



# PUSHING BOUNDARIES

Bericht zum ersten Quartal  
Januar – März  
2013

## 01 AN UNSERE AKTIONÄRE

01.1	Ergebnisse des ersten Quartals auf einen Blick	3
01.2	Finanz-Highlights	4
01.3	Operative und Sport-Highlights	5
01.4	Interview mit dem 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	26
02.3	Nachtrag und Ausblick	28

## 03 KONZERNZWISCHENABSCHLUSS (IFRS)

03.1	Konzernbilanz	33
03.2	Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung	35
03.3	Konzerngesamtergebnisrechnung	36
03.4	Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung	37
03.5	Konzernkapitalflussrechnung	38
03.6	Ausgewählte erläuternde Anhangangaben zum Konzernzwischenabschluss	39

## 04 ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN

04.1	Vorstand und Aufsichtsrat	42
04.2	Finanzkalender 2013	43
04.3	Impressum & Kontakt	44

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

	1. Quartal 2013	1. Quartal 2012	Veränderung
<b>Konzern</b>			
Umsatzerlöse	3.751	3.824	- 1,9 %
Bruttoergebnis	1.881	1.826	3,0 %
Bruttomarge	50,1 %	47,7 %	2,4 PP
Betriebsergebnis	442	409	8,1 %
Operative Marge	11,8 %	10,7 %	1,1 PP
<b>Großhandel</b>			
Umsatzerlöse	2.481	2.614	- 5,1 %
Bruttoergebnis	1.100	1.092	0,7 %
Bruttomarge	44,3 %	41,8 %	2,6 PP
Segmentbetriebsergebnis	893	851	4,8 %
Operative Marge des Segments	36,0 %	32,6 %	3,4 PP
<b>Einzelhandel</b>			
Umsatzerlöse	722	693	4,2 %
Bruttoergebnis	438	426	2,9 %
Bruttomarge	60,7 %	61,5 %	- 0,8 PP
Segmentbetriebsergebnis	101	115	- 12,0 %
Operative Marge des Segments	14,0 %	16,6 %	- 2,6 PP
<b>Andere Geschäftssegmente</b>			
Umsatzerlöse	548	517	6,1 %
Bruttoergebnis	244	226	8,3 %
Bruttomarge	44,6 %	43,7 %	0,9 PP
Segmentbetriebsergebnis	172	148	15,9 %
Operative Marge des Segments	31,3 %	28,7 %	2,6 PP
<b>Umsatzerlöse nach Marken</b>			
adidas	2.858	2.888	- 1,0 %
Reebok	378	451	- 16,2 %
TaylorMade-adidas Golf	423	387	9,4 %
Rockport	61	60	0,6 %
Reebok-CCM Hockey	31	37	- 18,1 %

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

02 / Finanz-Highlights (IFRS)

	1. Quartal 2013	1. Quartal 2012	Veränderung
<b>Operative Highlights (in Mio. €)</b>			
Umsatzerlöse	3.751	3.824	- 1,9 %
EBITDA	508	469	8,3 %
Betriebsergebnis	442	409	8,1 %
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	308	289	6,5 %
<b>Wichtige Kennzahlen (%)</b>			
Bruttomarge	50,1 %	47,7 %	2,4 PP
Betriebliche Aufwendungen in % der Umsatzerlöse	39,5 %	38,4 %	1,2 PP
Operative Marge	11,8 %	10,7 %	1,1 PP
Steuerquote	27,5 %	25,5 %	2,0 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn in % der Umsatzerlöse	8,2 %	7,6 %	0,6 PP
Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital in % der Umsatzerlöse <sup>3)</sup>	20,3 %	20,2 % <sup>1)</sup>	0,2 PP
Eigenkapitalquote	49,7 %	47,0 % <sup>1)</sup>	2,7 PP
Nettofinanzverbindlichkeiten/EBITDA <sup>4)</sup>	0,1	0,5	- 0,4 PP
Verschuldungsgrad	3,1 %	12,0 % <sup>1)</sup>	- 8,9 PP
Eigenkapitalrendite	5,4 %	5,4 % <sup>1)</sup>	- 0,1 PP
<b>Bilanz- und Cashflow-Daten (in Mio. €)</b>			
Bilanzsumme	11.561	11.308 <sup>1)</sup>	2,2 %
Vorräte	2.346	2.395 <sup>1)</sup>	- 2,1 %
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	3.234	3.039 <sup>1)</sup>	6,4 %
Kurzfristiges Betriebskapital	2.872	2.427 <sup>1)</sup>	18,3 %
Nettofinanzverbindlichkeiten	180	640	- 71,9 %
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	5.743	5.317 <sup>1)</sup>	8,0 %
Investitionen	48	62	- 22,5 %
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit	- 575	- 704	- 18,4 %
<b>Kennzahlen je Aktie (in €)</b>			
Unverwässertes Ergebnis	1,47	1,38	6,5 %
Verwässertes Ergebnis	1,47	1,38	6,5 %
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit	- 2,75	- 3,37	- 18,4 %
Dividende	1,35 <sup>2)</sup>	1,00	35,0 %
Aktienkurs am Ende der Periode	80,94	58,54	38,3 %
<b>Sonstiges (am Ende der Periode)</b>			
Anzahl der Mitarbeiter	47.142	46.485	1,4 %
Anzahl der Aktien	209.216.186	209.216.186	-
Durchschnittliche Anzahl der Aktien	209.216.186	209.216.186	-

1) Angepasst, siehe Erläuterung 07.



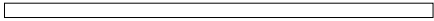

2) Vorbehaltlich der Zustimmung durch die Hauptversammlung.

3) Laufender Zwölfmonatsdurchschnitt.

4) EBITDA der letzten zwölf Monate.



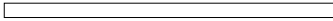


03 / Umsatzerlöse im 1. Quartal

(in Mio. €)

2013		3.751
2012		3.824
2011		3.273
2010		2.674
2009		2.577

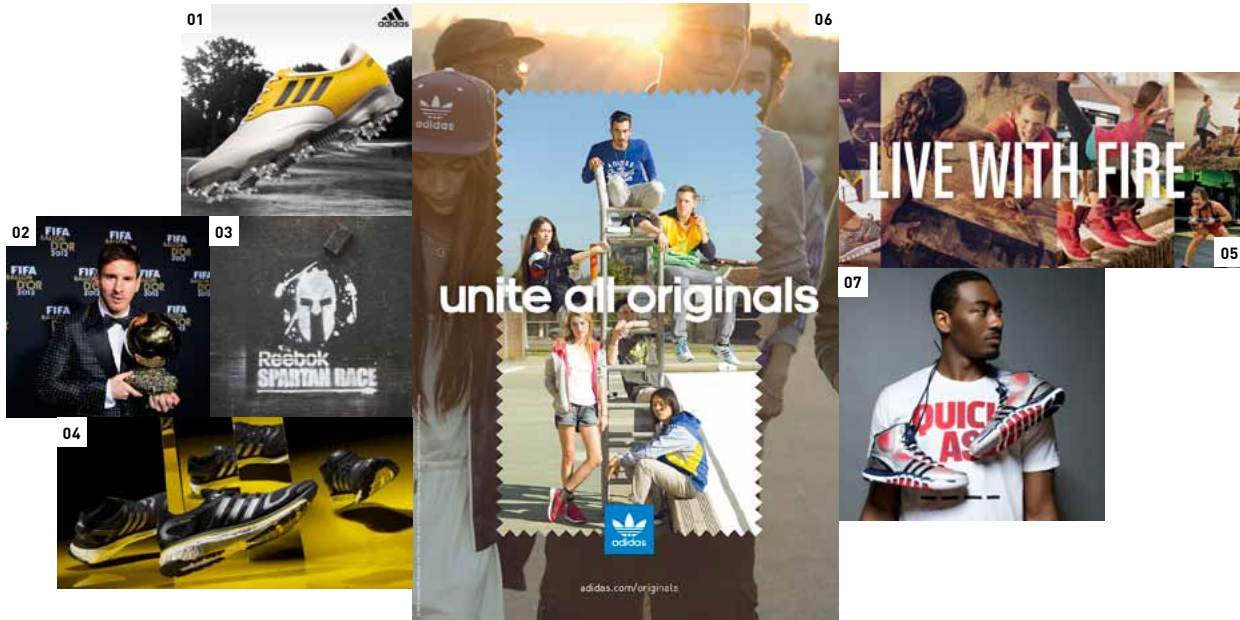
04 / Auf Anteilseigner entfallender Gewinn im 1. Quartal

(in Mio. €)

2013		308
2012		289
2011		209
2010		168
2009		5

# Operative und Sport-Highlights

## Erstes Quartal 2013



JAN

03. adidas Golf stellt die neue adizero Golfschuhkollektion vor. Die neue adizero Schuhkollektion revolutioniert Passform, Tragekomfort und Aussehen. Ausgangspunkt des Konzepts war, bei null anzufangen und nur das hinzuzufügen, das für einen leistungsstarken Schuh wirklich notwendig ist. / **BILD 01**

07. Der von adidas gesponserte Lionel Messi wird mit dem FIFA Ballon d'Or ausgezeichnet. Messi ist damit der erste Fußballer, der vier Jahre in Folge zum FIFA Weltfußballer des Jahres gekrönt wird. / **BILD 02**

11. Das Magazin Campaign zeichnet adidas für seine hervorragende Arbeit im Rahmen der Olympischen Spiele 2012 in London mit dem „Advertiser of the Year“-Preis aus.

17. Reebok gibt eine mehrjährige Partnerschaft mit Spartan Race, der weltweit führenden Sportveranstaltungsreihe im Bereich Hindernislauf, bekannt. / **BILD 03**

23. Der adidas Konzern wird vom Weltwirtschaftsforum 2013 in Davos (Schweiz) als eines der 20 nachhaltigsten Unternehmen der Welt ausgezeichnet.

FEB

07. Der TaylorMade-adidas Golf Spieler Dustin Johnson gewinnt das Hyundai Tournament of Champions. Er spielt das Turnier mit dem neuen R1 Driver und den RocketBladez Tour Eisen.

10. Die von adidas gesponserte nigerianische Fußballnationalmannschaft, auch Super Eagles genannt, gewinnt den Africa Cup of Nations 2013 nach einem 1:0-Sieg über Burkina Faso im Finale.

13. adidas stellt in New York City die bahnbrechende Dämpfungstechnologie „Boost“ vor, die die höchste Energierückgabe in der Laufbranche bietet. / **BILD 04**

15. Reebok startet die neue globale Markenkampagne „Live with Fire“. Mit der Kampagne möchte Reebok zeigen, wie ein aktiver Lebensstil Inspiration für ein Leben voller Leidenschaft, Ehrgeiz und Zielorientierung sein kann. / **BILD 05**

17. Das diesjährige NBA All-Star Weekend findet in Houston (USA) statt. adidas, offizieller Bekleidungsanbieter der NBA, startet zahlreiche Aktivitäten in den sozialen Medien rund um dieses Event.

24. Medienvertreter in Quebec (Kanada) können einen Blick auf die mit großer Vorfreude erwarteten Reebok-CCM Hockey RBZ Schlittschuhe und die RBZ Stage 2 Eishockeyschläger werfen.

27. Reebok stellt seine neueste „Reebok Fitness App“ vor, die Teil der globalen „Live with Fire“-Kampagne ist. Mit dieser App können sich Nutzer neue maßgeschneiderte Workouts durch eine Kombination verschiedener Elemente aus den Sportarten Walking, Running, Dance, Yoga und Training zusammenstellen.

MÄR

01. adidas gibt bekannt, eine neue globale Fanbewegung mit dem Namen „Team Messi“ zu Ehren des Weltfußballers Lionel Messi zu starten. Die adidas Kampagne, die Messis Einstellung, Verhalten und Werte feiert, gibt Fans die Möglichkeit, mehr über ihr Fußballidol zu erfahren.

05. adidas Originals stellt seine neue globale Markenkampagne „Unite All Originals“ vor. Im Mittelpunkt steht die Online-App adidas collider, die auf [WWW.ADIDAS.COM/UNITE](http://WWW.ADIDAS.COM/UNITE) startet und die Nutzer in eine Welt voller origineller Inhalte eintauchen lässt. / **BILD 06**

08. Amerikas First Lady Michelle Obama würdigt die Bemühungen Reeboks, Kinder zu mehr Bewegung anzuspornen. Reebok investiert 30 Mio. US-\$, um sportliche Aktivitäten an Schulen zu fördern. Dabei kommt der Umsetzung des BOKS-Programms (BOKS = Build Our Kids' Success), das Kinder motiviert, gesünder und glücklicher zu leben, besondere Bedeutung zu.

08. adidas stellt die neue, inspirierende und kategorieübergreifende „all in for #mygirls“-Kampagne vor. Sie unterstreicht die spezielle Bindung, die es unter Mädchen gibt, und feiert, wie sie einander inspirieren, „all in“ zu gehen und vollen Einsatz zu zeigen.

08. adidas und NBA-Basketballstar John Wall präsentieren den Crazyquick Basketballschuh. Der Schuh ist so konzipiert, dass er Spieler schneller und wendiger macht und für kontrolliertere Flexibilität, bessere Griffbarkeit und optimale Fußfixierung sorgt, um so leistungssteigernde Bewegungen zu ermöglichen. / **BILD 07**

14. Footwear Plus erklärt Rockport in seiner März-Ausgabe zum Gewinner eines „Plus Award“ und honoriert damit Rockports erstklassige Designarbeit und Einzelhandelsaktivierung im Jahr 2012. Das Magazin äußert seine Anerkennung für Rockports Kompetenz, Schuhe zu entwickeln, die stylisch und zugleich bequem sind.

## Interview mit dem Vorstandsvorsitzenden



HERBERT HAINER  
Vorstandsvorsitzender

Im ersten Quartal 2013 erzielte der adidas Konzern solide Geschäftsergebnisse. Dies bestätigt die Erwartungen des Konzerns, im Gesamtjahr erneut zweistellige Gewinnsteigerungen zu erreichen. Durch deutliche Umsatzzuwächse in den Schwellenländern sowie in wichtigen strategischen Kategorien wie Running und Basketball blieben die Umsätze stabil, obwohl im Vergleichszeitraum des Vorjahres hohe Umsätze im Zusammenhang mit den sportlichen Großereignissen erzielt worden waren. Der Fokus des Konzerns lag auch im ersten Quartal auf qualitativ hochwertigem Wachstum. Dies führte zu einem neuen Rekordwert in Höhe von 50,1 % bei der Bruttomarge und trug wesentlich zur Gewinnsteigerung um 6 % bei.

Im folgenden Interview lässt Herbert Hainer, Vorstandsvorsitzender des adidas Konzerns, das erste Quartal 2013 Revue passieren und spricht über die Chancen und Herausforderungen des Konzerns für den Rest des Jahres.

### Herr Hainer, wie hat das Jahr 2013 für den adidas Konzern begonnen und was sind die wichtigsten Finanz-Highlights?

Wir sind sehr gut ins Jahr 2013 gestartet und haben unsere strategischen Prioritäten weiter erfolgreich umgesetzt: Wir haben unsere Margen deutlich verbessert, wegweisende Produktinnovationen eingeführt und trotz eines unsicheren gesamtwirtschaftlichen Umfelds unseren Erfolgskurs fortgesetzt. Der währungsbereinigte Umsatz blieb im ersten Quartal stabil. Dies ist eine hervorragende Leistung, wenn man bedenkt, dass wir im letztjährigen ersten Quartal im Zusammenhang mit der UEFA EURO 2012 und den Olympischen Spielen in London eine Umsatzsteigerung in Höhe von 14% erzielt hatten. Trotz der hohen Vergleichszahlen, die insbesondere die Region Europa und die Kategorie Fußball betreffen, verbuchten wir beträchtliche Erfolge, vor allem in den Schwellenländern. Hier zählen Zuwächse in Höhe von 12% in Lateinamerika und 6% in China zu den wichtigsten Highlights. Was aber noch wichtiger ist: Wir haben unser Versprechen gehalten und unsere Margen in diesem Jahr deutlich verbessert. Das zeigt sich gerade in der operativen Marge, die sich im ersten Quartal um 1,1 Prozentpunkte auf 11,8% verbessert hat. Dies wiederum führte zu einer Steigerung des Ergebnisses je Aktie um 6% auf 1,47 €. Was unsere Bilanz betrifft, so managen wir unser Kapital weiterhin mit Umsicht und Sorgfalt. Im Vergleich zum Vorjahr haben wir unsere Nettofinanzverbindlichkeiten um 72% auf 180 Mio. € gesenkt. Außerdem haben wir uns auch beim Lagerbestandsmanagement sehr diszipliniert gezeigt und unsere Vorräte auf währungsbereinigter Basis um 2% reduziert. Alles in allem sind wir sehr zufrieden mit dem Start in das Jahr 2013.

### Die Verbesserung Ihrer operativen Marge im ersten Quartal war in der Tat beeindruckend. Was waren hier die ausschlaggebenden Faktoren?

Qualitativ hochwertiges Wachstum bei all unseren Marken sicherzustellen ist ein zentraler Bestandteil unseres strategischen Geschäftsplans Route 2015. Um dies zu erreichen, verfolgen wir zwei Grundsätze: zum einen entwickeln wir kontinuierlich Innovationen in unseren wichtigen Wachstumskategorien und zum anderen setzen wir diese Konzepte am Point-of-Sale hervorragend um. Unser Erfolg in dieser Hinsicht zeigt sich am deutlichsten an der Entwicklung der Bruttomarge. Diese hatten wir als Haupttreiber unserer angestrebten Margenverbesserungen im Jahr 2013 definiert. Im ersten Quartal ist die Bruttomarge des Konzerns um beachtliche 2,4 Prozentpunkte auf einen neuen Rekordwert von 50,1% gestiegen. Dies ist erst das zweite Mal in der Geschichte unseres Konzerns, dass unsere Bruttomarge einen Wert von über 50% erreicht hat. Infolge der verbesserten Situation im Zusammenhang mit den Beschaffungskosten in diesem Jahr profitieren wir nun in besonderem Maße von den positiven Effekten resultierend aus einem besseren Preis-, Produkt- und Vertriebskanalmix sowie einer verbesserten regionalen Umsatzverteilung. Das sind die gleichen Faktoren, die in den vergangenen zwei Jahren schon eine wichtige Rolle gespielt haben und die auch in den kommenden Quartalen die Verbesserung unserer Profitabilität vorantreiben werden.



### Wie sah die Performance der Marke adidas in diesem Quartal aus, einem Quartal ohne sportliche Großereignisse?

Die Marke adidas hat erneut eine Glanzleistung hingelegt. Und das trotz der Tatsache, dass wir uns hohen Vergleichszahlen aus dem Vorjahr gegenübersehen. Dies unterstreicht die enorme globale Beliebtheit und das vielfältige, kategorieübergreifende Produktangebot der Marke. Der währungsbereinigte Umsatz ist um 1% gestiegen, vor allem aufgrund zweistelliger Zuwächse bei Running, Basketball und Outdoor – unsere wichtigsten Performance-Kategorien, die wir im strategischen Geschäftsplan Route 2015 definiert haben. Auch adidas Sport Style bleibt weiter auf Wachstumskurs. Insbesondere das adidas NEO Label hat ein sehr solides währungsbereinigtes Wachstum in Höhe von 9% vorzuweisen. Die äußerst positive Resonanz der Konsumenten auf unsere neuesten Innovationen und top-aktuellen Designs hat auch dazu geführt, dass adidas mit einer Bruttomargenverbesserung um 1,8 Prozentpunkte den bedeutendsten Beitrag zur Margenverbesserung in diesem Quartal geleistet hat.

### Apropos Innovation: Wie waren die ersten Reaktionen auf den Energy Boost?

Boost ist zweifelsohne die bedeutendste Innovation, die der Markt seit vielen Jahren gesehen hat. Diese neue Technologie ist derzeit in drei Laufschuhen integriert und kommt bei Branchenexperten, Spitzensportlern und Konsumenten gleichermaßen gut an. Der Energy Boost hat bereits mehrere begehrte Auszeichnungen erhalten, darunter „Best Debut“ von Runner's World, „Best New Shoe“ von Running Network und „Best Cushioning“ von Shape Magazine. Darüber hinaus verhelfen Boost



Produkte unseren Top-Athleten bereits zu wichtigen Erfolgen. So hat z. B. Dennis Kimetto beim Marathondebüt des adizero Boost den Marathon in Tokio mit einem neuen Streckenrekord gewonnen. Und auch aus kommerzieller Sicht ist dies unsere erfolgreichste Produkteinführung im Bereich Running. In vielen Märkten waren Boost Schuhe bereits in den ersten vier Wochen ausverkauft. Auch in unseren eCommerce Online-Shops setzte Boost neue Maßstäbe. Die Vorbestellungen waren dreimal höher als bei jedem bisherigen Schuhmodell und wir haben bei den angesehenen Marathonmessen Durchverkaufsraten von mehr als 90 % erzielt. Da wir in der zweiten Jahreshälfte die Verfügbarkeit von Boost weiter erhöhen werden, fängt unsere Running-Revolution gerade erst an. Mit weiteren Boost Einführungen und einigen anderen neuen Technologien werden wir die Präsenz und das Marktanteilspotenzial der Marke adidas im Bereich Running weiter ausbauen. Dies wird uns in der wichtigsten Kategorie der Schuhbranche über Jahre hinweg zu zweistelligen Wachstumsraten verhelfen.

**In Ihrem Einzelhandelssegment hat der Umsatz auf vergleichbarer Basis im ersten Quartal deutlich an Dynamik verloren. Welche Trends sehen Sie in diesem Bereich?**

Das erste Quartal ist das kleinste und am wenigsten profitable Quartal für unser Einzelhandelsgeschäft. In der Regel ist es eine Art Zwischensaison, die zudem von Lagerräumungsaktivitäten im Vorfeld der Umstellung auf die Frühjahr-/Sommerkollektionen geprägt ist. Wenn ich mir den Umsatzrückgang auf vergleichbarer Basis in Höhe von 1 % anschau, so überrascht es nicht, dass dies auf das schwierige Marktumfeld in Westeuropa und Russland/GUS zu Beginn des Jahres zurückzuführen ist. Denn angesichts des schwachen Konsumentenvertrauens wurden zahlreiche Verkaufsförderungsaktivitäten gestartet.

In den anderen Regionen hingegen zeigte sich das Geschäft im Einzelhandelssegment durchaus robust. In China ist der Umsatz auf vergleichbarer Basis um 8 % gestiegen und Lateinamerika hat sogar um 13 % zugelegt. In Nordamerika hat die Marke adidas ein Umsatzplus von 6 % auf vergleichbarer Basis vorzuweisen; das ist ein durchaus positives Ergebnis, da wir bereits im Vorjahr eine sehr deutliche Steigerung in Höhe von 20 % erzielt hatten. Daher würde ich zu diesem Zeitpunkt nicht zu viele negative Rückschlüsse aus unseren Ergebnissen ziehen. Ich rechne fest damit, dass unser Einzelhandelsgeschäft entsprechend unseren Prognosen wachsen wird und wir einen Umsatzanstieg auf vergleichbarer Basis für das Gesamtjahr im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich erreichen werden.

**Wie sehen die neuesten Entwicklungen bei Reebok aus? Wird die Marke Ihre Erwartungen für das Gesamtjahr erfüllen?**

Insgesamt entsprach das erste Quartal unseren Erwartungen. Wir haben auf die Dynamik, die wir im letzten Jahr mit unserem Kategorieansatz „House of Fitness“ geschaffen haben, weiter aufgebaut. Dies war auch das letzte Quartal, in dem wir mit schwierigen Vorjahresvergleichen aufgrund der Nichtverlängerung der NFL-Vereinbarung sowie der Aufdeckung von Unregelmäßigkeiten bei Reebok India zu kämpfen hatten. Ohne diese Effekte ging zwar der Umsatz im ersten Quartal geringfügig zurück, aber die Profitabilität der Marke hat sich wesentlich verbessert. Die Bruttomarge stieg dank neuer Produkteinführungen um 1,5 Prozentpunkte. Im Bereich Fitnesstraining z. B. entwickeln sich unsere Delta Bekleidung und CrossFit Kollektionen weiterhin sehr positiv, mit einem Umsatzplus in Höhe von 13 % in diesem Quartal. Reebok Classics hat weiter an Fahrt gewonnen: Besonders hohe Durchverkaufsraten für neue Modelle im Bereich Retro-Basketball haben zu einem deutlichen Umsatzanstieg in Höhe von 33 % geführt. Zudem haben wir in diesem Quartal unsere digitalen und E-Commerce-Fähigkeiten bei Reebok weiterentwickelt und verbessert. Wir haben mit ReebokOne eine neue Fitnesstrainer-Plattform sowie eine höchst intuitive Fitness-App eingeführt, die es Konsumenten ermöglicht, sich ihre Workouts individuell zusammenzustellen. Im Laufe des Jahres werden wir auf all diesen Initiativen weiter aufbauen und unser Schuhangebot durch neue Produktfamilien wie ATV, DMX Sky und ZigCarbon in der Back-to-School-Saison erweitern. Daher bin ich zuversichtlich, dass wir die versprochenen Wachstumssteigerungen und Margenverbesserungen für das Gesamtjahr erreichen werden.

**Konnten Sie nach zwei sehr erfolgreichen Jahren das Wachstum bei TaylorMade-adidas Golf aufrechterhalten?**

Ja, das konnten wir. Das erste Quartal 2013 war für TaylorMade-adidas Golf erneut ein hervorragendes Quartal. Der währungsbereinigte Umsatz ist um 13 % gestiegen bzw. in Euro um 9 % auf 423 Mio. €. Ohne Adams Golf ist der Umsatz währungsbereinigt um 5 % gewachsen. Der Schlüssel zu unserem Erfolg in diesem Jahr ist unsere Fähigkeit, eine ähnlich dominante Stellung, wie wir sie seit mehr als einem Jahrzehnt in der Kategorie Metallhölzer vorweisen können, auch in einigen anderen wichtigen Kategorien der Golfbranche einzunehmen. Bei Eisen z. B. gewinnen wir dank der hervorragenden Konsumentenresonanz

auf die RocketBladez Produktfamilie weitere Marktanteile hinzu. In den USA beträgt unser Marktanteil inzwischen fast 31%, das ist nahezu doppelt so hoch wie der Marktanteil der zweitgrößten Golfmarke. Auch bei Schuhen und Bällen haben wir unseren Marktanteil in diesem Quartal weiter ausgebaut, dank eines enormen Wachstums von über 20% in beiden Kategorien. Die äußerst erfolgreiche Einführung unserer Lightweight-Technologie adizero im Bereich Golfschuhe und die neuen Lethal Golfbälle sind nur einige der Produkte, die in diesem Quartal bei Konsumenten sehr gut angekommen sind. Sogar unsere kleinste Marke Ashworth zeichnet sich durch eine starke Dynamik aus und hat ihren Umsatz um 32% gesteigert. Durch eine verstärkte Präsenz dieser Marke auf den wichtigen Golftouren wollen wir das Interesse der Konsumenten an Ashworth Produkten weiter steigern und diese Maßnahmen zahlen sich, wie man sieht, aus. Auch mit Blick auf die Zukunft bin ich überzeugt, dass wir in allen Bereichen unseres Golfgeschäfts weiter wachsen werden. Insbesondere, weil wir mit Adams Golf eine dritte Marke mit großem Potenzial in unserem Portfolio haben. Auch in der Kategorie Bälle beispielsweise, in der wir signifikantes Potenzial für Marktanteilssteigerungen sehen, werden wir mit Nachdruck agieren. Erst vor Kurzem haben wir z. B. bekannt gegeben, dass wir ein neues Werk für die Herstellung von Golfbällen in South Carolina bauen werden.

#### Eine Frage zum Schluss: Haben sich Ihre Prognosen verändert?

Die soliden Ergebnisse des ersten Quartals unterstreichen unsere Zuversicht, dass wir die Ziele, die wir uns im März für das Gesamtjahr gesetzt haben, erreichen werden. Aufgrund der sehr positiven Resonanz der Einzelhändler und Konsumenten auf unsere neuesten Produktinnovationen und angesichts unserer geplanten Produkteinführungen für die zweite Jahreshälfte dürfte unsere Gewinndynamik im weiteren Verlauf des Jahres deutlich an Fahrt gewinnen. Wir gehen nach wie vor davon aus, dass der währungsbereinigte Umsatz für das Gesamtjahr im mittleren einstelligen Bereich zulegen wird. Angesichts der gesunden Struktur unserer Vorräte in den Märkten und der anhaltenden Beliebtheit unserer Marken erwarten wir nun, dass die Bruttomarge am oberen Ende unseres Zielkorridors von 48,0% bis 48,5% liegen wird. Dies unterstützt auch unser Ziel einer operativen Marge von annähernd 9,0% für das Gesamtjahr. Trotz anhaltender negativer Effekte aus der Währungsumrechnung, beispielsweise beim japanischen Yen und beim argentinischen Peso, prognostizieren wir nach wie vor, dass der auf Anteilseigner entfallende Gewinn um 12% bis 16% auf einen neuen Rekordwert zwischen 890 Mio. € und 920 Mio. € steigen wird.



**Herr Hainer, vielen Dank für das Gespräch.**

# Unsere Aktie

**Im ersten Quartal 2013 setzten die meisten internationalen Aktienmärkte ihre positive Dynamik vom Ende des Vorjahres fort und verzeichneten deutliche Zugewinne. Die US-Aktienmärkte kletterten auf neue Höchststände, unterstützt durch sehr solide Konjunkturdaten und eine robuste Berichtssaison. In Europa hingegen stellten Rückschläge bei der Euro-Schuldenkrise sowie enttäuschende Konjunkturdaten in der Eurozone die Aktienmärkte im ersten Quartal vor wesentliche Herausforderungen. Infolgedessen legten der DAX und der MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index gegenüber Ende Dezember 2012 nur moderat um 2% bzw. 4% zu. Trotz der allgemeinen Marktverlangsamung setzte die Aktie der adidas AG ihren positiven Trend des Vorjahres fort und entwickelte sich mit einem Plus von mehr als 20% im Dreimonatszeitraum deutlich besser als diese beiden Indizes.**

## Positive Dynamik der internationalen Aktienmärkte hält Anfang 2013 an

Im ersten Quartal 2013 verzeichneten die meisten internationalen Aktienmärkte deutliche Zugewinne und setzten damit ihre positive Dynamik vom Ende des Vorjahres fort. Die US-Aktienmärkte kletterten im Dreimonatszeitraum auf neue Höchststände. Ausschlaggebend hierfür waren der in letzter Minute erzielte fiskalpolitische Kompromiss, robuste US-Konjunkturdaten und eine besser als erwartete Berichtssaison. Der japanische Nikkei Index entwickelte sich weiterhin äußerst erfreulich. Hier führte vor allem die auf Expansion ausgelegte Geldpolitik zu einer weiteren Abwertung des japanischen Yen im ersten Quartal 2013. Infolgedessen legten sowohl der Dow Jones als auch der Nikkei im ersten Quartal mit einem Plus von 11% bzw. 19% deutlich zu. In Europa hingegen belasteten Rückschläge im Zusammenhang mit der Euro-Schuldenkrise nach wie vor die Entwicklung an den Aktienmärkten. Insbesondere das Rettungspaket für Zypern mit einem Volumen von 10 Mrd.€, das zu hohen Verlusten für Großanleger und zur Schließung der zweitgrößten Bank, Cyprus Popular, führte, sorgte für Unsicherheit und trübte das Vertrauen unter Investoren. Auch in Italien äußerten Marktteilnehmer Bedenken aufgrund der politischen Stagnation, woraufhin die Ratingagentur Fitch die Bewertung Italiens auf BBB+ senkte. Darüber hinaus waren die Konjunkturdaten der Eurozone für Marktteilnehmer enttäuschend, da sich die meisten Indikatoren in der Eurozone im ersten Quartal 2013 verschlechterten. Infolge dieser Entwicklungen stiegen der DAX und der MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index gegenüber Ende Dezember 2012 nur moderat um 2% bzw. 4%.

## Aktienkurs der adidas AG steigt deutlich im ersten Quartal

Die Aktie der adidas AG verzeichnete zu Beginn des Jahres analog zum allgemeinen Markttrend eine Seitwärtsbewegung. Die positiven Kommentare von Analysten hinsichtlich der Positionierung der Marken des adidas Konzerns sowie der Fähigkeit des Konzerns, die Profitabilität im Jahr 2013 weiter zu steigern, unterstützten die Entwicklung der adidas AG Aktie im Januar. Allerdings gab es aufgrund des deutlichen Kursanstiegs einige Gewinnmitnahmen von Investoren, was Anfang Februar zu einer Kurskorrektur führte. Mitte Februar kehrte sich die bislang schwache Entwicklung der adidas AG Aktie um. Hierzu trug auch die Vorstellung der neuen Boost Technologie von adidas bei, die von Medien- und Finanzvertretern auf positive Resonanz stieß. Darüber hinaus unterstützten besser als erwartete Ergebnisse eines unserer

## 05 / Historische Entwicklung der adidas AG Aktie und wichtigen Indizes zum 28. März 2013 (in %)

	Seit Jahres- beginn	1 Jahr	3 Jahre	5 Jahre	Seit Börsen- gang
adidas AG	20	38	104	92	737
DAX	2	12	27	19	255
MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods	4	7	65	74	330

Quelle: Bloomberg.

Hauptwettbewerber zusätzlich die Entwicklung der Aktie der adidas AG. Nach der Veröffentlichung der Konzernergebnisse für das Geschäftsjahr 2012 am 7. März legte der Kurs im restlichen Verlauf des Quartals deutlich zu. Als besondere Highlights nannten Marktteilnehmer die positiven Ergebnisse in den wichtigen Märkten des Konzerns, allen voran in China und Russland/GUS, sowie die anhaltend starke Dynamik bei adidas und TaylorMade-adidas Golf. All dies in Verbindung mit soliden Verbesserungen der Konzernbilanz und der vom Management vorgeschlagenen Erhöhung der Dividende um 35% wurde von Marktteilnehmern äußerst positiv aufgenommen. Insgesamt führte dies dazu, dass mehrere Analysten ihre Kaufempfehlungen und Kursziele als Zeichen ihres Vertrauens in den strategischen Geschäftsplan des Konzerns Route 2015 anhoben. Infolgedessen erreichte die Aktie der adidas AG am 26. März mit 82,31 € ein Allzeithoch und beendete das Quartal bei 80,94 € und damit 20% über dem Jahresschlusskurs 2012.

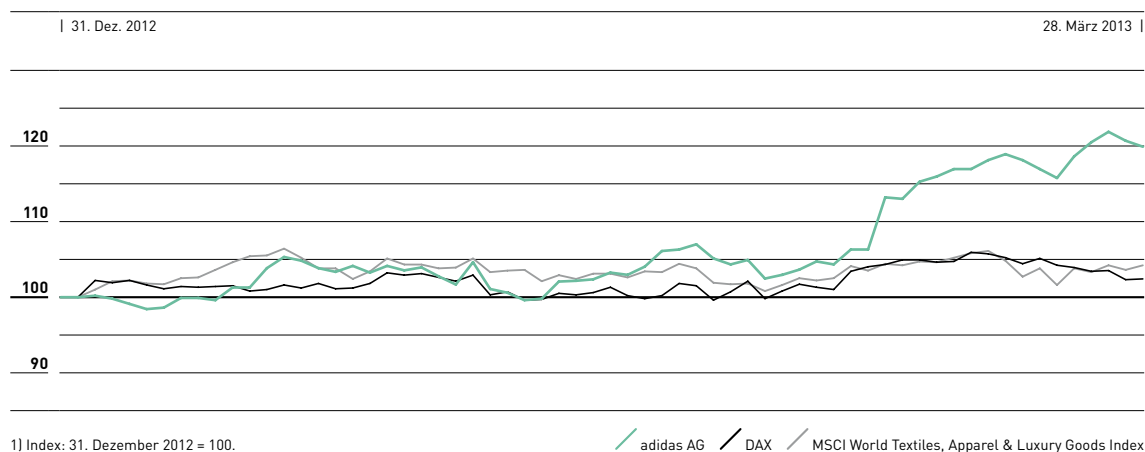
## Anzahl der ADRs steigt weiter

Die Anzahl der Level 1 American Depositary Receipts (ADRs) stieg im Dreimonatszeitraum verglichen mit der Anzahl am Ende des Jahres 2012 weiter. Am 28. März 2013 belief sich die Anzahl der ausstehenden ADRs auf 12,2 Millionen (31. Dezember 2012: 11,8 Millionen), was einen deutlichen Anstieg verglichen mit dem Stand vom 30. März 2012 (10,1 Millionen) bedeutet. Das Level 1 ADR schloss das Quartal bei 52,10 US-\$ und lag somit um 16% über dem Stand von Ende Dezember 2012. Der weniger ausgeprägte Kursanstieg des Level 1 ADR gegenüber dem Kursanstieg der Aktie war auf die Aufwertung des US-Dollar gegenüber dem Euro am Ende des ersten Quartals verglichen mit dem Jahresende 2012 zurückzuführen.



## Die Aktie der adidas AG auf einen Blick

### 06 / Aktienkursentwicklung 2013<sup>1)</sup>



### 07 / Die adidas AG Aktie

Anzahl Aktien Durchschnitt im ersten Quartal	209.216.186
Anzahl Aktien zum 28. März <sup>1)</sup>	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

1) Alle Aktien sind voll dividendenberechtigt.

#### 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

## Dividendenvorschlag von 1,35 € je Aktie

Der Vorstand und der Aufsichtsrat der adidas AG werden der Hauptversammlung am 8. Mai 2013 für das Geschäftsjahr 2012 eine Dividende in Höhe von 1,35 € je Aktie vorschlagen (2011: 1,00 €). Sofern die Hauptversammlung ihre Zustimmung erteilt, wird die Dividende am 9. Mai 2013 ausgezahlt. Dies bedeutet eine Erhöhung um 35%; zum Vergleich: Der auf Anteilseigner entfallende Gewinn ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte stieg um 29%. Die Gesamtausschüttung in Höhe von 282 Mio.€ (2011: 209 Mio.€) entspricht einem Ausschüttungssatz von 35,7% des auf Anteilseigner entfallenden Konzerngewinns ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte (2011: 34,1%). Dieser Vorschlag steht im Einklang mit der Dividendenpolitik des Konzerns, die einen Ausschüttungssatz zwischen 20% und 40% des auf Anteilseigner entfallenden Gewinns vorsieht.

## Veränderungen in der Investorenbasis

Im ersten Quartal 2013 erhielt der Konzern drei Stimmrechtsmitteilungen gemäß § 21 Abs. 1 Wertpapierhandelsgesetz (WpHG). Diese und alle danach erhaltenen Stimmrechtsmitteilungen sind auch auf unserer Webseite unter :// [WWW.ADIDAS-GROUP.DE/STIMMRECHTSMITTEILUNGEN](http://WWW.ADIDAS-GROUP.DE/STIMMRECHTSMITTEILUNGEN) zu finden.

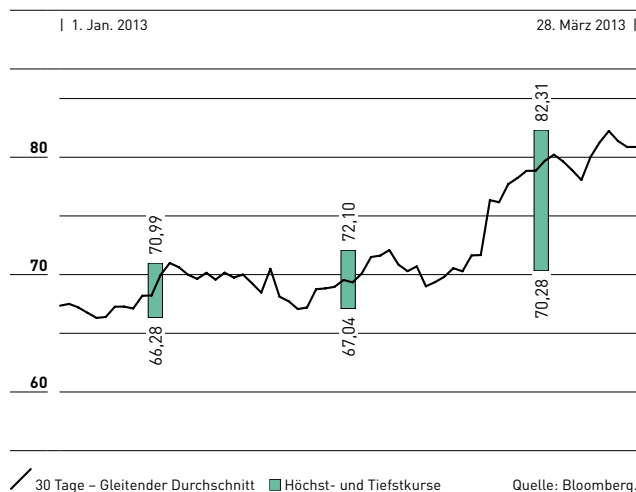
## Offenlegung von Aktiengeschäften auf der Internetseite des Unternehmens

Transaktionen mit Aktien der adidas AG (ISIN DE000A1EWWW0) oder mit sich darauf beziehenden Finanzinstrumenten im Sinne von § 15a WpHG durch Mitglieder unseres Vorstands oder Aufsichtsrats bzw. andere leitende Führungskräfte oder mit ihnen in enger Beziehung stehende Personen werden auf unserer Internetseite unter :// [WWW.ADIDAS-GROUP.DE/DIRECTORS\\_DEALINGS](http://WWW.ADIDAS-GROUP.DE/DIRECTORS_DEALINGS) veröffentlicht. Im ersten Quartal 2013 erhielt die adidas AG die Mitteilung, dass Christian Tourres, Mitglied des Aufsichtsrats der adidas AG, am 8. März 2013 28.913 Aktien und am 11. März 2013 71.087 Aktien verkauft hat.

## Investor Relations und Media App auch für iPhone verfügbar

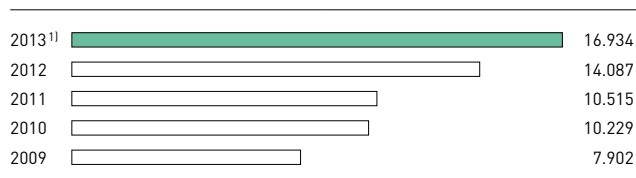
Um die Interaktion mit seinen Stakeholdern weiter zu verbessern, präsentierte der Konzern im März 2013 die Investor Relations und Media App für das iPhone. Bereits im Vorjahr wurde eine Investor Relations und Media App für das iPad erfolgreich eingeführt. Beide Versionen stellen unsere wichtigsten Dokumente und Berichte in einem sehr leserfreundlichen, digitalen Format zur Verfügung. Die Apps umfassen zudem eine Multimedia-Bibliothek und Links zu Webseiten wie dem Corporate Blog sowie zu unseren Markenseiten, die mit Social-Media-Inhalten all unserer Marken verlinkt sind. Somit ist eine direkte Interaktion mit unseren Facebook-Seiten und YouTube-Kanälen möglich und Stakeholder können sich über die neuesten Entwicklungen des Konzerns und seiner Marken stets auf dem Laufenden halten.

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



1) Basierend auf Xetra-Tagesschlusskursen.

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



1) Zum 28. März.

## Geschäftsentwicklung des Konzerns

Im ersten Quartal 2013 verzeichnete der adidas Konzern solide Geschäftsergebnisse. Der Konzernumsatz blieb aufgrund des Wachstums im Segment Einzelhandel sowie in den Anderen Geschäftssegmenten stabil. In Euro lag der Konzernumsatz mit 3,751 Mrd. € um 2 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 3,824 Mrd. €). Die Bruttomarge des Konzerns verbesserte sich um 2,4 Prozentpunkte auf 50,1 % (2012: 47,7 %). 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 stieg im ersten Quartal 2013 um 3 % auf 1,881 Mrd. € (2012: 1,826 Mrd. €). Die operative Marge lag mit 11,8 % um 1,1 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert (2012: 10,7 %). Dies war vor allem das Ergebnis einer höheren Bruttomarge, die den negativen Effekt höherer sonstiger betrieblicher Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz mehr als aufhob. Das Betriebsergebnis des Konzerns verbesserte sich im ersten Quartal 2013 um 8 % auf 442 Mio. € (2012: 409 Mio. €). Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn stieg um 6 % auf 308 Mio. € (2012: 289 Mio. €). Das verwässerte Ergebnis je Aktie erhöhte sich im ersten Quartal 2013 um 6 % auf 1,47 € (2012: 1,38 €).

## Entwicklung Gesamtwirtschaft und Branche

### Weltwirtschaft wächst im ersten Quartal

Im ersten Quartal 2013 verzeichnete die Weltwirtschaft ein moderates Wachstum, wobei sich die Schwellenländer besser entwickelten als die meisten Industrienationen. Durch die Stabilisierung des Inflationsdrucks und den Anstieg des real verfügbaren Einkommens wurden Inlandskonsum und wirtschaftliche Aktivitäten, insbesondere in den Schwellenländern Asiens, unterstützt.

Im Gegensatz dazu waren zahlreiche reife Märkte erheblichen wirtschaftlichen Herausforderungen ausgesetzt, vor allem infolge der hohen Staatsverschuldung. Trotz stärkerer politischer Maßnahmen belasteten die geringen Wachstumsraten und die Umsetzung von Sparmaßnahmen in diesen Märkten das Weltwirtschaftswachstum spürbar.

In Westeuropa zeigten viele wichtige Volkswirtschaften der Region eine rückläufige Entwicklung; hohe Arbeitslosenraten und strikte Sparmaßnahmen wirkten sich negativ auf Investitionsverhalten, Konsumausgaben und Konsumentenvertrauen aus. Der robuste Binnenkonsum und die rege Exporttätigkeit unterstützten jedoch das Wirtschaftswachstum in Deutschland, der größten Volkswirtschaft der Region.

In den europäischen Schwellenländern konnte ein positives BIP-Wachstum verzeichnet werden. Russland profitierte als weltweit führender Energieexporteur von einem relativ stabilen Ölpreis, der staatliche Ausgaben begünstigte und den Konsum unterstützte. Darüber hinaus förderte die niedrige Arbeitslosenquote Konsumentenvertrauen und Konsumausgaben, was ebenfalls zum BIP-Wachstum beitrug. Nichtsdestotrotz wirkte sich die schwache Entwicklung in der Eurozone negativ auf die Exporttätigkeit und die Industrieproduktion vieler Volkswirtschaften der Region aus.

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

	Q1 2012	Q2 2012	Q3 2012	Q4 2012	Q1 2013
USA <sup>2)</sup>	69,5	62,7	68,4	66,7	59,7
Eurozone <sup>3)</sup>	-18,9	-19,6	-25,7	-26,3	-23,5
Japan <sup>4)</sup>	40,1	40,8	40,4	39,1	45,0
China <sup>5)</sup>	100,0	99,3	100,8	103,7	102,6
Russland <sup>6)</sup>	-5,0	-4,0	-6,0	-8,0	-7,0
Brasilien <sup>7)</sup>	113,2	112,6	113,2	115,2	114,3

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: Confederacao Nacional das Industrias.

### 11 / Wechselkursentwicklung<sup>1)</sup> [1 € entspricht]

	Durchschnittskurs 2012	Q2 2012	Q3 2012	Q4 2012	Q1 2013	Durchschnittskurs 2013 <sup>2)</sup>
USD	1,2862	1,2590	1,2930	1,3194	1,2805	1,3206
GBP	0,8115	0,8068	0,7981	0,8161	0,8456	0,8511
JPY	102,65	100,13	100,37	113,61	120,87	121,81
RUB	39,951	41,316	39,976	40,074	39,802	40,145
CNY	8,1137	7,9639	8,1989	8,2931	8,0341	8,2225

1) Kassakurs am Quartalsende.

2) Durchschnittskurs der ersten drei Monate 2013.

Trotz der politischen Unsicherheiten im Zusammenhang mit den Haushaltsdebatten verzeichnete die US-Wirtschaft im ersten Quartal ein BIP-Wachstum. Leichte Verbesserungen auf dem Wohnungs- und Arbeitsmarkt sowie eine relativ stabile Inflation trugen zu einer Verbesserung des Konsumentenvertrauens bei und förderten den Inlandskonsum. Zudem begünstigten die Export- und Industrietätigkeit die Entwicklung der Wirtschaft.

Die meisten Volkswirtschaften Asiens, mit Ausnahme von Japan, erzielten solide BIP-Wachstumsraten. Die meisten Länder der Region meldeten eine weitere Stabilisierung der Inflation. In Verbindung mit deutlich steigenden Löhnen trug dies zur Stärkung des Konsumentenvertrauens bei und kurbelte die Inlandsnachfrage und das Konjunkturwachstum an. Das BIP-Wachstum in Japan hingegen fiel moderat aus; die konjunkturelle Aktivität und die Binnennachfrage wurden hier dank umfangreicher staatlicher Konjunkturprogramme und einer allmählich steigenden Exportaktivität belebt.

In Lateinamerika hatten die niedrige Arbeitslosigkeit, groß angelegte Konjunkturprogramme der Regierung und ein solider Binnenkonsum einen positiven Effekt auf die Volkswirtschaften der Region. Die nachlassende Exportnachfrage seitens Europas und eine steigende Inflation wirkten sich jedoch negativ auf das Konjunkturwachstum aus.

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

Im ersten Quartal 2013 verzeichnete die Sportartikelbranche weltweit ein moderates Wachstum. Diese Entwicklung war hauptsächlich auf steigende Konsumausgaben in den Schwellenländern zurückzuführen, die verhaltene Konsumausgaben in den meisten westeuropäischen Ländern sowie in Japan kompensierten. Aus Categoriesicht verzeichnete Basketball weiterhin starkes Wachstum, wobei sowohl der Performance- als auch der Lifestylebereich gute Ergebnisse vorweisen konnten. Innerhalb der Kategorie Running konnten Lightweight und Technical Running Wachstumsraten erzielen. Die Kategorie Outdoor war einem gewissen Gegenwind ausgesetzt. Dies ist hauptsächlich auf die untypischen Wetterbedingungen zurückzuführen, die zu einem leichten Abschwung, insbesondere bei Winterprodukten, geführt haben. Die Nachfrage nach innovativen und hochwertigen Sporttechnologien und -produkten blieb nach wie vor hoch. Der rasante Ausbau des E-Commerce-Vertriebskanals innerhalb der Branche hat sich fortgesetzt. Marktteilnehmer verfolgten unterschiedliche Strategien, um kommerzielle Chancen mithilfe digitaler und sozialer Medien sowie insbesondere mobiler Technologien optimal zu nutzen.

In Europa verzeichnete die Sportartikelbranche, trotz hoher Arbeitslosigkeit und geringem Konsumentenvertrauen in vielen Märkten der Region, ein moderates Wachstum. In Westeuropa stellte die Nachfrage nach Sportartikeln in einigen Ländern der Eurozone, vor allem in den südlichen Volkswirtschaften, nach wie vor eine große Herausforderung dar.

In den europäischen Schwellenländern kurbelten steigende Löhne den Konsum an, was sich auch positiv auf den Sportartikelsektor auswirkte, insbesondere in Russland, wo die Arbeitslosenquote niedrig ist.

Die Erholung des US-Markts und die Stabilisierung der Inflationsrate förderten die Konsumausgaben, die wiederum positive Auswirkungen auf den Einzelhandel sowie die Sportartikelbranche mit sich brachten. Im Einzelhandel konnte die positive Umsatzentwicklung in den Bereichen Basketball, Training und Sport Lifestyle den leichten Abschwung in bestimmten Bereichen der Kategorien Running, Walking und Outdoor ausgleichen. Viele Sportartikelhändler fokussierten sich auf hochqualitative und technologisch innovative Produkte, um Produktverkäufe, insbesondere zu höheren Preisen, anzukurbeln.

In Asien begünstigten Lohnsteigerungen und zunehmende Konsumausgaben die Umsatzentwicklung der Sportartikelbranche. Das Wachstum der Sportartikelindustrie in China war insbesondere auf internationale Marken zurückzuführen, da ein Großteil der inländischen Anbieter weiterhin mit Überbeständen zu kämpfen hatte. In Japan hingegen blieben die Umsätze in der Sportartikelbranche aufgrund niedrigerer Ausgaben für nicht essenzielle Konsumgüter verhalten.

In Lateinamerika trugen die Lockerung der Kreditvergabepolitik und eine geringe Arbeitslosenquote dazu bei, den Inflationsdruck und das abschwächende Konsumentenvertrauen zu kompensieren. Dies wirkte sich positiv auf die Einzelhandelsumsätze insgesamt aus und förderte zudem die Umsätze mit Sportartikeln im ersten Quartal.

## Gewinn-und-Verlust-Rechnung

### Währungsbereinigter Konzernumsatz bleibt im ersten Quartal 2013 stabil

Im ersten Quartal 2013 blieb der währungsbereinigte Konzernumsatz aufgrund von Umsatzwachstum im Einzelhandelssegment sowie in den Anderen Geschäftssegmenten stabil. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Konzernumsatz lag im ersten Quartal 2013 mit 3,751 Mrd. € um 2 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 3,824 Mrd. €) / GRAFIK 12.

### Konzernumsatz durch Wachstum im Einzelhandelssegment und in den Anderen Geschäftssegmenten unterstützt

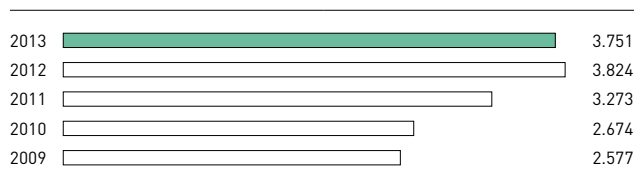
Im ersten Quartal 2013 verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz im Großhandelssegment aufgrund zweistelliger Rückgänge bei Reebok um 3 %. Im Einzelhandelssegment stieg der währungsbereinigte Umsatz infolge von Umsatzsteigerungen bei adidas und Reebok um 6 %. In den Anderen Geschäftssegmenten nahm der Umsatz auf währungsbereinigter Basis infolge eines zweistelligen Umsatzanstiegs bei TaylorMade-adidas Golf um 9 % zu. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Im Großhandelssegment ging der Umsatz im ersten Quartal 2013 um 5 % auf 2,481 Mrd. € zurück (2012: 2,614 Mrd. €). Der Umsatz im Einzelhandelssegment legte um 4 % auf 722 Mio. € zu (2012: 693 Mio. €). In den Anderen Geschäftssegmenten lag der Umsatz mit 548 Mio. € um 6 % über dem Vorjahresniveau (2012: 517 Mio. €).

### Währungsbereinigter Konzernumsatz nimmt in den meisten Regionen zu

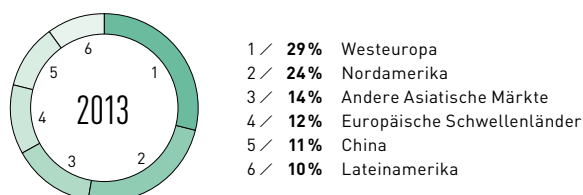
Der währungsbereinigte Konzernumsatz lag im ersten Quartal 2013 in allen Regionen mit Ausnahme von Westeuropa und den Anderen Asiatischen Märkten über dem Vorjahresniveau. In Westeuropa verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz um 6 %. Umsatzzuwächse in Frankreich und Polen wurden durch Rückgänge in Spanien, Italien und Großbritannien mehr als aufgehoben. In den Europäischen Schwellenländern stieg der währungsbereinigte Umsatz infolge von Umsatzsteigerungen im Nahen Osten, Südafrika und Russland/GUS um 3 %. In Nordamerika legte der Konzernumsatz aufgrund des Umsatzwachstums in den USA währungsbereinigt um 3 % zu. Der Umsatz in China erhöhte sich währungsbereinigt um 6 %. In den Anderen Asiatischen Märkten verringerte sich der währungsbereinigte Konzernumsatz um 4 %, da zweistellige Zuwächse in Südkorea durch Rückgänge in Japan mehr als aufgehoben wurden. In Lateinamerika nahm der Umsatz mit zweistelligen Zuwächsen in den meisten wichtigen Märkten der Region währungsbereinigt um 12 % zu. Währungseffekte wirkten sich unterschiedlich auf die Umsatzerlöse der Regionen in Euro aus

/ TABELLE 16.

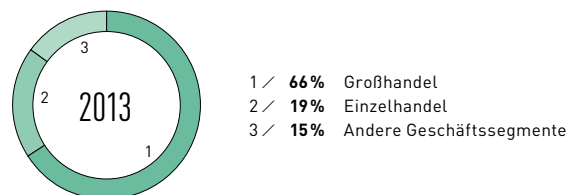
### 12 / Umsatzerlöse im 1. Quartal (in Mio. €)



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



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



## Konzernumsatz wächst in den Bereichen Schuhe und Zubehör

Im ersten Quartal 2013 stieg der Konzernumsatz auf währungs-bereinigter Basis in den meisten Produktbereichen. Der währungs-bereinigte Umsatz im Bereich Schuhe wuchs in diesem Zeitraum um 3%. Verantwortlich hierfür waren zweistellige Zuwächse in den Kategorien Running, Outdoor und Basketball. Im Bereich Bekleidung ging der währungsbereinigte Umsatz um 8% zurück; hier wurden zweistellige Zuwächse in den Kategorien Running und Basketball durch Rückgänge in den Kategorien Training und Fußball mehr als aufgehoben. Die Umsatzerlöse im Bereich Zubehör legten auf währungsbereinigter Basis im Vergleich zum Vorjahr um 13% zu. Verantwortlich hierfür waren in erster Linie deutliche Umsatzsteigerungen bei TaylorMade-adidas Golf. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus / **TABELLE 17**.

Neue Produkteinführungen trugen zum Umsatzwachstum in den Produktbereichen Schuhe und Zubehör bei. Ein Überblick über die wichtigsten Produkteinführungen im ersten Quartal 2013 ist in der entsprechenden Tabelle zu finden / **TABELLE 15**.

## 15 / Wichtige Produkteinführungen im ersten Quartal 2013

Produkt	Marke
Terrex Windstopper Fast Outdoorjacke	adidas
ClimaCool Boat Sleek Outdoorschuh für Frauen	adidas
Golden State Warriors Basketball-Jersey	adidas
NCAA (March Madness) kurzärmeliges Basketball-Jersey	adidas
adizero f50 Messi Fußballschuh	adidas
Originals Torsion Allegra Laufschuh	adidas
Originals Chinese New Year Pack	adidas
Techfit Perfect Fit 3/4 Tight für Frauen	adidas
adidas by Stella McCartney Barricade Tennisschuh für Frauen	adidas
adipure 360 Turnschuh für Kinder	adidas
NEO VLNEO Hoops Mid Basketballs Schuh	adidas
RealFlex Transition 3.0 Trainingsschuh	Reebok
SubLite Duo Laufschuh	Reebok
ATV19+ Laufschuh	Reebok
DMXSky Laufschuh	Reebok
RealFlex Move Walking-Schuh	Reebok
R1 Driver	TaylorMade
RBZ Stage 2 Driver, Fairwayhölzer und Rescue-Hybridschläger	TaylorMade
RocketBladez Tour Eisen	TaylorMade
Lethal Golfball	TaylorMade
adizero Tour Schuh	adidas Golf
Super S Driver, Fairwayhölzer, Hybridschläger und Eisen	Adams Golf
Cardiff Golfschuh	Ashworth
truWalkZero Touring Schuh	Rockport
Barefoot Bootschuh	Rockport

16  
01/2013

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

	1. Quartal 2013	1. Quartal 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	1.096	1.174	- 7 %	- 6 %
Europäische Schwellenländer	433	430	1 %	3 %
Nordamerika	890	869	2 %	3 %
China	409	385	6 %	6 %
Andere Asiatische Märkte	533	594	- 10 %	- 4 %
Lateinamerika	390	372	4 %	12 %
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>3.751</b>	<b>3.824</b>	<b>- 2 %</b>	<b>0 %</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

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

	1. Quartal 2013	1. Quartal 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Schuhe	1.874	1.848	1 %	3 %
Bekleidung	1.382	1.527	- 9 %	- 8 %
Zubehör	495	449	10 %	13 %
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>3.751</b>	<b>3.824</b>	<b>- 2 %</b>	<b>0 %</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

## Bruttomarge des Konzerns verbessert sich um 2,4 Prozentpunkte

Die Bruttomarge des adidas Konzerns lag im ersten Quartal 2013 mit 50,1% um 2,4 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert (2012: 47,7%) / GRAFIK 19. 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, trugen zu dieser Entwicklung bei. Das Bruttoergebnis des Konzerns verbesserte sich im ersten Quartal um 3% auf 1,881 Mrd. € (2012: 1,826 Mrd. €) / GRAFIK 18.

## Höhere Lizenz- und Provisionserträge

Die Lizenz- und Provisionserträge des adidas Konzerns lagen im ersten Quartal 2013 mit 25 Mio. € um 1% über dem Vorjahresniveau (2012: 25 Mio. €). Auf währungsbereinigter Basis stiegen die Lizenz- und Provisionserträge um 1%. Grund hierfür waren vor allem höhere Lizenzumsätze der Marke adidas.

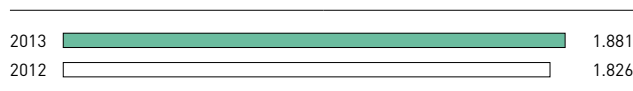
## Sonstige betriebliche Erträge gehen um 28% zurück

Die sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten Posten wie Erlöse aus Abgängen des Anlagevermögens und aus der Auflösung von abgegrenzten Schulden und Rückstellungen sowie Versicherungsentschädigungen. Im ersten Quartal 2013 verringerten sich die sonstigen betrieblichen Erträge um 28% auf 18 Mio. € (2012: 25 Mio. €). Dies resultierte vor allem aus nicht wiederkehrenden Versicherungsentschädigungen im Zusammenhang mit Schadensfällen im Vorjahr.

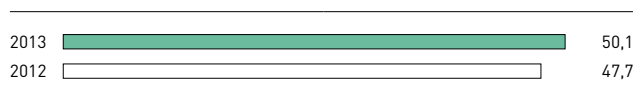
## Sonstige betriebliche Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz steigen um 1,2 Prozentpunkte

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen einschließlich Abschreibungen beinhalten Posten wie das Sales-Working-Budget, das Marketing-Working-Budget und die Betriebsgemeinkosten. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich im ersten Quartal 2013 um 1,2 Prozentpunkte auf 39,5% (2012: 38,4%). In Euro stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 1% auf 1,482 Mrd. € (2012: 1,467 Mrd. €) / GRAFIK 20. Verantwortlich hierfür waren höhere Marketingaufwendungen sowie der Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten des Konzerns. Die Aufwendungen des Sales- und Marketing-Working-Budgets beliefen sich auf 437 Mio. €. Dies entspricht einem Anstieg um 3% gegenüber dem Vorjahreswert (2012: 426 Mio. €). Diese Steigerung steht im Zusammenhang mit höheren Aufwendungen für die Marke adidas. Nach Marken betrachtet stieg das Sales- und Marketing-Working-Budget von adidas im ersten Quartal 2013 um 10% auf 338 Mio. € (2012: 313 Mio. €). Das Sales- und Marketing-Working-Budget von Reebok ging um 43% zurück und belief sich auf 33 Mio. € (2012: 58 Mio. €). Im Verhältnis zum Umsatz stieg das Sales- und Marketing-Working-Budget des Konzerns um 0,5 Prozentpunkte auf 11,6% (2012: 11,1%).

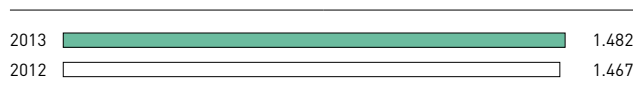
### 18 / Bruttoergebnis im 1. Quartal (in Mio. €)



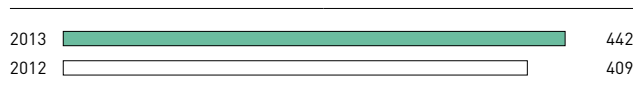
### 19 / Bruttomarge im 1. Quartal (in %)



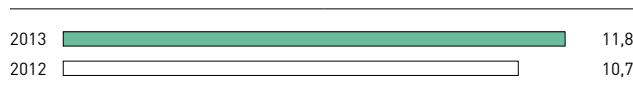
### 20 / Sonstige betriebliche Aufwendungen im 1. Quartal (in Mio. €)



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



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



## Anzahl der Mitarbeiter im Konzern steigt um 1%

Zum Ende des ersten Quartals 2013 beschäftigte der Konzern 47.142 Mitarbeiter. Das entspricht einem Anstieg in Höhe von 1% gegenüber dem Vorjahresstand von 46.485. Verantwortlich für diese Entwicklung war vor allem die gestiegene Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte, insbesondere in den Europäischen Schwellenländern, die zu Neueinstellungen führte. Gemessen in Vollzeitäquivalenten nahm die Mitarbeiteranzahl zum Ende des ersten Quartals um 3% auf 41.091 zu (2012: 39.903).

### Operative Marge verbessert sich um 1,1 Prozentpunkte

Das Betriebsergebnis des Konzerns verbesserte sich im ersten Quartal 2013 um 8% auf 442 Mio. € (2012: 409 Mio. €) / **GRAFIK 21**. Die operative Marge stieg um 1,1 Prozentpunkte auf 11,8% (2012: 10,7%) / **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 47% unter dem Vorjahr

Die Finanzerträge gingen im ersten Quartal 2013 um 47% auf 4 Mio. € zurück (2012: 8 Mio. €). Hauptgrund hierfür waren niedrigere Zinserträge.

### Finanzaufwendungen verringern sich um 30%

Die Finanzaufwendungen gingen im ersten Quartal 2013 um 30% auf 19 Mio. € zurück (2012: 28 Mio. €) / **GRAFIK 23**. Niedrigere Zinsaufwendungen trugen hauptsächlich zu diesem Rückgang bei.

### Gewinn vor Steuern im Verhältnis zum Umsatz steigt um 1,2 Prozentpunkte

Der Konzerngewinn vor Steuern erhöhte sich um 10% auf 427 Mio. € (2012: 389 Mio. €) / **GRAFIK 24**. Der Gewinn vor Steuern im Verhältnis zum Umsatz verbesserte sich im ersten Quartal 2013 um 1,2 Prozentpunkte auf 11,4% (2012: 10,2%). Diese Entwicklung war auf die Verbesserung der operativen Marge sowie auf den Rückgang der Nettofinanzaufwendungen zurückzuführen.

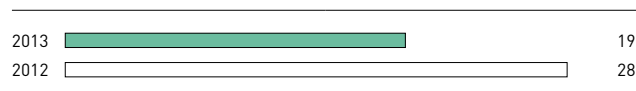
### Steigerung des auf Anteilseigner entfallenden Konzerngewinns um 6%

Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn erhöhte sich im ersten Quartal 2013 auf 308 Mio. € (2012: 289 Mio. €) / **GRAFIK 25**. Dies bedeutet einen Anstieg in Höhe von 6% gegenüber dem Vorjahreswert. Die Steuerquote des Konzerns stieg im ersten Quartal 2013, insbesondere aufgrund einer weniger günstigen Gewinnverteilung, um 2,0 Prozentpunkte auf 27,5% (2012: 25,5%).

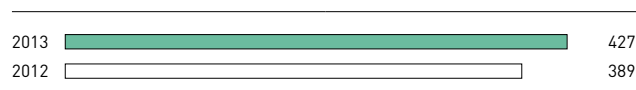
### Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Aktie erreicht 1,47 €

Im ersten Quartal 2013 betrug das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie 1,47 € (2012: 1,38 €) / **GRAFIK 26**. Dies entspricht einem Anstieg um 6%. 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 im ersten Quartal keine potenziellen verwässernden Aktien existierten.

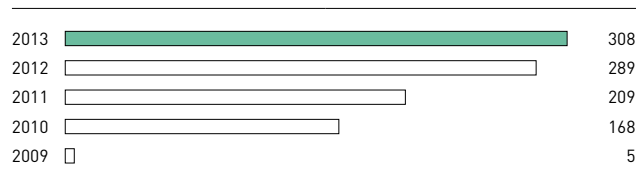
#### 23 / Finanzaufwendungen im 1. Quartal (in Mio. €)



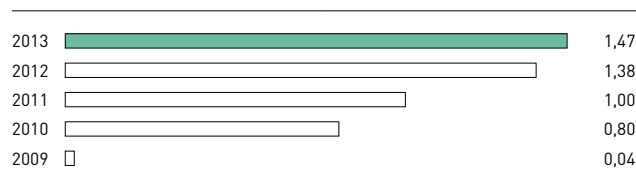
#### 24 / Gewinn vor Steuern im 1. Quartal (in Mio. €)



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



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

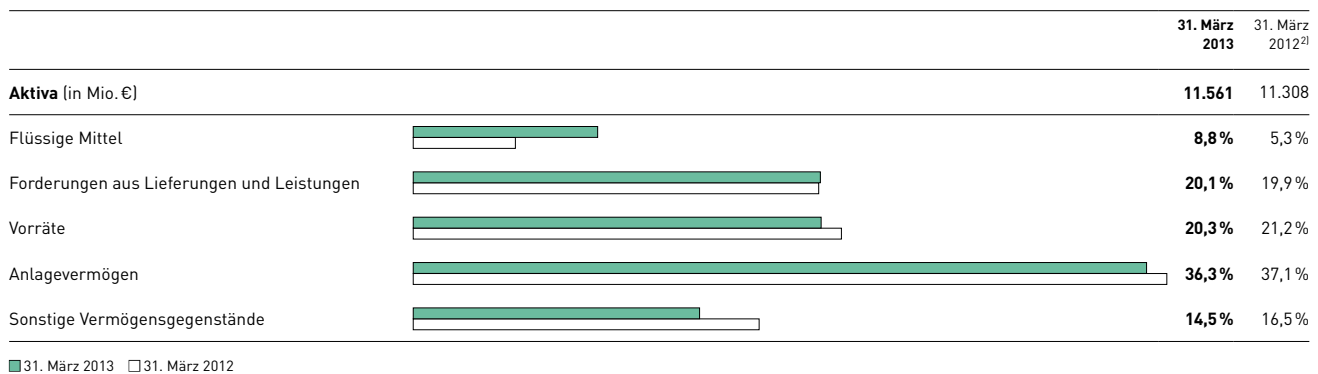


## Bilanz und Kapitalflussrechnung

### Bilanzsumme steigt um 2 %

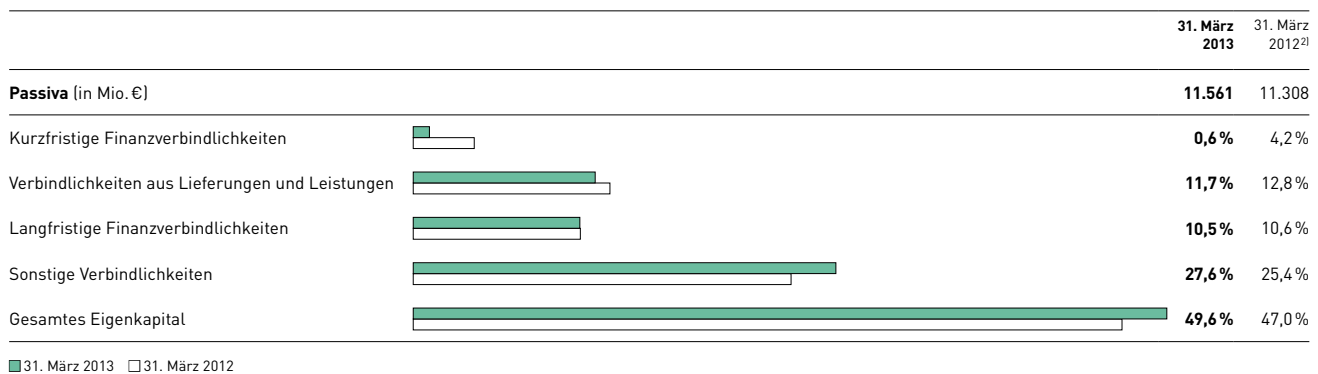
Zum 31. März 2013 stieg die Bilanzsumme gegenüber dem Vorjahr um 2 % auf 11,561 Mrd. € (2012: 11,308 Mrd. €). Verantwortlich hierfür war ein Anstieg der kurzfristigen und langfristigen Vermögenswerte. Gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2012 verringerte sich die Bilanzsumme um 1 %.

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



1) Für absolute Zahlen siehe Konzernbilanz der adidas AG, S. 33.  
2) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

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



1) Für absolute Zahlen siehe Konzernbilanz der adidas AG, S. 33.  
2) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

### Vorräte des Konzerns um 2 % reduziert

Die Vorräte des Konzerns lagen zum 31. März 2013 mit 2,346 Mrd.€ um 2 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 2,395 Mrd.€) / **GRAFIK 29**. Auf währungsbereinigter Basis verringerten sich die Vorräte ebenfalls um 2%; dies spiegelt den kontinuierlichen Fokus des Konzerns hinsichtlich des Lagerbestandsmanagements wider.

### Kurzfristige Finanzanlagen gehen um 81 % zurück

Die kurzfristigen Finanzanlagen gingen zum Ende des ersten Quartals 2013 um 81 % auf 84 Mio.€ zurück (2012: 440 Mio.€). Diese Entwicklung war primär auf niedrigere kurzfristige Cash-Investitionen zurückzuführen.

### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen 3 % über dem Vorjahr

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen des Konzerns erhöhten sich zum 31. März 2013 um 3 % auf 2,328 Mrd.€ (2012: 2,253 Mrd.€) / **GRAFIK 30**. Währungsbereinigt stiegen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ebenfalls um 3%. Der Rückgang der Wertberichtigungen für zweifelhafte Forderungen trug zu dieser Entwicklung bei.

### Anstieg der sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte um 26 %

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte stiegen zum Ende des ersten Quartals 2013 um 26 % auf 233 Mio.€ (2012: 184 Mio.€). Diese Entwicklung war auf höhere beizulegende Zeitwerte von Finanzinstrumenten sowie auf gestiegene sonstige finanzielle Vermögenswerte zurückzuführen.

### Sonstige kurzfristige Vermögenswerte steigen um 11 %

Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich zum Ende des ersten drei Monate 2013 um 11 % auf 574 Mio.€ (2012: 517 Mio.€). Hauptgrund hierfür war ein Anstieg der Vorauszahlungen für Vorräte.

### Anlagevermögen geringfügig über dem Vorjahr

Das Anlagevermögen beinhaltet Sachanlagen, Geschäfts- oder Firmenwerte, Markenrechte und sonstige immaterielle Vermögenswerte sowie langfristige finanzielle Vermögenswerte. Zum Ende des ersten Quartals 2013 erhöhte sich das Anlagevermögen geringfügig auf 4,198 Mrd.€ (2012: 4,193 Mrd.€). Zugänge in Höhe von 456 Mio.€ waren größtenteils auf den weiteren Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten, Investitionen in die IT-Infrastruktur des Konzerns sowie die Weiterentwicklung der Konzernzentrale in Herzogenaurach zurückzuführen. Positive Währungseffekte in Höhe von 120 Mio.€ trugen ebenfalls zu diesem Anstieg bei. Den Zugängen standen eine Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 265 Mio.€ sowie Abschreibungen in Höhe von 272 Mio.€ und Abgänge in Höhe von 34 Mio.€ gegenüber. Verglichen mit dem Stand zum 31. Dezember 2012 erhöhte sich das Anlagevermögen um 1 %.

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

2013	2.346
2012	2.395

1) Zum 31. März.

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

2013	2.328
2012	2.253

1) Zum 31. März.

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

2013	1.351
2012	1.447

1) Zum 31. März.

### Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte verringern sich um 55 %

Zum 31. März 2013 gingen die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte um 55 % auf 11 Mio.€ zurück (2012: 25 Mio.€). Verantwortlich für diesen Rückgang war hauptsächlich der Verkauf der Immobilieninvest und Betriebsgesellschaft Herzo Base GmbH & Co. KG im Jahr 2012.

### Sonstige langfristige Vermögenswerte gehen um 4 % zurück

Die sonstigen langfristigen Vermögenswerte lagen zum Ende des ersten Quartals 2013 mit 107 Mio.€ um 4 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 112 Mio.€). Hauptgrund hierfür waren niedrigere Vorauszahlungen für Promotionverträge.

### Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 7 %

Zum Ende der ersten drei Monate 2013 gingen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 7 % auf 1,351 Mrd.€ zurück (2012: 1,447 Mrd.€) / **GRAFIK 31**. Auf währungsbereinigter Basis verringerten sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ebenfalls um 7%; diese Entwicklung spiegelt den Rückgang der Vorräte im ersten Quartal wider.

### Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten 18 % unter dem Vorjahr

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten lagen zum 31. März 2013 mit 54 Mio. € um 18 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 66 Mio. €). Dieser Rückgang war in erster Linie das Ergebnis niedrigerer sonstiger Darlehen.

### Sonstige kurzfristige Rückstellungen steigen um 6 %

Die sonstigen kurzfristigen Rückstellungen erhöhten sich zum 31. März 2013 um 6 % auf 513 Mio. € (2012: 483 Mio. €). Dies war primär höheren Rückstellungen für Rücklieferungen und Gewährleistungsverpflichtungen zuzuschreiben.

### Kurzfristige abgegrenzte Schulden nehmen um 18 % zu

Die kurzfristigen abgegrenzten Schulden stiegen zum 31. März 2013 um 18 % auf 1,135 Mrd. € (2012: 960 Mio. €). Dieser Anstieg war vor allem auf höhere Abgrenzungen für ausstehende Rechnungen und für Personalkosten zurückzuführen.

### Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten 12 % über dem Vorjahr

Die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten lagen zum Ende des ersten Quartals 2013 mit 386 Mio. € um 12 % über dem Vorjahresniveau (2012: 347 Mio. €). Hauptgründe hierfür waren höhere sonstige Steuerverbindlichkeiten ohne Ertragsteuern sowie Kundenvorauszahlungen.

### Auf Anteilseigner entfallendes Kapital wächst um 8 %

Das auf Anteilseigner entfallende Kapital stieg zum 31. März 2013 um 8 % auf 5,743 Mrd. € (2012: 5,317 Mrd. €) / **GRAFIK 32**. Dies ist vor allem dem in den letzten zwölf Monaten erwirtschafteten Gewinn zuzuschreiben. Positive Währungseffekte in Höhe von 101 Mio. € sowie höhere beizulegende Zeitwerte von Finanzinstrumenten in Höhe von 7 Mio. € trugen ebenfalls zu dieser Entwicklung bei. Diese positiven Effekte wurden durch die im Mai 2012 ausgezahlte Dividende in Höhe von 209 Mio. € mehr als aufgehoben. Gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2012 stieg das auf Anteilseigner entfallende Kapital um 8 %.

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

2013	5.743
2012	5.317

1) Zum 31. März ohne nicht beherrschende Anteile.

### Cashflow spiegelt verbesserte Profitabilität des Konzerns wider

Im ersten Quartal 2013 betrug der Nettomittelabfluss aus der betrieblichen Tätigkeit 575 Mio. € (2012: 704 Mio. €). Der niedrigere Mittelabfluss aus der betrieblichen Tätigkeit im Vergleich zum Vorjahr stand vor allem im Zusammenhang mit dem geringeren Bedarf an operativem kurzfristigem Betriebskapital sowie der verbesserten Profitabilität des Konzerns. Der Nettomittelzufluss aus der Investitionstätigkeit betrug 120 Mio. € (2012: Nettomittelabfluss in Höhe von 49 Mio. €). Dieser bezog sich vor allem auf Erlöse aus dem Verkauf kurzfristiger Finanzanlagen. Der Nettomittelzufluss aus der Investitionstätigkeit wurde durch Ausgaben für Sachanlagen zum Teil aufgehoben. Der Nettomittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit belief sich auf insgesamt 212 Mio. € (2012: Nettomittelzufluss in Höhe von 454 Mio. €). Der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit stand im Zusammenhang mit der Rückzahlung kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten. Währungseffekte in Höhe von 18 Mio. € wirkten sich positiv auf den Finanzmittelbestand des Konzerns im ersten Quartal 2013 aus (2012: negativer Effekt in Höhe von 8 Mio. €). Insgesamt führten diese Entwicklungen zu einem Rückgang der flüssigen Mittel des Konzerns zum Ende des ersten Quartals 2013 um 649 Mio. € auf 1,021 Mrd. € (31. Dezember 2012: 1,670 Mrd. €).

### Nettofinanzverbindlichkeiten sinken um 460 Mio. €

Zum 31. März 2013 beliefen sich die Nettofinanzverbindlichkeiten des Konzerns auf 180 Mio. € (2012: 640 Mio. €) / **GRAFIK 33**. Das entspricht einem Rückgang in Höhe von 460 Mio. € bzw. 72 %. Hauptgrund für diese Reduzierung war die starke Cashflowgenerierung aus der betrieblichen Tätigkeit in den letzten zwölf Monaten. Währungseffekte in Höhe von 37 Mio. € wirkten sich hier positiv aus. Das Verhältnis von Nettofinanzverbindlichkeiten zum rollierenden Zwölfmonats-EBITDA verringerte sich zum Ende des ersten Quartals 2013 auf 0,1 (2012: 0,5).

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

2013	180
2012	640

1) Zum 31. März.

## Geschäftsentwicklung nach Segmenten

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

### Geschäftsentwicklung Großhandel

#### Ergebnisse des Großhandelssegments für das erste Quartal 2013

Im ersten Quartal 2013 ging der Umsatz im Großhandelssegment währungsbereinigt um 3% zurück. Diese Entwicklung war im Wesentlichen auf zweistellige Umsatzrückgänge bei Reebok zurückzuführen. Der Umsatz von adidas Sport Performance lag geringfügig unter dem Vorjahresniveau. adidas Sport Style hingegen verzeichnete eine Umsatzsteigerung im mittleren einstelligen Bereich. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz im Großhandelssegment verringerte sich im ersten Quartal im Vergleich zum Vorjahr um 5% auf 2,481 Mrd. € (2012: 2,614 Mrd. €) / TABELLE 34.

Die Bruttomarge im Großhandelssegment verbesserte sich im ersten Quartal um 2,6 Prozentpunkte auf 44,3% (2012: 41,8%). Verantwortlich hierfür waren ein besserer Preis- und Produktmix und eine günstigere regionale Umsatzverteilung. Nach Marken betrachtet erhöhte sich die Bruttomarge von adidas aus der Großhandelstätigkeit um 2,4 Prozentpunkte auf 45,6% (2012: 43,2%). Die Bruttomarge der Marke Reebok aus der Großhandelstätigkeit verbesserte sich um 1,1 Prozentpunkte auf 33,6% (2012: 32,5%). Das Bruttoergebnis des Großhandelssegments stieg im ersten Quartal 2013 um 1% auf 1,100 Mrd. € (2012: 1,092 Mrd. €) / TABELLE 34.

Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit gingen im ersten Quartal 2013 um 14% auf 207 Mio. € zurück (2012: 241 Mio. €).

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

	1. Quartal 2013	1. Quartal 2012	Veränderung
Umsatzerlöse	2.481	2.614	-5%
Bruttoergebnis	1.100	1.092	1%
Bruttomarge	44,3%	41,8%	2,6 PP
Segmentbetriebsergebnis	893	851	5%
Operative Marge des Segments	36,0%	32,6%	3,4 PP

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

2013	<div style="width: 92%;"></div>	2.481
2012	<div style="width: 100%;"></div>	2.614
2011	<div style="width: 88%;"></div>	2.320
2010	<div style="width: 72%;"></div>	1.898

Dies war primär geringeren Aufwendungen für Verwaltung und Logistik zuzuschreiben. Im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit um 0,9 Prozentpunkte auf 8,3% (2012: 9,2%). Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Großhandelssegment beinhalten in erster Linie Aufwendungen für Vertriebspersonal, Verwaltung und Logistik sowie Aufwendungen des Sales-Working-Budgets.

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

	1. Quartal 2013	1. Quartal 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	891	972	-8%	-8%
Europäische Schwellenländer	158	160	-1%	2%
Nordamerika	430	453	-5%	-4%
China	349	327	7%	6%
Andere Asiatische Märkte	340	393	-14%	-8%
Lateinamerika	313	309	1%	9%
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>2.481</b>	<b>2.614</b>	<b>-5%</b>	<b>-3%</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Das Segmentbetriebsergebnis verbesserte sich im ersten Quartal 2013 um 5% auf 893 Mio.€ (2012: 851 Mio.€). Die operative Marge des Segments stieg um 3,4 Prozentpunkte auf 36,0% (2012: 32,6%) / **TABELLE 34.** Gründe hierfür waren die höhere Bruttomarge sowie der positive Effekt niedrigerer Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz.

### Entwicklung des Großhandelssegments nach Regionen

Im ersten Quartal 2013 verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz in Westeuropa um 8%. Umsatzzuwächse in Frankreich und Polen wurden durch zweistellige Rückgänge in Spanien, Italien und Großbritannien mehr als aufgehoben. In den Europäischen Schwellenländern erhöhte sich der währungsbereinigte Umsatz aufgrund von Wachstum im Nahen Osten um 2%. In Nordamerika ging der Umsatz im Großhandelssegment infolge von Rückgängen sowohl in den USA als auch in Kanada währungsbereinigt um 4% zurück. In China legte der währungsbereinigte Umsatz um 6% zu. In den Anderen Asiatischen Märkten lag der währungsbereinigte Umsatz um 8% unter dem Vorjahresniveau. Zweistellige Umsatzzuwächse in Südkorea wurden durch Rückgänge in Japan mehr als aufgehoben. In Lateinamerika stieg der Umsatz mit zweistelligen Zuwächsen in den meisten wichtigen Märkten der Region währungsbereinigt um 9%. Währungseffekte wirkten sich unterschiedlich auf die Umsatzerlöse der Regionen in Euro aus / **TABELLE 36.**

### Entwicklung des Großhandelssegments nach Marken

Im ersten Quartal 2013 verringerte sich der Großhandelsumsatz von adidas Sport Performance auf währungsbereinigter Basis um 2%. Umsatzzuwächse in den Kategorien Running, Outdoor und Basketball wurden durch Rückgänge in Kategorien wie Fußball und Training mehr als aufgehoben. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von adidas Sport Performance lag mit 1,568 Mrd.€ um 4% unter dem Vorjahresniveau (2012: 1,628 Mrd.€).

Der Großhandelsumsatz von adidas Sport Style stieg im ersten Quartal 2013 währungsbereinigt um 4%. 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 Sport Style erhöhte sich um 2% auf 663 Mio.€ (2012: 647 Mio.€).

Der währungsbereinigte Großhandelsumsatz bei Reebok verringerte sich im ersten Quartal 2013 um 21%. Hauptgründe hierfür waren die Nichtverlängerung der NFL-Lizenzvereinbarung sowie die anhaltenden Herausforderungen in einigen lateinamerikanischen Märkten. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von Reebok ging um 23% auf 265 Mio.€ zurück (2012: 344 Mio.€).

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

Q1 2013	<div style="width: 85%;"></div>	2.481
Q1 2012	<div style="width: 88%;"></div>	2.614
Q2 2013	<div style="width: 82%;"></div>	2.113
Q2 2012	<div style="width: 75%;"></div>	
Q3 2013	<div style="width: 92%;"></div>	2.743
Q3 2012	<div style="width: 88%;"></div>	
Q4 2013	<div style="width: 80%;"></div>	2.063
Q4 2012	<div style="width: 75%;"></div>	

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

Q1 2013	<div style="width: 85%;"></div>	893
Q1 2012	<div style="width: 82%;"></div>	851
Q2 2013	<div style="width: 65%;"></div>	630
Q2 2012	<div style="width: 55%;"></div>	
Q3 2013	<div style="width: 90%;"></div>	907
Q3 2012	<div style="width: 80%;"></div>	
Q4 2013	<div style="width: 60%;"></div>	577
Q4 2012	<div style="width: 50%;"></div>	

## Geschäftsentwicklung Einzelhandel

### Ergebnisse des Einzelhandelssegments für das erste Quartal 2013

Im ersten Quartal 2013 wuchs der Umsatz im Einzelhandelssegment währungsbereinigt um 6%. Verantwortlich hierfür waren Umsatzsteigerungen sowohl bei adidas als auch bei Reebok. Die Umsatzerlöse von Concept Stores, Factory Outlets und Concession Corners lagen allesamt über dem Vorjahresniveau. Der Umsatz im Bereich eCommerce legte währungsbereinigt um 68% zu. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz erhöhte sich um 4% auf 722 Mio. € (2012: 693 Mio. €) / **TABELLE 39**. Auf vergleichbarer Basis verringerte sich der Umsatz währungsbereinigt um 1%. Zweistellige Umsatzzuwächse bei Concession Corners wurden durch Rückgänge bei Concept Stores und Factory Outlets mehr als aufgehoben.

Die Bruttomarge im Einzelhandelssegment ging im ersten Quartal 2013 um 0,8 Prozentpunkte auf 60,7% zurück (2012: 61,5%). Vermehrte Sonderaktionen in einigen Ländern trugen wesentlich zum Rückgang der Marge bei. Nach Marken betrachtet verringerte sich die Bruttomarge bei adidas um 0,6 Prozentpunkte auf 62,2% (2012: 62,8%). Bei Reebok lag die Bruttomarge mit 52,8% um 1,8 Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert (2012: 54,6%). Das Bruttoergebnis im Einzelhandelssegment verbesserte sich im ersten Quartal 2013 um 3% auf 438 Mio. € (2012: 426 Mio. €) / **TABELLE 39**.

Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit nahmen im ersten Quartal 2013 um 8% auf 338 Mio. € zu (2012: 311 Mio. €). Diese Entwicklung resultierte aus höheren Aufwendungen durch die gestiegene Anzahl der eigenen Einzelhandelsgeschäfte, insbesondere in den Europäischen Schwellenländern, sowie aus höheren Sales-Working-Budget-Aufwendungen. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit um 1,8 Prozentpunkte auf 46,7% (2012: 44,9%). Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Einzelhandel beinhalten in erster Linie Personal- und Mietaufwendungen sowie Sales-Working-Budget-Aufwendungen.

Das Segmentbetriebsergebnis lag im ersten Quartal 2013 mit 101 Mio. € um 12% unter dem Vorjahresniveau (2012: 115 Mio. €). Die operative Marge des Segments ging um 2,6 Prozentpunkte auf 14,0% zurück (2012: 16,6%) / **TABELLE 39**. Dies war das Ergebnis einer niedrigeren

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

	1. Quartal 2013	1. Quartal 2012	Veränderung
Umsatzerlöse	722	693	4 %
Bruttoergebnis	438	426	3 %
Bruttomarge	60,7 %	61,5 %	-0,8 PP
Segmentbetriebsergebnis	101	115	-12 %
Operative Marge des Segments	14,0 %	16,6 %	-2,6 PP

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

2013	722
2012	693
2011	577
2010	459

Bruttomarge und höherer Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz.

### Entwicklung des Einzelhandelssegments nach Regionen

Im ersten Quartal 2013 nahm der Umsatz im Einzelhandelssegment auf währungsbereinigter Basis in allen Regionen zu. In Westeuropa erhöhte sich der Einzelhandelsumsatz, vor allem infolge von Zuwächsen in Großbritannien, Deutschland und Spanien, währungsbereinigt um 3%. In den Europäischen Schwellenländern stieg der Umsatz währungsbereinigt um 4%. Dies war vor allem eine Folge von Umsatzwachstum in Russland/GUS, wo sowohl die Marke adidas als auch die Marke Reebok Zuwächse erzielte. In Nordamerika legte der Umsatz im Einzelhandelssegment aufgrund von Wachstum sowohl in den USA als auch in Kanada währungsbereinigt um 4% zu. In China lag der Umsatz währungsbereinigt um 11% über dem Vorjahresniveau. In den Anderen Asiatischen Märkten nahm der Umsatz währungsbereinigt um 5% zu. Dieser Anstieg resultierte hauptsächlich aus einem Umsatzplus in Südkorea und Japan. In Lateinamerika erhöhte sich der Einzelhandelsumsatz infolge zweistelliger Zuwächse in den meisten Märkten, allen voran in Brasilien und Argentinien, währungsbereinigt um 27%. Währungseffekte wirkten sich unterschiedlich auf die Umsatzerlöse der Regionen in Euro aus / **TABELLE 41**.

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

	1. Quartal 2013	1. Quartal 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	113	110	3 %	3 %
Europäische Schwellenländer	265	258	3 %	4 %
Nordamerika	122	118	3 %	4 %
China	52	46	11 %	11 %
Andere Asiatische Märkte	99	102	-3 %	5 %
Lateinamerika	71	58	22 %	27 %
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>722</b>	<b>693</b>	<b>4 %</b>	<b>6 %</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

## Entwicklung des Einzelhandelssegments nach Marken

Im ersten Quartal 2013 stieg der währungsbereinigte Umsatz von adidas Sport Performance um 7%. Dies war hauptsächlich zweistelligen Zuwächsen in den Kategorien Training, Running und Basketball zuzuschreiben. Der Umsatz von adidas Sport Style nahm auf währungsbereinigter Basis um 5% zu. Vor allem das Umsatzwachstum bei adidas Originals im hohen einstelligen Bereich war für diese Entwicklung ausschlaggebend. Der Umsatz von Reebok stieg im Vergleich zum Vorjahr währungsbereinigt um 6%. Auf vergleichbarer Basis lag der währungsbereinigte Umsatz der Marke adidas um 1% unter dem Vorjahresniveau. Der währungsbereinigte Umsatz von Reebok blieb auf vergleichbarer Basis stabil gegenüber dem Vorjahr. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der eigenen Einzelhandelsgeschäfte von adidas Sport Performance stieg im ersten Quartal 2013 um 5% auf 389 Mio. € (2012: 372 Mio. €), der Umsatz der eigenen Einzelhandelsgeschäfte von adidas Sport Style nahm in diesem Zeitraum um 3% auf 218 Mio. € zu (2012: 212 Mio. €). Der Umsatz der eigenen Einzelhandelsgeschäfte von Reebok erhöhte sich um 5% auf 113 Mio. € (2012: 108 Mio. €).

### Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte

Zum 31. März 2013 betrieb das Einzelhandelssegment des adidas Konzerns 2.458 Geschäfte. Dies bedeutet einen Nettoanstieg um 12 Geschäfte gegenüber 2.446 Geschäften zum Ende des Vorjahres. Die Gesamtzahl der Geschäfte setzte sich aus 1.372 adidas Geschäften und 349 Reebok Geschäften zusammen (31. Dezember 2012: 1.353 adidas Geschäfte, 363 Reebok Geschäfte). Zudem betrieb das Einzelhandelssegment 737 Factory Outlets (31. Dezember 2012: 730). Im Verlauf des ersten Quartals 2013 eröffnete der Konzern 92 neue Geschäfte, 80 wurden geschlossen und 37 umgestaltet.

### Entwicklung nach Einzelhandelsformaten

Der Umsatz der Concept Stores beinhaltet die Umsatzerlöse von adidas Sport Performance, adidas Sport Style und Reebok Concept Stores. Im ersten Quartal 2013 stieg der Umsatz der Concept Stores währungsbereinigt um 5%. adidas verzeichnete hierbei einen Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Bereich, Reebok erzielte eine Umsatzsteigerung im zweistelligen Bereich. Auf vergleichbarer Basis verringerte sich der Umsatz der Concept Stores währungsbereinigt um 1%. Im Verlauf des ersten Quartals eröffnete der Konzern 42 neue Concept Stores, 47 wurden geschlossen. Infolgedessen ging die Anzahl der Concept Stores zum Ende des ersten Quartals um 5 auf 1.432 zurück (2012: 1.437); davon gehörten 1.180 Concept Stores zur Marke adidas und 252 zur Marke Reebok. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Concept Stores legte im ersten Quartal um 3% auf 331 Mio. € zu (2012: 321 Mio. €).

Der Umsatz der Factory Outlets beinhaltet die Umsatzerlöse von Factory Outlets der Marken adidas und Reebok. Im ersten Quartal 2013 nahm der Umsatz der Factory Outlets aufgrund von Umsatzsteigerungen bei adidas auf währungsbereinigter Basis um 2% zu. Auf vergleichbarer Basis ging der währungsbereinigte Umsatz der Factory Outlets um 2% zurück. Im Verlauf des ersten Quartals eröffnete der Konzern 19 neue Factory Outlets, 12 wurden geschlossen. Infolgedessen erhöhte

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

Q1 2013	<div style="width: 85%;"></div>	722
Q1 2012	<div style="width: 78%;"></div>	693
Q2 2013	<div style="width: 92%;"></div>	854
Q2 2012	<div style="width: 88%;"></div>	944
Q3 2013	<div style="width: 95%;"></div>	882
Q3 2012	<div style="width: 90%;"></div>	
Q4 2013	<div style="width: 90%;"></div>	
Q4 2012	<div style="width: 85%;"></div>	

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

Q1 2013	<div style="width: 65%;"></div>	101
Q1 2012	<div style="width: 70%;"></div>	115
Q2 2013	<div style="width: 85%;"></div>	217
Q2 2012	<div style="width: 80%;"></div>	206
Q3 2013	<div style="width: 90%;"></div>	186
Q3 2012	<div style="width: 85%;"></div>	
Q4 2013	<div style="width: 85%;"></div>	
Q4 2012	<div style="width: 80%;"></div>	

sich die Anzahl der Factory Outlets zum Ende des ersten Quartals 2013 um 7 auf 737 (31. Dezember 2012: 730). Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Factory Outlets verringerte sich im ersten Quartal 2013 um 1% auf 315 Mio. € (2012: 317 Mio. €).

Der Umsatz der Concession Corners beinhaltet die Umsatzerlöse der Concession Corners von adidas und Reebok. Im ersten Quartal 2013 stieg der Umsatz der Concession Corners währungsbereinigt um 6%. adidas verzeichnete hierbei einen Umsatzanstieg im niedrigen einstelligen Bereich, Reebok im deutlich zweistelligen Bereich. Auf vergleichbarer Basis erhöhte sich der Umsatz der Concession Corners währungsbereinigt um 12%. Im Verlauf des ersten Quartals eröffnete der Konzern 31 neue Concession Corners, 21 wurden geschlossen. Infolgedessen erhöhte sich die Anzahl der Concession Corners zum Ende des ersten Quartals 2013 um 10 auf 289 (31. Dezember 2012: 279); davon gehörten 192 zur Marke adidas und 97 zur Marke Reebok. Währungseffekte wirkten sich positiv auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Concession Corners stieg im ersten Quartal 2013 um 7% auf 28 Mio. € (2012: 26 Mio. €).

Der eCommerce Umsatz umfasst die E-Commerce-Umsätze der Marken adidas und Reebok. Die E-Commerce-Umsätze bei adidas und Reebok lagen im ersten Quartal 2013 währungsbereinigt um 68% 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 im ersten Quartal 2013 um 65% auf 48 Mio. € zu (2012: 29 Mio. €).

## Geschäftsentwicklung Andere Geschäftssegmente

### Ergebnisse der Anderen Geschäftssegmente für das erste Quartal 2013

Im ersten Quartal 2013 stieg der Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten auf währungsbereinigter Basis um 9%. Verantwortlich hierfür waren vor allem zweistellige Zuwächse bei TaylorMade-adidas Golf. Rockport erzielte ein Umsatzplus im niedrigen einstelligen Bereich, Reebok-CCM Hockey hingegen verzeichnete einen Umsatzrückgang im zweistelligen Bereich. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten lag mit 548 Mio. € um 6% über dem Vorjahresniveau [2012: 517 Mio. €] / TABELLE 44.

Die Bruttomarge erhöhte sich hauptsächlich aufgrund der höheren Gewichtung von TaylorMade-adidas Golf um 0,9 Prozentpunkte auf 44,6% [2012: 43,7%]. Das Bruttoergebnis der Anderen Geschäftssegmente verbesserte sich im ersten Quartal 2013 um 8% auf 244 Mio. € [2012: 226 Mio. €] / TABELLE 44.

Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit gingen im ersten Quartal 2013 um 6% auf 73 Mio. € zurück [2012: 78 Mio. €]. Diese Entwicklung war hauptsächlich niedrigeren Aufwendungen für Verwaltung bei TaylorMade-adidas Golf und Rockport zuzuschreiben. Im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit um 1,8 Prozentpunkte auf 13,3% [2012: 15,0%]. 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 stieg im ersten Quartal 2013 um 16% auf 172 Mio. € [2012: 148 Mio. €]. Die operative Marge des Segments verbesserte sich um 2,6 Prozentpunkte auf 31,3% [2012: 28,7%] / TABELLE 44. Verantwortlich für diese Entwicklung waren die positiven Effekte einer höheren Bruttomarge und niedrigerer Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz.

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

	1. Quartal 2013	1. Quartal 2012	Veränderung
Umsatzerlöse	548	517	6 %
Bruttoergebnis	244	226	8 %
Bruttomarge	44,6 %	43,7 %	0,9 PP
Segmentbetriebsergebnis	172	148	16 %
Operative Marge des Segments	31,3 %	28,7 %	2,6 PP

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

2013	<div style="width: 100%;"></div>	548
2012	<div style="width: 94%;"></div>	517
2011	<div style="width: 86%;"></div>	376
2010	<div style="width: 78%;"></div>	316

### Entwicklung der Anderen Geschäftssegmente nach Regionen

In Westeuropa nahm der währungsbereinigte Umsatz der Anderen Geschäftssegmente im ersten Quartal 2013 um 1% zu. Grund hierfür waren Umsatzzuwächse bei TaylorMade-adidas Golf im hohen einstelligen Bereich. In den Europäischen Schwellenländern ging der Umsatz auf währungsbereinigter Basis um 12% zurück, da Umsatzsteigerungen bei Rockport durch Rückgänge bei Reebok-CCM Hockey und TaylorMade-adidas Golf mehr als aufgehoben wurden. In Nordamerika legte der Umsatz, infolge deutlich zweistelliger Zuwächse bei TaylorMade-adidas Golf, währungsbereinigt um 14% zu. Rockport erzielte ein Umsatzplus im mittleren einstelligen Bereich, Reebok-CCM Hockey hingegen verzeichnete einen Umsatzrückgang im hohen einstelligen Bereich. In China lag der währungsbereinigte Umsatz aufgrund von Umsatzrückgängen bei TaylorMade-adidas Golf um 25% unter dem Vorjahresniveau. In den Anderen Asiatischen Märkten erhöhte sich der Umsatz infolge von Umsatzsteigerungen bei TaylorMade-adidas Golf und Rockport auf währungsbereinigter Basis um 5%. In Lateinamerika verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz aufgrund von Umsatzrückgängen bei TaylorMade-adidas Golf und Rockport um 5%. Währungseffekte wirkten sich unterschiedlich auf die Umsatzerlöse der Regionen in Euro aus / TABELLE 46.

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

	1. Quartal 2013	1. Quartal 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	92	92	0 %	1 %
Europäische Schwellenländer	10	12	- 16 %	- 12 %
Nordamerika	338	297	14 %	14 %
China	8	11	- 25 %	- 25 %
Andere Asiatische Märkte	95	99	- 4 %	5 %
Lateinamerika	5	5	- 8 %	- 5 %
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>548</b>	<b>517</b>	<b>6 %</b>	<b>9 %</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

## Entwicklung der Anderen Geschäftssegmente nach Segmenten








Bei TaylorMade-adidas Golf legte der Umsatz im ersten Quartal 2013 währungsbereinigt um 13% zu. Das Umsatzwachstum bei TaylorMade war in erster Linie auf deutlich zweistellige Zuwächse in der Kategorie Eisen zurückzuführen. Auch adidas Golf verzeichnete einen Anstieg, der hauptsächlich einem zweistelligen Umsatzplus im Bereich Schuhe zuzuschreiben war. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse von TaylorMade-adidas Golf in Euro aus. Der Umsatz stieg um 9% auf 423 Mio. € (2012: 387 Mio. €).

Der Umsatz von Rockport erhöhte sich auf währungsbereinigter Basis um 2%. 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 erhöhte sich im ersten Quartal 2013 um 1% auf 61 Mio. € (2012: 60 Mio. €).



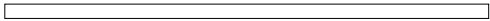





Der währungsbereinigte Umsatz von Reebok-CCM Hockey lag um 18% unter dem Vorjahresniveau. Diese Entwicklung war in erster Linie auf den NHL-Lockout, der zu Beginn des Jahres noch andauerte, zurückzuführen. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von Reebok-CCM Hockey ging im ersten Quartal 2013 um 18% auf 31 Mio. € zurück (2012: 37 Mio. €).

Der Umsatz der Anderen Zentral Geführten Marken stieg vor allem aufgrund von Wachstum bei Five Ten 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 5% auf 33 Mio. € (2012: 32 Mio. €).

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

Q1 2013		548
Q1 2012		517
Q2 2013		550
Q3 2013		486
Q3 2012		486
Q4 2013		424
Q4 2012		424

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

Q1 2013		172
Q1 2012		148
Q2 2013		171
Q2 2012		171
Q3 2013		127
Q3 2012		127
Q4 2013		95
Q4 2012		95

# 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 fördern. 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 Konzernergebnisse im Jahr 2013. Wir prognostizieren aufgrund des erwarteten Wachstums in allen Segmenten einen währungsbereinigten Anstieg des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Bereich. Wir gehen davon aus, dass die Bruttomarge des Konzerns auf ein Niveau zwischen 48,0% und 48,5% 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 und niedrigerer sonstiger betrieblicher Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz voraussichtlich auf annähernd 9,0% verbessern. Infolgedessen rechnen wir mit einer Steigerung des Ergebnisses je Aktie auf einen Wert zwischen 4,25 € und 4,40 €.

## Nachtrag

### Keine Veränderungen seit Quartalsende

Seit Ende des ersten Quartals 2013 gab es keine signifikanten organisatorischen, gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, gesellschaftsrechtlichen oder finanzierungstechnischen Änderungen sowie keine Veränderungen im Management, die sich nach unseren Erwartungen maßgeblich auf unser Geschäft auswirken könnten.

## Ausblick

### Zukunftsbezogene Aussagen

Dieser Lagebericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf der aktuellen Prognose des Managements zur künftigen Entwicklung des adidas Konzerns beruhen. Der Ausblick basiert auf Einschätzungen, die wir anhand aller uns zum jetzigen Zeitpunkt verfügbaren Informationen getroffen haben. Diese Aussagen unterliegen zudem Unsicherheiten – wie im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 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 2,4% wachsen (2012: 2,3%). Für die reifen Märkte wird ein BIP-Wachstum von 1,3% erwartet. Für die Eurozone wird ein Rückgang prognostiziert, wenn auch in geringerem Ausmaß als im Jahr 2012. Nach wie vor herrscht Einigkeit darüber, dass das Weltwirtschaftswachstum auch künftig größtenteils von den Schwellenländern, insbesondere von Asien und Lateinamerika, generiert werden wird. Dieses Wachstum in vielen Schwellenländern dürfte weiterhin zu rapiden Lohnsteigerungen und höheren verfügbaren Einkommen führen. Wir gehen davon aus, dass diese positiven 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% zurückgehen. Schuldenabbau, angespannte Kreditmärkte, Sparmaßnahmen und hohe Arbeitslosigkeit stellen weiterhin wesentliche Herausforderungen dar, die die Konjunkturerholung der Region bremsen. Dennoch wird erwartet, dass sich die stabilisierende Nachfrage aus Asien positiv auf die Exportaktivität auswirken wird, insbesondere in Deutschland, der größten Volkswirtschaft der Region, für die für Binnennachfrage und BIP weiterhin positive Tendenzen prognostiziert werden.

Trotz der nachlassenden Exportnachfrage aus der Eurozone wird das BIP der europäischen Schwellenländer im Jahr 2013 voraussichtlich um etwa 2,7% wachsen. Es wird erwartet, dass vor allem große Volkswirtschaften wie Russland, die Türkei und Polen vom steigenden Inlandsverbrauch profitieren.

Für die USA wird im Jahr 2013 ein BIP-Wachstum in Höhe von 2,7% prognostiziert. Der konjunkturelle Aufschwung dürfte durch die Inlandsnachfrage sowie durch eine anziehende Industrie- und Exporttätigkeit begünstigt werden. Nach wie vor herrscht Einigkeit darüber, dass die Inflation moderat bleiben wird und dass sich die Lage auf dem Arbeits- und Immobilienmarkt weiter verbessern wird. Diese Effekte dürften sich positiv auf die Konsumausgaben auswirken und das Konjunkturwachstum unterstützen. Dennoch werden höhere Steuern und weitere Ausgabenkürzungen sowie eine relativ hohe Arbeitslosenquote einen zügigeren Konjunkturaufschwung insgesamt erschweren.

Für Asien wird im Jahr 2013 ein BIP-Wachstum in Höhe von 4,6% 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 hingegen wird 2013, trotz umfangreicher geld- und steuerpolitischer Maßnahmen der Regierung, mit einem geringen Anstieg des BIP in Höhe von 1,2% gerechnet.

Für Lateinamerika wird 2013 ein BIP-Wachstum in Höhe von 3,0% prognostiziert; hierbei dürften eine solide Exporttätigkeit, ein gesunder Arbeitsmarkt und relativ robuste Konsumausgaben die wirtschaftliche Entwicklung fördern. Weitere Eingriffe der Regierungen der Region, um ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Konjunkturwachstum und Inflation zu erreichen, könnten diese Entwicklung jedoch beeinflussen.

### 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. Ähnlich dem gesamtwirtschaftlichen Trend 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 beschränken wird. Lohnsteigerungen in den schneller wachsenden Volkswirtschaften werden voraussichtlich erhebliche Kosten für die Branche mit sich bringen, insbesondere in den Beschaffungs- und Produktionsländern der Sportartikelindustrie. Aufgrund der positiven Effekte im Zusammenhang mit dem FIFA Confederations Cup 2013 und den Aktivitäten im Vorfeld der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014, die jeweils in Brasilien stattfinden werden, dürfte jedoch die Sportartikelbranche und insbesondere die Kategorie Fußball in der zweiten Jahreshälfte 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. Vor allem Russlands Sportartikelsektor wird jedoch von der 14. Leichtathletikweltmeisterschaft, die im August 2013 in Moskau stattfinden wird, profitieren.

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

29  
01/2013

### 49 / adidas Konzern Ausblick für 2013

Währungsbereinigte Umsatzentwicklung (in %):		Bisherige Prognose <sup>1)</sup>
adidas Konzern	Anstieg im mittleren einstelligen Bereich	Anstieg im mittleren einstelligen Bereich
Großhandelssegment	Anstieg im niedrigen einstelligen Bereich	Anstieg im niedrigen einstelligen Bereich
Einzelhandelssegment	Anstieg im hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Bereich	Anstieg im hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Bereich
Auf vergleichbarer Basis	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich
Andere Geschäftssegmente	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich
TaylorMade-adidas Golf	Anstieg im mittleren einstelligen Bereich	Anstieg im mittleren einstelligen Bereich
Rockport	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich
Reebok-CCM Hockey	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich	Anstieg im niedrigen zweistelligen Bereich
Bruttomarge	48,0 % bis 48,5 %	48,0 % bis 48,5 %
Operative Marge	annähernd 9,0 %	annähernd 9,0 %
Ergebnis je Aktie	4,25 € bis 4,40 €	4,25 € bis 4,40 €
Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz	moderater Anstieg	moderater Anstieg
Investitionen	500 Mio. € bis 550 Mio. €	500 Mio. € bis 550 Mio. €
Anzahl der Shops	Nettoanstieg um rund 100 Shops	Nettoanstieg um rund 100 Shops
Bruttofinanzverbindlichkeiten	Rückgang	Rückgang

1) Wie am 7. März 2013 veröffentlicht.

In China werden deutlich steigende Löhne und zunehmender Inlandskonsum den Umsatz in der Sportartikelbranche im Jahr 2013 den Prognosen zufolge beflügeln. Wir rechnen damit, dass internationale Marken weiterhin Marktanteile hinzugewinnen werden. Überangebot und Preisreduzierungen bereiten der Sportartikelbranche, insbesondere lokalen Anbietern, jedoch nach wie vor Sorge.

In anderen asiatischen Märkten wird die Sportartikelbranche 2013 voraussichtlich wachsen, wobei es jedoch regionale Unterschiede geben wird. Die Sportartikelbranche in Japan dürfte im Jahr 2013 ein moderates Wachstum erreichen, da die allmähliche Erholung im Exportbereich und umfassende Anreizprogramme seitens der Regierung das Konsumentenvertrauen und die Konsumausgaben begünstigen. Für die meisten anderen wichtigen asiatischen Schwellenländer wird für 2013 von einem rasanten 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; ein gesunder Arbeitsmarkt und 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 mittleren einstelligen Bereich**

Wir erwarten, dass der Konzernumsatz im Jahr 2013 währungsbereinigt im mittleren einstelligen Bereich wachsen wird. Währungseffekte werden sich voraussichtlich negativ auf die Umsatzentwicklung in Euro auswirken. Trotz der hohen Unsicherheit bezüglich der Entwicklung der Weltwirtschaft und der Konsumausgaben werden die starke Präsenz des adidas Konzerns in schnell wachsenden Schwellenländern sowie der weitere Ausbau des Einzelhandelssegments die Umsatzentwicklung des Konzerns unterstützen. Zudem werden wir dank unserer Innovationsstärke bedeutende neue Produkte während des gesamten Jahres auf den Markt bringen. Dies wird nicht wiederkehrende positive 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 für die zweite Jahreshälfte erwartet. Basierend auf diesen Erwartungen für das Gesamtjahr gehen wir davon aus, dass das Wachstum des adidas Konzerns im Jahr 2013 die Entwicklung der Weltwirtschaft übertreffen wird.

### **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 Wachstums-erwartungen 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 und Basketball sein. Der Umsatz von adidas Sport Style wird den Prognosen zufolge auf währungsbereinigter Basis im hohen einstelligen Bereich ansteigen. Dies wird auf die anhaltende Dynamik und Expansion bei adidas Originals und dem adidas NEO Label zurückzuführen sein. Für Reebok erwarten wir einen Anstieg des währungsbereinigten Umsatzes im mittleren einstelligen Bereich. Hauptgründe hierfür werden Umsatzzuwächse in den Kategorien Fitnesstraining, Fitnessrunning und Classics sowie die Einführung von neuen Kategorien wie Studio sein.

### **Währungsbereinigtes Umsatzwachstum im hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Bereich im Einzelhandelssegment**

Wir erwarten für das Einzelhandelssegment im Geschäftsjahr 2013 einen Umsatzzuwachs auf währungsbereinigter Basis im hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Bereich. Eine höhere Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte sowie Umsatzsteigerungen auf vergleichbarer Basis dürften in ähnlichem Ausmaß hierzu beitragen. Der Konzern rechnet im Jahr 2013 mit einem Nettoanstieg der eigenen adidas und Reebok Shops um rund 100 Geschäfte. Abhängig von der Verfügbarkeit der gewünschten Standorte planen wir die Eröffnung von etwa 250 neuen Geschäften, die in erster Linie in Schwellenländern Europas angesiedelt sein werden. Rund 150 Geschäfte werden im Verlauf des Jahres geschlossen und etwa 150 sollen umgestaltet werden. Auf vergleichbarer Basis wird der Umsatz gegenüber dem Vorjahr voraussichtlich im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich steigen. Wir rechnen damit, dass das Wachstum der Concept Stores geringfügig höher ausfallen wird als das der Factory Outlets. Grund hierfür sind Verbesserungen in der operativen Geschäftstätigkeit der Concept Stores.

### **Währungsbereinigter Umsatzanstieg in Anderen Geschäftssegmenten im mittleren bis hohen einstelligen Bereich**

Für das Jahr 2013 erwarten wir, dass der Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten auf währungsbereinigter Basis im mittleren bis hohen einstelligen Bereich ansteigen wird. Bei TaylorMade-adidas Golf rechnen wir mit einem währungsbereinigten Anstieg gegenüber dem Vorjahr im mittleren einstelligen Bereich. Produktneueinführungen in wichtigen Kategorien, wie z.B. Metallhölzer und Eisen, sowie die Vorstellung neuer Schuhmodelle 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 bis hohen 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 nun, dass sich der währungsbereinigte Umsatz im mittleren bis hohen einstelligen Bereich erhöhen wird. Neue Produkteinführungen in den wichtigen Kategorien Schlittschuhe und Schläger werden diese Entwicklung unterstützen.

## Konzernumsatz wächst in allen Regionen

Wir erwarten, dass der währungsbereinigte Umsatz des Konzerns 2013 in all unseren Regionen, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß, steigen wird. In Westeuropa wird der Umsatz im Jahr 2013, trotz nicht wiederkehrender positiver Effekte des Vorjahres im Zusammenhang mit der UEFA EURO 2012 und den Olympischen Spielen in London, voraussichtlich eine moderat positive Entwicklung verzeichnen. Gründe hierfür dürften eine allmähliche Verbesserung des gesamtwirtschaftlichen Klimas sowie die Aktivitäten in der zweiten Jahreshälfte im Vorfeld der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 sein. In den Europäischen Schwellenländern wird der Ausbau von und die zunehmende Expertise bei unseren eigenen Einzelhandelsaktivitäten, vor allem in Russland/GUS, den Konzernumsatz positiv beeinflussen. In Nordamerika rechnen wir aufgrund der anhaltenden Dynamik der Marke adidas mit einem soliden Wachstum. Wir werden unser Produktangebot sowie unsere Vertriebsreichweite und Initiativen zur besseren Einbindung unserer Konsumenten stärken. Wir erwarten, dass Reebok dank neuer Produkteinführungen wieder auf einen Wachstumspfad zurückkehren wird. 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 werden der FIFA Confederations Cup 2013 sowie die Vorbereitungen auf die FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 die Entwicklung in dieser Region begünstigen.

## Verbesserung der Bruttomarge des Konzerns im Geschäftsjahr 2013

Wir erwarten, dass die Bruttomarge des Konzerns 2013 von 47,7% im Vorjahr auf einen Wert zwischen 48,0% und 48,5% ansteigen wird. Es wird mit Verbesserungen in allen Segmenten gerechnet. Die Bruttomarge wird von positiven Effekten aus der regionalen Umsatzverteilung und unserem 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. Des Weiteren werden Verbesserungen im Einzelhandelssegment sowie bei der Marke Reebok die Entwicklung der Bruttomarge fördern. Diese positiven Effekte werden jedoch durch im Vergleich zum Vorjahr weniger günstige Hedging-Konditionen sowie durch steigende Lohnkosten, die unsere Umsatzkosten negativ beeinflussen dürften, zum Teil aufgehoben werden.

## Moderater Rückgang 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 moderat verringern werden (2012: 41,3%). Aufwendungen des Sales- und Marketing-Working-Budgets im Verhältnis zum Umsatz dürften in etwa auf dem Vorjahresniveau liegen. Marketinginvestitionen zur Unterstützung neuer Produkteinführungen bei allen Marken und der Ausbau der Aktivitäten von Reebok in der Kategorie Fitness werden durch nicht wiederkehrende Aufwendungen im Zusammenhang mit der UEFA EURO 2012 und den Olympischen Spielen 2012 in London kompensiert werden. Es wird erwartet, dass die Betriebsgemeinkosten im Verhältnis zum Umsatz im Jahr 2013 moderat zurückgehen werden. Den höheren Verwaltungs- und Personalaufwendungen im Einzelhandelssegment aufgrund der geplanten Eröffnung weiterer Einzelhandelsgeschäfte stehen Verbesserungen bei den nicht zugeordneten Kosten in Zentralbereichen/Konsolidierung gegenüber. Wir gehen davon aus, dass die Mitarbeiteranzahl 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 in Forschung und Entwicklung investieren. Im Vordergrund stehen dabei modernste Dämpfungstechnologien, Lightweight- und digitale Sporttechnologien sowie Produktinnovationen im Bereich Nachhaltigkeit. Zudem fokussieren wir uns 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 annähernd 9,0% erreichen wird (2012 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte: 8,0%). Eine Verbesserung der Bruttomarge des Konzerns sowie niedrigere sonstige betriebliche Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz dürften die Hauptgründe für diese positive Entwicklung sein.

## Ergebnis je Aktie steigt voraussichtlich auf 4,25 € bis 4,40 €

Das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie wird unseren Prognosen zufolge um 12% bis 16% auf einen Wert zwischen 4,25 € und 4,40 € steigen (2012 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte: 3,78 €). Dies entspricht einem auf Anteilseigner entfallenden Konzerngewinn in Höhe von 890 Mio. € bis 920 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%).

### Moderater 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 geringfügig 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, dass wir im Jahr 2013 sämtliche Investitionen vollständig aus dem Mittelzufluss aus der betrieblichen Tätigkeit finanzieren werden.

### 50 / Wichtige Produkteinführungen im zweiten Quartal 2013

Produkt	Marke
DryDye Prime T-Shirt	adidas
Crazy Quick Basketballsuh	adidas
Nitrocharge Fußballschuh	adidas
Messi Icon Signature-Kollektion	adidas
ClimaCool+ Trainingsbekleidung	adidas
NEO BBNEO Hi Top Schuh	adidas
Originals x Hanon Centaur Schuh	adidas
Reebok Delta PWR Bekleidung	Reebok
ZigCarbon Laufschuh	Reebok
RealFlex Select Laufschuh	Reebok
Daddy Long Legs Putter	TaylorMade
Spider Blade Putter	TaylorMade
adicross Tour Golfschuh	adidas Golf
Super 9031 Hybridschläger	Adams Golf
Super DHy Hybridschläger	Adams Golf
Reebok Pro Series Schutzausrüstung	Reebok Hockey
Extreme Flex Pro Torwartausrüstung	CCM
CCM SR Arm & Body Torwartausrüstung	CCM
CCM Crazy Light Eishockey-Handschuhe	CCM

### 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).

### Management beabsichtigt Dividende von 1,35 € vorzuschlagen

Angesichts der starken Cashflowgenerierung im Jahr 2012 und der daraus resultierenden verbesserten Netto-Cash-Position zum Jahresende beabsichtigt das Management, der Hauptversammlung am 8. Mai 2013 für das Geschäftsjahr 2012 eine Dividende in Höhe von 1,35 € je Aktie vorzuschlagen (2011: 1,00 €). Dieser Vorschlag bedeutet eine Erhöhung um 35% gegenüber dem Vorjahr. Sofern die Aktionäre ihre Zustimmung erteilen, wird die Dividende am 9. Mai 2013 ausbezahlt. Dieser Vorschlag entspricht einem Ausschüttungssatz von 35,7% des auf Anteilseigner entfallenden Gewinns ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte (2011: 34,1%) und steht im Einklang mit unserer Dividendenpolitik, die einen Ausschüttungssatz zwischen 20% und 40% des auf Anteilseigner entfallenden Gewinns vorsieht. Basierend auf der Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien zum Ende des Geschäftsjahres 2012 wird die Ausschüttungssumme damit auf 282 Mio. € steigen (2011: 209 Mio. €).

## Einschätzung des Managements zu Gesamtrisiken und Chancen

Das Management aggregiert alle Risiken, die von verschiedenen Geschäftseinheiten und Funktionen berichtet werden. Unter Berücksichtigung der jeweiligen Eintrittswahrscheinlichkeit und potenziellen finanziellen Auswirkung der im Geschäftsbericht 2012 erläuterten Risiken und vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Geschäftsaussichten erwartet das Konzern-Management keine substanzielle 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 Risikoprofil des Konzerns unverändert.

# Konzernbilanz

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

	31. März 2013	31. März 2012 <sup>1)</sup>	Veränderung in %	31. Dezember 2012
<b>AKTIVA</b>				
Flüssige Mittel	1.021	599	70,4	1.670
Kurzfristige Finanzanlagen	84	440	- 81,0	265
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.328	2.253	3,4	1.688
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	233	184	25,8	192
Vorräte	2.346	2.395	- 2,1	2.486
Forderungen aus Ertragsteuern	99	85	16,9	76
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	574	517	11,1	489
Vermögenswerte klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	11	25	- 55,2	11
<b>Kurzfristige Aktiva</b>	<b>6.696</b>	<b>6.498</b>	<b>3,0</b>	<b>6.877</b>
Sachanlagen	1.092	957	14,1	1.095
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.301	1.526	- 14,8	1.281
Markenrechte	1.529	1.456	5,0	1.484
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	161	155	4,0	167
Langfristige Finanzanlagen	115	100	14,5	112
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	25	27	- 7,8	21
Latente Steueransprüche	535	477	12,1	528
Sonstige langfristige Vermögenswerte	107	112	- 4,0	86
<b>Langfristige Aktiva</b>	<b>4.865</b>	<b>4.810</b>	<b>1,1</b>	<b>4.774</b>
<b>Aktiva</b>	<b>11.561</b>	<b>11.308</b>	<b>2,2</b>	<b>11.651</b>

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

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

	31. März 2013	31. März 2012 <sup>1)</sup>	Veränderung in %	31. Dezember 2012
<b>PASSIVA</b>				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	69	480	- 85,7	280
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.351	1.447	- 6,7	1.790
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	54	66	- 18,3	83
Ertragsteuern	316	288	9,5	275
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	513	483	6,1	563
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	1.135	960	18,2	1.084
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	386	347	11,7	299
Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	-	0	- 100,0	-
<b>Kurzfristige Passiva</b>	<b>3.824</b>	<b>4.071</b>	<b>- 6,1</b>	<b>4.374</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1.216	1.199	1,4	1.207
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	14	15	- 3,1	17
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	256	208	23,0	251
Latente Steuerschulden	398	393	1,3	368
Sonstige langfristige Rückstellungen	59	49	22,5	69
Langfristige abgegrenzte Schulden	36	31	18,5	40
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	28	33	- 18,2	34
<b>Langfristige Passiva</b>	<b>2.007</b>	<b>1.928</b>	<b>4,1</b>	<b>1.986</b>
Grundkapital	209	209	-	209
Sonstige Rücklagen	772	682	13,1	641
Gewinnrücklagen	4.762	4.426	7,6	4.454
<b>Auf Anteilseigner entfallendes Kapital</b>	<b>5.743</b>	<b>5.317</b>	<b>8,0</b>	<b>5.304</b>
Nicht beherrschende Anteile	- 13	- 8	64,3	- 13
<b>Gesamtes Eigenkapital</b>	<b>5.730</b>	<b>5.309</b>	<b>7,9</b>	<b>5.291</b>
<b>Passiva</b>	<b>11.561</b>	<b>11.308</b>	<b>2,2</b>	<b>11.651</b>

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. €)

	1. Quartal 2013	1. Quartal 2012	Veränderung
Umsatzerlöse	3.751	3.824	- 1,9 %
Umsatzkosten	1.870	1.998	- 6,4 %
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>1.881</b>	<b>1.826</b>	<b>3,0 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	50,1 %	47,7 %	2,4 PP
Lizenz- und Provisionserträge	25	25	1,2 %
Sonstige betriebliche Erträge	18	25	- 28,0 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.482	1.467	1,1 %
(in % der Umsatzerlöse)	39,5 %	38,4 %	1,2 PP
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>442</b>	<b>409</b>	<b>8,1 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	11,8 %	10,7 %	1,1 PP
Finanzerträge	4	8	- 46,9 %
Finanzaufwendungen	19	28	- 30,5 %
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>427</b>	<b>389</b>	<b>9,6 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	11,4 %	10,2 %	1,2 PP
Ertragsteuern	118	99	18,1 %
(in % des Gewinns vor Steuern)	27,5 %	25,5 %	2,0 PP
<b>Gewinn</b>	<b>309</b>	<b>290</b>	<b>6,7 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	8,3 %	7,6 %	0,7 PP
<b>Auf Anteilseigner entfallender Gewinn</b>	<b>308</b>	<b>289</b>	<b>6,5 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	8,2 %	7,6 %	0,6 PP
<b>Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>117,3 %</b>
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	1,47	1,38	6,5 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	1,47	1,38	6,5 %

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

# Konzerngesamtergebnisrechnung

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

	1. Quartal 2013	1. Quartal 2012 <sup>1)</sup>
<b>Gewinn nach Steuern</b>	<b>309</b>	<b>290</b>
Nettogewinn/-verlust aus der Absicherung von Cashflow, netto nach Steuern	54	- 87
Versicherungsmathematische Verluste aus leistungsorientierten Pensionszusagen (IAS 19), netto nach Steuern	0	- 0
Währungsänderung	76	- 70
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>130</b>	<b>- 157</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>439</b>	<b>133</b>
Auf Anteilseigner der adidas AG entfallend	439	132
Auf nicht beherrschende Anteile entfallend	- 0	1

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

# Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung

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

	Grundkapital	Kapitalrücklage	Kumulierte Währungs- umrechnung	Hedging-Rücklage	Übrige Rücklagen <sup>1)</sup>	Gewinnrücklagen	Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	Ausgleichsposten für nicht beherr- schende Anteile	Gesamt
<b>31. Dezember 2011</b>	<b>209</b>	<b>722</b>	<b>-6</b>	<b>113</b>	<b>-38</b>	<b>4.137</b>	<b>5.137</b>	<b>-9</b>	<b>5.128</b>
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			-70	-87	-0		-157	-0	-157
Gewinn						289	289	1	290
<b>Gesamtergebnis</b>			<b>-70</b>	<b>-87</b>	<b>-0</b>	<b>289</b>	<b>132</b>	<b>1</b>	<b>133</b>
Wandelanleihe		55					55		55
Erwerb von Anteilen anderer Gesellschafter in Übereinstimmung mit IAS 32					-7		-7		-7
Umgliederung von nicht beherrschenden Anteilen in Übereinstimmung mit IAS 32						0	0		0
<b>31. März 2012<sup>2)</sup></b>	<b>209</b>	<b>777</b>	<b>-76</b>	<b>26</b>	<b>-45</b>	<b>4.426</b>	<b>5.317</b>	<b>-8</b>	<b>5.309</b>
<b>31. Dezember 2012</b>	<b>209</b>	<b>777</b>	<b>-51</b>	<b>-21</b>	<b>-64</b>	<b>4.454</b>	<b>5.304</b>	<b>-13</b>	<b>5.291</b>
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			77	54	0		131	-1	130
Gewinn						308	308	1	309
<b>Gesamtergebnis</b>			<b>77</b>	<b>54</b>	<b>0</b>	<b>308</b>	<b>439</b>	<b>-0</b>	<b>439</b>
<b>31. März 2013</b>	<b>209</b>	<b>777</b>	<b>26</b>	<b>33</b>	<b>-64</b>	<b>4.762</b>	<b>5.743</b>	<b>-13</b>	<b>5.730</b>

1) Rücklagen für versicherungsmathematische Gewinne/Verluste und Aktienoptionspläne.

2) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

# Konzernkapitalflussrechnung

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

	1. Quartal 2013	1. Quartal 2012
<b>Betriebliche Tätigkeit:</b>		
Gewinn vor Steuern	427	389
Anpassungen für:		
Abschreibungen und Wertminderungsaufwendungen	68	63
Wertaufholungen	-0	-0
Unrealisierte Währungsgewinne, netto	-4	-5
Zinserträge	-4	-8
Zinsaufwendungen	17	25
Verluste aus Sachanlagenabgang, netto	1	1
<b>Betriebliches Ergebnis vor Änderungen im Nettoumlaufvermögen</b>	<b>505</b>	<b>465</b>
Zunahme der Forderungen und der sonstigen Vermögenswerte	-716	-711
Abnahme der Vorräte	154	103
Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und der sonstigen Verbindlichkeiten	-412	-451
<b>Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit vor Zinsen und Steuern</b>	<b>-469</b>	<b>-594</b>
Zinszahlungen	-16	-24
Zahlungen für Ertragsteuern	-90	-86
<b>Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>-575</b>	<b>-704</b>
<b>Investitionstätigkeit:</b>		
Erwerb von Markenrechten und sonstigen immateriellen Vermögenswerten	-6	-10
Erlöse aus dem Abgang von Markenrechten und sonstigen immateriellen Vermögenswerten	1	0
Erwerb von Sachanlagen	-42	-52
Erlöse aus dem Abgang von Sachanlagen	1	0
Erlöse aus dem Abgang von kurzfristigen Finanzanlagen	186	11
Erwerb von Finanzanlagen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	-24	-6
Erhaltene Zinsen	4	8
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>120</b>	<b>-49</b>
<b>Finanzierungstätigkeit:</b>		
Auszahlungen für die Rückzahlung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-0	-14
Einzahlungen aus der Emission einer Wandelanleihe	-	496
Auszahlungen für die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-1	0
Gezahlte Dividende an nicht beherrschende Aktionäre	-	-0
Einzahlungen aus der Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	10	-
Auszahlungen für die Rückzahlung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-221	-28
<b>Mittelabfluss/-zufluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-212</b>	<b>454</b>
<b>Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands</b>	<b>18</b>	<b>-8</b>
Abnahme des Finanzmittelbestands	-649	-307
Finanzmittelbestand am Anfang des Jahres	1.670	906
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Periode</b>	<b>1.021</b>	<b>599</b>

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

# Ausgewählte erläuternde Anhangangaben zum Konzernzwischenabschluss (IFRS) zum 31. März 2013

## 01 Grundlagen

Der Konzernzwischenabschluss der adidas AG und ihrer direkten und indirekten Tochtergesellschaften (zusammen der „Konzern“) für die ersten drei Monate zum 31. März 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 31. März 2013 gültigen International Financial Reporting Standards und Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) angewandt.

Dieser Konzern-Zwischenabschluss 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 drei Monate zum 31. März 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 Bruttopensionsverpflichtung 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 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 drei Monate zum 31. März 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 31. Dezember 2012.

**04 Auf Anteilseigner entfallendes Kapital**

Das Grundkapital der adidas AG veränderte sich im Zeitraum vom 1. Januar 2013 bis zum 31. März 2013 nicht. Demnach betrug das Grundkapital der adidas AG am 31. März 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 drei Monaten 2013 auf 67 Mio. € (2012: 62 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 Label 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 der Position „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 und Vorräte.

## Segmente (in Mio. €)

	Großhandel		Einzelhandel		Andere Geschäftssegmente		Gesamt	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
Umsatzerlöse (mit Dritten) <sup>1)</sup>	2.481	2.614	722	693	548	517	3.751	3.824
Segmentbetriebsergebnis <sup>1)</sup>	893	851	101	115	172	148	1.166	1.114
Segmentvermögenswerte <sup>2)</sup>	2.897	3.026 <sup>3)</sup>	804	757	932	805	4.633	4.588 <sup>3)</sup>

1) 1. Quartal.

2) Zum 31. März.

3) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

## Betriebsergebnis (in Mio. €)

	1. Quartal 2013	1. Quartal 2012
Betriebsergebnis der berichtspflichtigen Segmente	994	966
Betriebsergebnis in Anderen Geschäftssegmenten	172	148
<b>Segmentbetriebsergebnis</b>	<b>1.166</b>	<b>1.114</b>
Zentralbereiche/Konsolidierung	96	79
Marketing-Working-Budget	-363	-350
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-482	-459
Lizenz- und Provisionserträge	25	25
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>442</b>	<b>409</b>
Finanzerträge	4	8
Finanzaufwendungen	-19	-28
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>427</b>	<b>389</b>

41  
01/2013

## 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 31. März 2012 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 drei Monate 2013 und der Finalisierung des Konzernzwischenabschluss am 30. April 2013 gab es keine signifikanten konzernspezifischen Angelegenheiten, die eine wesentliche Auswirkung auf unser künftiges Geschäft haben könnten.

Herzogenaurach, den 30. April 2013  
Der Vorstand der adidas AG

# Vorstand und Aufsichtsrat

## Vorstand

HERBERT HAINER  
Vorstandsvorsitzender

GLENN BENNETT  
Global Operations

ROBIN J. STALKER  
Finanzvorstand

ERICH STAMMINGER  
Global Brands

## Aufsichtsrat

IGOR LANDAU  
Vorsitzender

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

WILLI SCHWERTLE  
Stellvertretender Vorsitzender

DIETER HAUENSTEIN <sup>1)</sup>

DR. WOLFGANG JÄGER <sup>1)</sup>

DR. STEFAN JENTZSCH

HERBERT KAUFFMANN

ROLAND NOSKO <sup>1)</sup>

ALEXANDER POPOW

HANS RUPRECHT <sup>1)</sup>

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

CHRISTIAN TOURRES

42  
01/2013

<sup>1)</sup> Arbeitnehmervertreter/Arbeitnehmervertreterin.

# Finanzkalender

## 2013

**8. Mai 2013**

**Hauptversammlung**  
Fürth, Bayern  
Webcast

**9. Mai 2013**

**Dividendenzahlung**  
(vorbehaltlich der Zustimmung durch die Hauptversammlung)

**8. August 2013**

**Veröffentlichung der Halbjahresergebnisse 2013**  
Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Webcast  
Veröffentlichung des Halbjahresberichts

**7. November 2013**

**Veröffentlichung der Neunmonatsergebnisse 2013**  
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](http://www.adidas-Group.de)

### **Investor Relations**

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

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

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

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

### **Konzept und Design**

Strichpunkt, Stuttgart / Berlin

©2013 adidas AG

44  
01/2013

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

