

adidas®  
GROUP



# PUSHING BOUNDARIES

Bericht zum ersten Halbjahr  
Januar – Juni  
2013

## 01 AN UNSERE AKTIONÄRE

01.1	Ergebnisse des ersten Halbjahres 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	27
02.3	Nachtrag und Ausblick	29

## 03 KONZERNZWISCHENABSCHLUSS (IFRS)

03.1	Versicherung der gesetzlichen Vertreter	34
03.2	Konzernbilanz	35
03.3	Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung	37
03.4	Konzerngesamtergebnisrechnung	38
03.5	Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung	39
03.6	Konzernkapitalflussrechnung	40
03.7	Ausgewählte erläuternde Anhangangaben zum Konzernzwischenabschluss	41

## 04 ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN

04.1	Vorstand und Aufsichtsrat	44
04.2	Finanzkalender	45
04.3	Impressum & Kontakt	46

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

	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2012	Veränderung	2. Quartal 2013	2. Quartal 2012	Veränderung
<b>Konzern</b>						
Umsatzerlöse	7.134	7.341	- 2,8 %	3.383	3.517	- 3,8 %
Bruttoergebnis	3.575	3.522	1,5 %	1.694	1.697	- 0,1 %
Bruttomarge	50,1 %	48,0 %	2,1 PP	50,1 %	48,2 %	1,8 PP
Betriebsergebnis	693	665	4,2 %	252	256	- 1,9 %
Operative Marge	9,7 %	9,1 %	0,7 PP	7,4 %	7,3 %	0,1 PP
<b>Großhandel</b>						
Umsatzerlöse	4.495	4.727	- 4,9 %	2.014	2.113	- 4,7 %
Bruttoergebnis	1.928	1.902	1,4 %	828	810	2,3 %
Bruttomarge	42,9 %	40,2 %	2,7 PP	41,1 %	38,3 %	2,8 PP
Segmentbetriebsergebnis	1.525	1.481	2,9 %	632	630	0,3 %
Operative Marge des Segments	33,9 %	31,3 %	2,6 PP	31,4 %	29,8 %	1,6 PP
<b>Einzelhandel</b>						
Umsatzerlöse	1.589	1.547	2,7 %	867	854	1,5 %
Bruttoergebnis	1.005	963	4,4 %	567	537	5,6 %
Bruttomarge	63,2 %	62,2 %	1,0 PP	65,4 %	62,8 %	2,5 PP
Segmentbetriebsergebnis	316	332	- 4,5 %	216	217	- 0,6 %
Operative Marge des Segments	19,9 %	21,4 %	- 1,5 PP	24,9 %	25,4 %	- 0,5 PP
<b>Andere Geschäftssegmente</b>						
Umsatzerlöse	1.050	1.067	- 1,5 %	502	550	- 8,7 %
Bruttoergebnis	462	475	- 2,7 %	218	249	- 12,6 %
Bruttomarge	44,0 %	44,5 %	- 0,5 PP	43,4 %	45,3 %	- 1,9 PP
Segmentbetriebsergebnis	311	319	- 2,4 %	140	171	- 18,2 %
Operative Marge des Segments	29,6 %	29,9 %	- 0,2 PP	27,8 %	31,0 %	- 3,2 PP
<b>Umsatzerlöse nach Marken</b>						
adidas	5.404	5.537	- 2,4 %	2.546	2.649	- 3,9 %
Reebok	733	787	- 6,9 %	355	336	5,7 %
TaylorMade-adidas Golf	771	788	- 2,1 %	348	401	- 13,2 %
Rockport	130	127	1,8 %	69	67	3,0 %
Reebok-CCM Hockey	96	102	- 6,4 %	65	64	0,3 %

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

02 / Finanz-Highlights (IFRS)

	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2012	Veränderung	2. Quartal 2013	2. Quartal 2012	Veränderung
<b>Operative Highlights (in Mio. €)</b>						
Umsatzerlöse	7.134	7.341	-2,8%	3.383	3.517	-3,8%
EBITDA	823	786	4,8%	315	317	-0,5%
Betriebsergebnis	693	665	4,2%	252	256	-1,9%
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	480	455	5,6%	172	165	4,1%
<b>Wichtige Kennzahlen (%)</b>						
Bruttomarge	50,1%	48,0%	2,1 PP	50,1%	48,2%	1,8 PP
Betriebliche Aufwendungen in % der Umsatzerlöse	41,8%	40,3%	1,5 PP	44,3%	42,4%	1,9 PP
Operative Marge	9,7%	9,1%	0,7 PP	7,4%	7,3%	0,1 PP
Steuerquote	27,5%	27,4%	0,1 PP	27,5%	30,5%	-3,0 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn in % der Umsatzerlöse	6,7%	6,2%	0,5 PP	5,1%	4,7%	0,4 PP
Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital in % der Umsatzerlöse <sup>2)</sup>	20,3%	20,0% <sup>1)</sup>	0,4 PP			
Eigenkapitalquote	47,5%	45,5% <sup>1)</sup>	2,0 PP			
Nettofinanzverbindlichkeiten/EBITDA <sup>3)</sup>	0,1	0,2	-0,2 PP			
Verschuldungsgrad	1,7%	5,8% <sup>1)</sup>	-4,1 PP			
Eigenkapitalrendite	8,8%	8,3% <sup>1)</sup>	0,5 PP			
<b>Bilanz- und Cashflow-Daten (in Mio. €)</b>						
Bilanzsumme	11.525	12.092 <sup>1)</sup>	-4,7%			
Vorräte	2.611	2.721 <sup>1)</sup>	-4,0%			
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	2.871	2.912 <sup>1)</sup>	-1,4%			
Kurzfristiges Betriebskapital	2.598	2.423 <sup>1)</sup>	7,2%			
Nettofinanzverbindlichkeiten	94	318	-70,3%			
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	5.476	5.501 <sup>1)</sup>	-0,5%			
Investitionen	172	149	15,2%	123	87	42,4%
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit	-77	-70	9,6%			
<b>Kennzahlen je Aktie (in €)</b>						
Unverwässertes Ergebnis	2,29	2,17	5,6%	0,82	0,79	4,1%
Verwässertes Ergebnis	2,29	2,17	5,6%	0,82	0,79	4,1%
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit	-0,37	-0,34	9,6%			
Aktienkurs am Ende der Periode	83,14	56,46	47,3%			
<b>Sonstiges (am Ende der Periode)</b>						
Anzahl der Mitarbeiter	47.359	46.738	1,3%			
Anzahl der Aktien	209.216.186	209.216.186	-	209.216.186	209.216.186	-
Durchschnittliche Anzahl der Aktien	209.216.186	209.216.186	-	209.216.186	209.216.186	-

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

03 / Umsatzerlöse im 1. Halbjahr  
(in Mio. €)

2013	<div></div>	7.134
2012	<div></div>	7.341

04 / Auf Anteilseigner entfallender Gewinn im 1. Halbjahr  
(in Mio. €)

2013	<div></div>	480
2012	<div></div>	455

# Operative und Sport-Highlights

## Zweites Quartal 2013



APR

11. Reebok präsentiert sein umfassendes Fitnessangebot auf der FIBO, der weltweit größten Messe für Fitness, Wellness und Gesundheit. Im Rahmen der neuen „Live With Fire“-Kampagne startet Reebok die „Fitness Fireworks“, eine Reihe von Fitnessveranstaltungen und Initiativen, die in Deutschland, Österreich und der Schweiz stattfinden. / **BILD 01**
15. Die mit großer Vorfreude erwartete CCM Extreme Flex Torwartausrüstung kommt in den Einzelhandel. CCM präsentiert damit nach acht Jahren erstmals wieder Torwartausrüstung für Profi- und Amateur-Eishockey-Spieler.
18. TaylorMade bringt die „ausbalancierten“ Putter Daddy Long Legs und Spider Blade auf den Markt. Der Daddy Long Legs ist mit einem Trägheitsmoment (MOI) von über 8.500 der Putter mit dem höchsten MOI in der Spider Linie. Der Spider Blade Putter weist den stabilsten Schlägerkopf auf, den TaylorMade jemals für einen Putter entwickelt hat. / **BILD 02**
20. Der Terrex Fast X GTX wird mit dem „Gear of the Year Award“ 2013 des Outdoormagazins Outside ausgezeichnet. Damit wird der kontinuierliche Fokus von adidas Outdoor auf Produktdesign und -technologie honoriert.
26. Zeitgleich mit der Vorstellung des Crazyquick Basketballschuhs startet adidas den TV-Werbespot „Quick Ain't Fair“, der Basketballstars wie Damian Lillard, NBA Rookie of the Year 2013, und John Wall zeigt. Erzählt wird der TV-Werbespot vom amerikanischen Rapper A\$AP Rocky.

MAI

01. adidas Golf stellt die neue adicross Tour Golfschuhkollektion vor. Die leichten adicross Tour Golfschuhe, die mit revolutionären Materialien und modernsten Verfahren hergestellt werden, sorgen für Flexibilität und Stabilität zugleich und garantieren so höchsten Tragekomfort.
16. adidas präsentiert Nitrocharge – einen energiespeichernden Fußballschuh, der speziell für die nächste Generation von Fußballspielern entwickelt wurde: für die sogenannten „Motoren einer Mannschaft“. Damit erweitert adidas das bisherige Fußballschuhangebot rund um die Linien Predator, 11Pro und f50. Profispieler wie Daniele De Rossi, Dani Alves und Javi Martínez laufen im neuen Nitrocharge auf. / **BILD 03**
17. Reebok startet in die CrossFit Games Regionals, die nächste Etappe auf dem Weg zur Krönung der „Fittest on Earth 2013“. Die jeweils drei besten männlichen und weiblichen CrossFitter sowie Teams aus allen 17 Regionen dürfen an den Reebok CrossFit Games in Carson, Kalifornien, teilnehmen.
25. Der FC Bayern München gewinnt das Champions League Finale und ist damit die beste Mannschaft im europäischen Fußball. Eine Woche später sichert sich das Team das historische Triple. Als erste deutsche Mannschaft gewinnt der FC Bayern drei Titel in einer Saison: den DFB-Pokal, die deutsche Meisterschaft und den Champions League Titel. / **BILD 04**

JUN

06. adidas und Porsche Design Sport setzen mit der ersten Porsche Design Sport Kollektion für Frauen einen neuen Meilenstein. Die Kollektion wird bei einer exklusiven Veranstaltung in München vorgestellt.
10. TaylorMade präsentiert mit dem R1 Black seinen ersten schwarzen Driver seit 2010. Der schwarze Driver, der im Design dem weißen Modell ähnlich ist, bietet die bisher vielfältigsten Anpassungsmöglichkeiten von allen Drivern in der Geschichte von TaylorMade. / **BILD 05**
18. adidas betont im Rahmen einer Presseveranstaltung in Herzogenaurach seine führende Position im Fußball: Die Marke erwartet für das Jahr 2014 einen Umsatz in Höhe von 2 Mrd. € in dieser Kategorie. Die FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 ist die perfekte Bühne, um zu zeigen, dass adidas die klare Nummer eins im Fußball ist – in Bezug auf Umsatz, Innovationsstärke und Markensichtbarkeit.
20. Der Reebok One Series Schuh, der Reeboks Engagement im Bereich Fitnessrunning unterstreicht, wird im Reebok Fit Hub in New York City erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt. Es ist ein einfacher, funktionaler Laufschuh mit leistungsorientiertem Design. / **BILD 06**
20. Caroline Wozniacki, Maria Kirilenko und Laura Robson tragen beim Wimbledon Tennisturnier den neuen adidas by Stella McCartney Barricade Schuh, der nicht nur durch modernes und auffälliges Design besticht, sondern auch hervorragenden Halt und außerordentlich hohe Atmungsaktivität bietet.

## Interview mit dem Vorstandsvorsitzenden



HERBERT HAINER  
Vorstandsvorsitzender

Trotz der schwierigen gesamtwirtschaftlichen Situation in Westeuropa und der beträchtlichen Herausforderungen im Zusammenhang mit den Währungsentwicklungen im Vergleich zum Vorjahr stieg das Ergebnis je Aktie im ersten Halbjahr 2013 auf ein Rekordniveau. Besonders hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang das deutliche Wachstum in Lateinamerika und China sowie die Bruttomarge von über 50%. Angesichts der Fülle an innovativen, neuen Produkten und Marketingkampagnen, die nun im Vorfeld der wichtigen Back-to-School-Saison starten, erwartet der Konzern, dass das Umsatzwachstum in der zweiten Jahreshälfte zunehmen wird.

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



**Herr Hainer, was war für Sie das wichtigste Finanz-Highlight des ersten Halbjahres?**

Mich freut es vor allem, dass wir im ersten Halbjahr ein Rekordergebnis je Aktie für den Konzern in Höhe von 2,29 € erzielen konnten. Das ist ein Plus von 6 % im Vergleich zum Vorjahr. Dies ist umso beeindruckender, wenn wir uns die wesentlichen Herausforderungen vor Augen halten – resultierend zum einen aus negativen Währungseffekten, zum anderen aus schwierigen Vorjahresvergleichen im Zusammenhang mit den sportlichen Großereignissen und dem nach wie vor schwachen Marktumfeld in vielen Teilen Europas. Das Highlight des ersten Halbjahres ist jedoch eindeutig die starke Entwicklung unserer Bruttomarge, die sich um 2,1 Prozentpunkte auf 50,1 % verbessert hat. Dieses Ergebnis verdeutlicht den Erfolg unserer Strategien im Rahmen von Route 2015, die darauf abzielen, qualitativ hochwertiges Wachstum in all unseren Geschäftsbereichen zu fördern. Es zeigt, dass wir uns auf die richtigen Kategorien fokussieren und dass unsere Innovationen gut beim Konsumenten ankommen. All dies wirkt sich deutlich positiv auf unseren Produkt- und Preismix aus. Es zeigt auch, dass wir Verbesserungen erzielen, was die operative Stärke in all unseren Vertriebskanälen anbelangt. Besonders hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang die Verbesserung unserer wichtigsten operativen Kennzahlen im eigenen Einzelhandel und das starke Wachstum im Bereich eCommerce. Und nicht zuletzt spiegelt die starke Entwicklung der Bruttomarge auch den Erfolg unseres branchenführenden Lagerbestandsmanagements wider. Diesem Bereich haben wir angesichts des momentanen Konjunkturlimas besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Unsere Lagerbestände bestehen weitestgehend aus neuen und aktuellen Produkten, sodass wir Lagerräumungsaktivitäten auf ein Minimum beschränken können. Für viele andere Anbieter unserer Branche haben sich Lagerräumungsaktivitäten hingegen als große Belastung herausgestellt.



**Sie erwähnten eingangs die erheblichen Währungseffekte in diesem Jahr. Können Sie erläutern, wie sich diese auf Ihre Geschäftsergebnisse ausgewirkt haben?**

Die bedeutendste Herausforderung, mit der wir uns in diesem Jahr konfrontiert sehen, resultiert definitiv aus Währungsschwankungen und insbesondere aus der Währungsumrechnung. Währungen wie der japanische Yen, der australische Dollar, der brasilianische Real, der argentinische Peso, das britische Pfund und der russische Rubel haben gegenüber dem Euro innerhalb relativ kurzer Zeit deutlich an Wert verloren. Allein im zweiten Quartal kostete uns dies 4 Prozentpunkte des Umsatzwachstums. Der negative Effekt auf unser Betriebsergebnis belief sich auf einen deutlich zweistelligen Millionen-Euro-Betrag. Da unsere Umsatzkosten überwiegend in US-Dollar anfallen, spüren wir zudem negative Effekte auf der Transaktionsebene. Aufgrund des Ausmaßes dieses Risikos sichern wir einen Großteil dieser Transaktionen auf 12- bis 18-monatiger rollierender Basis ab. Das sorgt für gute Prognosemöglichkeiten und gibt uns Zeit, risikomindernde Maßnahmen zu ergreifen. Im ersten Halbjahr belastete dies unsere Bruttomarge mit 70 Basispunkten und im zweiten Quartal sogar mit 1,3 Prozentpunkten.

**Das Marktumfeld in den Schwellenländern ist momentan ein viel diskutiertes Thema und Investoren zeigen sich zunehmend zurückhaltend. Welche Trends sehen Sie hier für den adidas Konzern?**

Die Schwellenländer haben in den letzten zehn Jahren erhebliches Wachstum für unseren Konzern generiert und ich bin durchaus zuversichtlich, dass dies auch künftig so bleiben wird. Auch wenn sich das Wirtschaftswachstum allgemein betrachtet verlangsamt hat, bleiben die Rahmenbedingungen für unseren Konzern sehr positiv und wir haben im zweiten Quartal auch einige Verbesserungen vorzuweisen. Die Entwicklung in Lateinamerika stellt derzeit ein klares Highlight für unseren Konzern dar. Wir haben in den letzten Jahren sehr stark in unsere Marken und in unsere Aktivitäten rund um selbst kontrollierte Verkaufsflächen in dieser Region investiert, vor allem im Hinblick auf die bevorstehende FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014. Und das zahlt sich nun aus. Unterstützt durch den FIFA Confederations Cup 2013 legte der währungsereinigte Umsatz in dieser Region im zweiten Quartal um 21 % zu. Ein weiteres Highlight für unseren Konzern ist nach wie vor China. Hier ist der Umsatz im zweiten Quartal um 6 % gestiegen. Die Marke adidas hat im Vergleich zum ersten Quartal sogar leicht zugelegt, mit einem Plus von 8 %. Für die Konsumenten ist und bleibt adidas die beliebteste Sport- und Sport-Lifestyle-Marke und dadurch gewinnen wir wesentliche Marktanteile hinzu. In einer vor Kurzem veröffentlichten Umfrage von Millward Brown, bei der mehr als 60.000 Konsumenten in China befragt wurden, war adidas in der Rangliste der 20 stärksten internationalen Marken der am besten bewertete Bekleidungs- und Schuhanbieter. Russland/GUS ist das einzige Schwellenland, in dem dieses Jahr nicht alles so zufriedenstellend läuft. Hier gibt es aber einige Faktoren zu berücksichtigen: Angesichts des rapiden Ausbaus der Einzelhandelsflächen und der stetig wachsenden Anzahl der Einkaufszentren sind die Kundenverkehrszahlen mancherorts zurückgegangen. Dies wirkte sich negativ auf unser Umsatzwachstum auf vergleichbarer Basis im ersten Halbjahr aus. Positiv ist jedoch, dass wir aufgrund unserer verbesserten

operativen Stärke eine sehr erfreuliche Entwicklung der Marge in diesem Markt verzeichnen konnten. Nachdem in den letzten Wochen eine allmähliche Stabilisierung zu beobachten war und wir in der zweiten Jahreshälfte eine Fülle an neuen Produkten auf den Markt bringen werden, erwarte ich, dass sich der Trend beim Umsatz auf vergleichbarer Basis gegen Ende des Jahres wieder zum Positiven wenden wird. Außerdem werden unsere umfangreichen IT- und Infrastruktur-Investitionen zur Beschleunigung und Verbesserung unserer Geschäftstätigkeit in Russland erste sichtbare Ergebnisse liefern. 2014 wird dies dann noch deutlicher zu sehen sein. Das neu eröffnete Vertriebszentrum in Chekhov in der Nähe von Moskau ermöglicht es uns, sechs Lagerhäuser zu einem Lagerhaus zu konsolidieren. Dies ist ein gutes Beispiel für das Potenzial, das wir in diesem Markt noch ausschöpfen können.

**In Westeuropa ist der Umsatz im ersten Halbjahr deutlich zurückgegangen. Inwiefern steht dies im Zusammenhang mit den sportlichen Großereignissen des letzten Jahres und wie sehen Sie die künftige Entwicklung in dieser Region?**

In Westeuropa gestaltet sich das Umfeld für uns in diesem Jahr definitiv schwieriger. Der währungsbereinigte Umsatz ist im ersten Halbjahr um 9 % zurückgegangen. Auch wenn wir in Frankreich, Polen und den nordischen Ländern solides Wachstum verzeichneten, ging der Umsatz in den meisten anderen wichtigen Märkten zurück, allen voran in Spanien und Italien. Es ist schwierig nachzuvollziehen, welchen Anteil die Umsätze im Zusammenhang mit Fußballereignissen letztlich ausmachen. Fest steht jedoch, dass Produkte rund um die Olympischen Spiele in London auf jeden Fall einen erheblichen Einfluss hatten und für etwa 3 Prozentpunkte des Umsatzrückgangs verantwortlich sind. Ich bin zuversichtlich, dass wir in Westeuropa im zweiten Halbjahr eine positive Trendwende erleben werden. Bereits im zweiten Quartal ist unser Einzelhandelsumsatz auf vergleichbarer Basis um 2 % gestiegen, nachdem wir im ersten Quartal einen Rückgang um 4 % hinnehmen mussten. Da die Vorfreude auf die FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 immer mehr wächst und unsere neuesten Produkte im Bereich Running sowie bei adidas Originals und Reebok sehr gut ankommen, verlaufen die Gespräche mit unseren Großhandelspartnern inzwischen vielversprechender.

**Zu Beginn des Jahres verkündeten Sie, dass 2013 das „Year of Running“ für die Marke adidas wird. Erfüllt das Jahr bisher Ihre Erwartungen?**

Der Bereich Running läuft dieses Jahr zu neuer Höchstform auf, angetrieben von unserem Ziel, Produkte herzustellen, die Läufern höchste Energierückgabe bieten. Wir wissen, dass wir mit Boost – worüber im letzten Quartal ausführlich gesprochen wurde – etwas ganz Besonderes haben. Nach der äußerst erfolgreichen Einführung von Boost und anhaltend starken Ergebnissen unserer anderen wichtigen Konzepte im Bereich Running, wie z.B. Supernova, Response und ClimaCool, ist der Umsatz um 14 % im Halbjahr und sogar um 16 % im zweiten Quartal gestiegen. Mittlerweile haben wir eine weitere bahnbrechende Innovation vorgestellt: Springblade – der erste Laufschuh mit einer vollkommen neuen Sohle. Die 16 nach vorne geneigten Hightech-Polymer-Federn in

der Sohle katapultieren den Läufer wie Sprungfedern nach vorne. Keine Frage: Dieser Schuh wird die Branche in vielerlei Hinsicht verändern. Springblade erfüllt nicht nur das Versprechen explosiver Energierückgabe, auch sein futuristischer und kultiger Look passt ideal zu unserem langfristigen Ziel, die High-School-Kids für uns zu gewinnen und unseren Marktanteil in den Einkaufszentren zu steigern. Die ersten Durchverkäufe erweisen sich bereits als neue Rekorde für unseren Konzern. Ich bin überzeugt, dass wir mit dem „Year of Running“ erst am Anfang eines langfristigen Aufwärtstrends in der weltweit wichtigsten Kategorie der Schuhbranche stehen.

**Wie verlief die Entwicklung bei Reebok im zweiten Quartal, nachdem die Marke im ersten Quartal Umsatzeinbußen hinnehmen musste?**

Außerordentlich gut. Reebok ist im zweiten Quartal zu solidem Wachstum zurückgekehrt, mit einer währungsbereinigten Umsatzsteigerung in Höhe von 11 %. Das bedeutet, dass der Umsatz im ersten Halbjahr um lediglich 4 % zurückgegangen ist. Ohne Berücksichtigung der NFL-Umsätze stieg der Umsatz von Reebok um 1 % gegenüber dem Vorjahr. Wir sind bestens aufgestellt, und ich bin überzeugt, dass Reebok für das Gesamtjahr 2013 ein Umsatzwachstum vorweisen wird. Was aber noch wichtiger ist: Die Bruttomarge der Marke hat sich erneut deutlich verbessert und ist um 4,1 Prozentpunkte auf 39,4 % gestiegen – dies ist die höchste Bruttomarge für ein Halbjahr, die wir seit der Akquisition von Reebok im Jahr 2006 erreicht haben. Ausschlaggebend für diesen Erfolg sind unser starkes Produktangebot und die enge Verbindung, die wir mit der Fitnessindustrie und den Fitnesskonsumenten aufbauen. Und dank der signifikanten Verbesserungen der Marken- und Produktstruktur in den letzten 18 Monaten bieten wir den Zielkonsumenten von Reebok nun auch ein einheitliches „Look & Feel“. Das zeigt sich deutlich in unseren Wachstumskategorien: Fitnesstraining und Classics haben im zweiten Quartal um 13 % bzw. 21 % zugelegt. Zudem hat sich in der Kategorie Fitnessrunning die Entwicklung im zweiten Quartal stabilisiert. Für die Back-to-School-Saison werden wir einige neue und innovative Produkte in dieser Kategorie einführen, darunter den Reebok One Series Performance-Laufschuh und den ATV 19+ Allround-Laufschuh. Daher bin ich zuversichtlich, dass sich diese wichtige Kategorie in den kommenden Quartalen als zusätzlicher Wachstumstreiber etablieren wird, insbesondere im Vorfeld weiterer interessanter Produkteinführungen im Jahr 2014.

**Im Bereich Fitness sind Sie einige Grassroots-Partnerschaften eingegangen, wie mit CrossFit und Spartan Race. Planen Sie angesichts der Vielschichtigkeit des Fitnessmarkts weitere Partnerschaften, um Ihre Reichweite beim Fitnesskonsumenten auszubauen?**

Auf jeden Fall. Und ich freue mich, heute eine weitere spannende Partnerschaft für Reebok bekanntgeben zu können. Dadurch wird Reebok seine Position als die Fitnessmarke Nummer eins weiter festigen. Neben den soeben erwähnten wichtigen Partnerschaften mit CrossFit und Spartan Race, die bereits bedeutende Bestandteile im Training- bzw. Running-Geschäft von Reebok sind, ist Reebok



eine neue Partnerschaft mit dem weltgrößten Gruppen-Fitnessanbieter Les Mills eingegangen. Diese Partnerschaft wird in Zukunft entscheidend für die Weiterentwicklung der Reebok Studio-Kategorie sein, die mit der Markteinführung der Yoga- und Dance-Kollektionen im Frühjahr voll durchgestartet ist. Les Mills wurde 1968 ins Leben gerufen und beschäftigt heute mehr als 100.000 Trainer weltweit. Zu den Produkten zählen z. B. BodyPump, Sh'Bam, BodyCombat und Grit – einige der beliebtesten Gruppen-Workouts der Welt. Sie werden in den kommenden Monaten weitaus mehr über die fantastischen Chancen, die uns die Partnerschaft mit Les Mills bietet, hören und lesen. Es ist eindeutig ein weiteres großartiges Beispiel dafür, dass Reebok sich mit den Besten der Fitnessbranche zusammenschließt, um uns genau dort eine hervorragende Präsenz zu sichern, wo unsere Zielkonsumenten am aktivsten sind.

**Sind Sie nach der Verlangsamung im zweiten Quartal zuversichtlich, was die Jahresprognose für TaylorMade-adidas Golf angeht?**

/ Ja, das bin ich. Wenn ich mir die Ergebnisse des ersten Halbjahres anschau, gibt es ein paar Aspekte zu berücksichtigen. Der Golfmarkt entwickelt sich in diesem Jahr aufgrund des verspäteten Saisonstarts in vielen Ländern sehr viel schwächer als im Vorjahr. Dies



hat dazu geführt, dass die Anzahl der gespielten Runden weltweit durchschnittlich im zweistelligen Bereich zurückgegangen ist. Der verspätete Saisonstart hatte auch Auswirkungen auf die Verkaufstrends im Einzelhandel. Momentan ist dies in der Kategorie Metallhölzer besonders deutlich zu sehen; hier ist der Einzelhandelsumsatz im ersten Halbjahr im hohen einstelligen Bereich zurückgegangen. Selbst als dominanter Marktführer in dieser Kategorie mit einem Marktanteil von knapp unter 40% sind wir leider gegen derartige Effekte nicht immun. Hinzu kommt, dass wir angesichts unseres währungsbereinigten Wachstums in Höhe von 20% im letzten Jahr und 16% im Vorjahr davon ausgegangen sind, unsere Position dieses Jahr zu konsolidieren, bevor wir zur nächsten Offensive ansetzen. Aber diese hat bereits begonnen. Ende Juli stellten wir den SLDR, unseren neuen und bisher längsten Driver, vor. Dank seiner jetzt noch effektiveren und benutzerfreundlicheren „Movable Weight“-Technologie ist er auf dem besten Weg, zum Driver Nummer eins auf der Tour zu avancieren. Zudem gewinnen wir dank der adizero Produktfamilie beträchtliche Marktanteile in der Kategorie Golfschuhe hinzu, und wir erwarten auch bei Adams Golf ein beschleunigtes Umsatzwachstum in der zweiten Jahreshälfte. Daher bin ich zuversichtlich, dass wir das Jahr gut beenden und unser Ziel einer währungs-bereinigten Umsatzsteigerung im mittleren einstelligen Bereich für das Gesamtjahr erreichen werden.

**Eine Frage zum Schluss: Haben sich Ihre Prognosen für das Gesamtjahr verändert?**

/ Was unsere Prognosen für das Gesamtjahr angeht, so können wir die meisten Ziele des Konzerns bestätigen. Angesichts des derzeitigen schwachen Marktumfelds in Europa und der ungünstigen Entwicklung mehrerer Währungen gegenüber dem Euro gestaltet sich die Erreichung unserer Ziele allerdings schwieriger als ursprünglich angenommen. Aufgrund der sehr positiven Resonanz auf unsere neuesten Produktinnovationen und angesichts unserer geplanten Produkteinführungen und Marketingkampagnen für die zweite Jahreshälfte wird unsere Umsatzdynamik wie erwartet im weiteren Verlauf des Jahres an Fahrt gewinnen, wobei die Entwicklung des diesjährigen vierten Quartals außerordentlich positiv ausfallen dürfte. Wir gehen nun davon aus, dass der währungsbereinigte Umsatz für das Gesamtjahr im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich zulegen wird. Angesichts der gesunden Struktur unserer Vorräte, der anhaltenden Beliebtheit unserer Marken sowie der starken Verbesserung im ersten Halbjahr erwarten wir nun, dass die Bruttomarge zwischen 48,5% und 49,0% liegen wird. Unsere ursprüngliche Prognose lag zwischen 48,0% und 48,5%. Wir beabsichtigen, mehr Geschäfte zu eröffnen als zu Jahresbeginn geplant, und gehen deshalb jetzt davon aus, dass die betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz steigen werden. Bisher hatten wir mit einem moderaten Rückgang gerechnet. Infolge der starken Entwicklung der Bruttomarge bleibt unser Ziel einer operativen Marge von annähernd 9,0% für das Gesamtjahr jedoch unverändert. Summa summarum: Wir erwarten nach wie vor, dass der auf Anteilseigner entfallende Gewinn zwischen 12% und 16% steigen und ein Rekordniveau zwischen 890 Mio. € und 920 Mio. € erreichen wird.

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

# Unsere Aktie

Im zweiten Quartal 2013 verzeichneten die meisten internationalen Aktienmärkte eine Seitwärtsbewegung, wobei sich diese Entwicklung zeitweise volatil zeigte. Der DAX und die US-Aktienmärkte erreichten im Mai neue Höchststände, unterstützt durch robuste Konjunkturdaten in den USA und durch die Leitzinssenkung der Europäischen Zentralbank. Allerdings führten Hinweise, dass die US-Notenbank ihre geldpolitischen Anreize reduzieren könnte, zusammen mit enttäuschenden Konjunkturdaten in China, zu einer Konsolidierung der Aktienmärkte gegen Ende des Quartals. Infolgedessen legten der DAX und der MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index gegenüber Ende März 2013 nur moderat um 2,1 % bzw. 4,3 % zu. Analog zu den Entwicklungen des Gesamtmarkts stieg die Aktie der adidas AG im Dreimonatszeitraum um 2,7 %.

## Entwicklung der Aktienmärkte weltweit sehr unterschiedlich

Infolge einer anhaltend lockeren Geldpolitik der wichtigsten Zentralbanken setzten die Aktienmärkte zu Beginn des zweiten Quartals ihre dynamische Entwicklung fort. Insbesondere die Ankündigung der US-Notenbank, bei Bedarf vermehrt Anleihen zum Schutz der Wirtschaft zu kaufen, wurde von Marktteilnehmern positiv aufgenommen. Verbesserte US-Konjunkturindikatoren sowie die Entscheidung der Europäischen Zentralbank, den Leitzinssatz um 25 Basispunkte auf 0,5 % zu senken, führten Anfang Mai zu neuen Höchstständen für den DAX und die US-Aktienmärkte. Ab Mitte Mai stellten allerdings Hinweise, dass die US-Notenbank ihre geldpolitischen Anreize reduzieren könnte, eine erhebliche Herausforderung für die Aktienmärkte dar. Die internationalen Aktienmärkte verzeichneten weitere Einbußen, nachdem die US-Notenbank bei ihrem Treffen im Juni signalisierte, dass sie ihr Anleihekaufprogramm im weiteren Verlauf des Jahres eventuell zurückfahren werde. Infolgedessen und angesichts enttäuschender Konjunkturdaten in China gerieten die internationalen Aktienmärkte weiter unter Druck. Gegen Ende des Quartals unterstützten jedoch sich verbessernde Konjunkturdaten in der Eurozone und robuste US-Konjunkturdaten die Trends an den Aktienmärkten. Infolge dieser Entwicklungen stiegen der DAX und der MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index gegenüber Ende März 2013 moderat um 2,1 % bzw. 4,3 %.

## Aktienkurs der adidas AG steigt moderat im zweiten Quartal

Zu Beginn des zweiten Quartals entwickelte sich die Aktie der adidas AG rückläufig. Grund hierfür waren Gewinnmitnahmen einiger Investoren angesichts des deutlichen Kursanstiegs im bisherigen Jahresverlauf. Ab Mitte April erholte sich die Aktie jedoch aufgrund positiver Kommentare einiger Analysten im Vorfeld der Ergebnisse des adidas Konzerns für das erste Quartal. Im Zuge der Veröffentlichung der Quartalsergebnisse am 3. Mai legte die Aktie der adidas AG um 7,5 % zu und entwickelte sich damit deutlich besser als der DAX. Auch wenn die Umsatzergebnisse geringfügig unter den mehrheitlichen Schätzungen lagen, übertrafen wichtige Kennzahlen wie Bruttomarge, operative Marge und Konzerngewinn deutlich die Markterwartungen, was zu positivem Feedback seitens der Analysten und Investoren führte. Die anhaltend positive Dynamik in den Schwellenländern, insbesondere

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

	Seit Jahres- beginn	1 Jahr	3 Jahre	5 Jahre	Seit Börsen- gang
adidas AG	23	47	102	106	760
DAX	5	29	29	24	262
MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods	9	33	78	91	348

Quelle: Bloomberg.

in China und Lateinamerika, sowie deutliches Wachstum in wichtigen strategischen Kategorien wie Running, Basketball und Outdoor bekräftigten das Vertrauen der Analysten, dass der adidas Konzern auf einem guten Weg sei, seine Jahresziele zu erreichen. Daraufhin hoben einige Analysten ihre Kaufempfehlungen und Zielkurse an. Unterstützt durch die positive Marktstimmung kletterte die Aktie der adidas AG am 22. Mai auf ein neues Allzeithoch von 87,66 €. Gegen Ende des Quartals geriet die adidas AG Aktie allerdings, analog zur allgemeinen Schwäche an den Aktienmärkten, unter Druck. Während die meisten Aktienmärkte im Juni deutliche Verluste hinnehmen mussten, zeigte sich die Aktie der adidas AG hingegen robust und verzeichnete eine Seitwärtsbewegung. Infolgedessen beendete die Aktie der adidas AG das zweite Quartal bei 83,14 € und damit 2,7 % über dem Schlusskurs von Ende März 2013. Seit Ende 2012 hat die Aktie der adidas AG um 23,5 % zugelegt.

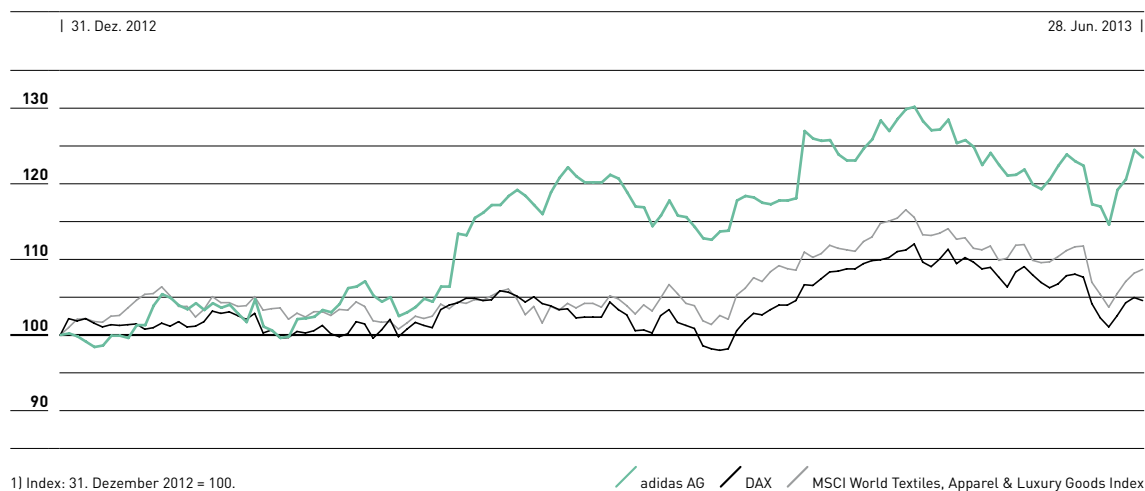
## Level 1 ADR setzt positive Dynamik weiter fort

Die Anzahl der Level 1 American Depositary Receipts (ADRs) stieg im Dreimonatszeitraum verglichen mit der Anzahl am Ende des ersten Quartals 2013 weiter. Am 28. Juni 2013 belief sich die Anzahl der ausstehenden ADRs auf 12,6 Millionen (28. März 2013: 12,2 Millionen), was auch einen deutlichen Anstieg verglichen mit dem Stand vom 29. Juni 2012 (11,8 Millionen) bedeutet. Das Level 1 ADR schloss das Quartal bei 54,14 US-Dollar und lag somit um 3,9 % über dem Stand von Ende März 2013. Der stärker ausgeprägte Kursanstieg des Level 1 ADR gegenüber dem Kursanstieg der Aktie war auf die Abwertung des US-Dollar gegenüber dem Euro am Ende des zweiten Quartals verglichen mit Ende März 2013 zurückzuführen.



## Die Aktie der adidas AG auf einen Blick

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



### 07 / Die adidas AG Aktie

Aktienanzahl Durchschnitt im ersten Halbjahr	209.216.186
Aktienanzahl Zum 28. Juni <sup>1)</sup>	209.216.186
Aktienart	Auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien (Namensaktien)
Free Float	100 %
Börsengang	17. November 1995
Aktiensplit	6. Juni 2006 (im Verhältnis 1:4)
Börsenplatz	Alle deutschen Börsen
Wertpapiercode (ISIN)	DE000A1EWWW0
Börsenkürzel	ADS, ADSGn.DE

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

## Dividende von 1,35 € je Aktie ausgezahlt

Bei der Hauptversammlung am 8. Mai 2013 stimmten die Aktionäre dem Dividendenvorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat der adidas AG für das Geschäftsjahr 2012 in Höhe von 1,35 € je Aktie zu (2011: 1,00 €). Die Dividende wurde am 9. Mai 2013 ausgezahlt. Basierend auf der Anzahl der ausstehenden Aktien zum Zeitpunkt der Hauptversammlung bedeutet dies eine Dividendenausschüttung in Höhe von 282 Mio.€ (2011: 209 Mio.€) und einen 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 jährlichen Ausschüttungssatz zwischen 20% und 40% des auf Anteilseigner entfallenden Gewinns vorsieht.

## Veränderungen in der Investorenbasis

Im zweiten Quartal 2013 erhielt der Konzern 28 Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 21 Abs. 1, 25 Abs. 1 bzw. 25a Abs. 1 Wertpapierhandelsgesetz (WpHG). Diese und alle danach erhaltenen Stimmrechtsmitteilungen sind auf unserer Webseite unter ://WWW.ADIDAS-GROUP.DE/STIMMRECHTSMITTEILUNGEN zu finden.

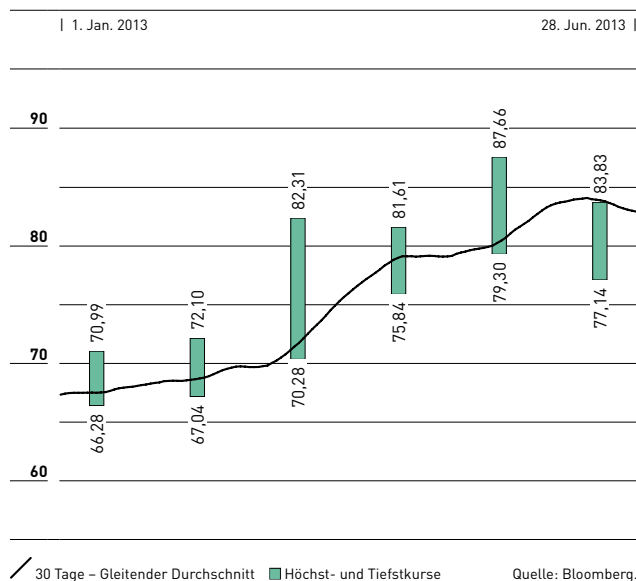
## Offenlegung von Aktiengeschäften auf der Internetseite des Unternehmens

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 veröffentlicht. Im zweiten Quartal 2013 erhielt die adidas AG Mitteilungen, dass Christian Tourres, Mitglied des Aufsichtsrats der adidas AG, am 20. Mai 2013 25.572 Aktien und am 21. Mai 2013 32.710 Aktien verkauft hat.

## Auszeichnung für Investor-Relations-Aktivitäten

Im Juni 2013 wurde der adidas Konzern bei den renommierten IR Magazine Awards mit dem ersten Platz im Sektor „Körperpflege & Haushalt/Luxusgüter“ ausgezeichnet. Das Magazin bat über 700 Investoren und Analysten in ganz Europa, über die Unternehmen mit der besten Investor-Relations-Arbeit abzustimmen. Als die wichtigsten drei Kategorien für die Endbewertung wurden Unternehmenskenntnisse, detaillierte Informationspreisgabe sowie Zugang zum Management genannt. Marktteilnehmer äußerten sich positiv zu den sehr detaillierten Informationen im Geschäftsbericht des adidas Konzerns für das Jahr 2012 sowie zu den professionellen und informativen Marketingmaßnahmen der Investor-Relations-Abteilung. Im Technologiebereich stieß die vor Kurzem vom adidas Konzern vorgestellte Investor Relations und Media App für iPad und iPhone auf sehr positive Resonanz bei Analysten und Investoren.

## 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. Juni.

## Geschäftsentwicklung des Konzerns

Im ersten Halbjahr 2013 erzielte der adidas Konzern solide Geschäftsergebnisse, trotz gesamtwirtschaftlicher Herausforderungen in vielen Regionen, insbesondere in Westeuropa. Der währungsbereinigte Konzernumsatz blieb stabil, da Zuwächse im Einzelhandelssegment sowie in den Anderen Geschäftssegmenten Umsatzrückgänge im Großhandelssegment ausglich. In Euro lag der Konzernumsatz mit 7,134 Mrd. € um 3 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 7,341 Mrd. €). Die Bruttomarge des Konzerns verbesserte sich um 2,1 Prozentpunkte auf 50,1 % (2012: 48,0 %). 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 Halbjahr 2013 um 1 % auf 3,575 Mrd. € (2012: 3,522 Mrd. €). Die operative Marge lag mit 9,7 % um 0,7 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert (2012: 9,1 %). Dies war primär das Ergebnis einer höheren Bruttomarge, die den negativen Effekt höherer sonstiger betrieblicher Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz mehr als kompensierte. Das Betriebsergebnis des Konzerns verbesserte sich im ersten Halbjahr 2013 um 4 % auf 693 Mio. € (2012: 665 Mio. €). Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn stieg um 6 % auf 480 Mio. € (2012: 455 Mio. €). Das verwässerte Ergebnis je Aktie erhöhte sich im ersten Halbjahr 2013 um 6 % auf 2,29 € (2012: 2,17 €).

## Entwicklung Gesamtwirtschaft und Branche

### Weltwirtschaft wächst im zweiten Quartal

Im zweiten Quartal 2013 verzeichnete die Weltwirtschaft ein moderates Wachstum, wobei sich die Schwellenländer nach wie vor besser entwickelten als die meisten Industrienationen. Der relativ stabile Inflationsdruck und der Anstieg des real verfügbaren Einkommens in den meisten Schwellenländern unterstützten den Inlandskonsum und die wirtschaftliche Aktivität, wenn auch in einem etwas geringeren Ausmaß als in den vorherigen Quartalen. Im Gegensatz dazu waren zahlreiche reife Märkte nach wie vor erheblichen wirtschaftlichen Herausforderungen ausgesetzt, vor allem infolge der hohen Staatsverschuldung. Trotz verstärkter geldpolitischer Maßnahmen stellten geringe Wachstumsraten sowie Rezessionen in vielen reifen Märkten weiterhin erhebliche Belastungsfaktoren für die Konjunkturerpansion weltweit dar.

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

In den europäischen Schwellenländern konnte ein positives BIP-Wachstum verzeichnet werden. Russland profitierte als weltweit führender Energieexporteur von einem relativ stabilen Ölpreis. Nichtsdestotrotz wirkten sich die schwache Entwicklung in der Eurozone und die geringere Nachfrage aus China negativ auf die Exporttätigkeit und die Industrieproduktion vieler Volkswirtschaften der Region aus.

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

	Q2 2012	Q3 2012	Q4 2012	Q1 2013	Q2 2013
USA <sup>2)</sup>	62,7	68,4	66,7	61,9	82,1
Eurozone <sup>3)</sup>	-19,6	-25,7	-26,3	-23,5	-18,8
Japan <sup>4)</sup>	40,8	40,4	39,1	45,0	44,3
China <sup>5)</sup>	99,3	100,8	103,7	102,6	99,0
Russland <sup>6)</sup>	-4,0	-6,0	-8,0	-7,0	-6,0
Brasilien <sup>7)</sup>	112,6	113,2	115,2	114,3	110,1

1) Zahlen am Quartalsende.

2) Quelle: Conference Board.

3) Quelle: Europäische Kommission.

4) Quelle: Volks- und Sozialwirtschaftliches Forschungsinstitut der japanischen Regierung.

5) Quelle: Chinesisches Statistikamt.

6) Quelle: Russisches Statistikamt.

7) Quelle: Confederação Nacional da Indústria.

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

	Durchschnittskurs 2012	Q3 2012	Q4 2012	Q1 2013	Q2 2013	Durchschnittskurs 2013 <sup>2)</sup>
USD	1,2862	1,2930	1,3194	1,2805	1,3080	1,3135
GBP	0,8115	0,7981	0,8161	0,8456	0,8572	0,8507
JPY	102,65	100,37	113,61	120,87	129,39	125,32
RUB	39,951	39,976	40,074	39,802	42,783	40,734
CNY	8,1137	8,1989	8,2931	8,0341	8,0817	8,1313

1) Kassakurs am Quartalsende.

2) Durchschnittskurs des ersten Halbjahres 2013.

In den USA verzeichnete die Wirtschaft im zweiten Quartal ein moderates Wachstum. Die rückläufige Inflation und die Verbesserung auf dem Immobilienmarkt konnten einen Rückgang der Staatsausgaben zum Teil kompensieren. Höhere Lohn- und Einkommensteuern sowie ein Rückgang der Exporttätigkeit, als Reaktion auf die Rezession in Europa, und die Verlangsamung des BIP-Wachstums in Asien belasteten jedoch das Konjunkturwachstum.

In Asien trugen relativ stabile Inflationsraten und deutlich steigende Löhne in den meisten Volkswirtschaften der Region zur Stärkung des Konsumentenvertrauens bei und kurbelten die Inlandsnachfrage und das Konjunkturwachstum an. In China blieb das Konjunkturwachstum robust, verlangsamte sich aber geringfügig aufgrund der rückläufigen Auslandsnachfrage im Vergleich zu den vorangegangenen Quartalen. Die Konjunktur Japans hingegen erholte sich weiter dank eines umfangreichen staatlichen Konjunkturprogramms sowie der Abwertung des japanischen Yen, die zur Belebung der Exportaktivität beitrug.

In Lateinamerika hatten die niedrige Arbeitslosigkeit sowie Förderprogramme der Regierung einen positiven Effekt auf die Konjunktur-entwicklung der Region. Der rückläufige Inlandskonsum, die nachlassende Exportnachfrage und eine steigende Inflation wirkten sich jedoch negativ auf das Konjunkturwachstum aus.

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

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

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

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

In den USA förderten die Markterholung und die Stabilisierung der Inflationsrate die Konsumausgaben. Dies wiederum wirkte sich positiv auf den Einzelhandel sowie auf die Sportartikelbranche aus. Im Sportartikel-einzelhandel waren in den Bereichen Basketball, Training und Sporting Lifestyle nach wie vor positive Trends zu sehen. Der Golfmarkt spürte allerdings die Auswirkungen der für die Saison untypischen Wetter-verhältnisse, die zu einem erheblichen Rückgang der gespielten Runden in diesem Zeitraum führten. Viele Sportartikelhändler fokussierten sich weiterhin auf qualitativ hochwertige und technologisch innovative Produkte, um Produktverkäufe, insbesondere zu höheren Preisen, anzukurbeln.

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

In Lateinamerika unterstützten die Lockerung der Kreditvergabe-politik und eine geringe Arbeitslosenquote die Einzelhandels-umsätze und förderten zudem die Umsätze mit Sportartikeln. Der anhaltende Inflationsdruck und das abschwächende Konsumentenvertrauen dämpften jedoch das Wachstum der Branche im zweiten Quartal.



## Gewinn-und-Verlust-Rechnung

### Währungsbereinigter Konzernumsatz bleibt im zweiten Quartal 2013 stabil

Im zweiten Quartal 2013 blieb der Konzernumsatz auf währungsbereinigter Basis stabil. Grund hierfür war das Umsatzwachstum im Einzelhandelssegment, das Rückgänge im Großhandelssegment und in den Anderen Geschäftssegmenten kompensierte. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Konzernumsatz lag im zweiten Quartal 2013 mit 3,383 Mrd. € um 4 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 3,517 Mrd. €).

### Konzernumsatz wird durch Wachstum im Einzelhandelssegment unterstützt

Im zweiten Quartal 2013 verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz im Großhandelssegment aufgrund von Rückgängen bei adidas um 1 %. Im Einzelhandelssegment erhöhte sich der währungsbereinigte Umsatz um 5 %, was Umsatzsteigerungen sowohl bei adidas als auch bei Reebok zuzuschreiben war. In den Anderen Geschäftssegmenten verringerte sich der Umsatz auf währungsbereinigter Basis, infolge eines Umsatzrückgangs bei TaylorMade-adidas Golf, um 4 %. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Im Großhandelssegment lag der Umsatz im zweiten Quartal 2013 mit 2,014 Mrd. € um 5 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 2,113 Mrd. €). Der Umsatz im Einzelhandelssegment nahm um 2 % auf 867 Mio. € zu (2012: 854 Mio. €). In den Anderen Geschäftssegmenten verringerte sich der Umsatz um 9 % auf 502 Mio. € (2012: 550 Mio. €).

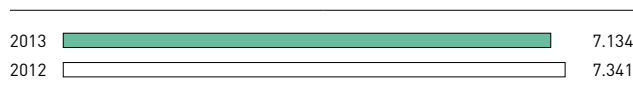
### Währungsbereinigter Konzernumsatz bleibt im ersten Halbjahr 2013 stabil

Im ersten Halbjahr 2013 blieb der Konzernumsatz auf währungsbereinigter Basis stabil. Dies war auf Umsatzsteigerungen im Einzelhandelssegment sowie in den Anderen Geschäftssegmenten zurückzuführen, die Rückgänge im Großhandelssegment ausglich. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Konzernumsatz lag im ersten Halbjahr 2013 mit 7,134 Mrd. € um 3 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 7,341 Mrd. €) / GRAFIK 12.

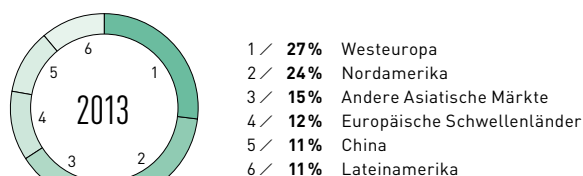
### Konzernumsatz wird durch Wachstum im Einzelhandelssegment und in den Anderen Geschäftssegmenten unterstützt

Im ersten Halbjahr 2013 verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz im Großhandelssegment um 2 %. Ausschlaggebend hierfür waren Rückgänge sowohl bei adidas als auch bei Reebok. Der währungsbereinigte Umsatz im Einzelhandelssegment legte im Vergleich zum Vorjahr infolge von Umsatzsteigerungen bei adidas und Reebok um 6 % zu. Die Anderen Geschäftssegmente verzeichneten auf währungsbereinigter Basis ein Plus in Höhe von 2 %. Zuwächse bei TaylorMade-adidas Golf und Rockport trugen wesentlich zu dieser Entwicklung bei. Auch die Anderen Zentral Geführten Marken verzeichneten Umsatzsteigerungen. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Im Großhandelssegment ging der Umsatz im ersten Halbjahr 2013 um 5 % auf 4,495 Mrd. € zurück

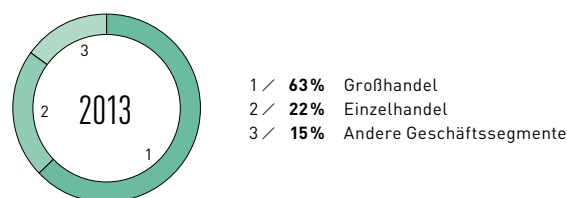
#### 12 / Umsatzerlöse im 1. Halbjahr (in Mio. €)



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



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



(2012: 4,727 Mrd. €). Der Umsatz im Einzelhandelssegment erhöhte sich um 3 % und erreichte 1,589 Mrd. € (2012: 1,547 Mrd. €). In den Anderen Geschäftssegmenten lag der Umsatz im ersten Halbjahr 2013 mit 1,050 Mrd. € um 2 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 1,067 Mrd. €).

### Währungsbereinigter Konzernumsatz nimmt in den meisten Regionen zu

Der währungsbereinigte Konzernumsatz lag im ersten Halbjahr 2013 in allen Regionen mit Ausnahme von Westeuropa über dem Vorjahresniveau. In Westeuropa verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz um 9 %. Umsatzzuwächse in Frankreich und Polen wurden durch zweistellige Rückgänge in Großbritannien, Italien und Spanien mehr als aufgehoben. In den Europäischen Schwellenländern stieg der währungsbereinigte Umsatz infolge von Umsatzsteigerungen in allen Märkten der Region mit Ausnahme der Ukraine um 1 %. In Nordamerika erhöhte sich der Konzernumsatz aufgrund von Wachstum in den USA währungsbereinigt um 1 %. Der Umsatz in China nahm währungsbereinigt um 6 % zu. Die Anderen Asiatischen Märkte verzeichneten einen

währungsbereinigten Umsatzanstieg in Höhe von 1 %; dies war in erster Linie Steigerungen in Indien, Südkorea und Australien zuzuschreiben. In Lateinamerika legte der Umsatz mit einem zweistelligen Wachstum in den meisten wichtigen Märkten der Region währungsbereinigt um 16 % zu. Währungseffekte wirkten sich in den meisten Regionen negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus / **TABELLE 16.**

## Konzernumsatz wächst in den Bereichen Schuhe und Zubehör

Im ersten Halbjahr 2013 stieg der Konzernumsatz auf währungsbereinigter Basis in den meisten Produktbereichen. Der währungsbereinigte Umsatz im Bereich Schuhe wuchs in diesem Zeitraum um 5 %. Verantwortlich hierfür waren zweistellige Zuwächse in den Kategorien Running und Outdoor. 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 Fußball und Training mehr als aufgehoben. Die Umsatzerlöse im Bereich Zubehör legten auf währungsbereinigter Basis im Vergleich zum Vorjahr um 7 % zu; deutliche Zuwächse in der Kategorie Training waren hierfür ausschlaggebend. Darüber hinaus wirkte sich die erstmalige Konsolidierung von Adams Golf zum Ende des zweiten Quartals 2012 positiv auf diese Entwicklung aus. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus / **TABELLE 17.**

Neue Produkteinführungen trugen zum Umsatzwachstum in allen Produktbereichen bei. Ein Überblick über die wichtigsten Produkteinführungen im zweiten Quartal 2013 ist in der nebenstehenden Tabelle zu finden / **TABELLE 15.**

## 15 / Wichtige Produkteinführungen im zweiten Quartal 2013

Produkt	Marke
DryDye Prime T-Shirt	adidas
Crazyquick Basketballsuh	adidas
Nitrocharge Fußballschuh	adidas
Messi Icon Signature-Kollektion	adidas
FC Bayern München Fußballtrikot	adidas
ClimaCool+ Trainingsbekleidung	adidas
adistar Boost Laufschuh	adidas
NEO BBNEO Hi Top Schuh	adidas
Disney Monsters Kinderkollektion	adidas
Originals x Hanon Centaur Schuh	adidas
Reebok Delta PWR Bekleidung	Reebok
Reebok One Series Bekleidung	Reebok
ZigCarbon Laufschuh	Reebok
RealFlex Select Laufschuh	Reebok
DMXsky 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
i-4 Tech Putter	Adams Golf
Reebok Pro Series Schutzausrüstung	Reebok Hockey
Extreme Flex Pro Torwartausrüstung	CCM
CCM Crazy Light Eishockey-Handschuhe	CCM

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

	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	1.907	2.098	- 9 %	- 9 %
Europäische Schwellenländer	901	917	- 2 %	1 %
Nordamerika	1.716	1.728	- 1 %	1 %
China	781	732	7 %	6 %
Andere Asiatische Märkte	1.064	1.162	- 8 %	1 %
Lateinamerika	765	704	9 %	16 %
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>7.134</b>	<b>7.341</b>	<b>- 3 %</b>	<b>0 %</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

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

	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Schuhe	3.503	3.422	2 %	5 %
Bekleidung	2.652	2.975	- 11 %	- 8 %
Zubehör	979	945	4 %	7 %
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>7.134</b>	<b>7.341</b>	<b>- 3 %</b>	<b>0 %</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

## Bruttomarge des Konzerns verbessert sich um 2,1 Prozentpunkte

Die Bruttomarge des adidas Konzerns lag im ersten Halbjahr 2013 mit 50,1% um 2,1 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert (2012: 48,0%) / **GRAFIK 19**. Verantwortlich hierfür waren ein besserer Preis- und Produktmix, eine günstigere regionale Umsatzverteilung sowie ein höherer Anteil von Einzelhandelsumsätzen, die höhere Margen erzielen; dies glich die negativen Effekte resultierend aus weniger günstigen Hedging-Kursen mehr als aus. Das Bruttoergebnis des Konzerns verbesserte sich im ersten Halbjahr 2013 um 1 % auf 3,575 Mrd. € (2012: 3,522 Mrd. €) / **GRAFIK 18**.

## Geringere Lizenz- und Provisionserträge

Die Lizenz- und Provisionserträge des adidas Konzerns lagen im ersten Halbjahr 2013 mit 51 Mio. € um 2 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 52 Mio. €). Auf währungsbereinigter Basis verringerten sich die Lizenz- und Provisionserträge ebenfalls um 2 %, was hauptsächlich auf geringere Lizenzumsätze bei der Marke adidas zurückzuführen war.

## Sonstige betriebliche Erträge stabil

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 Halbjahr 2013 blieben die sonstigen betrieblichen Erträge mit 47 Mio. € stabil (2012: 47 Mio. €).

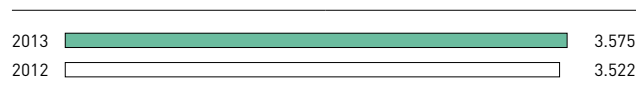
## Sonstige betriebliche Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz erhöhen sich um 1,5 Prozentpunkte

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen einschließlich Abschreibungen beinhalten Posten wie das Sales-Working-Budget, das Marketing-Working-Budget und die Betriebsgemeinkosten. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz nahmen im ersten Halbjahr 2013 um 1,5 Prozentpunkte auf 41,8 % zu (2012: 40,3 %). In Euro stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 1 % auf 2,980 Mrd. € (2012: 2,956 Mrd. €) / **GRAFIK 20**. Verantwortlich hierfür war der Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten des Konzerns. Die Aufwendungen des Sales- und Marketing-Working-Budgets beliefen sich auf 882 Mio. €. Dies entspricht einem Rückgang um 1 % gegenüber dem Vorjahreswert (2012: 894 Mio. €). Nach Marken betrachtet stieg das Sales- und Marketing-Working-Budget von adidas im ersten Halbjahr 2013 um 3 % auf 676 Mio. € (2012: 656 Mio. €). Bei Reebok lag das Sales- und Marketing-Working-Budget mit 82 Mio. € um 34 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 125 Mio. €). Im Verhältnis zum Umsatz stieg das Sales- und Marketing-Working-Budget des Konzerns um 0,2 Prozentpunkte auf 12,4 % (2012: 12,2 %).

## Anzahl der Mitarbeiter im Konzern steigt um 1 %

Zum Ende des ersten Halbjahres 2013 beschäftigte der Konzern 47.359 Mitarbeiter. Das entspricht einem Anstieg in Höhe von 1 % gegenüber dem Vorjahresstand von 46.738. 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 Halbjahres 2013 um 1 % auf 41.036 zu (2012: 40.813).

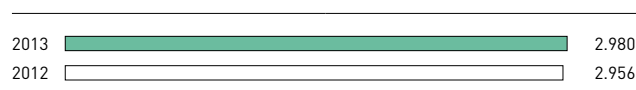
### 18 / Bruttoergebnis im 1. Halbjahr (in Mio. €)



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



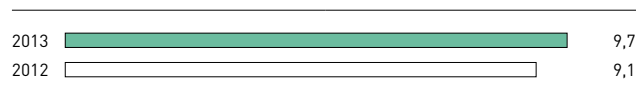
### 20 / Sonstige betriebliche Aufwendungen im 1. Halbjahr (in Mio. €)



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



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



## Operative Marge verbessert sich um 0,7 Prozentpunkte

Das Betriebsergebnis des Konzerns verbesserte sich im ersten Halbjahr 2013 um 4 % auf 693 Mio. € (2012: 665 Mio. €) / **GRAFIK 21**. Die operative Marge stieg um 0,7 Prozentpunkte auf 9,7 % (2012: 9,1 %) / **GRAFIK 22**. Hauptgründe hierfür waren die positiven Effekte resultierend aus der Verbesserung der Bruttomarge, die höhere sonstige betriebliche Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz mehr als kompensierten.

## Finanzerträge 41 % unter dem Vorjahr

Die Finanzerträge gingen im ersten Halbjahr 2013 um 41 % auf 10 Mio. € zurück (2012: 17 Mio. €). Verantwortlich hierfür waren in erster Linie niedrigere Zinserträge.

## Finanzaufwendungen verringern sich um 30 %

Die Finanzaufwendungen verringerten sich im ersten Halbjahr 2013 um 30 % auf 40 Mio. € (2012: 57 Mio. €) / **GRAFIK 23**. Niedrigere Zinsaufwendungen trugen hauptsächlich zu diesem Rückgang bei.

### Gewinn vor Steuern im Verhältnis zum Umsatz steigt um 0,8 Prozentpunkte

Der Konzerngewinn vor Steuern erhöhte sich um 6% auf 663 Mio. € (2012: 625 Mio. €) / **GRAFIK 24**. Der Gewinn vor Steuern im Verhältnis zum Umsatz verbesserte sich im ersten Halbjahr 2013 um 0,8 Prozentpunkte auf 9,3% (2012: 8,5%). 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 Halbjahr 2013 auf 480 Mio. € (2012: 455 Mio. €) / **GRAFIK 25**. Dies bedeutet einen Anstieg in Höhe von 6% gegenüber dem Vorjahreswert. Die Steuerquote des Konzerns stieg im ersten Halbjahr 2013, insbesondere aufgrund einer weniger günstigen Gewinnverteilung, um 0,1 Prozentpunkte auf 27,5% (2012: 27,4%).

### Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Aktie erreicht 2,29 €

Im ersten Halbjahr 2013 betrug das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie 2,29 € (2012: 2,17 €) / **GRAFIK 26**. Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von 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 Halbjahr keine potenziellen verwässernden Aktien existierten.

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

2013	<div style="width: 40%;"></div>	40
2012	<div style="width: 57%;"></div>	57

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

2013	<div style="width: 66%;"></div>	663
2012	<div style="width: 62%;"></div>	625

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

2013	<div style="width: 48%;"></div>	480
2012	<div style="width: 45%;"></div>	455

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






2013	<div style="width: 229%;"></div>	2,29
2012	<div style="width: 217%;"></div>	2,17

## Bilanz und Kapitalflussrechnung

### Bilanzsumme geht um 5 % zurück

Zum 30. Juni 2013 ging die Bilanzsumme gegenüber dem Vorjahr um 5 % auf 11,525 Mrd. € zurück (2012: 12,092 Mrd. €). Verantwortlich hierfür war ein Rückgang 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)

		30. Juni 2013	30. Juni 2012 <sup>2)</sup>
<b>Aktiva (in Mio. €)</b>		<b>11.525</b>	<b>12.092</b>
Flüssige Mittel		10,4 %	8,4 %
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		17,6 %	17,5 %
Vorräte		22,7 %	22,5 %
Anlagevermögen		36,3 %	36,3 %
Sonstige Vermögensgegenstände		13,0 %	15,3 %

■ 30. Juni 2013 □ 30. Juni 2012

1) Für absolute Zahlen siehe Konzernbilanz der adidas AG, S. 35.  
2) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

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

		30. Juni 2013	30. Juni 2012 <sup>2)</sup>
<b>Passiva (in Mio. €)</b>		<b>11.525</b>	<b>12.092</b>
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten		1,4 %	4,1 %
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		15,1 %	15,5 %
Langfristige Finanzverbindlichkeiten		10,1 %	10,0 %
Sonstige Verbindlichkeiten		26,0 %	25,0 %
Gesamtes Eigenkapital		47,4 %	45,4 %

■ 30. Juni 2013 □ 30. Juni 2012

1) Für absolute Zahlen siehe Konzernbilanz der adidas AG, S. 35.  
2) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

### Vorräte des Konzerns um 4 % reduziert

Die Vorräte des Konzerns lagen zum 30. Juni 2013 mit 2,611 Mrd. € um 4 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 2,721 Mrd. €) / **GRAFIK 29**. Auf währungsbereinigter Basis blieben die Vorräte stabil; dies spiegelt den kontinuierlichen Fokus des Konzerns hinsichtlich des Lagerbestandsmanagements wider.

### Kurzfristige Finanzanlagen gehen um 92 % zurück

Die kurzfristigen Finanzanlagen gingen zum Ende des ersten Halbjahres 2013 um 92 % auf 29 Mio. € zurück (2012: 377 Mio. €). Diese Entwicklung war primär auf niedrigere kurzfristige Cash-Investitionen zurückzuführen.

### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen 4 % unter dem Vorjahr

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen des Konzerns verringerten sich zum 30. Juni 2013 um 4 % auf 2,029 Mrd. € (2012: 2,118 Mrd. €) / **GRAFIK 30**. Währungsbereinigt stiegen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 2 %. Der Rückgang der Wertberichtigungen für zweifelhafte Forderungen trug zu dieser Entwicklung bei.

### Rückgang der sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte um 7 %

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte gingen zum Ende des ersten Halbjahres 2013 um 7 % auf 239 Mio. € zurück (2012: 256 Mio. €). Diese Entwicklung war hauptsächlich auf niedrigere beizulegende Zeitwerte von Finanzinstrumenten zurückzuführen.

### Sonstige kurzfristige Vermögenswerte steigen um 12 %

Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich zum Ende des ersten Halbjahres 2013 um 12 % auf 538 Mio. € (2012: 482 Mio. €). Hauptgrund hierfür war ein Anstieg der Vorauszahlungen.

### Anlagevermögen 5 % unter dem Vorjahr

Das Anlagevermögen beinhaltet Sachanlagen, Geschäfts- oder Firmenwerte, Markenrechte und sonstige immaterielle Vermögenswerte sowie langfristige finanzielle Vermögenswerte. Zum Ende des ersten Halbjahres 2013 verringerte sich das Anlagevermögen um 5 % auf 4,179 Mrd. € (2012: 4,393 Mrd. €). Zugänge in Höhe von 477 Mio. € waren größtenteils auf den weiteren Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten, Investitionen in die Logistik- und IT-Infrastruktur des Konzerns sowie die Weiterentwicklung der Konzernzentrale in Herzogenaurach zurückzuführen. Den Zugängen standen Abschreibungen in Höhe von 542 Mio. €, Abgänge in Höhe von 34 Mio. € und negative Währungseffekte in Höhe von 115 Mio. € gegenüber. Verglichen mit dem Stand zum 31. Dezember 2012 erhöhte sich das Anlagevermögen um 1 %.

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

Zum 30. Juni 2013 gingen die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte um 55 % auf 11 Mio. € zurück (2012: 25 Mio. €). Verantwortlich für diesen Rückgang war der Verkauf der Immobilieninvest und Betriebsgesellschaft Herzo Base GmbH & Co. KG im Jahr 2012.

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

2013	<div style="width: 96%;"></div>	2.611
2012 <sup>2)</sup>	<div style="width: 100%;"></div>	2.721

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

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

2013	<div style="width: 96%;"></div>	2.029
2012 <sup>2)</sup>	<div style="width: 100%;"></div>	2.118

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

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

2013	<div style="width: 96%;"></div>	1.746
2012 <sup>2)</sup>	<div style="width: 100%;"></div>	1.874

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

### Sonstige langfristige Vermögenswerte gehen um 13 % zurück

Die sonstigen langfristigen Vermögenswerte lagen zum Ende des ersten Halbjahres 2013 mit 98 Mio. € um 13 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 111 Mio. €). Hauptgrund hierfür waren niedrigere Vorauszahlungen für Promotion-Verträge.

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

Zum Ende des ersten Halbjahres 2013 gingen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 7 % auf 1,746 Mrd. € zurück (2012: 1,874 Mrd. €) / **GRAFIK 31**. Auf währungsbereinigter Basis verringerten sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 5 %.

### Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten 67 % unter dem Vorjahr

Die kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten lagen zum 30. Juni 2013 mit 163 Mio. € um 67 % unter dem Vorjahresniveau (2012: 495 Mio. €). Dieser Rückgang resultierte in erster Linie aus niedrigeren Bankverbindlichkeiten sowie aus der Rückzahlung von Privatplatzierungen.



### Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten verringern sich um 26 %

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten gingen zum 30. Juni 2013 um 26 % auf 61 Mio. € zurück (2012: 81 Mio. €). Dieser Rückgang war in erster Linie das Ergebnis niedrigerer negativer beizulegender Zeitwerte von Finanzinstrumenten und niedrigerer sonstiger Darlehen.

### Sonstige kurzfristige Rückstellungen gehen um 15 % zurück

Die sonstigen kurzfristigen Rückstellungen verringerten sich zum 30. Juni 2013 um 15 % auf 462 Mio. € (2012: 544 Mio. €). Dies war primär niedrigeren Rückstellungen für Rücklieferungen und Gewährleistungsverpflichtungen zuzuschreiben.

### Kurzfristige abgegrenzte Schulden nehmen um 7 % zu

Die kurzfristigen abgegrenzten Schulden stiegen zum 30. Juni 2013 um 7 % auf 1,123 Mrd. € (2012: 1,053 Mrd. €). Dieser Anstieg war vor allem auf höhere Abgrenzungen für ausstehende Rechnungen und für Personalkosten zurückzuführen.

### Währungseffekte wirken sich negativ auf das auf Anteilseigner entfallende Kapital aus

Das auf Anteilseigner entfallende Kapital blieb mit 5,476 Mrd. € zum 30. Juni 2013 nahezu unverändert gegenüber dem Vorjahr (2012: 5,501 Mrd. €) / **GRAFIK 32**. Der in den letzten zwölf Monaten erwirtschaftete Gewinn wurde durch die Auszahlung der Dividende an die Aktionäre (282 Mio. €), negative Währungseffekte (236 Mio. €), niedrigere beizulegende Zeitwerte von Finanzinstrumenten (41 Mio. €) sowie versicherungsmathematische Verluste aus leistungsorientierten Plänen (25 Mio. €) aufgehoben. Gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2012 stieg das auf Anteilseigner entfallende Kapital um 3 %.

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

2013	5,476
2012 <sup>2)</sup>	5,501

1) Zum 30. Juni ohne nicht beherrschende Anteile.  
2) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

### Cashflow spiegelt verbesserte Profitabilität des Konzerns wider

Im ersten Halbjahr 2013 betrug der Nettomittelabfluss aus der betrieblichen Tätigkeit 77 Mio. € (2012: 70 Mio. €). Der höhere Mittelabfluss aus der betrieblichen Tätigkeit im Vergleich zum Vorjahr stand vor allem im Zusammenhang mit dem höheren Bedarf an operativem kurzfristigem Betriebskapital. Dieser Effekt wurde zum Teil durch niedrigere Zinszahlungen kompensiert. Der Nettomittelzufluss aus der Investitionstätigkeit betrug 61 Mio. € (2012: Nettomittelabfluss in Höhe von 108 Mio. €). Höhere Ausgaben für Sachanlagen wie z. B. Investitionen in die Einrichtung und Ausstattung von Geschäften unseres Einzelhandelssegments sowie in die Logistikinfrastruktur des Konzerns wurden durch höhere Erlöse aus dem Verkauf kurzfristiger Finanzanlagen mehr als aufgehoben. Der Nettomittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit belief sich auf insgesamt 457 Mio. € (2012: Nettomittelzufluss in Höhe von 247 Mio. €). Der Mittelabfluss stand hauptsächlich im Zusammenhang mit der Auszahlung der Dividende an unsere Aktionäre in Höhe von 282 Mio. € sowie der Rückzahlung kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 221 Mio. €. Währungseffekte hatten keine Auswirkung auf den Finanzmittelbestand des Konzerns im ersten Halbjahr 2013 (2012: positiver Effekt in Höhe von 11 Mio. €). Insgesamt führten diese Entwicklungen zu einem Rückgang der flüssigen Mittel des Konzerns zum Ende des ersten Halbjahres 2013 um 473 Mio. € auf 1,197 Mrd. € (31. Dezember 2012: 1,670 Mrd. €).

### Nettofinanzverbindlichkeiten sinken um 223 Mio. €

Zum 30. Juni 2013 beliefen sich die Nettofinanzverbindlichkeiten des Konzerns auf 94 Mio. € (2012: 318 Mio. €) / **GRAFIK 33**. Das entspricht einem Rückgang in Höhe von 223 Mio. € bzw. 70 %. Hauptgrund für diese Reduzierung war die starke Cashflowgenerierung aus der betrieblichen Tätigkeit in den letzten zwölf Monaten. Währungseffekte in Höhe von 1 Mio. € wirkten sich hier negativ aus. Das Verhältnis von Nettofinanzverbindlichkeiten zum rollierenden Zwölfmonats-EBITDA verringerte sich zum Ende des ersten Halbjahres 2013 auf 0,1 (2012: 0,2).

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

2013	94
2012	318

1) Zum 30. Juni.

## Geschäftsentwicklung nach Segmenten

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

### Geschäftsentwicklung Großhandel

#### Umsatzentwicklung des Großhandelssegments für das zweite Quartal 2013

Im zweiten Quartal 2013 ging der Umsatz im Großhandelssegment währungsbereinigt um 1 % zurück. Diese Entwicklung war im Wesentlichen auf Umsatzrückgänge bei adidas Sport Performance zurückzuführen, die deutlich zweistelliges Wachstum bei Reebok sowie Umsatzsteigerungen bei adidas Originals & Sport Style im mittleren einstelligen Bereich mehr als aufhoben. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz im Großhandelssegment verringerte sich im zweiten Quartal 2013 im Vergleich zum Vorjahr um 5 % auf 2,014 Mrd. € (2012: 2,113 Mrd. €).

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

Im ersten Halbjahr 2013 ging der Umsatz im Großhandelssegment währungsbereinigt um 2 % zurück. Ausschlaggebend hierfür waren Rückgänge bei adidas Sport Performance und Reebok. Der Umsatz von adidas Originals & Sport Style verzeichnete eine Umsatzsteigerung im mittleren einstelligen Bereich. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz im Großhandelssegment verringerte sich im Vergleich zum Vorjahr um 5 % auf 4,495 Mrd. € (2012: 4,727 Mrd. €) / TABELLE 34.

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

	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2012	Veränderung
Umsatzerlöse	4.495	4.727	- 5 %
Bruttoergebnis	1.928	1.902	1 %
Bruttomarge	42,9 %	40,2 %	2,7 PP
Segmentbetriebsergebnis	1.525	1.481	3 %
Operative Marge des Segments	33,9 %	31,3 %	2,6 PP

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

2013	<div style="width: 95%;"></div>	4.495
2012	<div style="width: 100%;"></div>	4.727

22  
02/2013

Die Bruttomarge im Großhandelssegment verbesserte sich im ersten Halbjahr 2013 um 2,7 Prozentpunkte auf 42,9 % (2012: 40,2 %). Verantwortlich hierfür waren vor allem ein besserer Preis- und Produktmix sowie eine günstigere regionale Umsatzverteilung. Nach Marken betrachtet erhöhte sich die Bruttomarge von adidas aus der Großhandeltätigkeit um 2,3 Prozentpunkte auf 44,4 % (2012: 42,1 %). Die

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

	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	1.494	1.693	- 12 %	- 11 %
Europäische Schwellenländer	262	266	- 1 %	3 %
Nordamerika	804	854	- 6 %	- 5 %
China	658	617	7 %	6 %
Andere Asiatische Märkte	669	723	- 7 %	1 %
Lateinamerika	608	574	6 %	13 %
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>4.495</b>	<b>4.727</b>	<b>- 5 %</b>	<b>- 2 %</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Bruttomarge der Marke Reebok aus der Großhandelstätigkeit verbesserte sich um 4,9 Prozentpunkte auf 30,5% (2012: 25,7%). Das Bruttoergebnis des Großhandelssegments stieg im ersten Halbjahr 2013 um 1% auf 1,928 Mrd. € (2012: 1,902 Mrd. €) / **TABELLE 34.**

Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit gingen im ersten Halbjahr 2013 um 4% auf 404 Mio. € zurück (2012: 421 Mio. €). Dies war primär geringeren Aufwendungen für Verwaltung und Logistik zuzuschreiben. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit um 0,1 Prozentpunkte auf 9,0% (2012: 8,9%). Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Großhandelssegment beinhalten in erster Linie Aufwendungen für Vertriebspersonal, Verwaltung und Logistik sowie Aufwendungen des Sales-Working-Budgets.

Das Segmentbetriebsergebnis verbesserte sich im ersten Halbjahr 2013 um 3% auf 1,525 Mrd. € (2012: 1,481 Mrd. €). Die operative Marge des Segments stieg um 2,6 Prozentpunkte auf 33,9% (2012: 31,3%) / **TABELLE 34.** Grund hierfür war die deutliche Verbesserung der Bruttomarge.

#### Entwicklung des Großhandelssegments nach Regionen

Im ersten Halbjahr 2013 stieg der währungsbereinigte Umsatz im Großhandelssegment in allen Regionen mit Ausnahme von Westeuropa und Nordamerika. Der währungsbereinigte Umsatz in Westeuropa ging um 11% zurück; Umsatzzuwächse in Frankreich und Polen wurden durch zweistellige Rückgänge in Großbritannien, Italien und Spanien mehr als aufgehoben. In den Europäischen Schwellenländern erhöhte sich der währungsbereinigte Umsatz aufgrund von Wachstum in den meisten Märkten um 3%. In Nordamerika ging der Umsatz im Großhandelssegment infolge von Rückgängen sowohl in den USA als auch in Kanada währungsbereinigt um 5% zurück. In China legte der währungsbereinigte Umsatz um 6% zu. In den Anderen Asiatischen Märkten lag der währungsbereinigte Umsatz um 1% über dem Vorjahresniveau. Dieser Anstieg resultierte hauptsächlich aus zweistelligen Zuwächsen in Indien und Südkorea. In Lateinamerika wuchs der Umsatz, unterstützt durch zweistellige Steigerungen in den meisten wichtigen Märkten, währungsbereinigt um 13%. Währungseffekte wirkten sich in den meisten Regionen negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus / **TABELLE 36.**

#### Entwicklung des Großhandelssegments nach Marken

Im ersten Halbjahr 2013 verringerte sich der Großhandelsumsatz von adidas Sport Performance auf währungsbereinigter Basis um 3%. Umsatzzuwächse in den Kategorien Running, Training, Outdoor und Basketball wurden durch Rückgänge in Kategorien, die in engem Zusammenhang mit den sportlichen Großereignissen des Vorjahres stehen, wie Fußball oder Olympic Sports, mehr als aufgehoben. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von adidas Sport Performance lag mit 2,938 Mrd. € um 5% unter dem Vorjahresniveau (2012: 3,101 Mrd. €).

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

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

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

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

Der Großhandelsumsatz von adidas Originals & Sport Style stieg im ersten Halbjahr 2013 währungsbereinigt um 5%. Verantwortlich hierfür waren vor allem zweistellige Zuwächse beim adidas NEO Label. Der Umsatz von adidas Originals nahm im niedrigen einstelligen Bereich zu. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von adidas Originals & Sport Style erhöhte sich um 2% auf 1,096 Mrd. € (2012: 1,072 Mrd. €).

Der währungsbereinigte Großhandelsumsatz bei Reebok verringerte sich im ersten Halbjahr 2013 um 7%. Hauptgrund hierfür war die Nichtverlängerung der NFL-Lizenzvereinbarung. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von Reebok ging um 10% auf 478 Mio. € zurück (2012: 534 Mio. €).

## Geschäftsentwicklung Einzelhandel

### Umsatzentwicklung des Einzelhandelssegments für das zweite Quartal 2013

Im zweiten Quartal 2013 wuchs der Umsatz im Einzelhandelssegment währungsbereinigt um 5%. Verantwortlich hierfür waren Zuwächse bei adidas im mittleren einstelligen Bereich. Der Umsatz bei Reebok blieb stabil. Der Umsatz im Bereich eCommerce erhöhte sich auf währungsbereinigter Basis um 79%. Auf vergleichbarer Basis verringerte sich der Umsatz währungsbereinigt um 2%. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz im Einzelhandelssegment lag im zweiten Quartal 2013 mit 867 Mio.€ um 2% über dem Vorjahresniveau (2012: 854 Mio.€).

### Ergebnisse des Einzelhandelssegments für das erste Halbjahr 2013

Im ersten Halbjahr 2013 stieg der Umsatz im Einzelhandelssegment währungsbereinigt um 6%. Die Umsatzerlöse von Concept Stores, Factory Outlets und Concession Corners lagen allesamt über dem Vorjahresniveau. Der Umsatz im Bereich eCommerce legte währungsbereinigt um 74% zu. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Segmentumsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz erhöhte sich um 3% auf 1,589 Mrd.€ (2012: 1,547 Mrd.€) / **TABELLE 39**. Auf vergleichbarer Basis verringerte sich der Umsatz währungsbereinigt um 1%. Das Umsatzwachstum bei Concession Corners wurde durch Rückgänge bei Concept Stores mehr als aufgehoben.

Die Bruttomarge im Einzelhandelssegment verbesserte sich im ersten Halbjahr 2013 um 1,0 Prozentpunkte auf 63,2% (2012: 62,2%). Die positiven Effekte eines besseren Preis- und Produktmix trugen zu dieser Entwicklung bei. Nach Marken betrachtet verbesserte sich die Bruttomarge bei adidas um 1,0 Prozentpunkte auf 64,4% (2012: 63,5%). Bei Reebok lag die Bruttomarge mit 57,0% um 1,1 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert (2012: 55,9%). Das Bruttoergebnis im Einzelhandelssegment verbesserte sich im ersten Halbjahr 2013 um 4% auf 1,005 Mrd.€ (2012: 963 Mio.€) / **TABELLE 39**.

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

	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2012	Veränderung
Umsatzerlöse	1.589	1.547	3%
Bruttoergebnis	1.005	963	4%
Bruttomarge	63,2%	62,2%	1,0 PP
Segmentbetriebsergebnis	316	332	-5%
Operative Marge des Segments	19,9%	21,4%	-1,5 PP

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

2013	1.589
2012	1.547

Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit nahmen im ersten Halbjahr 2013 um 9% auf 688 Mio.€ zu (2012: 631 Mio.€). Diese Entwicklung resultierte hauptsächlich aus höheren Aufwendungen durch die gestiegene Anzahl der eigenen Einzelhandelsgeschäfte, insbesondere in den Europäischen Schwellenländern. Zudem trugen höhere Aufwendungen für Logistik und gestiegene Sales-Working-Budget-Aufwendungen zu dieser Entwicklung bei. Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit um 2,5 Prozentpunkte auf 43,3% (2012: 40,8%). Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Einzelhandel beinhalten in erster Linie Personal- und Mietaufwendungen sowie Sales-Working-Budget-Aufwendungen.

Das Segmentbetriebsergebnis lag im ersten Halbjahr 2013 mit 316 Mio.€ um 5% unter dem Vorjahresniveau (2012: 332 Mio.€). Die operative Marge des Segments ging um 1,5 Prozentpunkte auf 19,9% zurück (2012: 21,4%) / **TABELLE 39**. Dies war das Ergebnis höherer Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz, die die Verbesserung der Bruttomarge mehr als aufhoben.

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

	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	249	236	6%	6%
Europäische Schwellenländer	616	627	-2%	1%
Nordamerika	276	258	7%	8%
China	103	92	13%	13%
Andere Asiatische Märkte	196	214	-8%	2%
Lateinamerika	149	120	23%	29%
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>1.589</b>	<b>1.547</b>	<b>3%</b>	<b>6%</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

## Entwicklung des Einzelhandelssegments nach Regionen

Im ersten Halbjahr 2013 nahm der Umsatz im Einzelhandelssegment auf währungsbereinigter Basis in allen Regionen zu. In Westeuropa erhöhte sich der Einzelhandelsumsatz währungsbereinigt um 6%, vor allem infolge von Umsatzzuwächsen in Deutschland, Großbritannien und Italien. In den Europäischen Schwellenländern stieg der Umsatz währungsbereinigt um 1%. Dies war vor allem eine Folge des Umsatzwachstums in sämtlichen Märkten der Region mit Ausnahme der Ukraine. In Nordamerika legte der Umsatz im Einzelhandelssegment aufgrund von Wachstum in den USA und Kanada währungsbereinigt um 8% zu. In China lag der Umsatz währungsbereinigt um 13% über dem Vorjahresniveau. In den Anderen Asiatischen Märkten nahm der Umsatz währungsbereinigt um 2% zu. Dieser Anstieg resultierte hauptsächlich aus einem Umsatzplus in Japan und Australien. In Lateinamerika erhöhte sich der Einzelhandelsumsatz infolge zweistelliger Zuwächse in den meisten Märkten, allen voran in Argentinien und Brasilien, währungsbereinigt um 29%. Währungseffekte wirkten sich in den meisten Regionen negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus

/ TABELLE 41.

## Entwicklung des Einzelhandelssegments nach Marken

Im ersten Halbjahr 2013 stieg der währungsbereinigte Umsatz im Einzelhandelssegment sowohl bei adidas als auch bei Reebok. Der währungsbereinigte Umsatz von adidas Sport Performance erhöhte sich um 5%. Dies war primär zweistelligen Zuwächsen in den Kategorien Training, Running und Basketball zuzuschreiben. Der Umsatz von adidas Originals & Sport Style nahm auf währungsbereinigter Basis um 9% zu. Vor allem das Umsatzwachstum bei adidas Originals im niedrigen zweistelligen Bereich war für diese Entwicklung ausschlaggebend. Der Umsatz von Reebok stieg im Vergleich zum Vorjahr währungsbereinigt um 3%. Auf vergleichbarer Basis ging der Umsatz sowohl bei adidas als auch bei Reebok auf währungsbereinigter Basis um 1% zurück. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der eigenen Einzelhandelsgeschäfte von adidas Sport Performance stieg im ersten Halbjahr 2013 um 2% auf 862 Mio. € (2012: 847 Mio. €). Der Umsatz der eigenen Einzelhandelsgeschäfte von adidas Originals & Sport Style nahm in diesem Zeitraum um 5% auf 467 Mio. € zu (2012: 443 Mio. €). Der Umsatz der eigenen Einzelhandelsgeschäfte von Reebok erhöhte sich um 1% auf 255 Mio. € (2012: 253 Mio. €).

## Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte

Zum 30. Juni 2013 führte das Einzelhandelssegment des adidas Konzerns 2.542 Geschäfte. Dies bedeutet einen Nettoanstieg um 96 Geschäfte gegenüber 2.446 Geschäften zum Ende des Vorjahres. Die Gesamtzahl der Geschäfte setzte sich aus 1.437 adidas Geschäften und 356 Reebok Geschäften zusammen (31. Dezember 2012: 1.353 adidas Geschäfte, 363 Reebok Geschäfte). Zudem führte das Einzelhandelssegment 749 Factory Outlets (31. Dezember 2012: 730). Im Verlauf des ersten Halbjahres 2013 eröffnete der Konzern 248 neue Geschäfte, 152 wurden geschlossen und 55 umgestaltet.

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

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

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

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

## Entwicklung nach Einzelhandelsformaten

Der Umsatz der Concept Stores beinhaltet die Umsatzerlöse von adidas Sport Performance, adidas Originals & Sport Style und Reebok Concept Stores. Im ersten Halbjahr 2013 stieg der Umsatz der Concept Stores währungsbereinigt um 3%. adidas verzeichnete hierbei einen Umsatzanstieg im niedrigen einstelligen Bereich und Reebok im mittleren einstelligen Bereich. Auf vergleichbarer Basis verringerte sich der Umsatz der Concept Stores währungsbereinigt um 2%. Im Verlauf des ersten Halbjahres 2013 eröffnete der Konzern 138 neue Concept Stores, 69 wurden geschlossen. Infolgedessen erhöhte sich die Anzahl der Concept Stores zum Ende des ersten Halbjahres um 69 auf 1.506 (31. Dezember 2012: 1.437). Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Concept Stores blieb im ersten Halbjahr 2013 mit 736 Mio. € stabil (2012: 733 Mio. €).

Der Umsatz der Factory Outlets beinhaltet die Umsatzerlöse von Factory Outlets der Marken adidas und Reebok. Im ersten Halbjahr 2013 nahm der Umsatz der Factory Outlets aufgrund von Umsatzsteigerungen bei adidas auf währungsbereinigter Basis um 3% zu. Auf vergleichbarer Basis blieb der währungsbereinigte Umsatz der Factory Outlets stabil. Im Verlauf des ersten Halbjahres 2013 eröffnete der Konzern 40 neue Factory Outlets, 21 wurden geschlossen. Infolgedessen nahm die Anzahl der Factory Outlets zum Ende des ersten Halbjahres 2013 um 19 auf 749 zu (31. Dezember 2012: 730). Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Factory Outlets verringerte sich im ersten Halbjahr 2013 um 1% auf 691 Mio. € (2012: 697 Mio. €).

Der Umsatz der Concession Corners beinhaltet die Umsatzerlöse der Concession Corners von adidas und Reebok. Im ersten Halbjahr 2013 stieg der Umsatz der Concession Corners währungsbereinigt um 2%. adidas verzeichnete hierbei ein Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich, Reebok im hohen einstelligen Bereich. Auf vergleichbarer Basis erhöhte sich der Umsatz der Concession Corners währungsbereinigt um 8%. Im Verlauf des ersten Halbjahres eröffnete der Konzern 70 neue Concession Corners, 62 wurden geschlossen. Infolgedessen erhöhte sich die Anzahl der Concession Corners zum Ende des ersten Halbjahres 2013 um 8 auf 287 (31. Dezember 2012: 279); davon gehörten 193 zur Marke adidas und 94 zur Marke Reebok. Währungseffekte wirkten sich positiv auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Concession Corners stieg im ersten Halbjahr 2013 um 2% auf 56 Mio. € (2012: 54 Mio. €).

Der eCommerce Umsatz umfasst die E-Commerce-Umsätze der Marken adidas und Reebok. Im ersten Halbjahr 2013 lagen die E-Commerce-Umsätze bei adidas und Reebok währungsbereinigt um 74% 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 Halbjahr 2013 um 70% auf 106 Mio. € zu (2012: 63 Mio. €).



## Geschäftsentwicklung Andere Geschäftssegmente

### Umsatzentwicklung der Anderen Geschäftssegmente für das zweite Quartal 2013

Im zweiten Quartal 2013 verringerte sich der Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten auf währungsbereinigter Basis um 4%. Zuwächse bei Rockport, Reebok-CCM Hockey und den Anderen Zentral Geführten Marken wurden durch Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf mehr als aufgehoben. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten lag im zweiten Quartal 2013 mit 502 Mio.€ um 9% unter dem Vorjahresniveau [2012: 550 Mio.€].

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

Im ersten Halbjahr 2013 stieg der Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten auf währungsbereinigter Basis um 2%. Verantwortlich hierfür waren vor allem Umsatzzuwächse bei TaylorMade-adidas Golf und Rockport. Die Anderen Zentral Geführten Marken erzielten ein Umsatzplus im hohen einstelligen Bereich, Reebok-CCM Hockey hingegen verzeichnete einen Umsatzrückgang im mittleren einstelligen Bereich. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten lag mit 1,050 Mrd.€ um 2% unter dem Vorjahresniveau [2012: 1,067 Mrd.€] / **TABELLE 44.**

Die Bruttomarge verringerte sich um 0,5 Prozentpunkte auf 44,0% [2012: 44,5%]. Dies resultierte insbesondere aus niedrigeren Produktmargen bei TaylorMade-adidas Golf, die die positiven Effekte höherer Produktmargen bei Rockport und Reebok-CCM Hockey mehr als aufhoben. Das Bruttoergebnis der Anderen Geschäftssegmente lag im ersten Halbjahr 2013 mit 462 Mio.€ um 3% unter dem Vorjahresniveau [2012: 475 Mio.€] / **TABELLE 44.**

Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit gingen im ersten Halbjahr 2013 um 3% auf 151 Mio.€ zurück [2012: 156 Mio.€]. Diese Entwicklung war hauptsächlich niedrigeren Aufwendungen für Verwaltung bei TaylorMade-adidas Golf und Rockport zuzuschreiben. Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich um 0,3 Prozentpunkte auf 14,4% [2012: 14,7%]. Die Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit in

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

	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2012	Veränderung
Umsatzerlöse	1.050	1.067	-2%
Bruttoergebnis	462	475	-3%
Bruttomarge	44,0%	44,5%	-0,5 PP
Segmentbetriebsergebnis	311	319	-2%
Operative Marge des Segments	29,6%	29,9%	-0,2 PP

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

2013	<div style="width: 100%;"></div>	1.050
2012	<div style="width: 100%;"></div>	1.067

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 verringerte sich im ersten Halbjahr 2013 um 2% auf 311 Mio.€ [2012: 319 Mio.€]. Die operative Marge des Segments lag mit 29,6% um 0,2 Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert [2012: 29,9%] / **TABELLE 44.** Verantwortlich für diese Entwicklung war der Rückgang der Bruttomarge, der den positiven Effekt niedrigerer Segmentaufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz mehr als aufhob.

### Entwicklung der Anderen Geschäftssegmente nach Regionen

In Westeuropa verringerte sich der währungsbereinigte Umsatz der Anderen Geschäftssegmente im ersten Halbjahr 2013 um 1%. Grund hierfür waren Rückgänge in den meisten Segmenten. In den Europäischen Schwellenländern ging der Umsatz auf währungsbereinigter Basis um 1% 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 von Wachstum bei TaylorMade-adidas Golf, währungsbereinigt um 5% zu.

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

	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2012	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	164	169	-3%	-1%
Europäische Schwellenländer	22	24	-7%	-1%
Nordamerika	636	616	3%	5%
China	19	23	-18%	-18%
Andere Asiatische Märkte	199	225	-12%	-1%
Lateinamerika	10	10	8%	10%
<b>Gesamt<sup>1)</sup></b>	<b>1.050</b>	<b>1.067</b>	<b>-2%</b>	<b>2%</b>

1) Bei Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Bei Rockport und Reebok-CCM Hockey blieb der Umsatz gegenüber dem Vorjahr jeweils stabil. In China lag der währungsbereinigte Umsatz aufgrund von Rückgängen bei TaylorMade-adidas Golf um 18 % unter dem Vorjahresniveau. In den Anderen Asiatischen Märkten ging der Umsatz auf währungsbereinigter Basis um 1 % zurück, da Umsatzsteigerungen bei Rockport durch Rückgänge bei TaylorMade-adidas Golf mehr als aufgehoben wurden. Lateinamerika verzeichnete infolge des starken Wachstums bei TaylorMade-adidas Golf einen währungsbereinigten Umsatzzanstieg in Höhe von 10 %. Währungseffekte wirkten sich in den meisten Regionen negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus / TABELLE 46.

### Entwicklung der Anderen Geschäftssegmente nach Segmenten

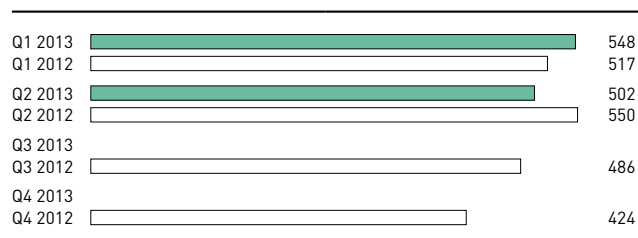
Bei TaylorMade-adidas Golf legte der Segmentumsatz im ersten Halbjahr 2013 währungsbereinigt um 2 % zu. Dies war in erster Linie der erstmaligen Konsolidierung von Adams Golf zum Ende des zweiten Quartals 2012 zuzuschreiben. Zudem hatten Umsatzsteigerungen bei adidas Golf und Ashworth einen positiven Einfluss auf diese Entwicklung. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse von TaylorMade-adidas Golf in Euro aus. Der Umsatz verringerte sich im ersten Halbjahr 2013 um 2 % auf 771 Mio. € (2012: 788 Mio. €).

Der Umsatz von Rockport erhöhte sich auf währungsbereinigter Basis um 4 %. Diese Entwicklung wurde durch Umsatzwachstum im Zusammenhang mit Rockports Lightweight-Konzepten unterstützt. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von Rockport stieg im ersten Halbjahr 2013 um 2 % auf 130 Mio. € (2012: 127 Mio. €).

Der währungsbereinigte Umsatz von Reebok-CCM Hockey lag um 5 % unter dem Vorjahresniveau. Diese Entwicklung war in erster Linie auf den NHL-Lockout, der sich zu Beginn des Jahres negativ auf die Segmentergebnisse auswirkte, zurückzuführen. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz von Reebok-CCM Hockey ging im ersten Halbjahr 2013 um 6 % auf 96 Mio. € zurück (2012: 102 Mio. €).

Der Umsatz der Anderen Zentral Geführten Marken stieg vor allem aufgrund von Wachstum bei Y-3 und Five Ten währungsbereinigt um 9 %. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Umsatz der Anderen Zentral Geführten Marken erhöhte sich um 9 % auf 54 Mio. € (2012: 50 Mio. €).

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



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



# Nachtrag und Ausblick

Im Jahr 2013 rechnen wir – trotz hoher wirtschaftlicher Unsicherheit – mit einem Wachstum der Weltwirtschaft und der Konsumausgaben. Dies dürfte das weitere Wachstum und die anhaltende Expansion der Sportartikelbranche 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 Umsatz- und Gewinnergebnisse des Konzerns im Jahr 2013. Das schwache Marktumfeld in Europa und die ungünstige Entwicklung mehrerer Währungen gegenüber dem Euro deuten jedoch darauf hin, dass sich die Erreichung der Konzernziele für das Gesamtjahr 2013 schwieriger gestalten wird als ursprünglich angenommen. Wir prognostizieren aufgrund des erwarteten Wachstums in allen Segmenten einen währungsbereinigten Anstieg des Konzernumsatzes im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich. Wir gehen davon aus, dass die Bruttomarge des Konzerns auf ein Niveau zwischen 48,5% und 49,0% steigen wird. Verantwortlich hierfür werden vor allem positive Effekte aus unserer regionalen Umsatzverteilung und unserem Vertriebsmix sowie Verbesserungen im Einzelhandelssegment und bei der Marke Reebok sein. Die operative Marge des Konzerns wird sich infolge einer höheren Bruttomarge voraussichtlich auf 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 zweiten 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 2,2% wachsen (2012: 2,3%). Nach wie vor herrscht Einigkeit darüber, dass das Weltwirtschaftswachstum auch künftig größtenteils von

Schwellenländern, insbesondere in Asien und Lateinamerika, generiert werden wird. Für die reifen Märkte wird 2013 ein BIP-Wachstum von 1,2% erwartet; in der Eurozone ist jedoch mit einem Rückgang zu rechnen. Das Wachstum in vielen Schwellenländern dürfte weiterhin zu Lohnsteigerungen und zu einem höheren verfügbaren Einkommen führen. Wir gehen davon aus, dass diese Erwartungen hinsichtlich des Wirtschaftswachstums sowie der Konsumausgaben, vor allem in den Schwellenländern, unsere Wachstumsziele für 2013 unterstützen werden.

In Westeuropa wird das BIP im Jahr 2013 voraussichtlich um etwa 0,2% 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 steigende Binnennachfrage und das mäßige BIP-Wachstum in Deutschland, der größten Volkswirtschaft der Region, weiterhin positiv entwickeln und einen wichtigen Beitrag zur Stabilisierung der Wirtschaft, insbesondere in der Eurozone, leisten werden. Trotz der nachlassenden Exportnachfrage wird das BIP der europäischen Schwellenländer im Jahr 2013 voraussichtlich um etwa 2,4% 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 2,5% prognostiziert. Der konjunkturelle Aufschwung dürfte durch die Inlandsnachfrage sowie durch eine anziehende Industrie- und Exporttätigkeit begünstigt werden. Es wird davon ausgegangen, dass die Inflation moderat bleiben und sich die Lage auf dem Arbeits- und Immobilienmarkt weiter verbessern wird. Diese Effekte dürften sich positiv auf die Konsumausgaben auswirken und das Konjunkturaufschwung unterstützen. Dennoch werden höhere Steuern und weitere Ausgabenkürzungen sowie eine relativ hohe Arbeitslosenquote einen schnelleren Konjunkturaufschwung erschweren.

Für Asien wird im Jahr 2013 ein BIP-Wachstum in Höhe von 4,2% prognostiziert. Mit Ausnahme von Japan wird das Wirtschaftswachstum in Asien aller Voraussicht nach relativ hoch bleiben. Eine starke Industrieaktivität, ein überschaubarer Inflationsdruck und deutliche Lohnsteigerungen werden zum BIP-Wachstum in der Region beitragen. In Japan wird 2013 eine BIP-Steigerung in Höhe von 1,6% erwartet. Hauptgrund hierfür werden umfangreiche geld- und steuerpolitische Maßnahmen der Regierung sowie eine Erholung im Exportsektor sein.

Für Lateinamerika wird 2013 ein BIP-Wachstum in Höhe von 2,7% prognostiziert; hierbei dürften geringe Arbeitslosenquoten und Anreizprogramme der Regierung die wirtschaftliche Entwicklung fördern. Erhöhte Inflationsraten, eine deutliche Verschuldung und eine geringe Exportnachfrage, vor allem nach Rohstoffen, werden die Konjunkturerholung jedoch voraussichtlich dämpfen.

### Weiteres Wachstum der Sportartikelbranche im Jahr 2013

Vorausgesetzt, dass es zu keinen wesentlichen wirtschaftlichen Rückschlägen kommt, gehen wir von einem Wachstum der weltweiten Sportartikelindustrie im Jahr 2013 aus. Dieses kann allerdings regional deutlich variieren. 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 bremsen wird. Lohnsteigerungen in den schneller wachsenden Volkswirtschaften werden erhebliche Kosten für die Branche mit sich bringen, insbesondere in den Beschaffungs- und Produktionsländern der Sportartikelindustrie. Aufgrund der positiven Effekte im Zusammenhang mit dem FIFA Confederations Cup 2013 und den Aktivitäten im Vorfeld der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014

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.

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

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

In anderen asiatischen Märkten wird die Sportartikelbranche 2013 voraussichtlich ebenfalls wachsen, wobei es jedoch regionale Unterschiede geben wird. Die Sportartikelbranche in Japan dürfte im Jahr 2013 ein moderates Wachstum erreichen, da die Abschwächung des Yen und umfassende Anreizprogramme seitens der Regierung das Konsumentenvertrauen und den Inlandskonsum begünstigen. Für die meisten anderen wichtigen asiatischen Schwellenländer wird für 2013 von einem robusten Wachstum der Branche ausgegangen, da eine

### 49 / adidas Konzern Ausblick für 2013

Währungsbereinigte Umsatzentwicklung (in %):		Bisherige Prognose <sup>1)</sup>
adidas Konzern	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich	Anstieg im mittleren einstelligen Bereich
Großhandelssegment	Anstieg im niedrigen einstelligen Bereich	
Einzelhandelssegment	Anstieg im hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Bereich	
Auf vergleichbarer Basis	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich	
Andere Geschäftssegmente	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich	
TaylorMade-adidas Golf	Anstieg im mittleren einstelligen Bereich	
Rockport	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich	
Reebok-CCM Hockey	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich	
Bruttomarge	48,5% bis 49,0%	48,0% bis 48,5%
Operative Marge	annähernd 9,0%	
Ergebnis je Aktie	4,25 € bis 4,40 €	
Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz	moderater Anstieg	
Investitionen	500 Mio. € bis 550 Mio. €	
Anzahl der Shops	Nettoanstieg um rund 200 Shops	Nettoanstieg um rund 100 Shops
Bruttofinanzverbindlichkeiten	Rückgang	

1) Wie am 3. Mai 2013 veröffentlicht.

steigende Inlandsnachfrage sowie höhere Löhne den Umsatz mit nicht essenziellen Konsumartikeln weiter fördern werden.

In der Sportartikelindustrie Lateinamerikas wird im Jahr 2013 mit einem gesunden Wachstum gerechnet; Lohnsteigerungen dürften Konsumausgaben und Ausgaben für nicht essenzielle Produkte positiv beeinflussen. Angesichts des hohen Stellenwerts, den Fußball in dieser Region genießt, werden zudem vom FIFA Confederations Cup 2013 und den Aktivitäten im Vorfeld der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 deutliche Impulse für die Sportartikelbranche der Region erwartet.

### **Währungsbereinigter Konzernumsatz steigt 2013 voraussichtlich im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich**

Wir erwarten, dass der Konzernumsatz im Jahr 2013 währungsbereinigt im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich wachsen wird. Währungseffekte werden sich voraussichtlich deutlich 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 bringen wir dank unserer Innovationsstärke bedeutende neue Produkte während des gesamten Jahres auf den Markt. Dies wird die nicht wiederkehrenden positiven Effekte im Zusammenhang mit der UEFA EURO 2012 und den Olympischen Spielen 2012 in London mehr als ausgleichen. Was die zeitliche Gestaltung betrifft, so wird ein stärkeres Umsatzwachstum in der zweiten 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 Wachstumserwartungen für das Jahr 2013. Bei adidas Sport Performance erwarten wir einen Umsatzanstieg auf währungsbereinigter Basis im niedrigen einstelligen Bereich. Verantwortlich hierfür wird Wachstum in wichtigen Kategorien wie Running, Training, Outdoor und Basketball sein. Der Umsatz von adidas Originals & Sport Style wird den Prognosen zufolge auf währungsbereinigter Basis im 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 Einzelhandelssegment im hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Bereich**

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 hierzu beitragen. Der Konzern rechnet im Jahr 2013 mit einem Nettoanstieg der eigenen adidas und Reebok Shops um rund 200 Geschäfte (bisherige Prognose: 100 adidas und Reebok Geschäfte). Abhängig von der Verfügbarkeit der gewünschten Standorte planen wir die Eröffnung von etwa 400 neuen Geschäften (bisherige Prognose: 250 neue Geschäfte), die in erster Linie in Schwellenländern Europas angesiedelt sein werden. Rund 200 Geschäfte werden im Verlauf des Jahres geschlossen (bisherige Prognose: 150 Geschäfte) 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 Factory Outlets geringfügig höher ausfallen wird als das 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. Die Vorstellung neuer Schuhmodelle sowie Produktneueinführungen in wichtigen Kategorien wie z.B. Metallhölzer und Eisen dürften das Wachstum in diesem Segment unterstützen. Zudem wird 2013 das erste Jahr sein, in dem die Umsätze von Adams Golf für das ganze Jahr einbezogen werden. Für Rockport prognostizieren wir ein währungsbereinigtes Umsatzplus im mittleren 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, 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 den meisten Regionen**

Wir erwarten, dass der währungsbereinigte Umsatz des Konzerns 2013 in all unseren Regionen mit Ausnahme von Westeuropa steigen wird. In Westeuropa werden die nicht wiederkehrenden positiven Effekte des Vorjahres im Zusammenhang mit der UEFA EURO 2012 und den Olympischen Spielen in London sowie das anhaltend schwache Marktumfeld in vielen peripheren Märkten dieser Region die positiven Auswirkungen resultierend aus den Aktivitäten in der zweiten Jahreshälfte im Vorfeld der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2014 mehr als aufheben. 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 erwarten wir aufgrund der anhaltenden Dynamik der Marke adidas ein solides Wachstum. Wir werden unser Produktangebot sowie unsere Vertriebsreichweite und Initiativen zur besseren Einbindung unserer Konsumenten stärken. Bei Reebok rechnen wir mit Verbesserungen im Laufe des Jahres, vor allem resultierend aus neuen Produkteinführungen, insbesondere in der zweiten Jahreshälfte. Für

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

### **Verbesserung der Bruttomarge des Konzerns im Geschäftsjahr 2013**

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

### **Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz**

Der Konzern geht davon aus, dass sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz erhöhen werden (2012: 41,3%; bisherige Prognose: moderater Rückgang). 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 steigen werden. Aufgrund der geplanten Eröffnung weiterer Einzelhandelsgeschäfte werden höhere Verwaltungs- und Personalaufwendungen im Einzelhandelssegment Verbesserungen bei den nicht zugeordneten Kosten in Zentralbereichen/Konsolidierung mehr als aufheben. 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 weiterhin auf den Ausbau des Produktangebots von Reebok analog seiner Positionierung im Bereich Fitness.

### **Weitere Verbesserung der operativen Marge**

Wir erwarten, dass die operative Marge im Jahr 2013 einen Wert von annähernd 9,0% erreichen wird (2012 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte: 8,0%). Die höhere Bruttomarge wird maßgeblich zu dieser positiven Entwicklung beitragen.

### **Ergebnis je Aktie steigt voraussichtlich auf 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, im Jahr 2013 sämtliche Investitionen vollständig aus dem Mittelzufluss aus der betrieblichen Tätigkeit zu finanzieren.



## Mittelüberschuss wird zur Unterstützung von Wachstumsmaßnahmen eingesetzt

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

## Einschätzung des Managements zu Gesamtrisiken und Chancen

Das Management aggregiert alle Risiken, die von verschiedenen Geschäftseinheiten und Funktionen berichtet werden. Unter Berücksichtigung der jeweiligen Eintrittswahrscheinlichkeit und potenziellen finanziellen Auswirkung der im Geschäftsbericht 2012 erläuterten Risiken und vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Geschäftsaussichten erwartet das 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 Risiko- und Chancenprofil des Konzerns unverändert, wenn auch mit einer negativen Tendenz, die auf anhaltende Herausforderungen im Zusammenhang mit der gesamtwirtschaftlichen Lage sowie mit Währungseffekten und der Wettbewerbssituation zurückzuführen ist.

## 50 / Wichtige Produkteinführungen im dritten Quartal 2013

Produkt	Marke
Terrex Swift R GTX Hiking-Schuh	adidas
SlopeCruiser CP Outdoorschuh	adidas
TX Advanced J Bergjacke	adidas
Rose 773 Basketballsuh	adidas
adipure Crazy Ghost Basketballsuh	adidas
adizero Crazy Light 3 Basketballsuh	adidas
Mastermind Originals Sneaker-Kollektion	adidas
Gonz Originals Kollektion	adidas
Crazyquick Trainingsschuh	adidas
adidas by Stella McCartney Techfit Bekleidung	adidas
adidas by Stella McCartney Boost Laufschuh	adidas
Xtreme Schwimmbekleidung	adidas
Clima Rucksack	adidas
Porsche Design Sport Damenkollektion	adidas
adizero adios Boost Laufschuh	adidas
Springblade Laufschuh	adidas
adidas NEO Label Selena Gomez Kollektion	adidas
Reebok CrossFit Speed Trainingskollektion	Reebok
Reebok One Series Laufschuh	Reebok
ZigTech 3.0 Laufschuh	Reebok
ATV19 Laufschuh	Reebok
ZigWild TR 3.0 Laufschuh	Reebok
R1 Black Driver	TaylorMade
SLDR Driver	TaylorMade
Spider Mallet Putter	TaylorMade
Gore-Tex 3L Golfregenjacke	adidas Golf
Personalisierter mi adizero Tour Golfschuh	adidas Golf
Tight Lies Fairwayholz-Driver	Adams Golf
Total Motion Schuhkollektion	Rockport
CCM RBZ Schlittschuh	CCM
CCM RBZ Stage 2 Eishockey-Schläger	CCM
RibCor Eishockey-Schläger	Reebok Hockey


## Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Gewissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

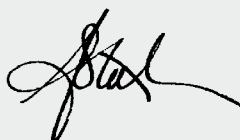
Herzogenaurach, den 5. August 2013



HERBERT HAINER  
Vorstandsvorsitzender



GLENN BENNETT  
Global Operations



ROBIN J. STALKER  
Finanzvorstand



ERICH STAMMINGER  
Global Brands

# Konzernbilanz

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

	30. Juni 2013	30. Juni 2012 <sup>1)</sup>	Veränderung in %	31. Dezember 2012
<b>AKTIVA</b>				
Flüssige Mittel	1.197	1.013	18,2	1.670
Kurzfristige Finanzanlagen	29	377	-92,2	265
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.029	2.118	-4,2	1.688
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	239	256	-6,6	192
Vorräte	2.611	2.721	-4,0	2.486
Forderungen aus Ertragsteuern	66	57	15,7	76
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	538	482	11,7	489
Vermögenswerte klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	11	25	-55,4	11
<b>Kurzfristige Aktiva</b>	<b>6.720</b>	<b>7.049</b>	<b>-4,7</b>	<b>6.877</b>
Sachanlagen	1.123	1.003	11,9	1.095
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.288	1.576	-18,3	1.281
Markenrechte	1.496	1.555	-3,8	1.484
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	157	156	0,5	167
Langfristige Finanzanlagen	116	103	12,7	112
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	23	33	-28,5	21
Latente Steueransprüche	504	506	-0,3	528
Sonstige langfristige Vermögenswerte	98	111	-12,8	86
<b>Langfristige Aktiva</b>	<b>4.805</b>	<b>5.043</b>	<b>-4,7</b>	<b>4.774</b>
<b>Aktiva</b>	<b>11.525</b>	<b>12.092</b>	<b>-4,7</b>	<b>11.651</b>

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

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

	30. Juni 2013	30. Juni 2012 <sup>1)</sup>	Veränderung in %	31. Dezember 2012
<b>PASSIVA</b>				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	163	495	- 67,0	280
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.746	1.874	- 6,9	1.790
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	61	81	- 26,2	83
Ertragsteuern	252	260	- 3,1	275
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	462	544	- 15,0	563
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	1.123	1.053	6,7	1.084
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	323	319	1,5	299
Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	-	0	- 100,0	-
<b>Kurzfristige Passiva</b>	<b>4.130</b>	<b>4.626</b>	<b>- 10,7</b>	<b>4.374</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1.158	1.214	- 4,6	1.207
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	13	6	122,0	17
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	258	215	20,2	251
Latente Steuerschulden	383	424	- 9,8	368
Sonstige langfristige Rückstellungen	50	48	4,3	69
Langfristige abgegrenzte Schulden	42	33	28,8	40
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	28	35	- 23,9	34
<b>Langfristige Passiva</b>	<b>1.932</b>	<b>1.975</b>	<b>- 2,2</b>	<b>1.986</b>
Grundkapital	209	209	-	209
Sonstige Rücklagen	615	909	- 32,4	641
Gewinnrücklagen	4.652	4.383	6,2	4.454
<b>Auf Anteilseigner entfallendes Kapital</b>	<b>5.476</b>	<b>5.501</b>	<b>- 0,5</b>	<b>5.304</b>
Nicht beherrschende Anteile	- 13	- 10	28,3	- 13
<b>Gesamtes Eigenkapital</b>	<b>5.463</b>	<b>5.491</b>	<b>- 0,5</b>	<b>5.291</b>
<b>Passiva</b>	<b>11.525</b>	<b>12.092</b>	<b>- 4,7</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. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2012	Veränderung	2. Quartal 2013	2. Quartal 2012	Veränderung
Umsatzerlöse	7.134	7.341	-2,8%	3.383	3.517	-3,8%
Umsatzkosten	3.559	3.819	-6,8%	1.689	1.820	-7,2%
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>3.575</b>	<b>3.522</b>	<b>1,5%</b>	<b>1.694</b>	<b>1.697</b>	<b>-0,1%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	50,1%	48,0%	2,1 PP	50,1%	48,2%	1,8 PP
Lizenz- und Provisionserträge	51	52	-1,9%	26	27	-4,6%
Sonstige betriebliche Erträge	47	47	-0,4%	29	22	32,4%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.980	2.956	0,8%	1.497	1.490	0,6%
(in % der Umsatzerlöse)	41,8%	40,3%	1,5 PP	44,3%	42,4%	1,9 PP
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>693</b>	<b>665</b>	<b>4,2%</b>	<b>252</b>	<b>256</b>	<b>-1,9%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	9,7%	9,1%	0,7 PP	7,4%	7,3%	0,1 PP
Finanzerträge	10	17	-40,7%	6	8	-34,5%
Finanzaufwendungen	40	57	-30,2%	22	29	-29,9%
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>663</b>	<b>625</b>	<b>6,2%</b>	<b>236</b>	<b>235</b>	<b>0,4%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	9,3%	8,5%	0,8 PP	7,0%	6,7%	0,3 PP
Ertragsteuern	182	171	6,5%	65	71	-9,6%
(in % des Gewinns vor Steuern)	27,5%	27,4%	0,1 PP	27,5%	30,5%	-3,0 PP
<b>Gewinn</b>	<b>481</b>	<b>454</b>	<b>6,0%</b>	<b>171</b>	<b>164</b>	<b>4,8%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	6,7%	6,2%	0,6 PP	5,1%	4,6%	0,4 PP
<b>Auf Anteilseigner entfallender Gewinn</b>	<b>480</b>	<b>455</b>	<b>5,6%</b>	<b>172</b>	<b>165</b>	<b>4,1%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	6,7%	6,2%	0,5 PP	5,1%	4,7%	0,4 PP
<b>Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn</b>	<b>1</b>	<b>-1</b>	<b>194,1%</b>	<b>-1</b>	<b>-1</b>	<b>71,1%</b>
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	2,29	2,17	5,6%	0,82	0,79	4,1%
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	2,29	2,17	5,6%	0,82	0,79	4,1%

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

# Konzerngesamtergebnisrechnung

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

	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2012 <sup>1)</sup>
<b>Gewinn nach Steuern</b>	<b>481</b>	<b>454</b>
Nettogewinn/-verlust aus der Absicherung von Cashflow, netto nach Steuern	64	-30
Versicherungsmathematische Verluste aus leistungsorientierten Pensionszusagen (IAS 19), netto nach Steuern	0	-1
Währungsänderung	-90	102
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>-26</b>	<b>71</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>455</b>	<b>525</b>
Auf Anteilseigner der adidas AG entfallend	454	525
Auf nicht beherrschende Anteile entfallend	1	-0

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<sup>2)</sup></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			101	-30	-1		70	1	71
Gewinn						455	455	-1	454
<b>Gesamtergebnis</b>			<b>101</b>	<b>-30</b>	<b>-1</b>	<b>455</b>	<b>525</b>	<b>-0</b>	<b>525</b>
Dividendenzahlung						-209	-209	-1	-210
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>30. Juni 2012<sup>2)</sup></b>	<b>209</b>	<b>777</b>	<b>95</b>	<b>83</b>	<b>-46</b>	<b>4.383</b>	<b>5.501</b>	<b>-10</b>	<b>5.491</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			-90	64	0		-26	0	-26
Gewinn						480	480	1	481
<b>Gesamtergebnis</b>			<b>-90</b>	<b>64</b>	<b>0</b>	<b>480</b>	<b>454</b>	<b>1</b>	<b>455</b>
Dividendenzahlung						-282	-282	-1	-283
<b>30. Juni 2013</b>	<b>209</b>	<b>777</b>	<b>-141</b>	<b>43</b>	<b>-64</b>	<b>4.652</b>	<b>5.476</b>	<b>-13</b>	<b>5.463</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. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2012 <sup>1)</sup>
<b>Betriebliche Tätigkeit:</b>		
Gewinn vor Steuern	663	625
Anpassungen für:		
Abschreibungen und Wertminderungsaufwendungen	135	127
Wertaufholungen	-0	-1
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	-6	5
Zinserträge	-10	-17
Zinsaufwendungen	34	51
Verluste aus Sachanlagenabgang, netto	3	3
<b>Betriebliches Ergebnis vor Änderungen im Nettoumlaufvermögen</b>	<b>819</b>	<b>793</b>
Zunahme der Forderungen und der sonstigen Vermögenswerte	-465	-454
Zunahme der Vorräte	-182	-189
Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und der sonstigen Verbindlichkeiten	-42	-3
<b>Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit vor Zinsen und Steuern</b>	<b>130</b>	<b>147</b>
Zinszahlungen	-25	-44
Zahlungen für Ertragsteuern	-182	-173
<b>Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>-77</b>	<b>-70</b>
<b>Investitionstätigkeit:</b>		
Erwerb von Markenrechten und sonstigen immateriellen Vermögenswerten	-15	-15
Erlöse aus dem Abgang von Markenrechten und sonstigen immateriellen Vermögenswerten	1	1
Erwerb von Sachanlagen	-156	-135
Erlöse aus dem Abgang von Sachanlagen	2	2
Erwerb von weiteren Anteilen an Tochtergesellschaften	-	-7
Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Geschäftseinheiten abzüglich erworbener flüssiger Mittel	-	-57
Erlöse aus dem Abgang von kurzfristigen Finanzanlagen	241	95
Erwerb von Finanzanlagen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	-22	-9
Erhaltene Zinsen	10	17
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>61</b>	<b>-108</b>
<b>Finanzierungstätigkeit:</b>		
Einzahlungen aus der Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-	14
Einzahlungen aus der Emission einer Wandelanleihe	-	496
Auszahlungen für die Rückzahlung von Leasingverbindlichkeiten	-1	-
Gezahlte Dividende an Anteilseigner der adidas AG	-282	-209
Gezahlte Dividende an nicht beherrschende Aktionäre	-1	-1
Einzahlungen aus der Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	48	120
Auszahlungen für die Rückzahlung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-221	-146
<b>Mittelabfluss/-zufluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-457</b>	<b>274</b>
<b>Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands</b>	<b>-0</b>	<b>11</b>
Abnahme/Zunahme des Finanzmittelbestands	-473	107
Finanzmittelbestand am Anfang des Jahres	1.670	906
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Periode</b>	<b>1.197</b>	<b>1.013</b>

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

40  
02/2013



# Ausgewählte erläuternde Anhangangaben zum Konzernzwischenabschluss (IFRS) zum 30. Juni 2013

## 01 Grundlagen

Der Konzernzwischenabschluss der adidas AG und ihrer direkten und indirekten Tochtergesellschaften (zusammen der „Konzern“) für das erste Halbjahr zum 30. Juni 2013 wurde in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, erstellt. Dabei wurden alle zum 30. Juni 2013 gültigen International Financial Reporting Standards des International Accounting Standards Board (IASB) und Interpretationen des IFRS Interpretations Committee angewandt.

Dieser Konzernzwischenabschluss wurde unter Berücksichtigung des International Accounting Standard IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ und des Deutschen Rechnungslegungs Standards DRS 16 „Zwischenberichterstattung“ erstellt. Aufgrund dessen enthält der Konzernzwischenabschluss nicht sämtliche Informationen und Anhangangaben, die für einen Konzernabschluss zum Ende des Geschäftsjahres erforderlich sind. Der vorliegende Konzernzwischenabschluss ist daher im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2012 zu lesen. Die im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012 angewandten Rechnungslegungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wurden für die Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses für das erste Halbjahr zum 30. Juni 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 das erste Halbjahr zum 30. Juni 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. März 2013.

**04 Auf Anteilseigner entfallendes Kapital**

Das Grundkapital der adidas AG veränderte sich im Zeitraum vom 1. Januar 2013 bis zum 30. Juni 2013 nicht. Demnach betrug das Grundkapital der adidas AG am 30. Juni 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 im ersten Halbjahr 2013 auf 134 Mio. € (2012: 125 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 dem Posten „Segmentbetriebsergebnis“ berichtet. Dies ist definiert als Bruttoergebnis abzüglich der dem Segment oder der Gruppe von Segmenten direkt zurechenbaren Kosten (im Wesentlichen Vertriebs- und Logistikkosten), vor Marketing-Working-Budget-Aufwendungen und nicht direkt zuordenbaren Betriebsgemeinkosten.

Die Segmentvermögenswerte enthalten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Vorräte.

## Segmente (in Mio. €)

	Großhandel		Einzelhandel		Andere Geschäftssegmente		Gesamt	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
Umsatzerlöse (mit Dritten) <sup>1)</sup>	4.495	4.727	1.589	1.547	1.050	1.067	7.134	7.341
Segmentbetriebsergebnis <sup>1)</sup>	1.525	1.481	316	332	311	319	2.152	2.132
Segmentvermögenswerte <sup>2)</sup>	2.916	3.138 <sup>3)</sup>	845	782	827	845	4.588	4.765 <sup>3)</sup>

1) 1. Halbjahr.

2) Zum 30. Juni.

3) Angepasst, siehe Erläuterung 07.

## Betriebsergebnis (in Mio. €)

	1. Halbjahr 2013	1. Halbjahr 2012
Betriebsergebnis der berichtspflichtigen Segmente	1.841	1.813
Betriebsergebnis in Anderen Geschäftssegmenten	311	319
<b>Segmentbetriebsergebnis</b>	<b>2.152</b>	<b>2.132</b>
Zentralbereiche/Konsolidierung	173	175
Marketing-Working-Budget	- 726	- 747
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 957	- 947
Lizenz- und Provisionserträge	51	52
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>693</b>	<b>665</b>
Finanzerträge	10	17
Finanzaufwendungen	- 40	- 57
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>663</b>	<b>625</b>

43  
02/2013

## 07 Sonstiges

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

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

## 08 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Ende des ersten Halbjahres 2013 und der Finalisierung des Konzernzwischenabschlusses am 5. August 2013 gab es keine signifikanten konzernspezifischen Angelegenheiten, die eine wesentliche Auswirkung auf unser künftiges Geschäft haben könnten.

Herzogenaurach, den 5. August 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

44  
02/2013

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

# Finanzkalender

2013/2014

## 7. November 2013

### **Veröffentlichung der Neunmonatsergebnisse 2013**

Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Webcast  
Veröffentlichung des Neunmonatsberichts

## 5. März 2014

### **Veröffentlichung der Jahresergebnisse 2013**

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

## 6. Mai 2014

### **Veröffentlichung der Ergebnisse des ersten Quartals 2014**

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

## 8. Mai 2014

### **Hauptversammlung**

Fürth, Bayern  
Webcast

## 9. Mai 2014

### **Dividendenzahlung**

(vorbehaltlich der Zustimmung durch die Hauptversammlung)

## 7. August 2014

### **Veröffentlichung der Halbjahresergebnisse 2014**

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

## 6. November 2014

### **Veröffentlichung der Neunmonatsergebnisse 2014**

Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Webcast  
Veröffentlichung des Neunmonatsberichts

## Impressum & Kontakt

### **adidas AG**

Adi-Dassler-Str. 1  
91074 Herzogenaurach  
Deutschland

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

46  
02/2013

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

