mio.€). Diese Entwicklung resultierte hauptsächlich aus höheren Aufwendungen infolge der gestiegenen Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte, insbesondere in den Europäischen Schwellenländern. Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz blieben mit 46,8% stabil (2013: 46,7%). Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Einzelhandel beinhalten in erster Linie Personal- und Mietaufwendungen sowie Sales-Working-Budget-Aufwendungen.

Das Segmentbetriebsergebnis stieg im ersten Quartal 2014 um 4% auf 105 Mio.€ (2013: 101 Mio.€). Die operative Marge des

### 39 / Einzelhandel auf einen Blick (in Mio.€)

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013	Veränderung
Umsatzerlöse	794	722	10%
Bruttoergebnis	476	438	9%
Bruttomarge	59,9%	60,7%	-0,8PP
Segmentbetriebsergebnis	105	101	4%
Operative Marge des Segments	13,2%	14,0%	-0,8PP

### 40 / Einzelhandel Umsatzerlöse im 1. Quartal (in Mio.€)

2014		794
2013		722
2012		693

Segments verringerte sich um 0,8 Prozentpunkte auf 13,2% (2013: 14,0%) / **TABELLE 39**. Hauptgrund hierfür war die niedrigere Bruttomarge.

### Entwicklung des Einzelhandelssegments nach Regionen

Im Einzelhandelssegment verzeichneten alle Regionen auf währungs-bereinigter Basis einen zweistelligen Umsatzanstieg. In Westeuropa nahm der Einzelhandelsumsatz, vor allem infolge zweistelliger Zuwächse in Großbritannien, Frankreich und Deutschland, währungs-bereinigt um 25% zu. In den Europäischen Schwellenländern stieg der währungs-bereinigte Umsatz dank zweistelliger Zuwächse in fast allen Märkten der Region um 24%. In Nordamerika legte der Umsatz infolge zweistelliger Zuwächse in den USA währungs-bereinigt um 13% zu. In China lagen die Umsatzerlöse währungs-bereinigt um 22% über dem Vorjahresniveau. In den Anderen Asiatischen Märkten nahm der Umsatz währungs-bereinigt um 13% zu. Dieser Anstieg resultierte hauptsächlich aus einem zweistelligen Wachstum in Japan und Südkorea. In Latein-amerika erhöhte sich der Einzelhandelsumsatz infolge zweistelliger Zuwächse in fast allen Märkten der Region, primär in Brasilien, Kolumbien und Argentinien, währungs-bereinigt um 38%. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse der Regionen in Euro aus / **TABELLE 41**.

### 41 / Einzelhandel Umsatzerlöse nach Regionen (in Mio.€)

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	141	113	24%	25%
Europäische Schwellenländer	279	265	5%	24%
Nordamerika	132	122	8%	13%
China	61	52	19%	22%
Andere Asiatische Märkte	100	99	2%	13%
Lateinamerika	80	71	13%	38%
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>794</b>	<b>722</b>	<b>10%</b>	<b>22%</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

## Entwicklung des Einzelhandelssegments nach Marken

Im ersten Quartal 2014 verzeichneten sowohl adidas als auch Reebok zweistellige Wachstumsraten im Einzelhandelssegment. Der währungsbereinigte Umsatz von adidas Sport Performance erhöhte sich um 20%. Dies war primär zweistelligen Zuwächsen in den Kategorien Training, Fußball und Running zuzuschreiben. Der Einzelhandelsumsatz von adidas Originals & Sport Style nahm auf währungsbereinigter Basis um 28% zu. Ausschlaggebend für diese Entwicklung waren zweistellige Umsatzsteigerungen bei adidas Originals und dem adidas NEO Label. Der währungsbereinigte Einzelhandelsumsatz von Reebok lag aufgrund zweistelliger Zuwächse bei Fitness Training und Classics um 18% über dem Vorjahresniveau. Auf vergleichbarer Basis stieg der währungsbereinigte Einzelhandelsumsatz bei adidas um 9%. Bei Reebok erhöhte sich der währungsbereinigte Einzelhandelsumsatz auf vergleichbarer Basis um 4%. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der eigenen Einzelhandelsgeschäfte von adidas Sport Performance stieg im ersten Quartal 2014 um 8% auf 421 Mio. € (2013: 390 Mio. €), der Umsatz der eigenen Einzelhandelsgeschäfte von adidas Originals & Sport Style nahm um 16% auf 253 Mio. € zu (2013: 218 Mio. €). Der Umsatz der eigenen Einzelhandelsgeschäfte von Reebok erhöhte sich um 7% auf 121 Mio. € (2013: 113 Mio. €).

## Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte

Zum 31. März 2014 führte das Einzelhandelssegment des adidas Konzerns 2.741 Geschäfte. Dies bedeutet einen Nettoanstieg um 1 Geschäft gegenüber 2.740 Geschäften zum Ende des Vorjahres. Die Gesamtzahl der Geschäfte setzte sich aus 1.558 adidas Geschäften und 411 Reebok Geschäften zusammen (31. Dezember 2013: 1.557 adidas Geschäfte, 404 Reebok Geschäfte). Zudem führte das Einzelhandelssegment 772 Factory Outlets (31. Dezember 2013: 779). Im Verlauf des ersten Quartals 2014 eröffnete der Konzern 70 neue Geschäfte, 69 wurden geschlossen und 41 umgestaltet / TABELLE 44.

## Entwicklung nach Einzelhandelsformaten

Der Umsatz der Concept Stores beinhaltet die Umsatzerlöse von adidas Sport Performance, adidas Originals & Sport Style und Reebok Concept Stores. Im ersten Quartal 2014 stieg der Umsatz der Concept Stores währungsbereinigt um 23%. Dabei verzeichneten sowohl adidas als auch Reebok zweistellige Wachstumsraten. Auf vergleichbarer Basis erhöhte sich der Umsatz der Concept Stores währungsbereinigt um 10%. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Concept Stores legte im ersten Quartal 2014 um 8% auf 357 Mio. € zu (2013: 331 Mio. €).

Der Umsatz der Factory Outlets beinhaltet die Umsatzerlöse von Factory Outlets der Marken adidas und Reebok. Im ersten Quartal 2014 stieg der Umsatz der Factory Outlets währungsbereinigt um 13%. adidas verzeichnete einen zweistelligen Umsatzanstieg bei seinen Factory Outlets, bei Reebok erhöhte sich der Umsatz im mittleren einstelligen Bereich. Auf vergleichbarer Basis wuchs der währungsbereinigte Umsatz der Factory Outlets um 6%. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Factory Outlets nahm im ersten Quartal 2014 um 4% auf 326 Mio. € zu (2013: 315 Mio. €).

## 42 / Einzelhandel Umsatzerlöse nach Quartalen (in Mio. €)

Q1 2014		794
Q1 2013		722
Q2 2014		867
Q2 2013		867
Q3 2014		923
Q3 2013		923
Q4 2014		934
Q4 2013		934

## 43 / Einzelhandel Segmentbetriebsergebnis nach Quartalen (in Mio. €)

Q1 2014		105
Q1 2013		101
Q2 2014		216
Q2 2013		216
Q3 2014		195
Q3 2013		195
Q4 2014		166
Q4 2013		166

## 44 / Einzelhandel Entwicklung der Anzahl der Shops

	Gesamt	Concept Stores	Factory Outlets	Concession Corners
<b>31. Dezember 2013</b>	<b>2.740</b>	1.661	779	300
Eröffnet	70	51	14	5
Geschlossen	69	42	21	6
Eröffnungen (netto)	1	9	-7	-1
<b>31. März 2014</b>	<b>2.741</b>	1.670	772	299

Der Umsatz der Concession Corners beinhaltet die Umsatzerlöse der Concession Corners von adidas und Reebok. Im ersten Quartal 2014 stieg der Umsatz der Concession Corners währungsbereinigt um 20%. adidas verzeichnete hierbei einen Umsatzanstieg im zweistelligen Bereich, der Umsatz von Reebok lag geringfügig unter dem Vorjahresniveau. Auf vergleichbarer Basis stieg der währungsbereinigte Umsatz der Concession Corners um 7%. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Concession Corners nahm im ersten Quartal um 13% auf 32 Mio. € zu (2013: 28 Mio. €).

Der eCommerce-Umsatz umfasst die E-Commerce-Umsätze der Marken adidas und Reebok. Im ersten Quartal 2014 lagen die E-Commerce-Umsätze bei adidas und Reebok währungsbereinigt um 72% über dem Vorjahresniveau. Dabei verzeichneten sowohl adidas als auch Reebok deutlich zweistellige Wachstumsraten. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von eCommerce legte um 64% auf 79 Mio. € zu (2013: 48 Mio. €).

## Geschäftsentwicklung Andere Geschäftssegmente

### Ergebnisse der Anderen Geschäftssegmente für das erste Quartal

Im ersten Quartal 2014 verringerte sich der Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten auf währungsbereinigter Basis um 27%. Verantwortlich hierfür waren vor allem zweistellige Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf. Reebok-CCM Hockey erzielte ein Umsatzplus im zweistelligen Bereich, Rockport hingegen verzeichnete einen Umsatzrückgang im mittleren einstelligen Bereich. Der Umsatz der Anderen Zentral Geführten Marken blieb gegenüber dem Vorjahr stabil. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten lag mit 382 Mio. € um 30% unter dem Vorjahresniveau (2013: 548 Mio. €) / TABELLE 45.

Die Bruttomarge ging um 5,5 Prozentpunkte auf 39,0% zurück (2013: 44,6%). Diese Entwicklung war auf niedrigere Produktmargen bei TaylorMade-adidas Golf zurückzuführen, die höhere Produktmargen bei Rockport und Reebok-CCM Hockey mehr als aufhoben. Das Bruttoergebnis der Anderen Geschäftssegmente verringerte sich im ersten Quartal 2014 um 39% auf 149 Mio. € (2013: 244 Mio. €) / TABELLE 45.

Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit nahmen im ersten Quartal 2014 um 3% auf 75 Mio. € zu (2013: 73 Mio. €). Hauptgrund hierfür waren höhere Sales-Working-Budget-Aufwendungen bei TaylorMade-adidas Golf. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit um 6,2 Prozentpunkte auf 19,5% (2013: 13,3%). Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit in den Anderen Geschäftssegmenten beinhalten in erster Linie Aufwendungen für Vertriebspersonal und Verwaltung sowie Sales-Working-Budget-Aufwendungen für TaylorMade-adidas Golf, Rockport, Reebok-CCM Hockey und Andere Zentral Geführte Marken.

Das Segmentbetriebsergebnis der Anderen Geschäftssegmente ging im ersten Quartal 2014 um 56% auf 75 Mio. € zurück (2013: 172 Mio. €). Die operative Marge des Segments lag mit 19,5% um 11,8 Prozentpunkte unter dem Vorjahresniveau (2013: 31,3%) / TABELLE 45. Verantwortlich

### 45 / Andere Geschäftssegmente im Überblick (in Mio. €)

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013	Veränderung
Umsatzerlöse	382	548	-30%
Bruttoergebnis	149	244	-39%
Bruttomarge	39,0%	44,6%	-5,5 PP
Segmentbetriebsergebnis	75	172	-56%
Operative Marge des Segments	19,5%	31,3%	-11,8 PP

### 46 / Andere Geschäftssegmente Umsatzerlöse im 1. Quartal (in Mio. €)

2014		382
2013		548
2012		517

für diese Entwicklung war der Rückgang der Bruttomarge sowie der negative Effekt höherer Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz.

### Entwicklung der Anderen Geschäftssegmente nach Segmenten

Bei TaylorMade-adidas Golf ging der Segmentumsatz im ersten Quartal 2014 währungsbereinigt um 34% zurück. Verantwortlich für diesen deutlichen Rückgang waren die zeitliche Verschiebung von Produkteinführungen sowie der nach wie vor schwache Golfmarkt. Dies führte zu einem zweistelligen Umsatzrückgang in den Kategorien Metallhölzer und Eisen im ersten Quartal 2014. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse von TaylorMade-adidas Golf in Euro aus. Der Umsatz verringerte sich um 38% auf 264 Mio. € (2013: 423 Mio. €).

Bei Rockport ging der währungsbereinigte Umsatz infolge der schwachen Einzelhandelsentwicklung in Nordamerika um 7% zurück. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von Rockport lag im ersten Quartal 2014 mit 53 Mio. € um 12% unter dem Vorjahresniveau (2013: 61 Mio. €).

### 47 / Andere Geschäftssegmente Umsatzerlöse nach Regionen (in Mio. €)

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	84	92	-9%	-10%
Europäische Schwellenländer	9	10	-10%	5%
Nordamerika	219	338	-35%	-32%
China	5	8	-37%	-35%
Andere Asiatische Märkte	62	95	-34%	-27%
Lateinamerika	3	5	-33%	-22%
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>382</b>	<b>548</b>	<b>-30%</b>	<b>-27%</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Der währungsbereinigte Umsatz von Reebok-CCM Hockey legte um 13% zu. Dieser Anstieg ist vor allem Zuwächsen in wichtigen Kategorien wie Schlittschuhe und Schläger zuzuschreiben. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von Reebok-CCM Hockey stieg im ersten Quartal 2014 um 5% auf 32 Mio. € (2013: 31 Mio. €).

Bei den Anderen Zentral Geführten Marken blieb der Umsatz auf währungsbereinigter Basis stabil. Umsatzsteigerungen bei Y-3 und Porsche Design Sport standen Rückgänge in anderen Bereichen gegenüber. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Anderen Zentral Geführten Marken blieb im ersten Quartal 2014 mit 33 Mio. € nahezu unverändert (2013: 33 Mio. €).

### Entwicklung der Anderen Geschäftssegmente nach Regionen

Im ersten Quartal 2014 ging der währungsbereinigte Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten in den meisten Regionen zurück. In Westeuropa verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz aufgrund von zweistelligen Rückgängen bei TaylorMade-adidas Golf um 10%. Diese Rückgänge hoben zweistellige Zuwächse bei Reebok-CCM Hockey und Rockport mehr als auf. Der Umsatz der Anderen Zentral Geführten Marken stieg im niedrigen einstelligen Bereich. In den Europäischen Schwellenländern wuchs der Umsatz auf währungsbereinigter Basis um 5%. Deutlich zweistellige Zuwächse bei Reebok-CCM Hockey glichen Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf mehr als aus. Der Umsatz von Rockport stieg im mittleren einstelligen Bereich. In Nordamerika ging der Umsatz, infolge deutlich zweistelliger Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf, währungsbereinigt um 32% zurück. Reebok-CCM Hockey erzielte einen Umsatzanstieg im hohen einstelligen Bereich, bei Rockport hingegen ging der Umsatz im zweistelligen Bereich zurück. Der Umsatz der Anderen Zentral Geführten Marken lag unter dem Vorjahresniveau. In China ging der währungsbereinigte Umsatz aufgrund zweistelliger Umsatzrückgänge bei TaylorMade-adidas Golf um 35% zurück. In den Anderen Asiatischen Märkten verringerte sich der Umsatz auf währungsbereinigter Basis um 27%; Umsatzsteigerungen bei Rockport wurden durch zweistellige Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf mehr als aufgehoben. In Lateinamerika lag der währungsbereinigte Umsatz aufgrund zweistelliger Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf und Rockport um 22% unter dem Vorjahresniveau. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse der Regionen in Euro aus

/ TABELLE 47.

### 48 / Andere Geschäftssegmente Umsatzerlöse nach Quartalen (in Mio. €)

Q1 2014		382
Q1 2013		548
Q2 2014		502
Q3 2014		403
Q4 2014		493
Q4 2013		493

### 49 / Andere Geschäftssegmente Segmentbetriebsergebnis nach Quartalen (in Mio. €)

Q1 2014		75
Q1 2013		172
Q2 2014		140
Q3 2014		70
Q4 2014		128
Q4 2013		128

# Nachtrag und Ausblick

**Im Jahr 2014 rechnen wir – trotz hoher wirtschaftlicher Unsicherheit, vor allem in den Schwellenländern – mit einem Wachstum der Weltwirtschaft und der Konsumausgaben. Dies dürfte das weitere Wachstum und die anhaltende Expansion der Sportartikelbranche begünstigen. Angesichts des umfassenden Angebots an neuen und innovativen Produkten bei all unseren Marken und der positiven Effekte im Zusammenhang mit wichtigen Sportveranstaltungen wie der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 rechnen wir mit einer Verbesserung der Umsatz- und Gewinnergebnisse im Jahr 2014. Wir prognostizieren aufgrund des erwarteten Wachstums in allen Regionen und Vertriebskanälen einen währungsbereinigten Anstieg des Konzernumsatzes im hohen einstelligen Bereich. Währungseffekte werden sich voraussichtlich deutlich negativ auf die Umsatzentwicklung in Euro auswirken. Wir gehen davon aus, dass die Bruttomarge des Konzerns auf ein Niveau zwischen 49,5% und 49,8% steigen wird. Verantwortlich hierfür werden vor allem positive Effekte aus einem günstigeren Preis- und Produktmix sowie einer günstigeren regionalen Umsatzverteilung sein. Verbesserungen bei der Marke Reebok werden hierzu ebenfalls beitragen. Die operative Marge des Konzerns wird voraussichtlich zwischen 8,5% und 9,0% liegen. Infolgedessen dürfte der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn zwischen 830 Mio. € und 930 Mio. € liegen.**

## Nachtrag

### Veränderungen in leitenden Managementpositionen seit Ende des ersten Quartals

Am 17. April 2014 ernannte der adidas Konzern Mark King mit Wirkung zum 1. Juni 2014 zum President adidas Group Nordamerika. Mark King wird in seiner neuen Rolle für das gesamte adidas und Reebok Geschäft im nordamerikanischen Markt verantwortlich sein. Er berichtet direkt an Roland Auschel, Mitglied des Vorstands der adidas AG, verantwortlich für Global Sales. Mark King tritt die Nachfolge von Patrik Nilsson an, der sich aus persönlichen Gründen entschieden hat, das Unternehmen zu verlassen. Ben Sharpe, derzeit Executive Vice President von adidas Golf und Ashworth, wird neuer CEO von TaylorMade-adidas Golf. Er wird an Herbert Hainer, den Vorstandsvorsitzenden des adidas Konzerns, berichten. Zusammen mit Herbert Hainer wird Mark King im Beirat von TaylorMade-adidas Golf tätig sein.

### Keine weiteren Veränderungen seit Quartalsende

Seit Ende des ersten Quartals 2014 gab es keine weiteren signifikanten organisatorischen, gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, gesellschaftsrechtlichen oder finanzierungstechnischen Änderungen sowie keine weiteren Veränderungen im Management, die sich nach unseren Erwartungen maßgeblich auf unser Geschäft auswirken könnten.

## Ausblick

### Zukunftsbezogene Aussagen

Dieser Lagebericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf der aktuellen Prognose des Managements zur künftigen Entwicklung des adidas Konzerns beruhen. Der Ausblick basiert auf Einschätzungen, die wir anhand aller uns zum jetzigen Zeitpunkt verfügbaren Informationen getroffen haben. Diese Aussagen unterliegen zudem Unsicherheiten – wie im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2013 (S. 158–179) beschrieben –, die außerhalb der Kontrollmöglichkeiten

des adidas Konzerns liegen. Sollten die dem Ausblick zugrunde liegenden Annahmen nicht zutreffend sein oder die beschriebenen Risiken oder Chancen eintreten, können die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen (sowohl negativ als auch positiv) deutlich von den in diesem Ausblick getroffenen Aussagen abweichen. Der adidas Konzern übernimmt keine Verpflichtung außerhalb der gesetzlich vorgeschriebenen Veröffentlichungsvorschriften die in diesem Lagebericht enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.

### Wachstum der Weltwirtschaft im Jahr 2014

Laut einer Schätzung der Weltbank wird das globale BIP im Jahr 2014 um 3,2% wachsen (2013: 2,4%). Einige wichtige Volkswirtschaften mit hohem Einkommen dürften 2014 auf einen Wachstumspfad zurückkehren, und es wird mit einem weiterhin niedrigen Inflationsdruck in vielen Märkten gerechnet. Dennoch unterliegt die Entwicklung der Weltwirtschaft einer hohen Unsicherheit. Die Stärkung vieler reifer Märkte bedeutet eine wesentliche Veränderung gegenüber den letzten Jahren, als hauptsächlich die Entwicklungsländer für die weltweite BIP-Expansion verantwortlich waren. Es wird erwartet, dass die Erholung der reifen Märkte Impulse für die Exporttätigkeit der Entwicklungsländer bieten wird.

Für die reifen Märkte mit hohem Einkommen wird 2014 mit einem BIP-Wachstum in Höhe von 2,2% gerechnet; in der Eurozone wird das BIP den Prognosen zufolge wieder moderate Wachstumsraten aufweisen. Zudem wird erwartet, dass die USA ihr Anleihenkaufprogramm („Quantitative Easing“) weiter reduzieren wird; dies könnte zu einem Anstieg der langfristigen Zinsen in einigen reifen Ländern und Entwicklungsländern führen. Nichtsdestotrotz wird das deutlichste Wirtschaftswachstum weltweit für die Schwellenländer erwartet, das den Prognosen zufolge 2014 5,3% betragen wird. Das Wachstum in vielen dieser Länder dürfte weiterhin rapide Lohnsteigerungen und höhere verfügbare Einkommen begünstigen. Wir gehen davon aus, dass diese positiven Erwartungen hinsichtlich der Konjunkturerentwicklung und der Konsumausgaben, vor allem in den Schwellenländern, unsere Wachstumsziele für 2014 unterstützen werden.

In Westeuropa werden weniger strikte Sparprogramme in vielen Ländern sowie ein niedrigerer Inflationsdruck die Erholung der Wirtschaft und ein moderates BIP-Wachstum unterstützen. Den Prognosen zufolge wird das BIP-Wachstum 2014 nun etwa 1,3% betragen. In der Eurozone bleibt Deutschland, die größte Volkswirtschaft der Region, Hauptwachstumsmotor, dank einer gesunden Exporttätigkeit und der steigenden Binnennachfrage sowie höherer Konsum- und Investitionsausgaben. Allerdings stellt sich der Aufschwung nach wie vor als anfällig dar. Hohe Arbeitslosenquoten sowie anhaltende Sorgen hinsichtlich der Überverschuldung vieler Regierungen und Banken in der Region werden diese Entwicklung weiterhin belasten.

Für die europäischen Schwellenländer wird mit einer weiteren Verbesserung gerechnet. Das BIP wird 2014 voraussichtlich um 2,3% steigen. Höhere Exporte dürften zum Wirtschaftswachstum der Region beitragen, da viele Märkte aller Voraussicht nach von einer stärkeren Eurozone profitieren werden. Auch der steigende Binnenkonsum wird den Prognosen zufolge die Konjunktorentwicklung unterstützen. In Russland könnten der Trend zu eher moderaten Lohnsteigerungen und langsamer steigenden Einkommen sowie der Anstieg der Arbeitslosenquoten und der negative Effekt auf die Verbraucherstimmung und Konjunktur im Zusammenhang mit den politischen Entwicklungen in der Ukraine zu einem eher verhaltenen Anstieg der Konsumausgaben im Jahr 2014 führen.

Für die USA wird im Jahr 2014 laut den Prognosen der US-Notenbank ein BIP-Wachstum in Höhe von 2,9% erwartet. Der konjunkturelle Aufschwung dürfte vor allem durch die Inlandsnachfrage sowie durch eine anziehende Industrie- und Exporttätigkeit begünstigt werden. Es herrscht Einstimmigkeit darüber, dass die Inflation moderat bleiben und sich die Lage auf dem Arbeits- und Immobilienmarkt weiter verbessern wird. Diese Effekte werden sich positiv auf die Konsumausgaben auswirken und das Konjunkturwachstum unterstützen. Die US-Notenbank wird den Erwartungen zufolge ihre lockere Geldpolitik weiter fortsetzen; jedoch wird erwartet, dass sie ihr Anleihenkaufprogramm im Verlauf des Jahres weiter reduzieren wird. Weitere Kürzungen der Staatsausgaben, wenn auch in einem niedrigeren Ausmaß als im Jahr 2013, werden das Wachstum voraussichtlich bremsen.

Für Asien wird im Jahr 2014 ein BIP-Wachstum in Höhe von 4,1% prognostiziert. Mit Ausnahme von Japan wird das Wirtschaftswachstum in Asien aller Voraussicht nach relativ hoch bleiben. Eine starke Industrieaktivität, ein überschaubarer Inflationsdruck und deutliche Lohnsteigerungen werden zum BIP-Wachstum in der Region beitragen. Auch die Aussicht auf weiteres Wachstum in den reifen Märkten dürfte die Exporttätigkeit in Asien unterstützen. Die Volkswirtschaft Chinas wird mit einer Expansion von voraussichtlich 7,4% nach wie vor die höchsten Wachstumsraten aufweisen. In Japan wird 2014 eine BIP-Steigerung in Höhe von 1,0% erwartet. Hauptgrund hierfür werden weiterhin umfangreiche Anreizprogramme der Regierung sein. Allerdings werden die Realeinkommen in Japan voraussichtlich nicht mehr so schnell wachsen, was sich negativ auf die Konsumausgaben auswirken wird.

Für Lateinamerika wird 2014 ein BIP-Wachstum in Höhe von 2,3% prognostiziert; hierbei dürften relativ geringe Arbeitslosenquoten und solide Konsumausgaben die wirtschaftliche Entwicklung fördern. Dennoch werden höhere Inflationsraten, vor allem in Argentinien, und eine zurückhaltende Verbraucherkreditvergabe das BIP-Wachstum voraussichtlich dämpfen. Auch die Erwartung schwieriger globaler Rahmenbedingungen in Bezug auf die Liquidität sowie eine mögliche weitere Abschwächung einiger lateinamerikanischer Währungen geben nach wie vor Grund zur Sorge.

### Weiteres Wachstum der Sportartikelbranche im Jahr 2014

Unter der Annahme, dass es zu keinen wesentlichen wirtschaftlichen Rückschlägen kommt, gehen wir von einem Wachstum der weltweiten Sportartikelindustrie im Jahr 2014 aus. Die Sportartikelbranche dürfte insbesondere von den großen Sportereignissen des Jahres 2014 profitieren, wie z.B. der FIFA Fußballweltmeisterschaft in Brasilien, der größten Sportveranstaltung der Welt, sowie den Olympischen Winterspielen, die in Sotschi, Russland, stattfanden. Viele Sportartikelhändler werden weiter zu einem Omni-Channel-Geschäftsmodell im Einzelhandelsbereich übergehen. Zudem werden E-Commerce und Investitionen in digitale Medien voraussichtlich wichtige Wachstumsbereiche bleiben. Dem gesamtwirtschaftlichen Trend entsprechend dürften die Konsumausgaben für Sportartikel in den Schwellenländern stärker wachsen als in den reiferen Märkten. Es wird erwartet, dass der Privatkonsum in vielen reifen Märkten im Jahr 2014 leicht steigen wird, was die moderate Expansion der Sportartikelbranche in diesen Märkten unterstützen wird. Den Prognosen zufolge wird der Inflationsdruck in den meisten Märkten relativ begrenzt ausfallen. Die jüngsten Währungsabwertungen mehrerer Schwellenländer werden jedoch voraussichtlich langfristig zu wesentlichen Preissteigerungen in den betroffenen Ländern führen. Zudem werden Lohnsteigerungen in den schneller wachsenden Volkswirtschaften weiterhin erhebliche Kosten für die Branche mit sich bringen, insbesondere in den Beschaffungs- und Produktionsländern der Sportartikelindustrie.

In Europa dürften das steigende Verbrauchervertrauen und die höhere Binnennachfrage die Entwicklung der Sportartikelbranche im Jahr 2014 begünstigen. Aufgrund der vielen europäischen Mannschaften, die an der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 in Brasilien teilnehmen werden, sowie angesichts des hohen Stellenwerts von Fußball in diesen Märkten, wird die Sportartikelindustrie dieser Region an Dynamik gewinnen. Auch viele europäische Schwellenländer, darunter Russland, dessen Nationalmannschaft sich ebenfalls qualifiziert hat, werden von den positiven Effekten der FIFA Fußballweltmeisterschaft profitieren. Jedoch könnte sich der geringere Anstieg der verfügbaren Einkommen negativ auf Verbraucherstimmung und Konsumausgaben auswirken und die Expansion der Sportartikelbranche in einigen europäischen Schwellenländern, vor allem in Russland, bremsen. Die Krise in der Ukraine birgt angesichts der gedrückten Verbraucherstimmung und gebremsten Wirtschaftsaktivität zusätzliches Risikopotenzial. Dies könnte die Konsumausgaben und das Wachstum der Sportartikelbranche in Russland und der Ukraine negativ beeinflussen.

In den USA dürften die Wachstumsraten der Sportartikelindustrie die der Gesamtwirtschaft übertreffen. Der Vertriebskanal E-Commerce wird den Prognosen zufolge insbesondere im Bereich der mobilen Geräte robust bleiben. Aus Categoriesicht wird sich der Trend hin zu hochwertigen funktionellen Schuhen und Bekleidungsstücken voraussichtlich weiter fortsetzen. Retro-Looks dürften in einigen Kategorien, darunter Basketball und Tennis, weiterhin beliebt sein. Der US-Golfmarkt wird den Erwartungen zufolge nach wie vor sehr schwierig bleiben, allerdings wird im Verlauf des Jahres mit leichten Verbesserungen gerechnet.

In China werden den Prognosen zufolge deutliche Lohnsteigerungen und zunehmender Inlandskonsum den Umsatz in der Sportartikelbranche im Jahr 2014 beflügeln. Es wird erwartet, dass internationale Marken weiterhin Marktanteile hinzugewinnen werden. In anderen asiatischen Märkten wird die Sportartikelbranche 2014 voraussichtlich ebenfalls wachsen, wobei es jedoch regionale Unterschiede geben wird. Die Sportartikelbranche in Japan dürfte im Jahr 2014 ein moderates Wachstum erreichen, da die Abschwächung des Yen und umfassende Anreizprogramme seitens der Regierung das Konsumentenvertrauen und den Inlandskonsum begünstigen. Die Mehrwertsteuererhöhung im zweiten Quartal könnte sich jedoch negativ auf die Sportartikelbranche auswirken. Für die meisten anderen wichtigen asiatischen Schwellenländer wird für 2014 von einem robusten Wachstum der Branche ausgegangen, da eine steigende Inlandsnachfrage sowie höhere Löhne den Umsatz mit nicht essenziellen Konsumartikeln weiter fördern werden.

In der Sportartikelindustrie Lateinamerikas wird im Jahr 2014 mit einem gesunden Wachstum gerechnet; Lohnsteigerungen dürften Konsumausgaben und Ausgaben für nicht essenzielle Produkte positiv beeinflussen. Angesichts des hohen Stellenwerts, den Fußball in dieser Region genießt, wird die Sportartikelbranche zudem die positive

Dynamik von Umsätzen in Zusammenhang mit der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 in Brasilien weiter aufrechterhalten.

### Währungsbereinigter Konzernumsatz steigt 2014 voraussichtlich im hohen einstelligen Bereich

Wir erwarten, dass der Konzernumsatz im Jahr 2014 währungsbereinigt im hohen einstelligen Bereich wachsen wird. Insbesondere die großen Sportereignisse des Jahres werden sich positiv auf den Konzernumsatz auswirken. Als offizieller Partner der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 in Brasilien wird adidas die sichtbarste Marke des Turniers sein und von Rekordumsätzen in der Kategorie Fußball profitieren. Die starke Präsenz des adidas Konzerns in schnell wachsenden Schwellenländern sowie der weitere Ausbau des Einzelhandelssegments werden die Umsatzentwicklung des Konzerns ebenfalls unterstützen. Währungseffekte werden sich voraussichtlich deutlich negativ auf die Umsatzentwicklung in Euro auswirken.

### Währungsbereinigter Umsatzanstieg im Großhandelssegment im mittleren einstelligen Bereich

Im Segment Großhandel rechnen wir im Vergleich zum Vorjahr mit einem währungsbereinigten Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Bereich. Die Entwicklung der Auftragsbestände sowie das positive Feedback des Einzelhandels und auf Messen unterstützen unsere Wachstumserwartungen für das Jahr 2014. Bei adidas Sport Performance erwarten wir einen Umsatzanstieg auf währungsbereinigter Basis im mittleren einstelligen Bereich. Verantwortlich hierfür wird insbesondere Wachstum in wichtigen Kategorien wie Fußball, Running und Basketball sein. Bei adidas Originals & Sport Style rechnen wir mit währungsbereinigten Umsatzsteigerungen im mittleren einstelligen Bereich. Hauptgrund hierfür werden der weitere Ausbau des adidas NEO Labels sowie Wachstum bei adidas Originals sein. Für Reebok erwarten wir einen Anstieg des währungsbereinigten Umsatzes im mittleren

## 50 / adidas Konzern Ausblick für 2014

Währungsbereinigte Umsatzentwicklung (in %):	Bisherige Prognose <sup>1)</sup>	
adidas Konzern	Anstieg im hohen einstelligen Bereich	
Großhandelssegment	Anstieg im mittleren einstelligen Bereich	
Einzelhandelssegment	Anstieg im niedrigen zweistelligen Bereich	Anstieg im hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Bereich
Auf vergleichbarer Basis	Anstieg im mittleren einstelligen Bereich	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich
Andere Geschäftssegmente	in etwa auf dem Vorjahresniveau	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich
TaylorMade-adidas Golf	leicht unter dem Vorjahresniveau	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich
Rockport	Anstieg im mittleren einstelligen Bereich	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich
Reebok-CCM Hockey	Anstieg im mittleren einstelligen Bereich	
Bruttomarge	49,5 % bis 49,8 %	
Operative Marge	zwischen 8,5 % und 9,0 %	
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	zwischen 830 Mio. € und 930 Mio. €	
Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz	moderater Rückgang	
Investitionen	500 Mio. € bis 550 Mio. €	
Anzahl der Shops	Nettoanstieg um rund 250 Shops	
Bruttofinanzverbindlichkeiten	Rückgang	

1) Wie am 5. März 2014 veröffentlicht.

einstelligen Bereich. Dies wird primär auf Umsatzzuwächse in den Kategorien Fitness Training und Classics sowie auf den weiteren Ausbau neuer Kategorien wie Studio zurückzuführen sein.

### **Währungsbereinigtes Umsatzwachstum im Einzelhandelssegment im niedrigen zweistelligen Bereich**

Wir erwarten für das Einzelhandelssegment im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatzzuwachs auf währungsbereinigter Basis im niedrigen zweistelligen Bereich. Der Konzern rechnet im Jahr 2014 mit einem Nettoanstieg der eigenen adidas und Reebok Shops um rund 250 Geschäfte. Abhängig von der Verfügbarkeit der gewünschten Standorte planen wir die Eröffnung von etwa 450 neuen Geschäften, die in erster Linie in europäischen Schwellenländern, vor allem in Russland/GUS, angesiedelt sein werden. Rund 200 Geschäfte werden im Verlauf des Jahres geschlossen und etwa 180 sollen umgestaltet werden. Auf vergleichbarer Basis wird der Umsatz gegenüber dem Vorjahr voraussichtlich im mittleren einstelligen Bereich steigen.

### **Währungsbereinigter Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten in etwa auf dem Vorjahresniveau**

Für das Jahr 2014 erwarten wir, dass der währungsbereinigte Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten in etwa auf dem Vorjahresniveau liegen wird. Bei TaylorMade-adidas Golf wird der währungsbereinigte Umsatz unseren Prognosen zufolge leicht unter dem Vorjahresniveau liegen. Dies ist hauptsächlich auf das nach wie vor schwierige Umfeld im Golfmarkt zurückzuführen, wo die Anzahl der gespielten Runden 2014 voraussichtlich zurückgehen wird. Der währungsbereinigte Umsatz bei Rockport wird den Einschätzungen zufolge im mittleren einstelligen Bereich steigen. Verantwortlich hierfür wird vor allem Wachstum in strategisch wichtigen Produktkategorien wie Total Motion und truWalkZero sein. Bei Reebok-CCM Hockey erwarten wir, dass sich der währungsbereinigte Umsatz im mittleren einstelligen Bereich erhöhen wird. Neue Produkteinführungen in den wichtigen Kategorien Schlittschuhe und Schläger werden diese Entwicklung unterstützen.

### **Konzernumsatz wächst in allen Regionen**

Wir erwarten, dass der währungsbereinigte Umsatz des Konzerns im Jahr 2014 in all unseren Regionen, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß, steigen wird. In Westeuropa werden sich die allmähliche Verbesserung der gesamtwirtschaftlichen Lage sowie die FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 positiv auf die Umsatzentwicklung der Region auswirken. In den Europäischen Schwellenländern werden der Ausbau von und die zunehmende Expertise bei unseren eigenen Einzelhandelsaktivitäten, vor allem in Russland/GUS, den Konzernumsatz den Prognosen zufolge begünstigen. In Nordamerika erwarten wir im Verlauf des Jahres 2014 positive Impulse. Sowohl die Marke adidas, die ihr Produktangebot in wichtigen Kategorien wie Running und Basketball ausbauen wird, sowie die Marke Reebok, die vor allem von Produkteinführungen in den Bereichen Schuhe und Bekleidung profitieren wird, werden hierzu beitragen. Für China wird erwartet, dass das Umsatzwachstum in etwa dem Vorjahresniveau entspricht. Ausschlaggebend für diese Entwicklung werden der Ausbau und die Festigung unserer Vertriebsreichweite sein. In den Anderen Asiatischen Märkten

werden Märkte wie Südkorea, Südostasien und Indien das Wachstum maßgeblich vorantreiben. In Lateinamerika wird die Umsatzentwicklung unseren Prognosen zufolge von der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 positiv beeinflusst werden.

### **Verbesserung der Bruttomarge des Konzerns im Geschäftsjahr 2014**

Wir erwarten, dass die Bruttomarge des Konzerns im Jahr 2014 von 49,3% im Vorjahr auf einen Wert zwischen 49,5% und 49,8% ansteigen wird. Es wird mit Verbesserungen in den meisten Segmenten gerechnet. Die Bruttomarge wird von einem besseren Preis- und Produktmix sowie einer günstigeren regionalen Umsatzverteilung profitieren, da die Wachstumsraten in den Schwellenländern, die hohe Margen erzielen, über den Wachstumsraten in den reiferen Märkten liegen dürften. Des Weiteren wird die Marke Reebok die positive Entwicklung der Bruttomarge des Konzerns fördern. Diese positiven Effekte werden jedoch durch weniger günstige Hedging-Kurse im Vergleich zum Vorjahr, ungünstige Währungsentwicklungen in den Schwellenländern und steigende Lohnkosten, die unsere Umsatzkosten negativ beeinflussen, zum Teil aufgehoben.

### **Sonstige betriebliche Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz in etwa auf Vorjahresniveau**

Der Konzern geht davon aus, dass die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz im Jahr 2014 in etwa auf dem Vorjahresniveau liegen werden (2013: 42,3%). Aufwendungen des Sales- und des Marketing-Working-Budgets im Verhältnis zum Umsatz werden im Vergleich zum Vorjahr voraussichtlich leicht steigen. Marketinginvestitionen werden sich auf große Sportveranstaltungen wie die FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 und höchst innovative Produkteinführungen, vor allem in der Kategorie Running, konzentrieren. Zudem wird der Konzern die Wachstumsstrategie von Reebok für wichtige Fitnesskategorien unterstützen und dabei Partnerschaften wie CrossFit, Spartan Race und Les Mills bestmöglich nutzen. Es wird erwartet, dass die Betriebsgemeinkosten im Verhältnis zum Umsatz im Jahr 2014 geringfügig unter dem Vorjahresniveau liegen werden. Den höheren Verwaltungs- und Personalaufwendungen im Einzelhandelssegment aufgrund der geplanten Eröffnung weiterer Einzelhandelsgeschäfte stehen Verbesserungen in anderen Bereichen gegenüber. Wir gehen davon aus, dass die Mitarbeiteranzahl des adidas Konzerns im Vergleich zum Vorjahr zunehmen wird. Neueinstellungen werden hauptsächlich im Zusammenhang mit dem Ausbau des eigenen Einzelhandels stehen. Im Jahr 2014 wird der adidas Konzern erneut ca. 1% des Konzernumsatzes in Forschung und Entwicklung investieren. Im Vordergrund stehen dabei modernste Dämpfungstechnologien, Lightweight- und digitale Sporttechnologien sowie Produktinnovationen im Bereich Nachhaltigkeit. Investitions- und Forschungsschwerpunkte werden zudem neue Fertigungsprozesse und modernste Materialien umfassen.

### **Operative Marge zwischen 8,5% und 9,0%**

Die operative Marge des adidas Konzerns wird im Jahr 2014 voraussichtlich zwischen 8,5% und 9,0% liegen (2013 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte: 8,7%). Die operative Marge wird von den Währungsentwicklungen wesentlich beeinflusst werden.

### Auf Anteilseigner entfallender Konzerngewinn voraussichtlich zwischen 830 Mio. € und 930 Mio. €

Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn wird unseren Prognosen zufolge zwischen 830 Mio. € und 930 Mio. € liegen (2013 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte: 839 Mio. €). Dies entspricht einem unverwässerten Ergebnis je Aktie in Höhe von 3,97 € bis 4,45 €. Zudem rechnen wir im Jahr 2014 damit, dass die Zinsaufwendungen auf Vorjahresniveau bleiben werden, da niedrigere Zinsaufwendungen im Zusammenhang mit Bruttofinanzverbindlichkeiten in Euro durch höhere Zinsaufwendungen resultierend aus Bankverbindlichkeiten in Schwellenländern aufgehoben werden. Nettowährungsverluste im Finanzergebnis dürften auf einem ähnlichen Niveau liegen wie im Vorjahr. Die Steuerquote des Konzerns wird unseren Prognosen zufolge bei einem Wert von etwa 28,5% liegen und damit günstiger ausfallen als im Vorjahr (2013 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte: 29,0%).

### Moderater Rückgang des durchschnittlichen operativen kurzfristigen Betriebskapitals im Verhältnis zum Umsatz

Der Konzern geht davon aus, dass das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz im Jahr 2014 geringfügig unter dem Vorjahresniveau liegen wird (2013: 20,9%). Hauptgrund hierfür ist unsere Erwartung, im Verlauf des Jahres den Bedarf an operativem kurzfristigem Betriebskapital zu reduzieren.

### Investitionsausgaben voraussichtlich zwischen 500 Mio. € und 550 Mio. €

Im Jahr 2014 plant der adidas Konzern 500 Mio. € bis 550 Mio. € in materielle und immaterielle Vermögenswerte zu investieren (2013: 479 Mio. €). Investitionen werden vor allem auf Initiativen im Zusammenhang mit selbst kontrollierten Verkaufsflächen der Marken adidas und Reebok, insbesondere in Schwellenländern, gerichtet sein. Diese Investitionen werden in etwa 50% der Gesamtinvestitionssumme ausmachen. Zu den sonstigen Investitionsbereichen gehören die Logistikinfrastruktur des Konzerns, der weitere Ausbau der Konzernzentrale in Herzogenaurach sowie die Ausweitung von SAP- und anderen IT-Systemen bei wichtigen Tochtergesellschaften des Konzerns. Wir gehen davon aus, sämtliche Investitionen im Jahr 2014 vollständig aus dem Mittelzufluss aus der betrieblichen Tätigkeit zu finanzieren.

### Mittelüberschuss wird zur Unterstützung von Wachstumsmaßnahmen eingesetzt

Im Jahr 2014 erwarten wir erneut einen positiven Mittelzufluss aus der betrieblichen Tätigkeit. Der Mittelzufluss wird dazu verwendet werden, den Bedarf an operativem kurzfristigem Betriebskapital sowie Investitionen und Dividendenzahlungen zu finanzieren. Wir haben vor, die überschüssigen Mittel größtenteils in die Wachstumsprojekte unseres strategischen Geschäftsplans Route 2015 zu investieren, allen voran in den weiteren Ausbau unserer eigenen Einzelhandelsaktivitäten. Im Jahr 2014 werden Bruttofinanzverbindlichkeiten in Höhe von 681 Mio. € fällig. Um die finanzielle Flexibilität langfristig zu bewahren, beabsichtigen wir, zum Jahresende ein Verhältnis von Nettofinanzverbindlichkeiten zu EBITDA von unter zwei beizubehalten (2013: -0,2).

### 51 / Wichtige Produkteinführungen in den verbleibenden Quartalen 2014

Produkt	Marke
Messi Icon Produktlinie	adidas
Battle Pack WM-Fußballschuhkollektion	adidas
Predator Instinct Fußballschuh	adidas
miCoach Smart Ball Fußball	adidas
Supernova Sequence Boost Laufschuh	adidas
adizero Boston Boost Laufschuh	adidas
CH Rocket Boost Laufschuh	adidas
D Rose 5 Basketballschuh	adidas
Crazy Light Boost Basketballschuh	adidas
ClimaChill Trainingsbekleidung	adidas
Terrex ClimaHeat Outdoorbekleidung	adidas
Terrex Fastshell mid ClimaHeat Outdoorschuh	adidas
adidas x Raf Simons Kollektion	adidas
Rita Ora & adidas Originals Kollektion	adidas
Pharrell Williams x adidas Originals Kollektion	adidas
Kayne West x adidas Originals Kollektion	adidas
Nigo x adidas Originals Kollektion	adidas
CrossFit Nano 4.0 Trainingsschuh	Reebok
JetFuse Laufschuh	Reebok
CrossFit Bekleidung	Reebok
SLDR Eisen	TaylorMade
SLDR Mini Driver	TaylorMade
Tour Preferred Wedges	TaylorMade
adicross gripmore Schuh	adidas Golf
pure 360 gripmore Sportschuh	adidas Golf
Pro Series Hybridschläger	Adams Golf
XTD Eisenset	Adams Golf
Total Motion Mid-Wedge Schuhkollektion für Frauen	Rockport
ActiveFlex RocSportsLite Schuhkollektion für Männer	Rockport
City Smart Schuhkollektion für Männer	Rockport
RocSportsLite 3 Schuhkollektion für Männer	Rockport
Goalie XLT Torwartausrüstung	Reebok Hockey
Goalie RBZ Torwartschlittschuh	CCM
Retro Flex Torwartausrüstung	CCM
Tacks Schlittschuh	CCM
RBZ Schutzausrüstung und Handschuhe	CCM

### **Management beabsichtigt, Dividende von 1,50 € vorzuschlagen**

Angesichts der starken Cashflowgenerierung des Konzerns aus der betrieblichen Tätigkeit im Jahr 2013 beabsichtigt das Management, der Hauptversammlung am 8. Mai 2014 für das Geschäftsjahr 2013 eine Dividende in Höhe von 1,50 € je Aktie vorzuschlagen (2012: 1,35 €). Dieser Vorschlag bedeutet eine Erhöhung um 11 % gegenüber dem Vorjahr. Sofern die Aktionäre ihre Zustimmung erteilen, wird die Dividende am 9. Mai 2014 ausgezahlt. Dieser Vorschlag entspricht einem Ausschüttungssatz von 37,4% des auf Anteilseigner entfallenden Gewinns ohne Wertminderungen der Geschäfts- oder Firmenwerte (2012: 35,7%) und steht im Einklang mit der Dividendenpolitik des Konzerns, die einen Ausschüttungssatz zwischen 20 % und 40 % des auf Anteilseigner entfallenden Gewinns vorsieht. Basierend auf der Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien zum Ende des Geschäftsjahres 2013 wird die Ausschüttungssumme um 11 % auf 314 Mio. € steigen (2012: 282 Mio. €).

### **Einschätzung des Managements zu Gesamtrisiken und Chancen**

Das Management aggregiert alle Risiken, die von verschiedenen Geschäftseinheiten und Funktionen berichtet werden. Unter Berücksichtigung der jeweiligen Eintrittswahrscheinlichkeit und potenziellen finanziellen Auswirkung der im Geschäftsbericht 2013 erläuterten Risiken und vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Geschäftsaussichten erwartet das Konzernmanagement keine substanzielle Gefährdung der Unternehmensfortführung. Das Management ist nach wie vor zuversichtlich, dass die Ertragskraft des Konzerns eine solide Grundlage für unsere künftige Geschäftsentwicklung bildet und die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stellt, um Chancen, die sich unserem Konzern bieten, zu nutzen. Gegenüber der Einschätzung im Geschäftsbericht 2013 (S. 180–181) ist das Risiko- und Chancenprofil des Konzerns unverändert.

# Konzernbilanz

.. / Konzernbilanz (IFRS) der adidas AG (in Mio. €)

	31. März 2014	31. März 2013	Veränderung in %	31. Dezember 2013
<b>AKTIVA</b>				
Flüssige Mittel	1.198	1.021	17,3	1.587
Kurzfristige Finanzanlagen	5	84	-94,2	41
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.176	2.328	-6,5	1.809
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	159	233	-31,6	183
Vorräte	2.505	2.346	6,8	2.634
Forderungen aus Ertragsteuern	87	99	-12,1	86
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	516	574	-10,0	506
Vermögenswerte klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	11	11	1,0	11
<b>Kurzfristige Aktiva</b>	<b>6.658</b>	<b>6.696</b>	<b>-0,6</b>	<b>6.857</b>
Sachanlagen	1.313	1.092	20,3	1.238
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.203	1.301	-7,5	1.204
Markenrechte	1.419	1.529	-7,2	1.419
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	156	161	-3,1	164
Langfristige Finanzanlagen	125	115	8,9	120
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	29	25	18,0	30
Latente Steueransprüche	507	535	-5,1	486
Sonstige langfristige Vermögenswerte	77	107	-28,2	81
<b>Langfristige Aktiva</b>	<b>4.831</b>	<b>4.865</b>	<b>-0,7</b>	<b>4.742</b>
<b>Aktiva</b>	<b>11.488</b>	<b>11.561</b>	<b>-0,6</b>	<b>11.599</b>

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

.. / Konzernbilanz (IFRS) der adidas AG (in Mio. €)

	31. März 2014	31. März 2013	Veränderung in %	31. Dezember 2013
<b>PASSIVA</b>				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	801	69	1.066,4	681
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.401	1.351	3,8	1.825
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	114	54	113,5	113
Ertragsteuern	293	316	-7,2	240
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	440	513	-14,2	450
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	1.105	1.135	-2,6	1.147
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	347	386	-10,3	276
<b>Kurzfristige Passiva</b>	<b>4.503</b>	<b>3.824</b>	<b>17,8</b>	<b>4.732</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	655	1.216	-46,1	653
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	15	14	5,9	22
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	259	256	1,3	255
Latente Steuerschulden	351	398	-11,8	338
Sonstige langfristige Rückstellungen	17	59	-71,1	25
Langfristige abgegrenzte Schulden	56	36	55,1	64
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	28	28	2,0	29
<b>Langfristige Passiva</b>	<b>1.382</b>	<b>2.007</b>	<b>-31,1</b>	<b>1.386</b>
Grundkapital	209	209	-	209
Sonstige Rücklagen	239	772	-69,0	321
Gewinnrücklagen	5.162	4.762	8,4	4.959
<b>Auf Anteilseigner entfallendes Kapital</b>	<b>5.610</b>	<b>5.743</b>	<b>-2,3</b>	<b>5.489</b>
Nicht beherrschende Anteile	-7	-13	47,3	-8
<b>Gesamtes Eigenkapital</b>	<b>5.603</b>	<b>5.730</b>	<b>-2,2</b>	<b>5.481</b>
<b>Passiva</b>	<b>11.488</b>	<b>11.561</b>	<b>-0,6</b>	<b>11.599</b>

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

# Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung

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

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013	Veränderung
Umsatzerlöse	3.533	3.751	-5,8%
Umsatzkosten	1.797	1.870	-3,9%
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>1.736</b>	<b>1.881</b>	<b>-7,7%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	49,1%	50,1%	-1,0 PP
Lizenz- und Provisionserträge	24	25	-1,8%
Sonstige betriebliche Erträge	50	18	177,2%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.507	1.482	1,7%
(in % der Umsatzerlöse)	42,7%	39,5%	3,1 PP
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>303</b>	<b>442</b>	<b>-31,4%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	8,6%	11,8%	-3,2 PP
Finanzerträge	7	4	46,8%
Finanzaufwendungen	20	19	4,2%
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>290</b>	<b>427</b>	<b>-32,2%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	8,2%	11,4%	-3,2 PP
Ertragsteuern	84	118	-28,6%
(in % des Gewinns vor Steuern)	28,9%	27,5%	1,4 PP
<b>Gewinn</b>	<b>206</b>	<b>309</b>	<b>-33,5%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	5,8%	8,3%	-2,4 PP
<b>Auf Anteilseigner entfallender Gewinn</b>	<b>204</b>	<b>308</b>	<b>-33,8%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	5,8%	8,2%	-2,4 PP
<b>Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>30,2%</b>
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,98	1,47	-33,8%
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	0,96	1,47	-34,9%

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

# Konzerngesamtergebnisrechnung

.. / Konzerngesamtergebnisrechnung (IFRS) der adidas AG (in Mio. €)

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013
<b>Gewinn nach Steuern</b>	<b>206</b>	<b>309</b>
<b>Posten des sonstigen Ergebnisses, die anschließend nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden</b>		
Neubewertungen aus leistungsorientierten Pensionszusagen (IAS 19), netto nach Steuern <sup>1)</sup>	-0	0
<b>Summe der Posten des sonstigen Ergebnisses, die anschließend nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden</b>	<b>-0</b>	<b>0</b>
<b>Posten des sonstigen Ergebnisses, die anschließend in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden, sofern bestimmte Bedingungen erfüllt sind</b>		
Nettoverlust aus der Absicherung von Cashflow, netto nach Steuern	12	54
Währungsrechnungsdifferenzen	-96	76
<b>Summe der Posten des sonstigen Ergebnisses, die anschließend in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden, sofern bestimmte Bedingungen erfüllt sind</b>	<b>-84</b>	<b>130</b>
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>-84</b>	<b>130</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>122</b>	<b>439</b>
Auf Anteilseigner der adidas AG entfallend	121	439
Auf nicht beherrschende Anteile entfallend	1	-0

1) Beinhaltet versicherungsmathematische Gewinne und Verluste der leistungsorientierten Verpflichtungen, den nicht im Zinsertrag erfassten Ertrag des Planvermögens sowie den Effekt aus Vermögenswertlimitierung.  
Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

# Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung

.. / **Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS) der adidas AG** (in Mio. €)

	Grund- kapital	Kapital- rücklage	Kumulierte Währungs- umrechnungs- differenzen	Hedging- Rücklage	Übrige Rücklagen <sup>1)</sup>	Gewinnrück- lagen	Auf Anteils- eigner entfallendes Kapital	Ausgleichs- posten für nicht beherr- schende Anteile	Gesamt
<b>31. Dezember 2012</b>	<b>209</b>	<b>777</b>	<b>-51</b>	<b>-21</b>	<b>-64</b>	<b>4.454</b>	<b>5.304</b>	<b>-13</b>	<b>5.291</b>
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			77	54	0		131	-1	130
Gewinn						308	308	1	309
<b>Gesamtergebnis</b>			<b>77</b>	<b>54</b>	<b>0</b>	<b>308</b>	<b>439</b>	<b>-0</b>	<b>439</b>
<b>31. März 2013</b>	<b>209</b>	<b>777</b>	<b>26</b>	<b>33</b>	<b>-64</b>	<b>4.762</b>	<b>5.743</b>	<b>-13</b>	<b>5.730</b>
<b>31. Dezember 2013</b>	<b>209</b>	<b>777</b>	<b>-363</b>	<b>-34</b>	<b>-59</b>	<b>4.959</b>	<b>5.489</b>	<b>-8</b>	<b>5.481</b>
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			-95	12	-0		-83	-1	-84
Gewinn						204	204	2	206
<b>Gesamtergebnis</b>			<b>-95</b>	<b>12</b>	<b>-0</b>	<b>204</b>	<b>121</b>	<b>1</b>	<b>122</b>
<b>31. März 2014</b>	<b>209</b>	<b>777</b>	<b>-458</b>	<b>-22</b>	<b>-59</b>	<b>5.162</b>	<b>5.610</b>	<b>-7</b>	<b>5.603</b>

1) Rücklagen für Neubewertungen aus leistungsorientierten Pensionszusagen (IAS 19), Aktienoptionspläne und den Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen.  
 Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

# Konzernkapitalflussrechnung

.. / Konzernkapitalflussrechnung (IFRS) der adidas AG (in Mio. €)

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013
<b>Betriebliche Tätigkeit:</b>		
Gewinn vor Steuern	290	427
Anpassungen für:		
Abschreibungen und Wertminderungsaufwendungen	73	68
Wertaufholungen	-1	-0
Unrealisierte Währungsverluste/-gewinne, netto	10	-4
Zinserträge	-6	-4
Zinsaufwendungen	17	17
Verluste aus Sachanlagenabgang, netto	1	1
<b>Betriebliches Ergebnis vor Änderungen im Nettoumlaufvermögen</b>	<b>384</b>	<b>505</b>
Zunahme der Forderungen und der sonstigen Vermögenswerte	-364	-716
Abnahme der Vorräte	62	154
Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und der sonstigen Verbindlichkeiten	-405	-412
<b>Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit vor Zinsen und Steuern</b>	<b>-323</b>	<b>-469</b>
Zinszahlungen	-10	-16
Zahlungen für Ertragsteuern	-49	-90
<b>Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>-382</b>	<b>-575</b>
<b>Investitionstätigkeit:</b>		
Erwerb von Markenrechten und sonstigen immateriellen Vermögenswerten	-8	-6
Erlöse aus dem Abgang von Markenrechten und sonstigen immateriellen Vermögenswerten	1	1
Erwerb von Sachanlagen	-149	-42
Erlöse aus dem Abgang von Sachanlagen	2	1
Erlöse aus dem Abgang von kurzfristigen Finanzanlagen	37	186
Erwerb von Finanzanlagen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	-1	-24
Erhaltene Zinsen	6	4
<b>Mittelabfluss/-zufluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-112</b>	<b>120</b>
<b>Finanzierungstätigkeit:</b>		
Auszahlungen für die Rückzahlung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-	-0
Auszahlungen für die Rückzahlung von Leasingverbindlichkeiten	-1	-1
Einzahlungen aus der Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	120	10
Auszahlungen für die Rückzahlung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-	-221
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>120</b>	<b>-212</b>
<b>Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands</b>	<b>-15</b>	<b>18</b>
Abnahme des Finanzmittelbestands	-390	-649
Finanzmittelbestand am Anfang des Jahres	1.587	1.670
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Periode</b>	<b>1.198</b>	<b>1.021</b>

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

# Ausgewählte erläuternde Anhangangaben zum Konzernzwischenabschluss (IFRS) zum 31. März 2014

## 01 Grundlagen

Der Konzernzwischenabschluss der adidas AG und ihrer direkten und indirekten Tochtergesellschaften (zusammen der „Konzern“) für die ersten drei Monate zum 31. März 2014 wurde in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, erstellt. Dabei wurden alle zum 31. März 2014 gültigen International Financial Reporting Standards des International Accounting Standards Board (IASB) und Interpretationen des IFRS Interpretations Committee angewandt.

Dieser Konzernzwischenabschluss wurde unter Berücksichtigung des International Accounting Standard IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ und des Deutschen Rechnungslegungs Standards DRS 16 „Zwischenberichterstattung“ erstellt. Aufgrund dessen enthält der Konzernzwischenabschluss nicht sämtliche Informationen und Anhangangaben, die für einen Konzernabschluss zum Ende des Geschäftsjahres erforderlich sind. Der vorliegende Konzernzwischenabschluss ist daher im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2013 zu lesen. Die im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 angewandten Rechnungslegungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wurden für die Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses für die ersten drei Monate zum 31. März 2014 unverändert übernommen.

Eine Ausnahme von diesem Grundsatz bildet die Anwendung neuer/überarbeiteter Standards und Interpretationen, die für ab dem 1. Januar 2014 beginnende Geschäftsjahre gültig sind. Die Anwendung dieser neuen/überarbeiteten Standards hat keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Sowohl der Konzernzwischenabschluss als auch der Konzernzwischenlagebericht sind weder entsprechend § 317 HGB geprüft noch einer prüferischen Durchsicht durch einen Abschlussprüfer unterzogen worden.

Während des Geschäftsjahres unregelmäßig anfallende Aufwendungen werden im Konzernzwischenabschluss nur so weit berücksichtigt bzw. abgegrenzt, wie die Berücksichtigung bzw. Abgrenzung auch zum Ende des Geschäftsjahres angemessen wäre.

Die Geschäftsergebnisse für die ersten drei Monate zum 31. März 2014 sind nicht zwangsläufig ein Indikator für die zu erwartenden Ergebnisse des Gesamtjahres.

Der Konzernzwischenabschluss wird in Euro (€) aufgestellt. Aufgrund von kaufmännischen Rundungsregeln kann es vorkommen, dass sich einzelne Zahlen nicht genau zur angegebenen Summe addieren.

## 02 Saisonale Einflüsse

Die Umsätze des Konzerns sind in bestimmten Produktkategorien saisonabhängig, daher kann es zu unterschiedlichen Umsätzen und daraus resultierenden Gewinnen im Verlauf eines Geschäftsjahres kommen. Die höchsten Umsätze und Gewinne fallen in der Regel im ersten und dritten Quartal des Geschäftsjahres an, da diese mit der Einführung der Frühjahr/Sommer- bzw. Herbst/Winter-Kollektionen zusammenfallen. Dies betrifft insbesondere die Marken adidas und Reebok, deren Umsätze ungefähr 90% des Konzernumsatzes ausmachen. Allerdings können sich Veränderungen im Anteil der Umsätze und der daraus resultierenden Gewinne aus bestimmten Produktkategorien und Marken oder in der regionalen Zusammensetzung ergeben.

## 03 Vermögenswerte/Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten

Die Zusammensetzung der Vermögenswerte/Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten ist unverändert zum 31. Dezember 2013.

## 04 Ergebnis je Aktie

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie wird durch Division des auf die Anteilseigner entfallenden Gewinns durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien in der entsprechenden Berichtsperiode ermittelt.

Zum 31. März 2014 ist die Berücksichtigung von verwässernden potenziellen Aktien aufgrund der Ausgabe der Wandelanleihe im März 2012 bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie erforderlich, da die Wandlungsoption zum Bilanzstichtag einen Wert aufweist. Der durchschnittliche Aktienkurs erreichte 84,30 € je Aktie während der ersten drei Monate 2014 und überstieg damit den Wandlungspreis von 83,10 € je Aktie. Zudem würde eine voraussichtliche Umwandlung der Wandelanleihe in Stammaktien zu einem Rückgang im Ergebnis je Aktie führen. Deshalb wird ab Beginn der Berichtsperiode eine Umwandlung der Wandelanleihe in Stammaktien angenommen und der auf Anteilseigner entfallende Gewinn um den Zinsaufwand auf die Wandelanleihe, abzüglich der Steuern, angepasst.

### Ergebnis je Aktie

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn (in Mio. €)	204	308
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien	209.216.186	209.216.186
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in €)</b>	<b>0,98</b>	<b>1,47</b>
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn (in Mio. €)	204	308
Zinsaufwand auf Wandelanleihe, abzüglich Steuern (in Mio. €)	2	-
<b>Gewinn zur Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie (in Mio. €)</b>	<b>206</b>	<b>308</b>
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien	209.216.186	209.216.186
Gewichtete angenommene Wandlung der Wandelanleihe	6.016.954	-
<b>Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien für verwässertes Ergebnis je Aktie</b>	<b>215.233.140</b>	<b>209.216.186</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)</b>	<b>0,96</b>	<b>1,47</b>

## 05 Auf Anteilseigner entfallendes Kapital

Das Grundkapital der adidas AG veränderte sich im Zeitraum vom 1. Januar 2014 bis zum 31. März 2014 nicht. Demnach betrug das Grundkapital der adidas AG am 31. März 2014 209.216.186 €, eingeteilt in 209.216.186 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien („Namensaktien“).

## 06 Sonstige betriebliche Erträge und sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten im Wesentlichen Erträge aus der Auflösung von abgegrenzten Schulden und sonstigen Rückstellungen sowie übrige Erträge.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten die Aufwendungen für Marketing, Vertrieb, Forschung und Entwicklung sowie Logistik und zentrale Verwaltung. Des Weiteren werden darin die Abschreibungen und Wertminderungsaufwendungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte (außer Wertminderungsaufwendungen für Geschäfts- oder Firmenwerte) ausgewiesen, mit Ausnahme der in den Umsatzkosten enthaltenen Abschreibungen. Abschreibungen und Wertminderungsaufwendungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte (ohne Geschäfts- oder Firmenwerte) beliefen sich in den ersten drei Monaten 2014 auf 71 Mio. € (2013: 67 Mio. €).

## 07 Segmentberichterstattung

In Anlehnung an die Berichterstattungsstruktur des Konzerns für Managementzwecke und gemäß der Definition des IFRS 8 „Geschäftssegmente“ wurden sechs Geschäftssegmente identifiziert: Großhandel, Einzelhandel, TaylorMade-adidas Golf, Rockport, Reebok-CCM Hockey und Andere Zentral Geführte Marken. Entsprechend den Kriterien des IFRS 8 für berichtspflichtige Segmente werden die Geschäftssegmente Großhandel und Einzelhandel separat berichtet, während die restlichen aus Wesentlichkeitsgründen unter Andere Geschäftssegmente zusammengefasst werden.

Im Großhandelssegment werden alle Geschäftsaktivitäten berichtet, die sich auf den Vertrieb von adidas und Reebok Produkten an Einzelhändler beziehen.

Das Einzelhandelssegment umfasst alle Geschäftsaktivitäten, die sich auf den Verkauf von adidas und Reebok Produkten an den Endkonsumenten im eigenen Einzelhandel sowie über eigene E-Commerce-Plattformen beziehen.

Das Geschäftssegment TaylorMade-adidas Golf beinhaltet die Marken TaylorMade, adidas Golf, Adams Golf und Ashworth.

Das Segment Andere Zentral Geführte Marken umfasst vor allem die Geschäftsaktivitäten der Labels Y-3 und Porsche Design Sport sowie die Geschäftsaktivitäten hinsichtlich der Marke Five Ten im Bereich Outdoor-Action-Sport. Darüber hinaus beinhaltet das Segment auch die deutschen Einzelhandelsaktivitäten des adidas NEO Labels.

Bestimmte zentralisierte Funktionen des Konzerns erfüllen nicht die Definition von IFRS 8 zu berichtspflichtigen Geschäftssegmenten. Dies gilt vor allem für die Funktionen des zentralen Treasury und der weltweiten Beschaffung sowie für andere Abteilungen der Konzernzentrale. Erträge und Aufwendungen, die auf diese Zentralfunktionen entfallen, werden zusammen mit anderen nicht zuzuordnenden Posten und den Eliminierungen zwischen den Segmenten in der Überleitungsrechnung des Segmentbetriebsergebnisses ausgewiesen. Das Ergebnis der berichtspflichtigen Segmente wird in dem Posten „Segmentbetriebsergebnis“ berichtet. Dies ist definiert als Bruttoergebnis abzüglich der dem Segment oder der Gruppe von Segmenten direkt zurechenbaren Kosten (im Wesentlichen Vertriebs- und Logistikkosten), vor Marketing-Working-Budget-Aufwendungen und nicht direkt zuordenbaren Betriebsgemeinkosten.

Die Segmentvermögenswerte enthalten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Vorräte.

#### Segmente (in Mio. €)

	Großhandel		Einzelhandel		Andere Geschäftssegmente		Gesamt	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Umsatzerlöse (mit Dritten) <sup>1)</sup>	2.357	2.481	794	722	382	548	3.533	3.751
Segmentbetriebsergebnis <sup>1)</sup>	838	893	105	101	75	172	1.018	1.166
Segmentvermögenswerte <sup>2)</sup>	2.919	2.897	887	804	839	932	4.646	4.633

1) 1. Quartal.  
2) Zum 31. März.

#### Betriebsergebnis (in Mio. €)

	1. Quartal 2014	1. Quartal 2013
Betriebsergebnis der berichtspflichtigen Segmente	943	994
Betriebsergebnis in Anderen Geschäftssegmenten	75	172
<b>Segmentbetriebsergebnis</b>	<b>1.018</b>	<b>1.166</b>
Zentralbereiche/Konsolidierung	72	96
Marketing-Working-Budget	-359	-363
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-451	-482
Lizenz- und Provisionserträge	24	25
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>303</b>	<b>442</b>
Finanzerträge	7	4
Finanzaufwendungen	20	-19
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>290</b>	<b>427</b>

## **08 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

Zwischen dem Ende der ersten drei Monate 2014 und der Finalisierung des Konzernzwischenabschlusses am 2. Mai 2014 gab es keine signifikanten konzernspezifischen Angelegenheiten, die eine wesentliche Auswirkung auf unser künftiges Geschäft haben könnten.

Herzogenaurach, den 2. Mai 2014  
Der Vorstand der adidas AG

# Vorstand und Aufsichtsrat

## Vorstand

**HERBERT HAINER**  
Vorstandsvorsitzender



**ROLAND AUSCHEL**  
Global Sales



**GLENN BENNETT**  
Global Operations

45  
01/2014



**ROBIN J. STALKER**  
Finanzvorstand



**ERIC LIEDTKE <sup>1)</sup>**  
Global Brands

<sup>1)</sup> Mit Wirkung zum 6. März 2014.

Biografien unserer Vorstandsmitglieder sowie Informationen zu Mandaten der Vorstandsmitglieder finden Sie auf unserer Internetseite :// [WWW.ADIDAS-GROUP.COM/VORSTAND](http://WWW.ADIDAS-GROUP.COM/VORSTAND).

## Aufsichtsrat



IGOR LANDAU  
Vorsitzender

SABINE BAUER <sup>1)</sup>  
Stellvertretende Vorsitzende

WILLI SCHWERDTLE  
Stellvertretender Vorsitzender



DIETER HAUENSTEIN <sup>1)</sup>

DR. WOLFGANG JÄGER <sup>1)</sup>

DR. STEFAN JENTZSCH

46  
01/2014



HERBERT KAUFFMANN

ROLAND NOSKO <sup>1)</sup>

ALEXANDER POPOW



HANS RUPRECHT <sup>1)</sup>

HEIDI THALER-VEH <sup>1)</sup>

CHRISTIAN TOURRES

<sup>1)</sup> Arbeitnehmersvertreter/Arbeitnehmersvertreterin.

Biografien unserer Aufsichtsratsmitglieder sowie Informationen zu Mandaten der Aufsichtsratsmitglieder finden Sie auf unserer Internetseite :// [WWW.ADIDAS-GROUP.COM/AUFSICHTSRAT](http://WWW.ADIDAS-GROUP.COM/AUFSICHTSRAT).

# Finanzkalender

## 2014

8. Mai 2014

### Hauptversammlung

Fürth, Bayern  
Webcast

9. Mai 2014

### Dividendenzahlung

(vorbehaltlich der Zustimmung  
durch die Hauptversammlung)

7. August 2014

### Veröffentlichung der Halbjahresergebnisse 2014

Pressemitteilung, Telefonkonferenz  
mit Analysten und Webcast  
Veröffentlichung des Halbjahresberichts

6. November 2014

### Veröffentlichung der Neunmonatsergebnisse 2014

Pressemitteilung, Telefonkonferenz  
mit Analysten und Webcast  
Veröffentlichung des Neunmonatsberichts

47  
01/2014

# Impressum & Kontakt

## adidas AG

Adi-Dassler-Str. 1  
91074 Herzogenaurach  
Deutschland

Tel: + 49 (0) 91 32 84 - 0  
Fax: + 49 (0) 91 32 84 - 22 41  
www.adidas-Group.de

## Investor Relations

Tel: + 49 (0) 91 32 84 - 32 96  
Fax: + 49 (0) 91 32 84 - 31 27  
E-Mail: [investor.relations@adidas-Group.com](mailto:investor.relations@adidas-Group.com)  
[www.adidas-Group.de/investoren](http://www.adidas-Group.de/investoren)

Der adidas Konzern ist Mitglied im DIRK  
(Deutscher Investor Relations Kreis).

Dieser Bericht ist auch in englischer Sprache erhältlich.  
Weitere Berichte des adidas Konzerns finden Sie auf der Webseite  
des Unternehmens.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichten wir in diesem Quartals-  
bericht auf die Darstellung von eingetragenen Markenzeichen.

## Konzept und Design

Strichpunkt, Stuttgart / Berlin

©2014 adidas AG

Immer aktuell informiert – mit der  
Investor Relations und Media App  
für Ihr iPad oder iPhone.

