

adidas®
GROUP



PUSHING BOUNDARIES

Neunmonatsbericht
Januar – September
2013

01	AN UNSERE AKTIONÄRE	
01.1	Ergebnisse der ersten neun Monate auf einen Blick	3
01.2	Finanz-Highlights	4
01.3	Operative und Sport-Highlights	5
01.4	Brief des Vorstandsvorsitzenden	6
01.5	Unsere Aktie	10
02	KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT	
02.1	Geschäftsentwicklung des Konzerns	13
	/ Entwicklung Gesamtwirtschaft und Branche	13
	/ Gewinn-und-Verlust-Rechnung	15
	/ Bilanz und Kapitalflussrechnung	19
02.2	Geschäftsentwicklung nach Segmenten	22
	/ Geschäftsentwicklung Großhandel	22
	/ Geschäftsentwicklung Einzelhandel	24
	/ Geschäftsentwicklung Andere Geschäftssegmente	27
02.3	Nachtrag und Ausblick	29
03	KONZERNZWISCHENABSCHLUSS (IFRS)	
03.1	Konzernbilanz	34
03.2	Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung	36
03.3	Konzerngesamtergebnisrechnung	37
03.4	Konzernerneigenkapitalveränderungsrechnung	38
03.5	Konzernkapitalflussrechnung	39
03.6	Ausgewählte erläuternde Anhangangaben zum Konzernzwischenabschluss	40
04	ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN	
04.1	Vorstand und Aufsichtsrat	43
04.2	Finanzkalender	44
04.3	Impressum & Kontakt	45

01 / **Ergebnisse der ersten neun Monate auf einen Blick** (in Mio. €)

	Neun Monate 2013	Neun Monate 2012	Veränderung	3. Quartal 2013	3. Quartal 2012	Veränderung
Konzern						
Umsatzerlöse	11.013	11.514	-4,3%	3.879	4.173	-7,0%
Bruttoergebnis	5.488	5.500	-0,2%	1.913	1.978	-3,3%
Bruttomarge	49,8%	47,8%	2,1 PP	49,3%	47,4%	1,9 PP
Betriebsergebnis	1.157	1.159	-0,2%	463	494	-6,1%
Operative Marge	10,5%	10,1%	0,4 PP	11,9%	11,8%	0,1 PP
Großhandel						
Umsatzerlöse	7.048	7.470	-5,7%	2.553	2.743	-7,0%
Bruttoergebnis	3.049	3.034	0,5%	1.121	1.132	-1,0%
Bruttomarge	43,3%	40,6%	2,7 PP	43,9%	41,3%	2,7 PP
Segmentbetriebsergebnis	2.450	2.388	2,6%	926	907	2,1%
Operative Marge des Segments	34,8%	32,0%	2,8 PP	36,3%	33,1%	3,2 PP
Einzelhandel						
Umsatzerlöse	2.512	2.491	0,8%	923	944	-2,2%
Bruttoergebnis	1.573	1.520	3,5%	568	557	1,9%
Bruttomarge	62,6%	61,0%	1,6 PP	61,5%	59,0%	2,5 PP
Segmentbetriebsergebnis	512	538	-4,8%	195	206	-5,2%
Operative Marge des Segments	20,4%	21,6%	-1,2 PP	21,2%	21,8%	-0,7 PP
Andere Geschäftssegmente						
Umsatzerlöse	1.453	1.553	-6,4%	403	486	-16,9%
Bruttoergebnis	605	682	-11,4%	142	207	-31,3%
Bruttomarge	41,6%	44,0%	-2,4 PP	35,3%	42,7%	-7,4 PP
Segmentbetriebsergebnis	381	445	-14,5%	70	127	-45,2%
Operative Marge des Segments	26,2%	28,7%	-2,5 PP	17,2%	26,1%	-8,9 PP
Umsatzerlöse nach Marken						
adidas	8.478	8.807	-3,8%	3.072	3.271	-6,1%
Reebok	1.172	1.240	-5,4%	439	453	-2,9%
TaylorMade-adidas Golf	981	1.071	-8,4%	210	283	-25,8%
Rockport	201	207	-2,7%	71	79	-10,0%
Reebok-CCM Hockey	181	189	-3,7%	87	87	-0,5%

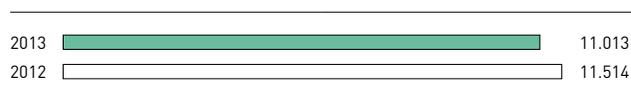
Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

02 / Finanz-Highlights (IFRS)

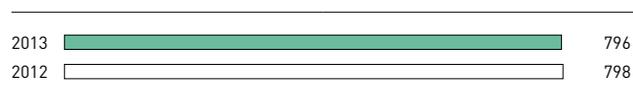
	Neun Monate 2013	Neun Monate 2012	Veränderung	3. Quartal 2013	3. Quartal 2012	Veränderung
Operative Highlights (in Mio. €)						
Umsatzerlöse	11.013	11.514	-4,3%	3.879	4.173	-7,0%
EBITDA	1.352	1.348	0,3%	529	562	-5,9%
Betriebsergebnis	1.157	1.159	-0,2%	463	494	-6,1%
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	796	798	-0,3%	316	344	-8,0%
Wichtige Kennzahlen (%)						
Bruttomarge	49,8%	47,8%	2,1 PP	49,3%	47,4%	1,9 PP
Betriebliche Aufwendungen in % der Umsatzerlöse	41,0%	39,1%	1,9 PP	39,6%	37,0%	2,6 PP
Operative Marge	10,5%	10,1%	0,4 PP	11,9%	11,8%	0,1 PP
Steuerquote	27,7%	27,8%	-0,1 PP	28,0%	28,3%	-0,3 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn in % der Umsatzerlöse	7,2%	6,9%	0,3 PP	8,2%	8,2%	-0,1 PP
Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital in % der Umsatzerlöse ²⁾	20,6%	19,9% ¹⁾	0,7 PP			
Eigenkapitalquote	49,3%	48,6% ¹⁾	0,8 PP			
Nettofinanzverbindlichkeiten/EBITDA ³⁾	0,1	0,2	-0,1			
Verschuldungsgrad	3,2%	5,9% ¹⁾	-2,7 PP			
Eigenkapitalrendite	14,2%	14,0% ¹⁾	0,2 PP			
Bilanz- und Cashflow-Daten (in Mio. €)						
Bilanzsumme	11.389	11.742 ¹⁾	-3,0%			
Vorräte	2.513	2.367 ¹⁾	6,2%			
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	2.956	3.040 ¹⁾	-2,8%			
Kurzfristiges Betriebskapital	2.262	2.663 ¹⁾	-15,1%			
Nettofinanzverbindlichkeiten	180	337	-46,5%			
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	5.619	5.704 ¹⁾	-1,5%			
Investitionen	280	252	11,1%	108	103	5,1%
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit	-40	-5	717,3%			
Kennzahlen je Aktie (in €)						
Unverwässertes Ergebnis	3,81	3,82	-0,3%	1,51	1,64	-8,0%
Verwässertes Ergebnis	3,81	3,82	-0,3%	1,51	1,64	-8,0%
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit	-0,19	-0,02	717,3%			
Aktienkurs am Ende der Periode	80,18	63,84	25,6%			
Sonstiges (am Ende der Periode)						
Anzahl der Mitarbeiter	48.842	46.961	4,0%			
Anzahl der Aktien	209.216.186	209.216.186	-	209.216.186	209.216.186	-
Durchschnittliche Anzahl der Aktien	209.216.186	209.216.186	-	209.216.186	209.216.186	-

1) Angepasst, siehe Erläuterung 07.
2) Laufender Zwölfmonatsdurchschnitt.
3) EBITDA der letzten zwölf Monate.

03 / Neun Monate Umsatzerlöse
(in Mio. €)



04 / Neun Monate auf Anteilseigner entfallender Gewinn
(in Mio. €)



Operative und Sport-Highlights Drittes Quartal 2013



JUL

07. Andy Murray gewinnt als erster Brite seit 77 Jahren das Grand-Slam-Turnier in Wimbledon. Murray besiegt den zu diesem Zeitpunkt Weltranglistenersten Novak Djokovic deutlich in drei Sätzen.

11. adidas nimmt den deutschen Fußballnationalspieler Mesut Özil unter Vertrag und erweitert damit sein Portfolio an weltweit erstklassigen Spielern. / **BILD 01**

11. Der Terrex Scope GTX Schuh mit Stealth Gummi von adidas Outdoor wird bei der 20. internationalen OutDoor Messe in Friedrichshafen mit dem OutDoor Industry Gold Award ausgezeichnet.

28. Im Finale der UEFA Europameisterschaft der Frauen in Stockholm, Schweden, besiegt die deutsche Frauennationalmannschaft das norwegische Team und sichert sich so zum sechsten Mal in Folge den Titel. Damit hat die deutsche Mannschaft jedes europäische Turnier seit 1993 gewonnen.

29. TaylorMade stellt SLDR vor – den längsten Driver, den TaylorMade je entwickelt hat. Das revolutionäre verschiebbare Gewichtssystem des Drivers lässt den Ball höher, schneller und länger fliegen. / **BILD 02**

AUG

01. adidas präsentiert den neuen Laufschuh Springblade, dessen hochelastische „Federn“ den Läufer nach vorne katalysieren. Über die Sohle, die sich dem Untergrund unmittelbar anpasst, wird Energie komprimiert und freigesetzt, was zu einem effizienten Abstoßen führt. / **BILD 03**

JUL

01. adidas startet „the ultimate culture clash“, die neue „Unite All Originals“-Kampagne für Herbst/Winter 2013, in der Hip-Hop-Legende Run DMC und Superstar DJ A-Trak mitwirken.

05. Rockport führt seine neueste Schuhkollektion für Männer und Frauen auf dem Markt ein. Die „Total Motion“-Kollektion für aktive Berufstätige gewährleistet höchsten Tragekomfort dank der Kombination aus optimaler Passform und kontrollierter Flexibilität.

16. Reebok Hockey stellt den revolutionären Reebok RibCor, den ersten geriffelten Eishockey-Schläger mit „geladenem“ Schaft, vor. Die einzigartige geriffelte Schafttechnologie verfügt über Karbonfasern, die ständig unter Spannung sind und so eine erhöhte direkte Kraftübertragung von den Händen auf den Puck unterstützen. / **BILD 04**

SEP

12. Die adidas AG wird zum 14. Mal in Folge in die Dow Jones Sustainability Indizes (DJSI) aufgenommen und zum zehnten Mal als Branchenführer hinsichtlich Nachhaltigkeit und sozialer Unternehmensverantwortung ausgezeichnet.

16. Die adidas Gruppe feiert die Eröffnung der „World of Kids“. Die unternehmenseigene Kindertagesstätte, die sich auf dem Gelände der Konzernzentrale in Herzogenaurach befindet, bietet bis zu 110 Kindern einen ganztägigen Betreuungsplatz.

JUL

17. Reebok eröffnet seinen ersten FitHub Store in Großbritannien. Er bietet Konsumenten ein einzigartiges ganzheitliches und authentisches Markenerlebnis, bei dem Fitness-Trainingsstunden direkt im Store angeboten werden. / **BILD 05**

JUL

19. Roland Auschel wird in den Vorstand der adidas AG berufen. Mit Wirkung zum 1. Oktober 2013 übernimmt er innerhalb des Vorstands die Verantwortung für Global Sales. / **BILD 06**

JUL

19. Reebok verkündet die neue Partnerschaft mit Les Mills, dem weltbekanntesten Anbieter im Bereich Gruppenfitness. Mit dieser Kollaboration möchte Reebok die Studio Fitness Kategorie weltweit stärken.

JUL

22. adidas und Derrick Rose stellen die neue D Rose 4 Signature-Kollektion mit personalisierten Signature-Premiumprodukten vor. Das exklusive, maßgeschneiderte Design ist von Derrick Roses charakteristischen Eigenschaften sowohl als Basketballspieler als auch abseits des Spielfelds inspiriert. / **BILD 07**

JUL

29. Der adidas Athlet Wilson Kipsang stellt beim 40. Berlin Marathon einen neuen Weltrekord auf. Wilson Kipsang läuft in adizero adios 2 Laufschuhen nach 02:03:23 Stunden über die Ziellinie und verbessert damit die alte Bestleistung um 15 Sekunden. / **BILD 08**



Brief des Vorstandsvorsitzenden



HERBERT HAINER
Vorstandsvorsitzender des adidas Konzerns

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

das dritte Quartal wie auch die ersten neun Monate 2013 waren für den adidas Konzern ereignisreich, spannend und herausfordernd zugleich. Ich freue mich, Ihnen berichten zu können, dass wir in den ersten neun Monaten 2013 ein stabiles Ergebnis erzielt haben – trotz zunehmend negativer Effekte resultierend aus der Währungsumrechnung sowie einer schwächeren als ursprünglich erwarteten Entwicklung in einigen unserer wichtigsten Märkte und Segmente. Natürlich bin ich enttäuscht, dass wir im September unsere Erwartungen für das Gesamtjahr 2013 nach unten anpassen mussten. Alles in allem machen wir aber weiter gute Fortschritte mit den wichtigsten Initiativen innerhalb unseres strategischen Geschäftsplans Route 2015.

Die wichtigsten Finanzkennzahlen der ersten neun Monate waren:

- / Der Umsatz blieb auf währungsbereinigter Basis stabil bzw. ging in Euro um 4% auf 11 Mrd. € zurück.
- / Die Bruttomarge verbesserte sich um 2,1 Prozentpunkte auf einen für diesen Zeitraum neuen Rekordwert von 49,8%.
- / Die operative Marge stieg um 40 Basispunkte auf 10,5%.
- / Der auf Anteilseigner entfallende Gewinn blieb mit 796 Mio. € nahezu unverändert.
- / Das operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz erhöhte sich um 70 Basispunkte auf 20,6%.
- / Die Eigenkapitalquote nahm um 80 Basispunkte auf 49,3% zu.

Lassen Sie mich jedoch nun über einige negative Einflüsse berichten, mit denen wir uns in diesem Zeitraum konfrontiert sahen. Es waren vor allem drei Faktoren, die die Umsetzung unserer ursprünglichen Wachstumspläne für das Quartal sowie für das Gesamtjahr erschwert haben: Erstens verloren gleich mehrere Währungen im Jahresverlauf gegenüber dem Euro deutlich an Wert, darunter der japanische Yen, der brasilianische Real, der argentinische Peso, die türkische Lira, der russische Rubel und der australische Dollar. Dies hat sich gravierend auf unsere Ergebnisse in Euro ausgewirkt. Alleine im dritten Quartal hatten Währungsbewegungen eine negative Auswirkung auf den Umsatz in Höhe von 7 Prozentpunkten. Im Neunmonatszeitraum schmälerten Währungseffekte unseren Umsatz insgesamt um 500 Mio. €.

Zweitens sahen wir uns in Russland/GUS, einem unserer wichtigsten Route 2015 Märkte, im dritten Quartal unerwartet mit einem kurzfristigen Vertriebsengpass konfrontiert, der durch die Umstellung auf unser neues Vertriebszentrum in Tschchow in der Nähe von Moskau verursacht worden war. Dies hat sich deutlich negativ auf die Anzahl der neuen Produkte, die an die Läden ausgeliefert wurden, ausgewirkt und maßgeblich zum zweistelligen Umsatzrückgang auf vergleichbarer Basis in Russland/GUS im dritten Quartal beigetragen. Unser Global Operations Team hat zusammen mit unserem lokalen Management umgehend reagiert und wir sind auf dem besten Weg, die Auslieferungszahlen wieder auf ein normales Niveau zu bringen. Dennoch werden wir in diesem Jahr unser ursprüngliches Ziel für Russland/GUS – wie bereits im September angekündigt – aufgrund des Umsatzdefizits und der weiteren Abwertung des russischen Rubels nicht erreichen.

Wir haben uns zudem im dritten Quartal entschieden, aufgrund der anhaltenden Schwäche im weltweiten Golfmarkt, in dem TaylorMade-adidas Golf klarer Marktführer ist, Maßnahmen zur Bereinigung der Vorräte konsequenter umzusetzen. Dadurch bringen wir unsere Vorräte im Markt schneller auf ein gesünderes Niveau. Infolge dieser Maßnahmen ging der währungsbereinigte Umsatz in diesem Segment im dritten Quartal um 16% zurück und die Bruttomarge büßte aufgrund zusätzlicher Rabatte und Anreizinitiativen mehr als 10 Prozentpunkte ein. Dies allein hatte einen negativen Effekt auf die Bruttomarge des Konzerns in Höhe von 70 Basispunkten. Doch auch hier hatten unsere Maßnahmen den gewünschten Erfolg. Ich bin zuversichtlich, dass wir im vierten Quartal eine solide Entwicklung erreichen werden, vor allem angesichts der kürzlich vorgestellten, äußerst innovativen Produkte wie der SLDR Driver und Fairwayhölzer sowie der neuen Speedblade Eisen.

Dieses schnelle und zielgerichtete Vorgehen zeigt die Entschlossenheit unseres Konzerns. Wir wollen immer ganz vorne mit dabei sein, wenn es darum geht, Konsumenten zu begeistern. Auch wenn wir die eine oder andere Herausforderung in den ersten neun Monaten zu meistern hatten, überwogen eindeutig unsere beträchtlichen Erfolge in vielen Kategorien und Regionen.

Hierzu zählen:

- / unsere sich fortsetzende branchenführende Dynamik in wichtigen Schwellenländern; in Lateinamerika und China stieg der währungsbereinigte Umsatz beispielsweise um 15% bzw. 7%.
- / kräftiges Wachstum in unseren adidas Performance-Fokus kategorien; hervorzuheben ist hier die Kategorie Running, in welcher der währungsbereinigte Umsatz um solide 14% zulegte – dank bahnbrechender Produktinnovationen wie Boost und Springblade.
- / der anhaltende Erfolg im Bereich Sport Lifestyle, in dem zwei Highlights besonders hervorzuheben sind: zum einen die währungsbereinigte Umsatzsteigerung in Höhe von 4% bei Originals & Sport Style aufgrund deutlich

gestiegener Marktanteile in der Kategorie Action Sports, in der der Umsatz um über 60% zulegen, und zum anderen die weitere Expansion des adidas NEO Labels, unserer äußerst erfolgreichen Submarke für Teenager, die ein Umsatzplus von 12% erzielte.

/ und, nicht zu vergessen, weitere deutliche Verbesserungen bei der Qualität unseres Reebok Geschäfts: Der Umsatz stieg im dritten Quartal um 5% und die Bruttomarge verbesserte sich um 6,4 Prozentpunkte auf 40,4% – das ist der höchste Wert, den wir mit der Marke jemals erreicht haben. Ohne die Auswirkungen der Nichtverlängerung der NFL-Lizenzvereinbarung wuchs der Umsatz von Reebok im Neunmonatszeitraum um 3%. Auch für das Gesamtjahr wird Reebok ein Umsatzplus erzielen.

Diese positiven Entwicklungen verdeutlichen die erfolgreiche Umsetzung unserer Strategie, langfristig und nachhaltig die Profitabilität unserer Marken und unseres Konzerns grundlegend zu verbessern. Um auch in Zukunft entsprechende Ergebnisse zu erreichen, haben wir im Verlauf des Jahres gezielt organisatorische Maßnahmen umgesetzt, um schnellere und effizientere Entscheidungsprozesse bei den Marken adidas und Reebok zu gewährleisten und die Stärken unseres Konzerns besser nutzen zu können.

An dieser Stelle möchte ich Sie über zwei wichtige strategische Initiativen informieren. Beide Initiativen werden uns helfen, das Potenzial unserer Marken voll auszuschöpfen und in unseren zwei größten Regionen, Westeuropa (28% der Konzernumsatzerlöse) und Nordamerika (23% der Konzernumsatzerlöse), näher am Kunden und am Konsumenten zu sein als jemals zuvor.

Um in unserer Heimatregion auch weiterhin das Spiel zu bestimmen, haben wir uns für eine einheitliche Strategie in ganz Westeuropa entschieden. Das Konsumverhalten in Europa ändert sich: Für unsere Kunden und Konsumenten werden Landesgrenzen immer weniger relevant. Sie wollen die besten Produkte, und sie wollen sie schnell. Mit unserem strategischen Ansatz vereinen wir das Potenzial unserer innovativen Marken und wegweisenden Produkte mit unserer Stärke hinsichtlich der Vertriebswege und Backoffice-Funktionen.

Um das Potenzial sowohl von adidas als auch von Reebok in Nordamerika zu maximieren, führen wir die beiden Marken nun unter der Leitung eines gemeinsamen Managementteams zusammen. Es ist unser Ziel, beide Marken zu stärken, in beide Marken zu investieren und ein noch schnelleres Wachstum für beide Marken zu ermöglichen. Dazu wollen wir die für uns wichtigen Konsumenten gewinnen – die High-School-Kids für adidas, die Fit-Generation für Reebok und passionierte Sportfans mittels unserer Sports Licensed Division. Um sicherzustellen, dass sich beide Marken weiterhin auf ihre jeweiligen Ziele konzentrieren, bleibt Portland Standort der Marke adidas in den USA und Reebok bleibt in Canton beheimatet. Beide Standorte haben ihre eigene starke Kultur, die in den Werten und Zielen der jeweiligen Marke verwurzelt ist. Wir wollen die positiven Effekte dieser Energie weiter fördern und gleichzeitig die kollektive Stärke beider Marken nutzen. Zudem sichern wir uns durch die zwei Standorte eine starke Präsenz bei unseren Kunden sowohl an der Ost- als auch an der Westküste.

Ich bin überzeugt, dass diese beiden Initiativen unsere Wettbewerbsfähigkeit in den kommenden Jahren weiter stärken und uns eine bedeutende Plattform bieten werden, um unsere Marktanteile auszubauen.

Das ist aber bei Weitem noch nicht alles, was wir für die Zukunft planen. Dank der starken Nachfrage nach unseren Highlight-Konzepten und -Innovationen, der bevorstehenden Initiativen rund um die FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 und des positiven Kundenfeedbacks zu den Frühjahr/Sommer 2014 Kollektionen all unserer Marken gewinnen wir wieder deutlich an Dynamik. In einigen wichtigen Märkten sehen wir bereits nennenswerte Verbesserungen.

Mit unserem unermüdlichen Streben, erstklassige Markenerlebnisse für unsere Konsumenten und Kunden zu schaffen, werden wir das enorme Potenzial des Konzerns ausschöpfen. Hierzu werden in den kommenden Monaten folgende Maßnahmen beitragen:

/ Wir werden in der Kategorie Fußball ab dem vierten Quartal verstärkt angreifen. Im Vorfeld der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 in Brasilien werden wir jeden Monat neue und umfassende Initiativen in den

- Bereichen Schuhe, Bekleidung und Zubehör vorstellen. Dazu gehört unsere bisher umfangreichste Offensive im Bereich Schuhe mit der kreativen Samba Kollektion, die alle vier Fußballschuhmodelle umfasst. Außerdem werden wir die Nationalmannschaftstrikots präsentieren und den wie immer mit Spannung erwarteten offiziellen Spielball vorstellen.
- / Wir werden unsere preisgekrönte Boost Technologie auf weitere wichtige adidas Running-Produkte ausweiten und deren Verfügbarkeit im Markt deutlich steigern. Zudem werden wir die globale Markteinführung von Springblade weiter vorantreiben.
 - / Wir werden das Potenzial unserer interaktiven Trainings- und Coaching-Technologien ausschöpfen, allen voran durch die Markteinführung von miCoach Smart Run. Diese neue Laufuhr ist derzeit das fortschrittlichste und intuitivste Modell auf dem Markt und kommt ohne Kabel, Gurte und zusätzliche Sensoren aus.
 - / Wir werden die Rückkehr von Derrick Rose als Schwerpunkt unserer Basketballoffensive nutzen und unsere Aktivitäten mit unseren jungen NBA-Talenten ausbauen, um weiteres Wachstum sowohl im Bereich Schuhe als auch im Bereich Bekleidung zu fördern.
 - / Wir werden mit der neuen ClimaWarm+ Kollektion, die in Zusammenarbeit mit adidas Markenbotschafter David Beckham entwickelt wurde, ein völlig neues Angebot für Trainingsbekleidung machen. Dank der Hohlfasern, in denen Luft zur besseren Isolierung eingeschlossen ist, wird der Athlet besonders warm gehalten und das Gewicht der Bekleidung zugleich reduziert. So werden optimale Bedingungen für höchsten Tragekomfort und Bestleistungen geschaffen.
 - / Wir werden die ganzheitliche Fitnesspositionierung von Reebok weltweit stärken, indem wir das FitHub Konzept im eigenen Einzelhandel und in Shop-in-Shops weiter ausbauen. Die Reebok FitHubs wurden konzipiert, um die Fit-Generation zu inspirieren und das erstklassige Schuh- und Bekleidungsangebot der Marke in den Vordergrund zu rücken. Sie verstärken Reeboks Image als DIE Fitnessmarke und verändern so die Wahrnehmung der Marke beim Konsumenten.

Summa summarum haben wir schnell und entschlossen Maßnahmen zur Bewältigung der Herausforderungen im Jahr 2013 ergriffen. Unsere branchenführenden Innovationen sowie unsere starken Partnerschaften und unser unermüdlicher Fokus auf die Konsumentenbedürfnisse untermauern unsere Position als führender Multisport-Anbieter in der Sportartikelindustrie. Sie werden mir angesichts der beschriebenen Initiativen sicherlich zustimmen, dass unserem Konzern alle Möglichkeiten offenstehen, um eine langfristige und nachhaltige Wertschöpfung zu erreichen.

Große Erfolge werden immer von denjenigen erzielt, die den Ehrgeiz, den Willen und die Ausdauer haben, sich stets weiter zu verbessern, Herausforderungen als etwas ganz Normales anzunehmen und für Veränderungen offen zu sein. Diese Einstellung ist das Herzstück unserer Unternehmensphilosophie und der Grund, warum wir innerhalb des adidas Konzerns die Ziele unseres strategischen Geschäftsplans Route 2015 mit voller Entschlossenheit verfolgen. Von den Zielen dieses Geschäftsplans und unserer Fähigkeit, diese zu erreichen, bin ich fest überzeugt. Ich freue mich auf unsere Investorenveranstaltung am 2. und 3. Dezember 2013 in Herzogenaurach, bei der ich Ihnen hierzu weitere Details mitteilen werde.

Mit sportlichem Gruß,



HERBERT HAINER
Vorstandsvorsitzender des adidas Konzerns

Unsere Aktie

Im dritten Quartal 2013 setzten die internationalen Aktienmärkte ihre positive Dynamik der zwei vorangegangenen Quartale fort und verzeichneten deutliche Gewinne. Der DAX und die US-Aktienmärkte erreichten im September neue Höchststände, unterstützt durch die weltweite Erholung der führenden Konjunkturindikatoren sowie der anhaltend lockeren Geldpolitik der Europäischen Zentralbank und der US-Notenbank. Eine schwache Berichtssaison für das zweite Quartal, die negative Währungsentwicklung in vielen Schwellenländern sowie geopolitische Risikofaktoren belasteten nur vorübergehend die Entwicklungen an den Finanzmärkten im dritten Quartal. Der DAX und der MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index legten 8,0% bzw. 11,4% zu. Im Vergleich zu diesen Indizes entwickelte sich die Aktie der adidas AG schwächer und verlor 3,6%.

Aufwärtstrend an den internationalen Aktienmärkten im dritten Quartal

Im dritten Quartal 2013 verzeichneten die internationalen Aktienmärkte deutliche Zugewinne und eine zunehmende Dynamik gegenüber den ersten beiden Quartalen. Insbesondere die Erholung der führenden Konjunkturindikatoren in der Eurozone, unterstützt durch die Dynamik in Deutschland und Frankreich, wirkte sich positiv auf diesen Aufwärtstrend aus. Zudem erhielten die internationalen Aktienmärkte deutlichen Rückenwind von sich stabilisierenden Konjunkturdaten in China und der Ankündigung kleinerer Initiativen zur Ankurbelung des Wirtschaftswachstums in dieser Region. Die überraschende Ankündigung der EZB im Juli, die Zinsen über einen längeren Zeitraum niedrig zu halten, und die Entscheidung der US-Notenbank im September, weiterhin monatlich Anleihen im Wert von 85 Milliarden US-Dollar zu kaufen, unterstützten die Aktienmärkte im dritten Quartal ebenfalls deutlich. Allerdings wirkten sich Rückschläge im Zusammenhang mit verschiedenen geopolitischen Risikofaktoren, wie die Lage in Syrien, der drohende Shutdown des US-Regierungsapparats gegen Ende des Quartals sowie negative Währungsentwicklungen in vielen Schwellenländern, wie z. B. in der Türkei sowie in Indien und Brasilien, negativ auf die Entwicklung der Aktienmärkte in diesem Quartal aus. Zudem verlief die Berichtssaison für das zweite Quartal schwächer als erwartet, woraufhin einige Unternehmen ihre Prognosen für das Gesamtjahr anpassten. All diese Faktoren belasteten die Aktienmärkte jedoch nur vorübergehend. Infolgedessen stiegen der DAX und der MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index gegenüber Ende Juni 2013 deutlich um 8,0% bzw. 11,4%.

Aktienkurs der adidas AG gibt im dritten Quartal nach

Zu Beginn des dritten Quartals entwickelte sich die Aktie der adidas AG rückläufig und spiegelte damit das insgesamt schwierige Marktumfeld wider. Ab Mitte Juli kehrte sich allerdings die bislang schwache Entwicklung der Aktie um und der Aktienkurs bewegte sich, analog zum allgemeinen Markttrend, seitwärts. Im August verliehen positive Analystenkommentare im Vorfeld der Veröffentlichung der Halbjahresergebnisse des adidas Konzerns der Kursentwicklung zusätzliche Impulse. Nach Bekanntgabe der Ergebnisse am 8. August verlor die

05 / Historische Entwicklung der adidas AG Aktie und wichtiger Indizes zum 30. September 2013 (in %)

	Seit Jahres- beginn	1 Jahr	3 Jahre	5 Jahre	Seit Börsen- gang
adidas AG	19	26	77	113	729
DAX	13	19	38	47	291
MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods	21	38	62	141	399

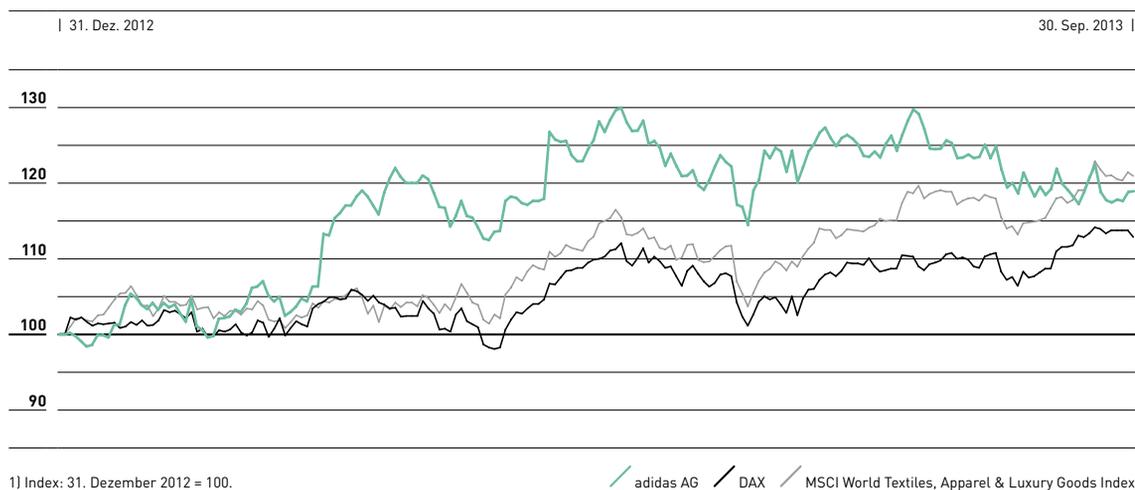
Quelle: Bloomberg.

Aktie 2,1%, da die Umsatz- und Gewinnzahlen geringfügig unter den mehrheitlichen Schätzungen lagen. Trotz des schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfelds und der hohen Vergleichszahlen im Zusammenhang mit den sportlichen Großereignissen des Vorjahres äußerten sich Analysten positiv über die geplanten Produkteinführungen und die starke Entwicklung der Bruttomarge im bisherigen Verlauf des Jahres. Daraufhin hoben einige Broker ihre Zielkurse an und signalisierten damit ihr zunehmendes Vertrauen in die Erreichung der Margenziele während der restlichen Laufzeit des strategischen Geschäftsplans Route 2015. Gegen Ende August geriet die Aktie der adidas AG erneut unter Druck, da enttäuschende Geschäftsergebnisse wichtiger US-Einzelhändler die allgemeine Marktstimmung belasteten. In der ersten Septemberhälfte konnte der Aktienkurs aufgrund steigender Markttrends einen Teil der vorherigen Verluste wieder kompensieren. Am 19. September aktualisierte der adidas Konzern seine Erwartungen für das Gesamtjahr 2013. Gründe hierfür waren zunehmend negative Effekte aus der Währungsumrechnung, Vertriebsengpässe und ein schwächeres Konsumumfeld in Russland/GUS sowie die allgemeine Schwäche des Golfmarkts. Daraufhin gab der Aktienkurs am Tag nach der Ad-hoc-Pressemitteilung 3,0% nach. Infolgedessen beendete die Aktie der adidas AG das dritte Quartal bei 80,18 € und damit 3,6% unter dem Schlusskurs von Ende Juni 2013. Seit Ende 2012 zählt die Aktie der adidas AG mit einem Plus von 19,1% nach wie vor zu den Top-Performern im DAX.



Die Aktie der adidas AG auf einen Blick

06 / Aktienkursentwicklung 2013¹⁾



07 / Die adidas AG Aktie

Aktienanzahl Durchschnitt in den ersten neun Monaten	209.216.186
Aktienanzahl zum 30. September ¹⁾	209.216.186
Aktienart	Auf den Namen lautende nenn- wertlose 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
- / ASPI Eurozone Index
- / Ethibel Index Excellence Europe
- / ECPI Euro Ethical Index
- / ECPI EMU Ethical Index
- / STOXX Global ESG Leaders

1) Alle Aktien sind voll dividendenberechtigt.

Anzahl der ADRs geht zurück

Die Anzahl der Level 1 American Depositary Receipts (ADRs) verringerte sich im dritten Quartal verglichen mit der Anzahl am Ende des zweiten Quartals 2013. Am 30. September 2013 belief sich die Zahl der ausstehenden ADRs auf 11,5 Millionen (28. Juni 2013: 12,6 Millionen). Dies bedeutet ebenfalls einen Rückgang gegenüber dem Stand am 28. September 2012, als sich die Anzahl der ausstehenden ADRs auf 12,2 Millionen belief. Das Level 1 ADR schloss das Quartal bei 54,20 US-\$. Dies stellt einen geringfügigen Anstieg verglichen mit dem Stand von Ende Juni 2013 dar. Die bessere Entwicklung des Level 1 ADR im Vergleich zur Aktie war auf die Abwertung des US-Dollar gegenüber dem Euro am Ende des dritten Quartals verglichen mit Ende Juni 2013 zurückzuführen.

Veränderungen in der Investorenbasis

Im dritten Quartal 2013 erhielt der Konzern 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 dritten Quartal 2013 erhielt die adidas AG keine Meldungen über Transaktionen gemäß § 15a WpHG.

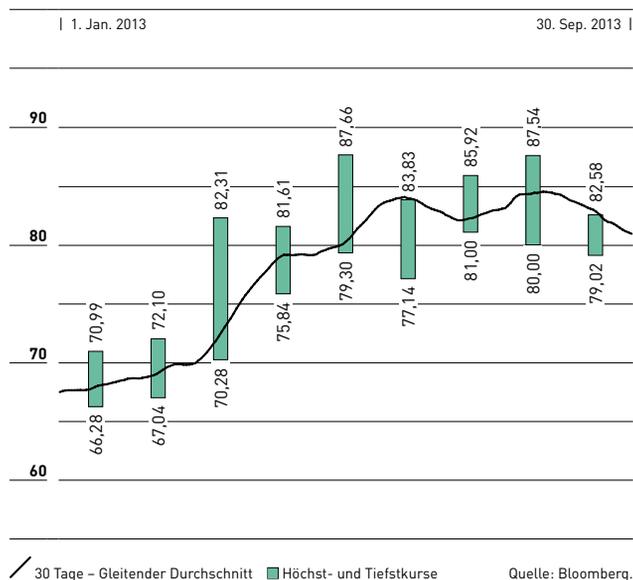
adidas AG erneut in Dow Jones Sustainability Indizes und STOXX Global ESG Leaders Indizes aufgenommen

Zum 14. Mal in Folge wurde die adidas AG in die Dow Jones Sustainability Indizes (DJSI) aufgenommen. Die DJSI sind die erste globale Aktienindexfamilie, die die Sozial- und Umweltleistungen sowie die Finanzergebnisse weltweit führender Unternehmen analysiert und bewertet. Im Sektor „Textil, Bekleidung & Luxusgüter“ wurde die adidas AG zum zehnten Mal als Branchenführer in Sachen Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung ausgezeichnet. Zudem ist die adidas AG das dritte Jahr in Folge in den STOXX Global ESG Leaders Indizes vertreten. Diese Indexfamilie besteht aus drei Subindizes für die Kategorien Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG) sowie einem breiten Hauptindex, in dem diese spezialisierten Indizes zusammengefasst sind.

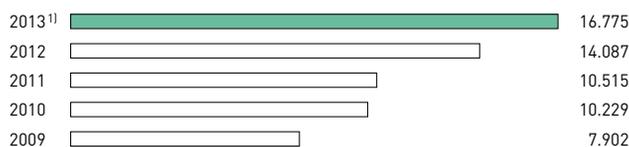
Erfolgreiche Investor-Relations-Aktivitäten

Der Geschäftsbericht des adidas Konzerns für das Jahr 2012 mit dem Titel „Pushing Boundaries“ erreichte im August 2013 den zweiten Platz unter den DAX-Unternehmen im Ranking des Wirtschaftsmagazins manager magazin „Bester Geschäftsbericht 2012“. Die Auszeichnungen werden von einer Jury, die 160 Geschäftsberichte der wichtigsten deutschen börsennotierten Unternehmen im DAX, MDAX, SDAX und TecDAX bewertet, vergeben. Nach dem ersten Platz in den Jahren 2007 und 2012 und einem zweiten Platz im Jahr 2011 zählt der adidas Konzern nun zum vierten Mal zu den Top-Zwei.

08 / adidas AG Aktie monatliche Höchst- und Tiefstkurse¹⁾ (in €)



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



1) Zum 30. September.

Geschäftsentwicklung des Konzerns

In den ersten neun Monaten 2013 erzielte der adidas Konzern solide Geschäftsergebnisse, trotz gesamtwirtschaftlicher Herausforderungen in vielen Regionen, insbesondere in Westeuropa. Der währungsbereinigte Konzernumsatz blieb stabil, da Zuwächse im Einzelhandelssegment Umsatzrückgänge im Großhandelssegment und in den Anderen Geschäftssegmenten ausglich. In Euro lag der Konzernumsatz mit 11,013 Mrd. € um 4 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 11,514 Mrd. €). Die Bruttomarge des Konzerns verbesserte sich um 2,1 Prozentpunkte auf 49,8 % (2012: 47,8%). Verantwortlich hierfür waren vor allem die positiven Effekte resultierend aus einem besseren Preis- und Produktmix sowie einer günstigeren regionalen Umsatzverteilung und einem größeren Anteil von Einzelhandelsumsätzen, die höhere Margen erzielen. Das Bruttoergebnis des Konzerns blieb in den ersten neun Monaten 2013 mit 5,488 Mrd. € stabil (2012: 5,500 Mrd. €). Die operative Marge lag mit 10,5% um 0,4 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert (2012: 10,1%). Dies war primär das Ergebnis einer höheren Bruttomarge, die den negativen Effekt höherer sonstiger betrieblicher Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz mehr als kompensierte. Das Betriebsergebnis des Konzerns blieb in den ersten neun Monaten 2013 mit 1,157 Mrd. € stabil (2012: 1,159 Mrd. €). Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn blieb mit 796 Mio. € nahezu unverändert (2012: 798 Mio. €). Das verwässerte Ergebnis je Aktie blieb in den ersten neun Monaten 2013 mit 3,81 € stabil (2012: 3,82 €).

Entwicklung Gesamtwirtschaft und Branche

Weltwirtschaft wächst im dritten Quartal

Im dritten Quartal 2013 verzeichnete die Weltwirtschaft ein moderates Wachstum, wobei sich die Schwellenländer nach wie vor besser entwickelten als die meisten Industrienationen. Der relativ stabile Inflationsdruck sowie der Anstieg des real verfügbaren Einkommens in den meisten Schwellenländern unterstützten den Inlandskonsum und die wirtschaftliche Aktivität, wenn auch in einem etwas geringeren Ausmaß als in den vorherigen Quartalen. Im Gegensatz dazu waren zahlreiche reife Märkte weiterhin wirtschaftlichen Herausforderungen ausgesetzt, vor allem infolge der hohen Staatsverschuldung sowie der negativen Effekte resultierend aus der Debatte um die Staatsschuldenobergrenze in den USA. Trotz zunehmenden Vertrauens in die geldpolitischen Maßnahmen, insbesondere in der Eurozone, stellten geringe Wachstumsraten sowie Rezessionen in vielen reifen Märkten weiterhin erhebliche Belastungsfaktoren für das weltweite Wirtschaftswachstum dar.

In Westeuropa zeigten viele wichtige Volkswirtschaften nach wie vor eine rückläufige Entwicklung; hohe Arbeitslosenquoten und strikte Sparmaßnahmen wirkten sich negativ auf Investitionsverhalten, Konsumausgaben und Konsumentenvertrauen aus. In Deutschland, der größten Volkswirtschaft der Region, unterstützte der steigende Binnenkonsum jedoch das Wirtschaftswachstum.

In den europäischen Schwellenländern konnte ein positives BIP-Wachstum verzeichnet werden. Ein nachlassender Inflationsdruck trug dazu bei, die geringere Exportaktivität und niedrigere Inlandsinvestitionen zu kompensieren.

10 / Quartalsweise Entwicklung des Konsumentenvertrauens¹⁾ (nach Regionen)

	Q3 2012	Q4 2012	Q1 2013	Q2 2013	Q3 2013
USA ²⁾	68,4	66,7	61,9	82,1	79,7
Eurozone ³⁾	-25,7	-26,3	-23,5	-18,8	-14,9
Japan ⁴⁾	40,4	39,1	45,0	44,3	45,1
China ⁵⁾	100,8	103,7	102,6	97,0	99,8
Russland ⁶⁾	-6,0	-8,0	-7,0	-6,0	-7,0
Brasilien ⁷⁾	113,2	115,2	114,3	110,1	110,3

- 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: Confederação Nacional da Indústria.

11 / Wechselkursentwicklung¹⁾ (1 € entspricht)

	Durchschnittskurs 2012	Q4 2012	Q1 2013	Q2 2013	Q3 2013	Durchschnittskurs 2013 ²⁾
USD	1,2862	1,3194	1,2805	1,3080	1,3505	1,3173
GBP	0,8115	0,8161	0,8456	0,8572	0,8361	0,8520
JPY	102,65	113,61	120,87	129,39	131,78	127,22
RUB	39,951	40,074	39,802	42,783	43,682	41,636
CNY	8,1137	8,2931	8,0341	8,0817	8,3029	8,1263

- 1) Kassakurs am Quartalsende.
2) Durchschnittskurs der ersten neun Monate 2013.

In den USA verzeichnete die Wirtschaft im dritten Quartal ein moderates Wachstum. Die rückläufige Inflation und die zunehmende Stabilisierung auf dem Immobilienmarkt kurbelten das Verbrauchervertrauen und die Konsumausgaben an. Allerdings wirkten sich Marktstörungen infolge der Debatte um die US-Staatschuldenobergrenze sowie höhere Steuern, niedrigere Staatsausgaben und relativ hohe Arbeitslosenquoten negativ auf das Wirtschaftswachstum aus.

In Asien kurbelten steigende Löhne in den meisten Volkswirtschaften der Region die Inlandsnachfrage und das Wirtschaftswachstum an. Moderat steigende Inflationsraten bremsten jedoch die Konsumausgaben, insbesondere in Indien. In China blieb das Wirtschaftswachstum robust; hier wurde das BIP-Wachstum durch eine Erholung im Produktionsbereich und ein gestiegenes Auftragsvolumen in Verbindung mit hohen Investitionen in Infrastrukturmaßnahmen unterstützt. Die Konjunktur Japans erholte sich weiter dank eines umfangreichen staatlichen Konjunkturprogramms sowie der derzeitigen Schwäche des japanischen Yen, die zur Ankurbelung der Inlandsnachfrage und Belebung der Exportaktivität beitrugen.

In Lateinamerika hatten eine steigende Exporttätigkeit, niedrige Arbeitslosigkeit sowie umfassende Förderprogramme der Regierung einen positiven Effekt auf die Konjunkturentwicklung der Region. Der rückläufige Inlandskonsum und die leicht steigende Inflation wirkten sich jedoch negativ auf das Wirtschaftswachstum aus.

Positive Wachstumstrends in der Sportartikelbranche weltweit im dritten Quartal

Im dritten Quartal 2013 verzeichnete die Sportartikelbranche weltweit ein moderates Wachstum. Diese Entwicklung war hauptsächlich auf steigende Konsumausgaben in den Schwellenländern zurückzuführen, die die verhaltenen Konsumausgaben in den meisten westeuropäischen Ländern mehr als kompensierten. Der rasante Ausbau des E-Commerce-Vertriebskanals innerhalb der Branche setzte sich fort. Marktteilnehmer verfolgten unterschiedliche Strategien, um kommerzielle Chancen mithilfe digitaler und sozialer Medien sowie insbesondere mobiler Technologien optimal zu nutzen. Nach Kategorien betrachtet verzeichnete Basketball weiterhin starkes Wachstum; dabei erzielten sowohl der Performance- als auch der Lifestyle-Bereich gute Ergebnisse. Die Kategorie Running konnte eine solide Entwicklung vorweisen, insbesondere in den Bereichen Lightweight und Technical Running, die nach wie vor kräftige Wachstumsraten erreichten.

In Europa fiel das Wachstum der Sportartikelbranche, trotz hoher Arbeitslosigkeit und geringen Konsumentenvertrauens in vielen Märkten der Region, moderat aus. Nach wie vor stellte in Westeuropa die Nachfrage nach Sportartikeln in einigen Ländern der Eurozone, vor allem in den peripheren Volkswirtschaften, eine große Herausforderung dar.

In den europäischen Schwellenländern wirkte sich ein etwas langsames Wachstum des verfügbaren Einkommens negativ auf die Verbraucherstimmung und die Konsumausgaben aus und belastete das Wachstum der Branche, vor allem in Russland.

In den USA belebten die anhaltende Markterholung und die Stabilisierung der Inflationsrate die Konsumausgaben. Dies wiederum wirkte sich positiv auf den Einzelhandel sowie auf die Sportartikelbranche aus. Im Sportartikeleinzelhandel waren in den Bereichen Basketball, Training und Sporting Lifestyle nach wie vor positive Trends zu sehen. Der Bereich Outdoorschuhe und der Golfmarkt hingegen zeigten im dritten Quartal eine schwache Entwicklung. Viele Sportartikelhändler fokussierten sich weiterhin auf qualitativ hochwertige und technologisch innovative Produkte, um Produktverkäufe, insbesondere zu höheren Preisen, anzukurbeln.

In Asien begünstigten Lohnsteigerungen und zunehmende Konsumausgaben die Expansion der Sportartikelbranche. Dieser Trend machte sich insbesondere in China bemerkbar, wobei vor allem außerhalb der wichtigsten Großstädte rasante Wachstumsraten verzeichnet wurden. Allerdings hatten einige lokale Sportartikelanbieter weiterhin mit Überbeständen zu kämpfen. In Japan begünstigte die Verbesserung der wirtschaftlichen Lage das Verbrauchervertrauen. Dies trug zu einer Erholung des Einzelhandels und der Umsätze im Sportartikelmarkt bei.

In Lateinamerika förderten niedrige Arbeitslosigkeit und höhere Löhne robuste Umsätze im Einzelhandel und mit Sportartikeln. Der anhaltende Inflationsdruck und das niedrige Konsumentenvertrauen beeinträchtigten jedoch das robuste Wachstum der Branche im dritten Quartal.

Gewinn- und -Verlust-Rechnung

Währungsbereinigter Konzernumsatz bleibt im dritten Quartal 2013 stabil

Im dritten Quartal 2013 blieb der Konzernumsatz auf währungsbereinigter Basis stabil. Grund hierfür war das Umsatzwachstum im Einzelhandelssegment, das Rückgänge im Großhandelssegment und in den Anderen Geschäftssegmenten kompensierte. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Konzernumsatz lag im dritten Quartal 2013 mit 3,879 Mrd. € um 7% unter dem Vorjahresniveau (2012: 4,173 Mrd. €).

Konzernumsatz wird im dritten Quartal durch Wachstum im Einzelhandelssegment unterstützt

Im dritten Quartal 2013 verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz im Großhandelssegment aufgrund von Rückgängen bei adidas um 1%. Im Einzelhandelssegment erhöhte sich der währungsbereinigte Umsatz um 6%, was Umsatzsteigerungen bei adidas zuzuschreiben war. In den Anderen Geschäftssegmenten lag der währungsbereinigte Umsatz, hauptsächlich aufgrund von Umsatzrückgängen bei TaylorMade-adidas Golf, um 9% unter dem Vorjahresniveau. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Im Großhandelssegment ging der Umsatz im dritten Quartal 2013 um 7% auf 2,553 Mrd. € zurück (2012: 2,743 Mrd. €). Der Umsatz im Einzelhandelssegment verringerte sich um 2% und belief sich auf 923 Mio. € (2012: 944 Mio. €). In den Anderen Geschäftssegmenten lag der Umsatz mit 403 Mio. € um 17% unter dem Vorjahresniveau (2012: 486 Mio. €).

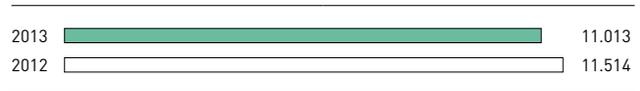
Währungsbereinigter Konzernumsatz bleibt in den ersten neun Monaten 2013 stabil

In den ersten neun Monaten 2013 blieb der Konzernumsatz auf währungsbereinigter Basis stabil. Grund hierfür war das Umsatzwachstum im Einzelhandelssegment, das Rückgänge im Großhandelssegment und in den Anderen Geschäftssegmenten kompensierte. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Konzernumsatz lag in den ersten neun Monaten 2013 mit 11,013 Mrd. € um 4% unter dem Vorjahresniveau (2012: 11,514 Mrd. €) / GRAFIK 12.

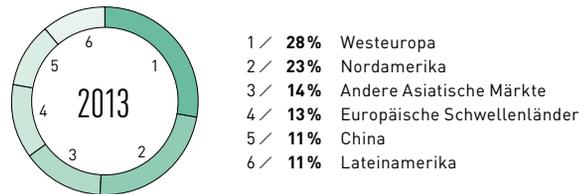
Konzernumsatz wird in den ersten neun Monaten durch Wachstum im Einzelhandelssegment unterstützt

In den ersten neun Monaten 2013 ging der währungsbereinigte Umsatz im Großhandelssegment um 2% zurück. Verantwortlich hierfür waren Rückgänge sowohl bei adidas als auch bei Reebok. Der währungsbereinigte Umsatz im Einzelhandelssegment legte im Vergleich zum Vorjahr infolge von Umsatzsteigerungen bei adidas und Reebok um 6% zu. Der Umsatz der Anderen Geschäftssegmente nahm auf währungsbereinigter Basis um 1% ab. Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf trugen wesentlich zu dieser Entwicklung bei. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Im Großhandelssegment verringerte sich der Umsatz in den ersten neun Monaten 2013

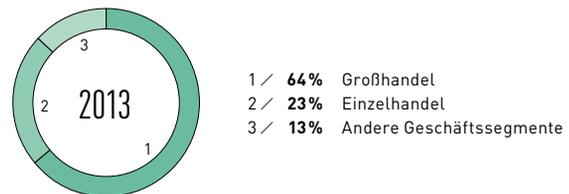
12 / Neun Monate Umsatzerlöse (in Mio. €)



13 / Neun Monate Umsatzerlöse nach Regionen



14 / Neun Monate Umsatzerlöse nach Segmenten



um 6% auf 7,048 Mrd. € (2012: 7,470 Mrd. €). Der Umsatz im Einzelhandelssegment erhöhte sich um 1% und erreichte 2,512 Mrd. € (2012: 2,491 Mrd. €). In den Anderen Geschäftssegmenten lag der Umsatz in den ersten neun Monaten 2013 mit 1,453 Mrd. € um 6% unter dem Vorjahresniveau (2012: 1,553 Mrd. €).

Währungsbereinigter Konzernumsatz nimmt in den meisten Regionen zu

Der währungsbereinigte Konzernumsatz erhöhte sich in den ersten neun Monaten 2013 in allen Regionen mit Ausnahme von Westeuropa und Nordamerika. In Westeuropa verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz um 8%, vor allem infolge von Rückgängen in Großbritannien, Italien und Spanien. In den Europäischen Schwellenländern wuchs der währungsbereinigte Konzernumsatz infolge von Wachstum in den meisten Märkten um 1%. In Nordamerika ging der Umsatz aufgrund von Rückgängen in den USA währungsbereinigert um 1% zurück. Der Umsatz in China nahm währungsbereinigert um 7% zu. Die Anderen Asiatischen Märkte verzeichneten einen währungsbereinigerten Umsatzanstieg in Höhe von 2%; dies war in erster Linie Steigerungen in Indien, Südkorea

und Australien zuzuschreiben. In Lateinamerika legte der Umsatz mit zweistelligen Zuwächsen in den meisten wichtigen Märkten der Region währungsbereinigt um 15% zu. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse der Regionen in Euro aus / TABELLE 16.

Konzernumsatz wächst in den Bereichen Schuhe und Zubehör

In den ersten neun Monaten 2013 stieg der Konzernumsatz auf währungsbereinigter Basis in den meisten Produktbereichen. Der währungsbereinigte Umsatz im Bereich Schuhe wuchs in diesem Zeitraum um 3%. Verantwortlich hierfür waren vor allem zweistellige Zuwächse in den Kategorien Running und Outdoor. Im Bereich Bekleidung ging der währungsbereinigte Umsatz um 6% zurück; hier wurden Zuwächse in den Kategorien Running und Basketball durch Rückgänge in den Kategorien Fußball und Training mehr als aufgehoben. Die Umsatzerlöse im Bereich Zubehör legten auf währungsbereinigter Basis im Vergleich zum Vorjahr um 9% zu; deutliche Zuwächse in der Kategorie Training waren hierfür ausschlaggebend. Darüber hinaus wurde diese Entwicklung durch die erstmalige Konsolidierung von Adams Golf zum Ende des zweiten Quartals 2012 begünstigt. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus / TABELLE 17.

Neue Produkteinführungen trugen positiv zur Umsatzentwicklung in allen Produktbereichen bei. Ein Überblick über die wichtigsten Produkteinführungen im dritten Quartal 2013 ist in der nebenstehenden Tabelle zu finden / TABELLE 15.

15 / Wichtige Produkteinführungen im dritten Quartal 2013

Produkt	Marke
Terrex Swift R GTX Hiking-Schuh	adidas
TX Advanced J Bergjacke	adidas
Rose 773 Basketballschuh	adidas
adipure Crazy Ghost Basketballschuh	adidas
adizero Crazy Light 3 Basketballschuh	adidas
Mastermind Originals Sneaker-Kollektion	adidas
Crazyquick Trainingsschuh	adidas
adidas by Stella McCartney Boost Laufschuh	adidas
Porsche Design Sport Damenkollektion	adidas
adizero adios Boost Laufschuh	adidas
Springblade Laufschuh	adidas
adidas NEO Label Selena Gomez Kollektion	adidas
Reebok CrossFit Speed Trainingskollektion	Reebok
ZigTech 3.0 Laufschuh	Reebok
ZigWild TR 3.0 Laufschuh	Reebok
R1 Black Driver	TaylorMade
SLDR Driver	TaylorMade
Ghost Tour Series Putter	TaylorMade
Gore-Tex 3L Golf-Regenanzug	adidas Golf
Personalisierter mi adizero Tour Golfschuh	adidas Golf
Tight Lies Fairwayholz-Driver	Adams Golf
Cardiff ADC Golfschuh	Ashworth
Total Motion Schuhkollektion	Rockport
CCM RBZ Schlittschuh	CCM
CCM RBZ Stage 2 Eishockey-Schläger	CCM
CCM RBZ Roller Schlittschuh	CCM
RibCor Eishockey-Schläger	Reebok Hockey

16 / Umsatzerlöse nach Regionen (in Mio. €)

	Neun Monate 2013	Neun Monate 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	3.053	3.342	- 9 %	- 8 %
Europäische Schwellenländer	1.432	1.486	- 4 %	1 %
Nordamerika	2.534	2.641	- 4 %	- 1 %
China	1.244	1.169	6 %	7 %
Andere Asiatische Märkte	1.566	1.741	- 10 %	2 %
Lateinamerika	1.184	1.135	4 %	15 %
Gesamt¹⁾	11.013	11.514	- 4 %	0 %

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

17 / Umsatzerlöse nach Produktbereichen (in Mio. €)

	Neun Monate 2013	Neun Monate 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Schuhe	5.354	5.423	- 1 %	3 %
Bekleidung	4.284	4.761	- 10 %	- 6 %
Zubehör	1.375	1.329	3 %	9 %
Gesamt¹⁾	11.013	11.514	- 4 %	0 %

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Bruttomarge des Konzerns verbessert sich um 2,1 Prozentpunkte

Die Bruttomarge des adidas Konzerns lag in den ersten neun Monaten 2013 mit 49,8% um 2,1 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert (2012: 47,8%) / **GRAFIK 19**. Verantwortlich hierfür waren ein besserer Preis- und Produktmix, eine günstigere regionale Umsatzverteilung sowie ein höherer Anteil von Einzelhandelsumsätzen, die höhere Margen erzielen; dies glich die negativen Effekte resultierend aus weniger günstigen Hedging-Kursen mehr als aus. Das Bruttoergebnis des Konzerns blieb in den ersten neun Monaten 2013 mit 5,488 Mrd. € stabil (2012: 5,500 Mrd. €) / **GRAFIK 18**.

Geringere Lizenz- und Provisionserträge

Die Lizenz- und Provisionserträge des adidas Konzerns gingen in den ersten neun Monaten 2013 um 1% auf 78 Mio. € zurück (2012: 79 Mio. €). Auf währungsbereinigter Basis verringerten sich die Lizenz- und Provisionserträge ebenfalls um 1%, was hauptsächlich auf geringere Lizenzumsätze bei der Marke adidas zurückzuführen war.

Sonstige betriebliche Erträge steigen

Die sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten Posten wie Erlöse aus Abgängen des Anlagevermögens und aus der Auflösung von abgegrenzten Schulden und Rückstellungen sowie Versicherungsentschädigungen. In den ersten neun Monaten 2013 erhöhten sich die sonstigen betrieblichen Erträge um 32% auf 106 Mio. € (2012: 80 Mio. €). Hauptgrund hierfür war die Auflösung sonstiger betrieblicher Rückstellungen.

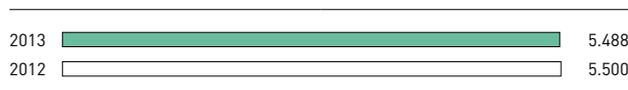
Sonstige betriebliche Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz erhöhen sich um 1,9 Prozentpunkte

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 nahmen in den ersten neun Monaten 2013 um 1,9 Prozentpunkte auf 41,0% zu (2012: 39,1%). In Euro blieben die sonstigen betrieblichen Aufwendungen mit 4,515 Mrd. € stabil (2012: 4,500 Mrd. €) / **GRAFIK 20**; niedrigere Marketingaufwendungen wurden durch höhere Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten des Konzerns aufgehoben. Die Aufwendungen des Sales- und Marketing-Working-Budgets beliefen sich auf 1,336 Mrd. €. Dies entspricht einem Rückgang um 1% gegenüber dem Vorjahreswert (2012: 1,346 Mrd. €). Nach Marken betrachtet stieg das Sales- und Marketing-Working-Budget von adidas in den ersten neun Monaten 2013 um 1% auf 1,025 Mrd. € (2012: 1,013 Mrd. €). Bei Reebok lag das Sales- und Marketing-Working-Budget mit 148 Mio. € um 16% unter dem Vorjahresniveau (2012: 176 Mio. €). Im Verhältnis zum Umsatz stieg das Sales- und Marketing-Working-Budget des Konzerns um 0,4 Prozentpunkte auf 12,1% (2012: 11,7%).

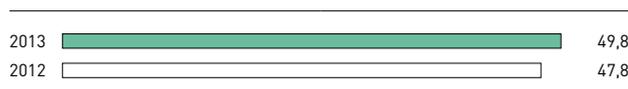
Anzahl der Mitarbeiter im Konzern steigt um 4%

Zum Ende der ersten neun Monate 2013 beschäftigte der Konzern 48.842 Mitarbeiter. Das entspricht einem Anstieg um 4% gegenüber dem Vorjahresstand von 46.961. Verantwortlich für diese Entwicklung

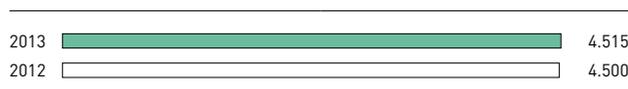
18 / Neun Monate Bruttoergebnis (in Mio. €)



19 / Neun Monate Bruttomarge (in %)



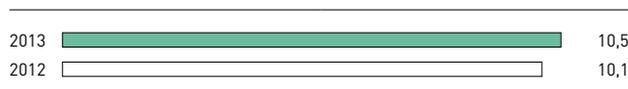
20 / Neun Monate sonstige betriebliche Aufwendungen (in Mio. €)



21 / Neun Monate Betriebsergebnis (in Mio. €)



22 / Neun Monate operative Marge (in %)



war vor allem die gestiegene Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte, insbesondere in den Europäischen Schwellenländern, die zu Neueinstellungen führte. Gemessen in Vollzeitäquivalenten stieg die Mitarbeiterzahl zum Ende der ersten neun Monate 2013 um 3% auf 42.540 (2012: 41.124).

Operative Marge verbessert sich um 0,4 Prozentpunkte

Das Betriebsergebnis des Konzerns blieb in den ersten neun Monaten 2013 mit 1,157 Mrd. € stabil (2012: 1,159 Mrd. €) / **GRAFIK 21**. Die operative Marge des Konzerns stieg um 0,4 Prozentpunkte auf 10,5% (2012: 10,1%) / **GRAFIK 22**. Hauptgründe hierfür waren die positiven Effekte resultierend aus der Verbesserung der Bruttomarge, die höhere sonstige betriebliche Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz mehr als kompensierten.

Finanzerträge 49% unter dem Vorjahr

Die Finanzerträge gingen in den ersten neun Monaten 2013 um 49% auf 15 Mio. € zurück (2012: 29 Mio. €). Verantwortlich hierfür waren in erster Linie niedrigere Zinserträge.

Finanzaufwendungen verringern sich um 21%

Die Finanzaufwendungen sanken in den ersten neun Monaten 2013 um 21% auf 67 Mio. € (2012: 84 Mio. €) / **GRAFIK 23**. Niedrigere Zinsaufwendungen trugen hauptsächlich zu diesem Rückgang bei.

Gewinn vor Steuern im Verhältnis zum Umsatz verbessert sich um 0,5 Prozentpunkte

Der Konzerngewinn vor Steuern blieb mit 1,105 Mrd. € stabil (2012: 1,104 Mrd. €) / **GRAFIK 24**. Der Gewinn vor Steuern im Verhältnis zum Umsatz verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2013 um 0,5 Prozentpunkte auf 10,0% (2012: 9,6%). Diese Entwicklung war auf die Verbesserung der operativen Marge sowie auf den Rückgang der Nettofinanzaufwendungen zurückzuführen.

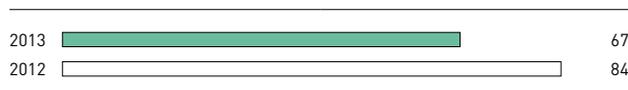
Auf Anteilseigner entfallender Konzerngewinn nahezu unverändert

Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn blieb in den ersten neun Monaten 2013 mit 796 Mio. € nahezu unverändert (2012: 798 Mio. €) / **GRAFIK 25**. Die Steuerquote des Konzerns verringerte sich in den ersten neun Monaten um 0,1 Prozentpunkte auf 27,7% (2012: 27,8%).

Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Aktie mit 3,81 € auf Vorjahresniveau

In den ersten neun Monaten 2013 blieb das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie mit 3,81 € stabil (2012: 3,82 €) / **GRAFIK 26**. Die gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien für die Berechnung des unverwässerten und verwässerten Ergebnisses je Aktie belief sich auf 209.216.186 (Durchschnitt im Jahr 2012: 209.216.186), da in den ersten neun Monaten keine potenziellen verwässernden Aktien existierten.

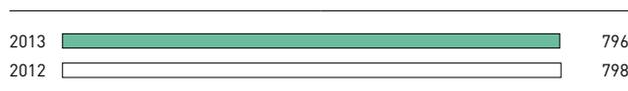
23 / Neun Monate Finanzaufwendungen (in Mio. €)



24 / Neun Monate Gewinn vor Steuern (in Mio. €)



25 / Neun Monate auf Anteilseigner entfallender Gewinn (in Mio. €)



26 / Neun Monate verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)

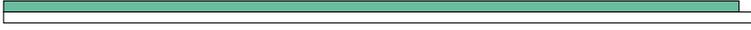


Bilanz und Kapitalflussrechnung

Bilanzsumme geht um 3% zurück

Zum 30. September 2013 ging die Bilanzsumme gegenüber dem Vorjahr um 3% auf 11,389 Mrd. € zurück (2012: 11,742 Mrd. €). Verantwortlich hierfür war ein Rückgang der kurzfristigen und langfristigen Vermögenswerte. Gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2012 verringerte sich die Bilanzsumme um 2%.

27 / Bilanzstruktur¹⁾ (in % der Bilanzsumme)

		30. Sep. 2013	30. Sep. 2012 ²⁾
Aktiva (in Mio. €)		11.389	11.742
Flüssige Mittel		9,8%	8,5%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		18,9%	19,2%
Vorräte		22,1%	20,2%
Anlagevermögen		36,3%	37,1%
Sonstige Vermögensgegenstände		12,9%	15,0%

■ 30. September 2013 □ 30. September 2012

1) Für absolute Zahlen siehe Konzernbilanz der adidas AG, S. 34.
2) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

28 / Bilanzstruktur¹⁾ (in % der Bilanzsumme)

		30. Sep. 2013	30. Sep. 2012 ²⁾
Passiva (in Mio. €)		11.389	11.742
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		6,0%	3,9%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		12,3%	11,0%
Langfristige Finanzverbindlichkeiten		5,7%	10,3%
Sonstige Verbindlichkeiten		26,7%	26,3%
Gesamtes Eigenkapital		49,3%	48,5%

■ 30. September 2013 □ 30. September 2012

1) Für absolute Zahlen siehe Konzernbilanz der adidas AG, S. 34.
2) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

Vorräte des Konzerns steigen um 6 %

Die Vorräte des Konzerns lagen zum 30. September 2013 mit 2,513 Mrd. € um 6 % über dem Vorjahresniveau (2012: 2,367 Mrd. €) / **GRAFIK 29**. Auf währungsbereinigter Basis nahmen die Vorräte um 12 % zu. Dieser Anstieg war auf die Erwartung des Konzerns hinsichtlich des Umsatzwachstums in den kommenden Quartalen sowie auf Probleme im Distributionszentrum in Russland/GUS im dritten Quartal zurückzuführen.

Kurzfristige Finanzanlagen gehen um 87 % zurück

Die kurzfristigen Finanzanlagen gingen zum Ende der ersten neun Monate 2013 um 87 % auf 42 Mio. € zurück (2012: 324 Mio. €). Diese Entwicklung war primär auf niedrigere kurzfristige Cash-Investitionen zurückzuführen.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen 4 % unter dem Vorjahr

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen des Konzerns verringerten sich zum 30. September 2013 um 4 % auf 2,156 Mrd. € (2012: 2,257 Mrd. €) / **GRAFIK 30**. Währungsbereinigt stiegen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 2 %.

Rückgang der sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte um 24 %

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte gingen zum Ende der ersten neun Monate 2013 um 24 % auf 173 Mio. € zurück (2012: 228 Mio. €). Diese Entwicklung war hauptsächlich auf geringere Sicherheitsleistungen und niedrigere beizulegende Zeitwerte von Finanzinstrumenten zurückzuführen.

Sonstige kurzfristige Vermögenswerte steigen um 7 %

Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte stiegen zum Ende der ersten neun Monate 2013 um 7 % auf 530 Mio. € (2012: 496 Mio. €). Hauptgrund hierfür war ein Anstieg der Vorauszahlungen.

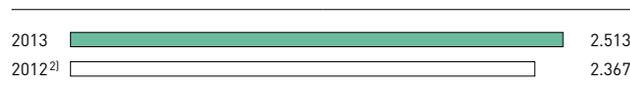
Anlagevermögen 5 % unter dem Vorjahr

Das Anlagevermögen beinhaltet Sachanlagen, Geschäfts- oder Firmenwerte, Markenrechte und sonstige immaterielle Vermögenswerte sowie langfristige finanzielle Vermögenswerte. Zum Ende der ersten neun Monate 2013 ging das Anlagevermögen um 5 % auf 4,136 Mrd. € zurück (2012: 4,359 Mrd. €). Zugänge in Höhe von 472 Mio. € waren größtenteils auf den weiteren Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten, Investitionen in die Logistik- und IT-Infrastruktur des Konzerns sowie die Weiterentwicklung der Konzernzentrale in Herzogenaurach zurückzuführen. Den Zugängen standen Abschreibungen in Höhe von 535 Mio. €, Abgänge in Höhe von 33 Mio. € und negative Währungseffekte in Höhe von 127 Mio. € gegenüber. Verglichen mit dem Stand zum 31. Dezember 2012 blieb das Anlagevermögen stabil.

Sonstige langfristige Vermögenswerte gehen um 10 % zurück

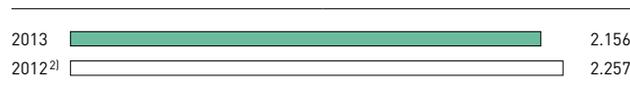
Die sonstigen langfristigen Vermögenswerte lagen zum Ende der ersten neun Monate 2013 mit 92 Mio. € um 10 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 102 Mio. €). Hauptgrund hierfür waren niedrigere Vorauszahlungen für Promotion-Verträge.

29 / Vorräte¹⁾ (in Mio. €)



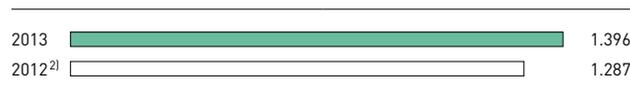
1) Zum 30. September.
2) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

30 / Forderungen aus Lieferungen und Leistungen¹⁾ (in Mio. €)



1) Zum 30. September.
2) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

31 / Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen¹⁾ (in Mio. €)



1) Zum 30. September.
2) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen nehmen um 8 % zu

Zum Ende der ersten neun Monate 2013 erhöhten sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 8 % auf 1,396 Mrd. € (2012: 1,287 Mrd. €) / **GRAFIK 31**. Auf währungsbereinigter Basis stiegen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 12 %; diese Entwicklung spiegelt die höheren Vorräte in den ersten neun Monaten 2013 wider.

Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten 51 % über dem Vorjahr

Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten lagen zum 30. September 2013 mit 687 Mio. € um 51 % über dem Vorjahresniveau (2012: 454 Mio. €). Hauptgrund für diese Entwicklung war eine Umgliederung langfristiger Finanzverbindlichkeiten in kurzfristige Finanzverbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Eurobond des Konzerns, der innerhalb der nächsten zwölf Monate fällig wird. Der Anstieg wurde durch die Rückzahlung kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten zum Teil kompensiert.

Anstieg der sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten um 9 %

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten erhöhten sich zum 30. September 2013 um 9 % auf 90 Mio. € (2012: 83 Mio. €). Dieser Anstieg war in erster Linie das Ergebnis höherer beizulegender Zeitwerte von Finanzinstrumenten und wurde zum Teil durch niedrigere sonstige Darlehen kompensiert.

Sonstige kurzfristige Rückstellungen gehen um 31 % zurück

Die sonstigen kurzfristigen Rückstellungen verringerten sich zum 30. September 2013 um 31% auf 405 Mio. € (2012: 587 Mio. €). Dies war vor allem auf niedrigere Rückstellungen für Rücklieferungen und Gewährleistungsverpflichtungen sowie auf niedrigere sonstige Rückstellungen im operativen Bereich zurückzuführen.

Kurzfristige abgegrenzte Schulden nehmen um 7% zu

Die kurzfristigen abgegrenzten Schulden stiegen zum 30. September 2013 um 7% auf 1,170 Mrd. € (2012: 1,091 Mrd. €). Dieser Anstieg war vor allem höheren Abgrenzungen für ausstehende Rechnungen und für Personalkosten zuzuschreiben.

Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten 17% über dem Vorjahr

Die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten stiegen zum Ende der ersten neun Monate 2013 um 17% auf 334 Mio. € (2012: 285 Mio. €). Verantwortlich hierfür waren in erster Linie höhere Kundenvorauszahlungen.

Langfristige Finanzverbindlichkeiten 46% unter dem Vorjahr

Die langfristigen Finanzverbindlichkeiten lagen zum 30. September 2013 mit 654 Mio. € um 46% unter dem Vorjahresniveau (2012: 1,209 Mrd. €). Hauptgrund für diese Entwicklung war eine Umgliederung langfristiger Finanzverbindlichkeiten in kurzfristige Finanzverbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Eurobond des Konzerns, der innerhalb der nächsten zwölf Monate fällig wird.

Währungseffekte wirken sich negativ auf das auf Anteilseigner entfallende Kapital aus

Das auf Anteilseigner entfallende Kapital ging zum 30. September 2013 um 1% auf 5,619 Mrd. € zurück (2012: 5,704 Mrd. €) / GRAFIK 32. Der in den letzten zwölf Monaten erwirtschaftete Gewinn wurde durch die Auszahlung der Dividende an die Aktionäre (282 Mio. €), negative Währungseffekte (286 Mio. €), niedrigere beizulegende Zeitwerte von Finanzinstrumenten (23 Mio. €) sowie versicherungsmathematische Verluste aus leistungsorientierten Plänen (25 Mio. €) mehr als aufgehoben. Gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2012 stieg das auf Anteilseigner entfallende Kapital um 6%.

32 / Auf Anteilseigner entfallendes Kapital¹⁾ (in Mio. €)

2013	5.619
2012 ²⁾	5.704

1) Zum 30. September ohne nicht beherrschende Anteile.

2) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

Cashflow spiegelt verbesserte Profitabilität des Konzerns wider

In den ersten neun Monaten 2013 betrug der Nettomittelabfluss aus der betrieblichen Tätigkeit 40 Mio. € (2012: 5 Mio. €). Der höhere Mittelabfluss aus der betrieblichen Tätigkeit im Vergleich zum Vorjahr stand vor allem im Zusammenhang mit höheren Ertragsteuern sowie dem höheren Bedarf an operativem kurzfristigem Betriebskapital. Dieser Effekt wurde zum Teil durch niedrigere Zinszahlungen kompensiert. Der Nettomittelabfluss aus der Investitionstätigkeit betrug 56 Mio. € (2012: 122 Mio. €). Der niedrigere Nettomittelabfluss aus der Investitionstätigkeit im Vergleich zum Vorjahr war in erster Linie auf höhere Erlöse aus dem Verkauf kurzfristiger Finanzanlagen zurückzuführen, die durch höhere Ausgaben für Sachanlagen wie z. B. Investitionen in die Einrichtung und Ausstattung von Geschäften unseres Einzelhandels-segments sowie in die Logistikinfrastruktur des Konzerns zum Teil aufgehoben wurden. Der Nettomittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit belief sich auf insgesamt 434 Mio. € (2012: Nettomittelzufluss in Höhe von 220 Mio. €). Der Mittelabfluss stand hauptsächlich im Zusammenhang mit der Auszahlung der Dividende an unsere Aktionäre in Höhe von 282 Mio. € sowie der Rückzahlung kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 221 Mio. €. Währungseffekte in Höhe von 21 Mio. € wirkten sich negativ auf den Finanzmittelbestand des Konzerns in den ersten neun Monaten 2013 aus (2012: positiver Effekt in Höhe von 3 Mio. €). Insgesamt führten diese Entwicklungen zu einem Rückgang der flüssigen Mittel des Konzerns zum Ende der ersten neun Monate 2013 um 551 Mio. € auf 1,119 Mrd. € (31. Dezember 2012: 1,670 Mrd. €).

Nettofinanzverbindlichkeiten sinken um 157 Mio. €

Zum 30. September 2013 beliefen sich die Nettofinanzverbindlichkeiten auf 180 Mio. € (2012: 337 Mio. €) / GRAFIK 33. Das entspricht einem Rückgang in Höhe von 157 Mio. € bzw. 47%. Hauptgrund für diese Reduzierung war die starke Cashflowgenerierung aus der betrieblichen Tätigkeit in den letzten zwölf Monaten. Währungseffekte in Höhe von 3 Mio. € wirkten sich hier positiv aus. Das Verhältnis von Nettofinanzverbindlichkeiten zum rollierenden Zwölfmonats-EBITDA verringerte sich zum Ende der ersten neun Monate 2013 auf 0,1 (2012: 0,2).

33 / Nettofinanzverbindlichkeiten¹⁾ (in Mio. €)

2013	180
2012	337

1) Zum 30. September.

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

Umsatzentwicklung des Großhandelssegments für das dritte Quartal

Im dritten Quartal 2013 ging der Umsatz im Großhandelssegment auf währungsbereinigter Basis um 1% zurück. Umsatzzuwächse bei Reebok im hohen einstelligen Bereich wurden durch Rückgänge bei adidas Originals & Sport Style mehr als aufgehoben. Bei adidas Sport Performance blieb der Umsatz stabil. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz im Großhandelssegment verringerte sich im dritten Quartal 2013 im Vergleich zum Vorjahr um 7% auf 2,553 Mrd. € (2012: 2,743 Mrd. €).

Ergebnisse des Großhandelssegments für die ersten neun Monate

In den ersten neun Monaten 2013 ging der Umsatz im Großhandelssegment währungsbereinigt um 2% zurück. Ausschlaggebend hierfür waren Rückgänge bei adidas Sport Performance und Reebok. Der Umsatz von adidas Originals & Sport Style stieg im niedrigen einstelligen Bereich. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz im Großhandelssegment verringerte sich im Vergleich zum Vorjahr um 6% auf 7,048 Mrd. € (2012: 7,470 Mrd. €) / TABELLE 34.

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

	Neun Monate 2013	Neun Monate 2012	Veränderung
Umsatzerlöse	7.048	7.470	-6%
Bruttoergebnis	3.049	3.034	1%
Bruttomarge	43,3%	40,6%	2,7 PP
Segmentbetriebsergebnis	2.450	2.388	3%
Operative Marge des Segments	34,8%	32,0%	2,8 PP

35 / Großhandel neun Monate Umsatzerlöse (in Mio. €)

2013		7.048
2012		7.470

Die Bruttomarge im Großhandelssegment verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2013 um 2,7 Prozentpunkte auf 43,3% (2012: 40,6%). Verantwortlich hierfür waren vor allem ein besserer Preis- und Produktmix sowie eine günstigere regionale Umsatzverteilung. Nach Marken betrachtet erhöhte sich die Bruttomarge von adidas

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

	Neun Monate 2013	Neun Monate 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	2.401	2.702	-11%	-10%
Europäische Schwellenländer	441	445	-1%	6%
Nordamerika	1.230	1.334	-8%	-5%
China	1.060	998	6%	7%
Andere Asiatische Märkte	983	1.071	-8%	3%
Lateinamerika	933	920	2%	12%
Gesamt¹⁾	7.048	7.470	-6%	-2%

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

aus der Großhandelstätigkeit um 2,2 Prozentpunkte auf 44,8% (2012: 42,6%). Die Bruttomarge der Marke Reebok aus der Großhandelstätigkeit verbesserte sich um 6,2 Prozentpunkte auf 31,0% (2012: 24,8%). Das Bruttoergebnis im Großhandelssegment lag in den ersten neun Monaten 2013 mit 3,049 Mrd. € um 1% über dem Vorjahresniveau (2012: 3,034 Mrd. €) / **TABELLE 34.**

Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit nahmen in den ersten neun Monaten 2013 um 7% auf 599 Mio. € ab (2012: 646 Mio. €). Dies war primär geringeren Aufwendungen für Verwaltung und Logistik zuzuschreiben. Im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit um 0,1 Prozentpunkte auf 8,5% (2012: 8,6%). Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Großhandelssegment beinhalten in erster Linie Aufwendungen für Vertriebspersonal, Verwaltung und Logistik sowie Aufwendungen des Sales-Working-Budgets.

Das Segmentbetriebsergebnis verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2013 um 3% auf 2,450 Mrd. € (2012: 2,388 Mrd. €). Die operative Marge des Segments stieg um 2,8 Prozentpunkte auf 34,8% (2012: 32,0%) / **TABELLE 34.** Hauptgrund hierfür war die deutliche Verbesserung der Bruttomarge.

Entwicklung des Großhandelssegments nach Regionen

In den ersten neun Monaten 2013 stieg der währungsbereinigte Umsatz im Großhandelssegment in allen Regionen mit Ausnahme von Westeuropa und Nordamerika. Der währungsbereinigte Umsatz in Westeuropa ging um 10% zurück, vor allem infolge von Rückgängen in Großbritannien, Italien und Spanien. In den Europäischen Schwellenländern erhöhte sich der währungsbereinigte Umsatz infolge von Wachstum in den meisten Märkten um 6%. In Nordamerika verringerte sich der Umsatz im Großhandelssegment aufgrund von Rückgängen in den USA währungsbereinigt um 5%. In China legte der währungsbereinigte Umsatz um 7% zu. In den Anderen Asiatischen Märkten stieg der Umsatz währungsbereinigt um 3%. Dieser Anstieg resultierte hauptsächlich aus deutlichen Zuwächsen in Indien, Südkorea und Australien. In Lateinamerika wuchs der Umsatz, unterstützt durch zweistellige Steigerungen in den meisten wichtigen Märkten, währungsbereinigt um 12%. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse der Regionen in Euro aus / **TABELLE 36.**

Entwicklung des Großhandelssegments nach Marken

In den ersten neun Monaten 2013 verringerte sich der Großhandelsumsatz von adidas Sport Performance auf währungsbereinigter Basis um 2%. Umsatzzuwächse in den Kategorien Training, Running und Outdoor wurden durch Rückgänge in Kategorien, die in engem Zusammenhang mit den sportlichen Großereignissen des Vorjahres stehen, wie Fußball oder Olympic Sports, mehr als aufgehoben. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von adidas Sport Performance lag mit 4,586 Mrd. € um 6% unter dem Vorjahresniveau (2012: 4,866 Mrd. €).

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

Q1 2013		2.481
Q1 2012		2.614
Q2 2013		2.014
Q2 2012		2.113
Q3 2013		2.553
Q3 2012		2.743
Q4 2013		2.063
Q4 2012		2.063

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

Q1 2013		893
Q1 2012		851
Q2 2013		632
Q2 2012		630
Q3 2013		926
Q3 2012		907
Q4 2013		577
Q4 2012		577

Der Großhandelsumsatz von adidas Originals & Sport Style stieg in den ersten neun Monaten 2013 währungsbereinigt um 1%. Verantwortlich hierfür waren vor allem zweistellige Zuwächse beim adidas NEO Label. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von adidas Originals & Sport Style ging um 2% auf 1,703 Mrd. € zurück (2012: 1,747 Mrd. €).

Der währungsbereinigte Großhandelsumsatz bei Reebok verringerte sich in den ersten neun Monaten 2013 um 1%. Dies war im Wesentlichen auf die Nichtverlängerung der NFL-Lizenzvereinbarung zurückzuführen. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von Reebok ging um 7% auf 767 Mio. € zurück (2012: 821 Mio. €).

Geschäftsentwicklung Einzelhandel

Umsatzentwicklung des Einzelhandelssegments für das dritte Quartal

Im dritten Quartal 2013 wuchs der Umsatz im Einzelhandelssegment währungsbereinigt um 6%. Verantwortlich hierfür waren Zuwächse bei adidas im hohen einstelligen Bereich, die Rückgänge bei Reebok mehr als ausglich. Der Umsatz im Bereich eCommerce legte währungsbereinigt um 57% zu. Auf vergleichbarer Basis verringerte sich der Umsatz währungsbereinigt um 3%. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz im Einzelhandelssegment lag im dritten Quartal 2013 mit 923 Mio.€ um 2% unter dem Vorjahresniveau (2012: 944 Mio.€).

Ergebnisse des Einzelhandelssegments für die ersten neun Monate

In den ersten neun Monaten 2013 stieg der Umsatz im Einzelhandelssegment währungsbereinigt um 6%. Die Umsatzerlöse von Concept Stores, Factory Outlets und Concession Corners lagen alle über dem Vorjahresniveau. Der Umsatz im Bereich eCommerce legte währungsbereinigt um 67% zu. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz wuchs um 1% auf 2,512 Mrd.€ (2012: 2,491 Mrd.€) / TABELLE 39. Auf vergleichbarer Basis verringerte sich der Umsatz währungsbereinigt um 2%. Das Umsatzwachstum bei Concession Corners wurde durch Rückgänge bei Concept Stores und Factory Outlets mehr als aufgehoben.

Die Bruttomarge im Einzelhandelssegment verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2013 um 1,6 Prozentpunkte auf 62,6% (2012: 61,0%). Die positiven Effekte eines besseren Preis- und Produktmix trugen zu dieser Entwicklung bei. Nach Marken betrachtet verbesserte sich die Bruttomarge bei adidas um 1,4 Prozentpunkte auf 63,6% (2012: 62,2%). Bei Reebok lag die Bruttomarge mit 57,6% um 2,5 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert (2012: 55,1%). Das Bruttoergebnis im Einzelhandelssegment verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2013 um 3% auf 1,573 Mrd.€ (2012: 1,520 Mrd.€) / TABELLE 39.

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

	Neun Monate 2013	Neun Monate 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	403	384	5 %	6 %
Europäische Schwellenländer	958	1.003	-5 %	-0 %
Nordamerika	465	440	6 %	9 %
China	156	138	13 %	14 %
Andere Asiatische Märkte	295	326	-9 %	4 %
Lateinamerika	235	200	18 %	27 %
Gesamt¹⁾	2.512	2.491	1 %	6 %

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

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

	Neun Monate 2013	Neun Monate 2012	Veränderung
Umsatzerlöse	2.512	2.491	1 %
Bruttoergebnis	1.573	1.520	3 %
Bruttomarge	62,6 %	61,0 %	1,6 PP
Segmentbetriebsergebnis	512	538	-5 %
Operative Marge des Segments	20,4 %	21,6 %	-1,2 PP

40 / Einzelhandel neun Monate Umsatzerlöse (in Mio.€)

2013	2.512
2012	2.491

Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit nahmen in den ersten neun Monaten 2013 um 8% auf 1,061 Mrd.€ zu (2012: 982 Mio.€). Diese Entwicklung resultierte hauptsächlich aus höheren Aufwendungen durch die gestiegene Anzahl der eigenen Einzelhandelsgeschäfte, insbesondere in den Europäischen Schwellenländern. Im Verhältnis zum Umsatz nahmen die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit um 2,8 Prozentpunkte auf 42,2% zu (2012: 39,4%). Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Einzelhandel beinhalten in erster Linie Personal- und Mietaufwendungen sowie Sales-Working-Budget-Aufwendungen.

Das Segmentbetriebsergebnis verringerte sich in den ersten neun Monaten 2013 um 5% auf 512 Mio.€ (2012: 538 Mio.€). Die operative Marge des Segments ging um 1,2 Prozentpunkte auf 20,4% zurück (2012: 21,6%) / TABELLE 39. Dies war das Ergebnis höherer Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz, die die Verbesserung der Bruttomarge mehr als aufhoben.

Entwicklung des Einzelhandelssegments nach Regionen

In den ersten neun Monaten 2013 erhöhte sich der währungsbereinigte Umsatz im Einzelhandelssegment in allen Regionen mit Ausnahme der Europäischen Schwellenländer. In Westeuropa nahm der Einzelhandelsumsatz währungsbereinigt um 6% zu, vor allem infolge von Umsatzzuwächsen in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Italien. In den Europäischen Schwellenländern blieb der währungsbereinigte Umsatz stabil, da Umsatzrückgängen in der Ukraine Wachstum in den anderen Märkten der Region gegenüberstand. In Nordamerika legte der Umsatz im Einzelhandelssegment aufgrund eines Umsatzanstiegs in den USA und Kanada währungsbereinigt um 9% zu. In China lag der Umsatz währungsbereinigt um 14% über dem Vorjahresniveau. In den Anderen Asiatischen Märkten wuchs der Umsatz währungsbereinigt um 4%. Dieser Anstieg resultierte hauptsächlich aus einem Umsatzplus in Japan, Australien und Südkorea. In Lateinamerika stieg der Umsatz mit zweistelligen Zuwächsen in den meisten wichtigen Märkten der Region, vor allem in Argentinien und Brasilien, währungsbereinigt um 27%. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse der Regionen in Euro aus / TABELLE 41.

Entwicklung des Einzelhandelssegments nach Marken

In den ersten neun Monaten 2013 stieg der währungsbereinigte Umsatz im Einzelhandelssegment sowohl bei adidas als auch bei Reebok. Der währungsbereinigte Umsatz von adidas Sport Performance erhöhte sich um 5%. Dies war primär zweistelligen Zuwächsen in den Kategorien Training, Running und Basketball zuzuschreiben. Der Umsatz von adidas Originals & Sport Style nahm auf währungsbereinigter Basis um 11% zu. Vor allem das Umsatzwachstum bei adidas Originals im niedrigen zweistelligen Bereich war für diese Entwicklung ausschlaggebend. Der Umsatz von Reebok stieg im Vergleich zum Vorjahr währungsbereinigt um 1%. Auf vergleichbarer Basis ging der Umsatz bei adidas und Reebok auf währungsbereinigter Basis um 1% bzw. 4% zurück. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Die Umsatzerlöse der eigenen Einzelhandelsgeschäfte von adidas Sport Performance gingen in den ersten neun Monaten 2013 um 1% auf 1,361 Mrd.€ zurück (2012: 1,368 Mrd.€). Der Umsatz der eigenen Einzelhandelsgeschäfte von adidas Originals & Sport Style nahm in diesem Zeitraum um 6% auf 739 Mio.€ zu (2012: 698 Mio.€). Der Umsatz der eigenen Einzelhandelsgeschäfte von Reebok verringerte sich um 3% auf 405 Mio.€ (2012: 419 Mio.€).

Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte

Zum 30. September 2013 führte das Einzelhandelssegment des adidas Konzerns 2.611 Geschäfte. Dies bedeutet einen Nettoanstieg um 165 Geschäfte gegenüber 2.446 Geschäften zum Ende des Vorjahres. Die Gesamtzahl der Geschäfte setzte sich aus 1.483 adidas Geschäften und 369 Reebok Geschäften zusammen (31. Dezember 2012: 1.353 adidas Geschäfte, 363 Reebok Geschäfte). Zudem führte das Einzelhandelssegment 759 Factory Outlets (31. Dezember 2012: 730). Im Verlauf der ersten neun Monate 2013 eröffnete der Konzern 375 neue Geschäfte, 210 wurden geschlossen und 86 umgestaltet.

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

Q1 2013		722
Q1 2012		693
Q2 2013		867
Q2 2012		854
Q3 2013		923
Q3 2012		944
Q4 2013		882
Q4 2012		882

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

Q1 2013		101
Q1 2012		115
Q2 2013		216
Q2 2012		217
Q3 2013		195
Q3 2012		206
Q4 2013		186
Q4 2012		186

Entwicklung nach Einzelhandelsformaten

Der Umsatz der Concept Stores beinhaltet die Umsatzerlöse von adidas Sport Performance, adidas Originals & Sport Style und Reebok Concept Stores. In den ersten neun Monaten 2013 stieg der Umsatz der Concept Stores währungsbereinigt um 4%. adidas verzeichnete hierbei einen Umsatzanstieg im mittleren und Reebok im niedrigen einstelligen Bereich. Auf vergleichbarer Basis verringerte sich der Umsatz der Concept Stores währungsbereinigt um 3%. Im Verlauf der ersten neun Monate 2013 eröffnete der Konzern 224 neue Concept Stores, 107 wurden geschlossen. Infolgedessen erhöhte sich die Anzahl der Concept Stores zum Ende der ersten neun Monate 2013 um 117 auf 1.554 (31. Dezember 2012: 1.437); davon gehörten 1.285 zur Marke adidas und 269 zur Marke Reebok. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Concept Stores ging in den ersten neun Monaten 2013 um 1% auf 1,145 Mrd.€ zurück (2012: 1,161 Mrd.€).

Der Umsatz der Factory Outlets beinhaltet die Umsatzerlöse von Factory Outlets der Marken adidas und Reebok. In den ersten neun Monaten 2013 nahm der Umsatz der Factory Outlets aufgrund von Umsatzsteigerungen bei adidas im mittleren einstelligen Bereich um 3% zu. Auf vergleichbarer Basis verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz der Factory Outlets um 1%. Im Verlauf der ersten neun Monate 2013 eröffnete der Konzern 70 neue Factory Outlets, 41 wurden geschlossen. Infolgedessen nahm die Anzahl der Factory Outlets zum Ende der ersten neun Monate 2013 um 29 auf 759 zu (31. Dezember 2012: 730). Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Factory Outlets verringerte sich in den ersten neun Monaten 2013 um 2% auf 1,117 Mrd.€ (2012: 1,145 Mrd.€).

Der Umsatz der Concession Corners beinhaltet die Umsatzerlöse der Concession Corners von adidas und Reebok. In den ersten neun Monaten 2013 stieg der Umsatz der Concession Corners währungsberichtigt um 3%. adidas verzeichnete hierbei einen Umsatzanstieg im niedrigen einstelligen Bereich und Reebok im mittleren einstelligen Bereich. Auf vergleichbarer Basis erhöhte sich der Umsatz der Concession Corners währungsberichtigt um 6%. Im Verlauf der ersten neun Monate 2013 eröffnete der Konzern 81 neue Concession Corners, 62 wurden geschlossen. Infolgedessen erhöhte sich die Anzahl der Concession Corners zum Ende der ersten neun Monate 2013 um 19 auf 298 (31. Dezember 2012: 279); davon gehörten 198 zur Marke adidas und 100 zur Marke Reebok. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Concession Corners wuchs in den ersten neun Monaten 2013 um 2% auf 83 Mio. € (2012: 81 Mio. €).

Der eCommerce Umsatz umfasst die E-Commerce-Umsätze der Marken adidas und Reebok. In den ersten neun Monaten 2013 lagen die E-Commerce-Umsätze bei adidas und Reebok währungsberichtigt um 67% 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 in den ersten neun Monaten 2013 um 61% auf 166 Mio. € zu (2012: 103 Mio. €).

Geschäftsentwicklung Andere Geschäftssegmente

Umsatzentwicklung der Anderen Geschäftssegmente für das dritte Quartal

Im dritten Quartal 2013 verringerte sich der Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten auf währungsbereinigter Basis um 9%. Umsatzwachstum bei Reebok-CCM Hockey wurde durch Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf, Rockport und den Anderen Zentral Geführten Marken mehr als aufgehoben. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Die Anderen Geschäftssegmente verzeichneten im dritten Quartal 2013 einen Umsatzrückgang in Höhe von 17% auf 403 Mio. € (2012: 486 Mio. €).

Ergebnisse der Anderen Geschäftssegmente für die ersten neun Monate

In den ersten neun Monaten 2013 verringerte sich der Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten auf währungsbereinigter Basis um 1%. Verantwortlich hierfür waren vor allem Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf und Reebok-CCM Hockey. Die Anderen Zentral Geführten Marken erzielten ein Umsatzplus im mittleren einstelligen Bereich. Rockport verzeichnete einen Anstieg im niedrigen einstelligen Bereich. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten lag mit 1,453 Mrd. € um 6% unter dem Vorjahresniveau (2012: 1,553 Mrd. €) / TABELLE 44.

Die Bruttomarge verringerte sich um 2,4 Prozentpunkte auf 41,6% (2012: 44,0%). Dies resultierte aus niedrigeren Produktmargen bei TaylorMade-adidas Golf, die die positiven Effekte höherer Produktmargen bei Rockport und Reebok-CCM Hockey mehr als aufhoben. Das Bruttoergebnis der Anderen Geschäftssegmente lag in den ersten neun Monaten 2013 mit 605 Mio. € um 11% unter dem Vorjahresniveau (2012: 682 Mio. €) / TABELLE 44.

Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit nahmen in den ersten neun Monaten 2013 um 5% auf 224 Mio. € ab (2012: 237 Mio. €). Diese Entwicklung war hauptsächlich niedrigeren Aufwendungen für Verwaltung bei TaylorMade-adidas Golf und Rockport zuzuschreiben. Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen

44 / Andere Geschäftssegmente auf einen Blick (in Mio. €)

	Neun Monate 2013	Neun Monate 2012	Veränderung
Umsatzerlöse	1.453	1.553	-6%
Bruttoergebnis	605	682	-11%
Bruttomarge	41,6%	44,0%	-2,4 PP
Segmentbetriebsergebnis	381	445	-15%
Operative Marge des Segments	26,2%	28,7%	-2,5 PP

45 / Andere Geschäftssegmente neun Monate Umsatzerlöse (in Mio. €)

2013		1.453
2012		1.553

Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich um 0,2 Prozentpunkte auf 15,4% (2012: 15,2%). 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 lag in den ersten neun Monaten 2013 mit 381 Mio. € um 15% unter dem Vorjahresniveau (2012: 445 Mio. €). Die operative Marge des Segments verringerte sich um 2,5 Prozentpunkte auf 26,2% (2012: 28,7%) / TABELLE 44. Verantwortlich 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 Regionen

In Westeuropa verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz der Anderen Geschäftssegmente in den ersten neun Monaten 2013 um 1%. Grund hierfür waren Umsatzrückgänge in den meisten Segmenten. In den Europäischen Schwellenländern lag der Umsatz

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

	Neun Monate 2013	Neun Monate 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	249	256	-3%	-1%
Europäische Schwellenländer	34	38	-10%	-3%
Nordamerika	839	867	-3%	-0%
China	29	33	-11%	-10%
Andere Asiatische Märkte	287	344	-16%	-4%
Lateinamerika	15	15	-4%	0%
Gesamt¹⁾	1.453	1.553	-6%	-1%

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

auf währungsbereinigter Basis um 3% unter dem Vorjahresniveau, da Umsatzsteigerungen bei Rockport und TaylorMade-adidas Golf durch Rückgänge bei Reebok-CCM Hockey mehr als aufgehoben wurden. In Nordamerika blieb der währungsbereinigte Umsatz stabil; Umsatzzuwächsen bei Reebok-CCM Hockey standen Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf und Rockport gegenüber. In China verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz aufgrund von Rückgängen bei TaylorMade-adidas Golf um 10%. In den Anderen Asiatischen Märkten ging der Umsatz auf währungsbereinigter Basis um 4% zurück, da Umsatzsteigerungen bei Rockport durch Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf mehr als aufgehoben wurden. Lateinamerika verzeichnete eine stabile Umsatzentwicklung; dem Wachstum bei TaylorMade-adidas Golf standen Rückgänge bei Rockport gegenüber. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse der Regionen in Euro aus / TABELLE 46.

Entwicklung der Anderen Geschäftssegmente nach Segmenten

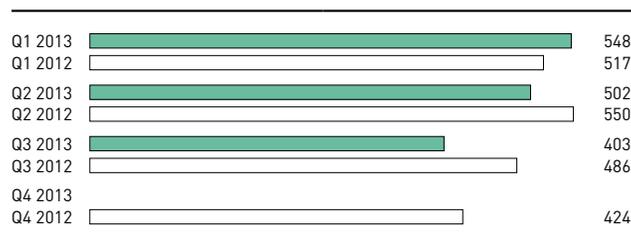
Bei TaylorMade-adidas Golf ging der Segmentumsatz in den ersten neun Monaten 2013 auf währungsbereinigter Basis um 2% zurück. adidas Golf und Ashworth verzeichneten Umsatzwachstum auf währungsbereinigter Basis; bei TaylorMade lag der Umsatz aufgrund von Rückgängen in den Kategorien Metallhölzer und Eisen unter dem Vorjahresniveau. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse von TaylorMade-adidas Golf in Euro aus. Der Umsatz verringerte sich in den ersten neun Monaten um 8% auf 981 Mio. € (2012: 1,071 Mrd. €).

Der Umsatz von Rockport erhöhte sich auf währungsbereinigter Basis um 1%. Diese Entwicklung wurde durch Umsatzwachstum im Zusammenhang mit Rockports Lightweight-Konzept unterstützt. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von Rockport lag in den ersten neun Monaten 2013 mit 201 Mio. € um 3% unter dem Vorjahresniveau (2012: 207 Mio. €).

Der währungsbereinigte Umsatz von Reebok-CCM Hockey ging um 1% zurück. Diese Entwicklung war in erster Linie auf den NHL-Lockout, der sich zu Beginn des Jahres negativ auf die Segmentergebnisse auswirkte, zurückzuführen. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Reebok-CCM Hockey verzeichnete in den ersten neun Monaten 2013 einen Umsatzrückgang um 4% auf 181 Mio. € (2012: 189 Mio. €).

Der Umsatz der Anderen Zentral Geführten Marken stieg vor allem aufgrund von Wachstum bei Y-3 und Porsche Design währungsbereinigt um 5%. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Anderen Zentral Geführten Marken erhöhte sich um 4% auf 90 Mio. € (2012: 86 Mio. €).

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



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



Nachtrag und Ausblick

Im Jahr 2013 rechnen wir – trotz hoher wirtschaftlicher Unsicherheit – 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, des strikten Managements der Lagerbestände im Jahr 2012 und der verbesserten Situation im Zusammenhang mit Beschaffungskosten rechnen wir mit einer Verbesserung der Umsatz- und Gewinnergebnisse im Jahr 2013. Das schwache Marktumfeld in Europa, die ungünstige Entwicklung mehrerer Währungen gegenüber dem Euro sowie die weltweit verhaltene Nachfrage auf dem Golfmarkt deuten jedoch darauf hin, dass sich die Erreichung der Konzernziele für das Gesamtjahr 2013 schwieriger gestalten wird als ursprünglich angenommen. Wir prognostizieren einen währungsbereinigten Anstieg des Konzernumsatzes im niedrigen einstelligen Bereich mit Verbesserungen in den meisten Segmenten. Wir gehen davon aus, dass die Bruttomarge des Konzerns auf ein Niveau zwischen 48,5% und 49,0% steigen wird. Verantwortlich hierfür werden vor allem positive Effekte aus unserer regionalen Umsatzverteilung und unserem Vertriebsmix sowie Verbesserungen im Einzelhandelssegment und bei der Marke Reebok sein. Die operative Marge des Konzerns wird sich infolge einer höheren Bruttomarge voraussichtlich auf etwa 8,5% verbessern. Infolgedessen rechnen wir mit einer Steigerung des Ergebnisses je Aktie auf einen Wert zwischen 3,92 € und 4,06 €.

Nachtrag

Keine Veränderungen seit Quartalsende

Seit Ende des dritten Quartals 2013 gab es keine signifikanten organisatorischen, gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, gesellschaftsrechtlichen oder finanzierungstechnischen Änderungen sowie keine Veränderungen im Management, die sich unseren Erwartungen nach 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 2012 (S. 164–183) 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 deutlich von den in diesem Ausblick getroffenen Aussagen abweichen (sowohl negativ als auch positiv). Der adidas Konzern übernimmt keine Verpflichtung außerhalb der gesetzlich vorgeschriebenen Veröffentlichungsvorschriften die in diesem Lagebericht enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.

Wachstum der Weltwirtschaft im Jahr 2013

Laut einer Schätzung der Weltbank wird das globale BIP im Jahr 2013 um 2,2% wachsen (2012: 2,3%). Nach wie vor herrscht Einigkeit darüber, dass das Weltwirtschaftswachstum auch künftig größtenteils von Schwellenländern, insbesondere in Asien und Lateinamerika, generiert werden wird. Für die reifen Märkte wird 2013 ein BIP-Wachstum von 1,2% erwartet; in der Eurozone ist jedoch mit einem Rückgang zu rechnen. Das Wachstum in vielen Schwellenländern dürfte weiterhin zu Lohnsteigerungen und zu einem höheren verfügbaren Einkommen führen. Wir gehen davon aus, dass diese Erwartungen hinsichtlich des Wirtschaftswachstums sowie der Konsumausgaben, vor allem in den Schwellenländern, unsere Wachstumsziele für 2013 unterstützen werden.

In Westeuropa wird das BIP im Jahr 2013 voraussichtlich um etwa 0,1% steigen, da Rückgänge in der Eurozone durch Wachstum in anderen Ländern wie Großbritannien ausgeglichen werden. Schuldenabbau, angespannte Kreditmärkte, Sparmaßnahmen und hohe Arbeitslosigkeit stellen weiterhin wesentliche Herausforderungen dar, die die Konjunkturerholung der Region bremsen. Dennoch wird erwartet, dass sich die steigende Binnennachfrage und das BIP-Wachstum in Deutschland, der größten Volkswirtschaft der Region, weiterhin positiv entwickeln und einen wichtigen Beitrag zur Stabilisierung der Wirtschaft, insbesondere in der Eurozone, leisten werden.

Trotz der nachlassenden Exportnachfrage wird das BIP der europäischen Schwellenländer im Jahr 2013 voraussichtlich um etwa 2,2% wachsen. Es wird erwartet, dass vor allem große Volkswirtschaften wie Russland, die Türkei und Polen vom steigenden Inlandskonsum profitieren.

Für die USA wird im Jahr 2013 ein BIP-Wachstum in Höhe von 2,2% prognostiziert. Dabei wird der konjunkturelle Aufschwung durch die Inlandsnachfrage sowie durch eine anziehende Industrie- und Exporttätigkeit begünstigt. Generell wird davon ausgegangen, 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 Konjunkturalwachstum unterstützen. Dennoch werden höhere Steuern und weitere Ausgabenkürzungen sowie eine relativ hohe Arbeitslosenquote einen schnelleren Konjunkturaufschwung insgesamt erschweren.

Für Asien wird im Jahr 2013 ein BIP-Wachstum in Höhe von 4,3% 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. In Japan wird 2013 eine BIP-Steigerung in Höhe von 1,9% erwartet. Hauptgrund hierfür werden umfangreiche geld- und steuerpolitische Maßnahmen der Regierung sowie eine Erholung im Exportsektor sein.

Für Lateinamerika wird 2013 ein BIP-Wachstum in Höhe von 2,0% prognostiziert; hierbei dürften geringe Arbeitslosenquoten und Anreizprogramme der Regierung die wirtschaftliche Entwicklung fördern. Erhöhte Inflationsraten und eine deutliche Verschuldung werden die Konjunkturentwicklung jedoch voraussichtlich dämpfen.

Weiteres Wachstum der Sportartikelbranche im Jahr 2013

Vorausgesetzt, dass es zu keinen wesentlichen wirtschaftlichen Rückschlägen kommt, gehen wir von einem Wachstum der weltweiten Sportartikelindustrie im Jahr 2013 aus. Dieses kann allerdings regional

deutlich variieren. Dem gesamtwirtschaftlichen Trend entsprechend dürften die Konsumausgaben für Sportartikel in den Schwellenländern stärker wachsen als in den reiferen Märkten. Prognosen zufolge wird der Inflationsdruck, insbesondere in Bezug auf Rohstoffpreise, in den meisten Märkten relativ begrenzt ausfallen. Es wird erwartet, dass sich der Privatkonsum in vielen reifen Märkten im Jahr 2013 nach wie vor schwierig gestaltet, was die Expansion der Sportartikelbranche in diesen Märkten bremsen wird. Lohnsteigerungen in den schneller wachsenden Volkswirtschaften werden erhebliche Kosten für die Branche mit sich bringen, insbesondere in den Beschaffungs- und Produktionsländern der Sportartikelindustrie. Aufgrund der positiven Effekte im Zusammenhang mit den Aktivitäten im Vorfeld der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 dürfte jedoch die Sportartikelbranche und insbesondere die Kategorie Fußball gegen Ende des Jahres 2013 an Dynamik gewinnen.

In weiten Teilen Europas werden steigende Arbeitslosigkeit, strikte Sparmaßnahmen, geringe Lohnsteigerungen und niedrigere Konsumausgaben die Entwicklung der Sportartikelbranche voraussichtlich negativ beeinflussen. Darüber hinaus werden die nicht wiederkehrenden positiven Effekte im Zusammenhang mit den Olympischen Spielen 2012 in London sowie der UEFA EURO 2012 in Polen und der Ukraine, die im Vorjahr die Entwicklung der Sportartikelindustrie in dieser Region ankurbelten, zu einer Konjunkturabschwächung in dieser Branche, insbesondere in den Gastgeberländern, führen.

In den USA dürften die Wachstumsraten der Sportartikelindustrie die der Gesamtwirtschaft übertreffen. Voraussichtlich wird sich der Trend hin zu Basketballprodukten fortsetzen. Den Erwartungen zufolge werden Trainingsschuhe und Trainingsbekleidung sowie hochfunktionelle Schuhe und Bekleidung im Jahr 2013 ebenfalls wichtige Wachstumstreiber in der Sportartikelindustrie sein.

49 / adidas Konzern Ausblick für 2013

Währungsbereinigte Umsatzentwicklung (in %):		Bisherige Prognose ¹⁾
adidas Konzern	Anstieg im niedrigen einstelligen Bereich	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich
Großhandelssegment	Anstieg im niedrigen einstelligen Bereich	
Einzelhandelssegment	Anstieg im hohen einstelligen Bereich	Anstieg im hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Bereich
Auf vergleichbarer Basis	in etwa auf Vorjahresniveau	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich
Andere Geschäftssegmente	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich
TaylorMade-adidas Golf	Anstieg im niedrigen einstelligen Bereich	Anstieg im mittleren einstelligen Bereich
Rockport	Anstieg im mittleren einstelligen Bereich	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich
Reebok-CCM Hockey	Anstieg im mittleren einstelligen Bereich	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich
Bruttomarge	48,5 % bis 49,0 %	
Operative Marge	etwa 8,5 %	annähernd 9,0 %
Ergebnis je Aktie	3,92 € bis 4,06 €	4,25 € bis 4,40 €
Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz	Anstieg	moderater Anstieg
Investitionen	500 Mio. € bis 550 Mio. €	
Anzahl der Shops	Nettoanstieg um rund 250 Shops	Nettoanstieg um rund 200 Shops
Bruttofinanzverbindlichkeiten	Rückgang	

1) Wie am 8. August 2013 veröffentlicht.

In China werden Prognosen zufolge deutliche Lohnsteigerungen und zunehmender Inlandskonsum den Umsatz in der Sportartikelbranche im Jahr 2013 beflügeln. Überangebot und Preisreduzierungen bereiten jedoch der Sportartikelbranche, insbesondere lokalen Anbietern, weiterhin Sorge.

In anderen asiatischen Märkten wird die Sportartikelbranche 2013 voraussichtlich ebenfalls wachsen, wobei es jedoch regionale Unterschiede geben wird. Die Sportartikelbranche in Japan dürfte im Jahr 2013 ein moderates Wachstum erreichen, da die Abschwächung des Yen und umfassende Anreizprogramme seitens der Regierung das Konsumentenvertrauen und den Inlandskonsum begünstigen. Für die meisten anderen wichtigen asiatischen Schwellenländer wird für 2013 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 2013 mit einem robusten Wachstum gerechnet; Lohnsteigerungen dürften Konsumausgaben und Ausgaben für nicht essenzielle Produkte positiv beeinflussen. Angesichts des hohen Stellenwerts, den Fußball in dieser Region genießt, werden zudem vom FIFA Confederations Cup 2013 und den Aktivitäten im Vorfeld der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 deutliche Impulse für die Sportartikelbranche der Region erwartet.

Währungsbereinigter Konzernumsatz steigt 2013 voraussichtlich im niedrigen einstelligen Bereich

Wir erwarten, dass der Konzernumsatz im Jahr 2013 währungsbereinigt im niedrigen einstelligen Bereich wachsen wird. Währungseffekte werden sich voraussichtlich deutlich negativ auf die Umsatzentwicklung in Euro auswirken. Die starke Präsenz des adidas Konzerns in schnell wachsenden Schwellenländern sowie der weitere Ausbau des Einzelhandelssegments werden sich positiv auf die Umsatzentwicklung des Konzerns auswirken und das schwache Marktumfeld in Europa sowie die weltweit verhaltene Nachfrage auf dem Golfmarkt kompensieren. Zudem bringen wir dank unserer Innovationsstärke während des gesamten Jahres bedeutende neue Produkte auf den Markt. Dies wird die nicht wiederkehrenden positiven Effekte im Zusammenhang mit der UEFA EURO 2012 und den Olympischen Spielen 2012 in London mehr als ausgleichen. Was die zeitliche Gestaltung betrifft, so wird ein stärkeres Umsatzwachstum gegen Ende des Jahres erwartet.

Währungsbereinigter Umsatzanstieg im Großhandelssegment im niedrigen einstelligen Bereich

Im Segment Großhandel rechnen wir im Vergleich zum Vorjahr mit einem währungsbereinigten Umsatzanstieg im niedrigen einstelligen Bereich. Die Entwicklung der Auftragsbestände sowie das positive Feedback des Einzelhandels und auf Messen unterstützen unsere Wachstumserwartungen für das Jahr 2013. Bei adidas Sport Performance erwarten wir einen Umsatzanstieg auf währungsbereinigter Basis im niedrigen einstelligen Bereich. Verantwortlich hierfür wird Wachstum in wichtigen Kategorien wie Running, Training, Outdoor und Basketball sein. Der Umsatz von adidas Originals & Sport Style wird den Prognosen zufolge auf währungsbereinigter Basis im mittleren einstelligen Bereich ansteigen. Dies wird im Wesentlichen auf die anhaltende Dynamik und

Expansion des adidas NEO Labels zurückzuführen sein. Für Reebok erwarten wir einen Anstieg des währungsbereinigten Umsatzes im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich. Hauptgründe hierfür werden Umsatzzuwächse in den Kategorien Fitnesstraining, Fitnessrunning und Classics sowie die Einführung neuer Kategorien wie Studio sein.

Währungsbereinigtes Umsatzwachstum im Einzelhandelssegment im hohen einstelligen Bereich

Wir erwarten für das Einzelhandelssegment im Geschäftsjahr 2013 einen Umsatzzuwachs auf währungsbereinigter Basis im hohen einstelligen Bereich. Dies dürfte vor allem einer höheren Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte zuzuschreiben sein. Der Konzern rechnet im Jahr 2013 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 500 neuen Geschäften, die in erster Linie in Schwellenländern Europas angesiedelt sein werden. Rund 250 Geschäfte werden im Verlauf des Jahres geschlossen und etwa 150 sollen umgestaltet werden. Auf vergleichbarer Basis wird der Umsatz voraussichtlich in etwa auf dem Vorjahresniveau bleiben.

Währungsbereinigter Umsatzanstieg in Anderen Geschäftssegmenten im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich

Für das Jahr 2013 erwarten wir in den Anderen Geschäftssegmenten einen währungsbereinigten Umsatzanstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich. Bei TaylorMade-adidas Golf rechnen wir mit einem währungsbereinigten Anstieg gegenüber dem Vorjahr im niedrigen einstelligen Bereich. Die Vorstellung neuer Schuhmodelle sowie Produktneueinführungen in wichtigen Kategorien wie z.B. Metallhölzer und Eisen dürften das Wachstum in diesem Segment unterstützen. Zudem wird 2013 das erste Jahr sein, in dem die Umsätze von Adams Golf für das ganze Jahr einbezogen werden. Für Rockport prognostizieren wir ein währungsbereinigtes Umsatzplus im mittleren einstelligen Bereich. Diese Entwicklung wird aus der Erweiterung des Produktsortiments, insbesondere in den Bereichen Lightweight und Women's, sowie aus verstärkten Einzelhandelsaktivitäten der Marke resultieren. 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 den meisten Regionen

Wir erwarten, dass der währungsbereinigte Umsatz des Konzerns 2013 in all unseren Regionen mit Ausnahme von Westeuropa zunehmen wird. In Westeuropa werden die nicht wiederkehrenden positiven Effekte des Vorjahres im Zusammenhang mit der UEFA EURO 2012 und den Olympischen Spielen 2012 in London sowie das anhaltend schwache Marktumfeld in vielen peripheren Märkten dieser Region die positiven Auswirkungen der Aktivitäten im Vorfeld der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 mehr als aufheben. In den Europäischen Schwellenländern werden der Ausbau von und die zunehmende Expertise bei unseren eigenen Einzelhandelsaktivitäten, vor allem in Russland/GUS, den Konzernumsatz positiv beeinflussen. In Nordamerika erwarten wir aufgrund der anhaltenden Dynamik der Marke adidas ein solides

Wachstum. Wir werden unser Produktangebot sowie unsere Vertriebsreichweite und Initiativen zur besseren Einbindung unserer Konsumenten stärken. Bei Reebok rechnen wir mit Verbesserungen im Laufe des Jahres, vor allem aufgrund von neuen Produkteinführungen, insbesondere in der zweiten Jahreshälfte. Für China prognostizieren wir, dass der Umsatz im Rahmen unserer Zielvorgaben von Route 2015 weiter steigen wird. Diese Entwicklung wird primär auf den Ausbau und die Festigung unserer Vertriebsreichweite sowie auf die Einführung neuer Produktlinien, u.a. bei adidas Originals und dem adidas NEO Label, zurückzuführen sein. In den Anderen Asiatischen Märkten werden vor allem Umsatzzuwächse in Märkten wie Südkorea und Südostasien sowie nicht wiederkehrende negative Effekte aus Bereinigungsmaßnahmen bei Reebok India Company zum Wachstum beitragen. In Lateinamerika werden Handelseinschränkungen die Wachstumsaussichten und die zeitliche Verteilung von Umsätzen in bestimmten Märkten weiter beeinträchtigen; dennoch gehen wir davon aus, dass sich die solide Dynamik der Sportartikelbranche in dieser Region positiv auf die Umsatzentwicklung des Konzerns auswirken wird. Zudem begünstigen der FIFA Confederations Cup 2013 sowie die Vorbereitungen auf die FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 die Entwicklung in dieser Region.

Verbesserung der Bruttomarge des Konzerns im Geschäftsjahr 2013

Der Konzern erwartet, dass sich die Bruttomarge im Jahr 2013 gegenüber dem Vorjahreswert (2012: 47,7%) deutlich verbessern und einen Wert zwischen 48,5% und 49,0% erreichen wird. Es wird mit Verbesserungen in den meisten Segmenten gerechnet. Die Bruttomarge wird von positiven Effekten aus der regionalen Umsatzverteilung und dem Vertriebsmix profitieren, da die Wachstumsraten in den Schwellenländern und im Einzelhandelssegment, die jeweils hohe Margen erzielen, über den Wachstumsraten in den reiferen Märkten und im Großhandelssegment liegen dürften. Zudem werden Verbesserungen im Einzelhandelssegment sowie bei der Marke Reebok die Entwicklung der Bruttomarge fördern. Diese positiven Effekte werden jedoch durch weniger günstige Hedging-Kurse im Vergleich zum Vorjahr sowie durch steigende Lohnkosten, die die Umsatzkosten negativ beeinflussen, zum Teil aufgehoben.

Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz

Der Konzern geht davon aus, dass sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz im Jahr 2013 erhöhen werden (2012: 41,3%). Aufwendungen des Sales- und Marketing-Working-Budgets im Verhältnis zum Umsatz dürften über dem Vorjahresniveau liegen. Nicht wiederkehrende Aufwendungen im Zusammenhang mit der UEFA EURO 2012 und den Olympischen Spielen 2012 in London werden durch Marketingausgaben zur Unterstützung neuer Produkteinführungen bei allen Marken und den Ausbau der Aktivitäten von Reebok in der Kategorie Fitness mehr als aufgehoben. Es wird erwartet, dass die Betriebsgemeinkosten im Verhältnis zum Umsatz im Jahr 2013 steigen werden. Aufgrund der geplanten Eröffnung weiterer Einzelhandelsgeschäfte werden höhere Verwaltungs- und Personalaufwendungen im Einzelhandelssegment Verbesserungen bei den nicht zugeordneten Kosten in Zentralbereichen mehr als aufheben. Wir gehen davon aus, dass die Mitarbeiterzahl des adidas Konzerns im Vergleich zum Vorjahr geringfügig zunehmen wird. Neueinstellungen

werden hauptsächlich im Zusammenhang mit dem Ausbau des eigenen Einzelhandels stehen und in erster Linie in Schwellenländern erfolgen. Im Jahr 2013 wird der adidas Konzern erneut ca. 1% des Konzernumsatzes für Forschung und Entwicklung ausgeben. Im Vordergrund stehen dabei modernste Dämpfungstechnologien, Lightweight- und digitale Sporttechnologien sowie Produktinnovationen im Bereich Nachhaltigkeit. Zudem fokussieren wir uns weiterhin auf den Ausbau des Produktangebots von Reebok analog seiner Positionierung im Bereich Fitness.

Weitere Verbesserung der operativen Marge

Wir erwarten, dass die operative Marge im Jahr 2013 einen Wert von etwa 8,5% erreichen wird (2012 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte: 8,0%). Die höhere Bruttomarge wird maßgeblich zu dieser positiven Entwicklung beitragen.

Ergebnis je Aktie steigt voraussichtlich auf 3,92 € bis 4,06 €

Das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie wird unseren Prognosen zufolge um 4% bis 7% auf einen Wert zwischen 3,92 € und 4,06 € steigen (2012 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte: 3,78 €). Dies entspricht einem auf Anteilseigner entfallenden Konzerngewinn in Höhe von 820 Mio. € bis 850 Mio. €. Umsatzzuwächse und eine höhere operative Marge werden maßgeblich zu dieser positiven Entwicklung beitragen. Zudem rechnen wir im Jahr 2013 infolge niedrigerer durchschnittlicher Bruttofinanzverbindlichkeiten mit niedrigeren Zinsaufwendungen. Die Steuerquote des Konzerns dürfte bei einem Wert zwischen 28,0% und 28,5% liegen und damit günstiger ausfallen als im Vorjahr (2012 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte: 29,3%).

Anstieg des durchschnittlichen operativen kurzfristigen Betriebskapitals im Verhältnis zum Umsatz

Der Konzern geht davon aus, dass das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz über dem Vorjahresniveau liegen wird (2012: 20,0%). Dieser Anstieg wird vor allem im Zusammenhang mit einem höheren Bedarf an kurzfristigem Betriebskapital zur Unterstützung des Wachstums unseres Geschäfts sowie für Aktivitäten im Vorfeld der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 stehen.

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

Im Jahr 2013 plant der adidas Konzern 500 Mio. € bis 550 Mio. € in materielle und immaterielle Vermögenswerte zu investieren (2012: 434 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 35% 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, im Jahr 2013 sämtliche Investitionen vollständig aus dem Mittelzufluss aus der betrieblichen Tätigkeit zu finanzieren.

Mittelüberschuss wird zur Unterstützung von Wachstumsmaßnahmen eingesetzt

Im Jahr 2013 erwarten wir erneut einen positiven Mittelzufluss aus der betrieblichen Tätigkeit. Der Mittelzufluss wird dazu verwendet werden, den Bedarf an kurzfristigem Betriebskapital sowie Investitionen und Dividendenzahlungen zu finanzieren. Wir haben vor, die überschüssigen Mittel größtenteils zur Investition in die Wachstumsprojekte unseres strategischen Geschäftsplans Route 2015 sowie zur weiteren Reduzierung unserer Bruttofinanzverbindlichkeiten einzusetzen. Im Jahr 2013 werden Bruttofinanzverbindlichkeiten in Höhe von 280 Mio. € fällig. Um die finanzielle Flexibilität langfristig zu bewahren, beabsichtigen wir, zum Jahresende ein Verhältnis von Nettofinanzverbindlichkeiten zu EBITDA von unter zwei beizubehalten (2012: -0,3).

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 2012 erläuterten Risiken und vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Geschäftsaussichten erwartet das Konzernmanagement keine substantielle Gefährdung der Unternehmensfortführung. Das Management ist nach wie vor zuversichtlich, dass die Ertragskraft des Konzerns eine solide Grundlage für die zukünftige Geschäftsentwicklung bildet und die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stellt, um die Chancen, die unserem Konzern geboten werden, zu nutzen. Gegenüber der Einschätzung im Geschäftsbericht 2012 ist das Risiko- und Chancenprofil des Konzerns unverändert, wenn auch mit einer negativen Tendenz, die auf anhaltende Herausforderungen im Zusammenhang mit der gesamtwirtschaftlichen Lage sowie mit Währungseffekten und der Wettbewerbssituation zurückzuführen ist.

50 / Wichtige Produkteinführungen im vierten Quartal 2013

Produkt	Marke
miCoach Smart Run Laufuhr	adidas
Supernova Glide Boost Laufschuh	adidas
D Rose 4 Basketballschuh	adidas
D Rose Signature Basketball-Bekleidungskollektion	adidas
White Copa Mundial Fußballschuh	adidas
Trikots der Fußballverbände für die FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014	adidas
The Enlightened Pack Fußballschuhkollektion	adidas
Yohji Yamamoto adizero F50 Fußballschuh	adidas
Originals Samba World Cup Schuhkollektion	adidas
Originals Superstar Halbschalenschuhkollektion	adidas
Originals Run Thru Time Kollektion	adidas
Slopecruiser Winterstiefel	adidas
Terrex Ndosphere Jacke	adidas
NEO for Selena Gomez Winterkollektion	adidas
UR Lead Tanzkollektion für Damen	Reebok
Reebok One Series Laufschuh	Reebok
ATV19 Laufschuh	Reebok
SLDR Fairwayhölzer und Rescue-Schläger	TaylorMade
SpeedBlade Eisen	TaylorMade
ClimaWarm+ Oberbekleidung	adidas Golf
adicross III Golfschuh	adidas Golf
Presidents Cup U.S. Teambekleidung	Ashworth
Trailbreaker Schuhkollektion	Rockport

Konzernbilanz

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

	30. Sep. 2013	30. Sep. 2012 ¹⁾	Veränderung in %	31. Dez. 2012
AKTIVA				
Flüssige Mittel	1.119	1.002	11,7	1.670
Kurzfristige Finanzanlagen	42	324	-87,1	265
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.156	2.257	-4,5	1.688
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	173	228	-24,0	192
Vorräte	2.513	2.367	6,2	2.486
Forderungen aus Ertragsteuern	97	60	61,9	76
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	530	496	6,9	489
Vermögenswerte klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	11	11	-0,2	11
Kurzfristige Aktiva	6.641	6.745	-1,5	6.877
Sachanlagen	1.149	1.029	11,6	1.095
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.267	1.553	-18,4	1.281
Markenrechte	1.449	1.514	-4,3	1.484
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	151	155	-2,6	167
Langfristige Finanzanlagen	119	108	10,8	112
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	24	24	-2,4	21
Latente Steueransprüche	497	512	-2,8	528
Sonstige langfristige Vermögenswerte	92	102	-10,0	86
Langfristige Aktiva	4.748	4.997	-5,0	4.774
Aktiva	11.389	11.742	-3,0	11.651

1) Angepasst, siehe Erläuterung 07.
Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

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

	30. Sep. 2013	30. Sep. 2012 ¹⁾	Veränderung in %	31. Dez. 2012
PASSIVA				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	687	454	51,3	280
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.396	1.287	8,5	1.790
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	90	83	9,1	83
Ertragsteuern	297	295	0,6	275
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	405	587	-30,9	563
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	1.170	1.091	7,2	1.084
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	334	285	17,3	299
Kurzfristige Passiva	4.379	4.082	7,3	4.374
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	654	1.209	-45,9	1.207
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	14	9	54,9	17
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	261	220	19,1	251
Latente Steuerschulden	347	413	-15,9	368
Sonstige langfristige Rückstellungen	48	46	4,5	69
Langfristige abgegrenzte Schulden	48	37	30,0	40
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	28	34	-23,8	34
Langfristige Passiva	1.400	1.968	-28,9	1.986
Grundkapital	209	209	-	209
Sonstige Rücklagen	442	769	-42,5	641
Gewinnrücklagen	4.968	4.726	5,1	4.454
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	5.619	5.704	-1,5	5.304
Nicht beherrschende Anteile	-9	-12	-21,9	-13
Gesamtes Eigenkapital	5.610	5.692	-1,4	5.291
Passiva	11.389	11.742	-3,0	11.651

1) Angepasst, siehe Erläuterung 07.
Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung

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

	Neun Monate 2013	Neun Monate 2012	Veränderung	3. Quartal 2013	3. Quartal 2012	Veränderung
Umsatzerlöse	11.013	11.514	-4,3%	3.879	4.173	-7,0%
Umsatzkosten	5.525	6.014	-8,1%	1.966	2.195	-10,4%
Bruttoergebnis	5.488	5.500	-0,2%	1.913	1.978	-3,3%
(in % der Umsatzerlöse)	49,8%	47,8%	2,1 PP	49,3%	47,4%	1,9 PP
Lizenz- und Provisionserträge	78	79	-1,5%	27	27	-0,7%
Sonstige betriebliche Erträge	106	80	32,3%	59	33	80,2%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	4.515	4.500	0,3%	1.536	1.544	-0,5%
(in % der Umsatzerlöse)	41,0%	39,1%	1,9 PP	39,6%	37,0%	2,6 PP
Betriebsergebnis	1.157	1.159	-0,2%	463	494	-6,1%
(in % der Umsatzerlöse)	10,5%	10,1%	0,4 PP	11,9%	11,8%	0,1 PP
Finanzerträge	15	29	-49,0%	5	12	-56,1%
Finanzaufwendungen	67	84	-21,5%	26	27	-1,1%
Gewinn vor Steuern	1.105	1.104	0,1%	442	479	-7,7%
(in % der Umsatzerlöse)	10,0%	9,6%	0,5 PP	11,4%	11,5%	-0,1 PP
Ertragsteuern	306	307	-0,3%	124	136	-8,8%
(in % des Gewinns vor Steuern)	27,7%	27,8%	-0,1 PP	28,0%	28,3%	-0,3 PP
Gewinn	799	797	0,3%	318	343	-7,3%
(in % der Umsatzerlöse)	7,3%	6,9%	0,3 PP	8,2%	8,2%	-0,0 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	796	798	-0,3%	316	344	-8,0%
(in % der Umsatzerlöse)	7,2%	6,9%	0,3 PP	8,2%	8,2%	-0,1 PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	3	-1	280,0%	2	-1	400,9%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	3,81	3,82	-0,3%	1,51	1,64	-8,0%
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	3,81	3,82	-0,3%	1,51	1,64	-8,0%

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Konzerngesamtergebnisrechnung

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

	Neun Monate 2013	Neun Monate 2012 ¹⁾
Gewinn nach Steuern	799	797
Nettoverlust aus der Absicherung von Cashflow, netto nach Steuern	- 1	- 112
Versicherungsmathematischer Gewinn/Verlust aus leistungsorientierten Pensionszusagen (IAS 19), netto nach Steuern	0	- 1
Währungsänderung	- 196	43
Sonstiges Ergebnis	- 197	- 70
Gesamtergebnis	602	727
Auf Anteilseigner der adidas AG entfallend	597	728
Auf nicht beherrschende Anteile entfallend	5	- 1

1) Angepasst, siehe Erläuterung 07.
Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung

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

	Grundkapital	Kapitalrücklage	Kumulierte Währungs- umrechnung	Hedging-Rücklage	Übrige Rücklagen ¹⁾	Gewinnrücklagen	Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	Ausgleichsposten für nicht beherr- schende Anteile	Gesamt
31. Dezember 2011²⁾	209	722	-6	113	-38	4.137	5.137	-9	5.128
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			43	-112	-1		-70	-0	-70
Gewinn						798	798	-1	797
Gesamtergebnis			43	-112	-1	798	728	-1	727
Dividendenzahlung						-209	-209	-1	-210
Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen							-0	-1	-1
Wandelanleihe		55					55		55
Erwerb von Anteilen anderer Gesellschafter in Übereinstimmung mit IAS 32							-7		-7
Umgliederung von nicht beherrschenden Anteilen in Übereinstimmung mit IAS 32						0	0		0
30. September 2012²⁾	209	777	37	1	-46	4.726	5.704	-12	5.692
31. Dezember 2012	209	777	-51	-21	-64	4.454	5.304	-13	5.291
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			-198	-1	0		-199	2	-197
Gewinn						796	796	3	799
Gesamtergebnis			-198	-1	0	796	597	5	602
Dividendenzahlung						-282	-282	-1	-283
30. September 2013	209	777	-249	-22	-64	4.968	5.619	-9	5.610

1) Rücklagen für versicherungsmathematische Gewinne/Verluste und Aktienoptionspläne.

2) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Konzernkapitalflussrechnung

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

	Neun Monate 2013	Neun Monate 2012 ¹⁾
Betriebliche Tätigkeit:		
Gewinn vor Steuern	1.105	1.104
Anpassungen für:		
Abschreibungen und Wertminderungsaufwendungen	208	197
Wertaufholungen	-1	-1
Unrealisierte Währungsgewinne, netto	-0	-23
Zinserträge	-14	-28
Zinsaufwendungen	53	77
Verluste aus Sachanlagenabgang, netto	5	4
Sonstige nicht zahlungswirksame Erträge	-	-1
Betriebliches Ergebnis vor Änderungen im Nettoumlaufvermögen	1.356	1.329
Zunahme der Forderungen und der sonstigen Vermögenswerte	-615	-677
Zunahme/Abnahme der Vorräte	-120	174
Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und der sonstigen Verbindlichkeiten	-296	-485
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit vor Zinsen und Steuern	325	341
Zinszahlungen	-60	-84
Zahlungen für Ertragsteuern	-305	-262
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit	-40	-5
Investitionstätigkeit:		
Erwerb von Markenrechten und sonstigen immateriellen Vermögenswerten	-24	-31
Erlöse aus dem Abgang von Markenrechten und sonstigen immateriellen Vermögenswerten	1	2
Erwerb von Sachanlagen	-256	-222
Erlöse aus dem Abgang von Sachanlagen	2	3
Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Geschäftseinheiten abzüglich erworbener flüssiger Mittel	-	-57
Erlöse aus der Veräußerung von Tochtergesellschaften abzüglich erworbener flüssiger Mittel	-	14
Erlöse aus dem Abgang von kurzfristigen Finanzanlagen	227	140
Erwerb von/Erlöse aus Finanzanlagen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	-20	1
Erhaltene Zinsen	14	28
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-56	-122
Finanzierungstätigkeit:		
Einzahlungen aus der Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-	3
Einzahlungen aus der Emission einer Wandelanleihe	-	496
Auszahlungen für die Rückzahlung von Leasingverbindlichkeiten	-2	-
Gezahlte Dividende an Anteilseigner der adidas AG	-282	-209
Gezahlte Dividende an nicht beherrschende Aktionäre	-1	-1
Erwerb von weiteren nicht beherrschenden Anteilen	-	-8
Einzahlungen aus der Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	72	102
Auszahlungen für die Rückzahlung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-221	-163
Mittelabfluss/-zufluss aus der Finanzierungstätigkeit	-434	220
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands	-21	3
Abnahme/Zunahme des Finanzmittelbestands	-551	96
Finanzmittelbestand am Anfang des Jahres	1.670	906
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	1.119	1.002

1) Angepasst, siehe Erläuterung 07.
Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Ausgewählte erläuternde Anhangangaben zum Konzernzwischenabschluss (IFRS) zum 30. September 2013

01 Grundlagen

Der Konzernzwischenabschluss der adidas AG und ihrer direkten und indirekten Tochtergesellschaften (zusammen der „Konzern“) für die ersten neun Monate zum 30. September 2013 wurde in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, erstellt. Dabei wurden alle zum 30. September 2013 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 2012 zu lesen. Die im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012 angewandten Rechnungslegungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wurden für die Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses für die ersten neun Monate zum 30. September 2013 unverändert übernommen.

Eine Ausnahme von diesem Grundsatz bildet die Anwendung neuer/überarbeiteter Standards und Interpretationen, die für ab dem 1. Januar 2013 beginnende Geschäftsjahre gültig sind. Der adidas Konzern wendet den überarbeiteten Standard IAS 19 Employee Benefits – Revised (2011), IAS 19R, mit Beginn des Geschäftsjahres 2013 an. IAS 19R ist retrospektiv auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnen. Die für den adidas Konzern relevanten Änderungen aus IAS 19R sind wie folgt: Nach dem Nettozinsansatz ergibt sich das im Gewinn oder Verlust der Periode zu erfassende Nettozinsergebnis durch Multiplikation der Nettopensionsverpflichtung mit dem Diskontierungszinssatz, der der Bewertung der Brutttopensionsverpflichtung zugrunde liegt. Da die Nettopensionsverpflichtung um etwaiges Planvermögen gekürzt ist, wird durch diese Berechnung implizit eine Verzinsung des Planvermögens in Höhe des Diskontierungszinssatzes unterstellt. Zudem umfassen die Änderungen des IAS 19R den Effekt aus der sofortigen erfolgswirksamen Erfassung von verfallbarem nachzuverrechnendem Dienstzeitaufwand bei Entstehung, anstelle einer Erfassung über den Zeitraum bis zur Unverfallbarkeit. Der Konzern hat die Auswirkungen der oben genannten Änderungen des IAS 19R auf den aktuellen sowie auf vergangene Konzernabschlüsse analysiert und kommt zu dem Ergebnis, dass diese Änderungen keinen wesentlichen Effekt auf die Konzernabschlüsse haben. Daher wurden keine Umbuchungen zwischen den Übrigen Rücklagen und den Gewinnrücklagen innerhalb des Eigenkapitals durchgeführt.

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 neun Monate zum 30. September 2013 sind nicht zwangsläufig ein Indikator für die zu erwartenden Ergebnisse des Gesamtjahres.

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 30. Juni 2013.

04 Auf Anteilseigner entfallendes Kapital

Das Grundkapital der adidas AG veränderte sich im Zeitraum vom 1. Januar 2013 bis zum 30. September 2013 nicht. Demnach betrug das Grundkapital der adidas AG am 30. September 2013 209.216.186 €, eingeteilt in 209.216.186 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien („Namensaktien“).

05 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 neun Monaten 2013 auf 205 Mio. € (2012: 192 Mio. €).

06 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, Porsche Design Sport und adidas SLVR 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	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
Umsatzerlöse (mit Dritten) ¹⁾	7.048	7.470	2.512	2.491	1.453	1.553	11.013	11.514
Segmentbetriebsergebnis ¹⁾	2.450	2.388	512	538	381	445	3.343	3.371
Segmentvermögenswerte ²⁾	2.986	3.100 ³⁾	909	741	717	736	4.612	4.577 ³⁾

1) Neun Monate.

2) Zum 30. September.

3) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

Betriebsergebnis (in Mio. €)

	Neun Monate 2013	Neun Monate 2012
Betriebsergebnis der berichtspflichtigen Segmente	2.962	2.926
Betriebsergebnis in Anderen Geschäftssegmenten	381	445
Segmentbetriebsergebnis	3.343	3.371
Zentralbereiche/Konsolidierung	248	253
Marketing-Working-Budget	-1.097	-1.121
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.415	-1.423
Lizenz- und Provisionserträge	78	79
Betriebsergebnis	1.157	1.159
Finanzerträge	15	29
Finanzaufwendungen	-67	-84
Gewinn vor Steuern	1.105	1.104

42
03/2013

07 Sonstiges

Die Aufdeckung der bei Reebok India Company im März 2012 identifizierten zahlreichen finanziellen Unregelmäßigkeiten führte zu einer Feststellung wesentlicher Fehler in den Abschlüssen von Reebok India Company, wodurch auch die Konzernabschlüsse der adidas AG für das Geschäftsjahr 2011 und frühere Geschäftsjahre wesentliche falsche Angaben enthalten, die nach IAS 8.41 ff. korrigiert wurden.

Die Korrekturen sind im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012 reflektiert, indem die Vergleichszahlen für das Jahr 2011 geändert wurden und, soweit frühere Berichtsperioden betroffen sind, die Eröffnungsbilanz des Jahres 2011 berichtigt worden ist. Aufgrund der Anpassung des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2011 ergeben sich Veränderungen in der Eröffnungsbilanz zum 1. Januar 2012, die sich entsprechend in der Konzernbilanz zum 30. September 2013 niederschlagen und im vorliegenden Konzernzwischenabschluss enthalten sind. Für genauere Informationen zu den Anpassungen wird auf die Erläuterung 03 Korrekturen nach IAS 8 im Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2012 verwiesen.

08 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Ende der ersten neun Monate 2013 und der Finalisierung des Konzernzwischenabschlusses am 4. November 2013 gab es keine signifikanten konzernspezifischen Angelegenheiten, die eine wesentliche Auswirkung auf unser künftiges Geschäft haben könnten.

Herzogenaurach, den 4. November 2013

Der Vorstand der adidas AG

Vorstand und Aufsichtsrat

Vorstand

HERBERT HAINER
Vorstandsvorsitzender

ROLAND AUSCHEL ¹⁾
Global Sales

ROBIN J. STALKER
Finanzvorstand

GLENN BENNETT
Global Operations

ERICH STAMMINGER
Global Brands

Aufsichtsrat

IGOR LANDAU
Vorsitzender

DIETER HAUENSTEIN ²⁾

ALEXANDER POPOW

SABINE BAUER ²⁾
Stellvertretende Vorsitzende

DR. WOLFGANG JÄGER ²⁾

HANS RUPRECHT ²⁾

WILLI SCHWERTLE
Stellvertretender Vorsitzender

DR. STEFAN JENTZSCH

HEIDI THALER-VEH ²⁾

HERBERT KAUFFMANN

CHRISTIAN TOURRES

ROLAND NOSKO ²⁾

43
03/2013

1) Mit Wirkung zum 1. Oktober 2013.

2) Arbeitnehmersvertreter/Arbeitnehmersvertreterin.

Finanzkalender

2014

5. März 2014

Veröffentlichung der Jahresergebnisse 2013

Analystenkonferenz und Bilanzpressekonferenz in Herzogenaurach
Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Webcast
Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2013

6. Mai 2014

Veröffentlichung der Ergebnisse des ersten Quartals 2014

Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Webcast
Veröffentlichung des Berichts zum ersten Quartal

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 Berichts zum ersten Halbjahr

6. November 2014

Veröffentlichung der Neunmonatsergebnisse 2014

Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Webcast
Veröffentlichung des Neunmonatsberichts

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
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

©2013 adidas AG

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

