

adidas verzeichnet starke Erholung im dritten Quartal

Wichtige Entwicklungen:

- **Umsatz und Gewinn im dritten Quartal fast auf Vorjahresniveau**
- **Umsatz sinkt währungsbereinigt um 3 % und reflektiert den Fokus auf ein gesundes Vorratsniveau, profitablen Durchverkauf sowie disziplinierte Lieferungen an Partner**
- **E-Commerce wächst um 51 % mit starker Steigerung der Abverkäufe zum vollen Preis**
- **Bruttomarge von 50,0 % trotz negativer Effekte durch ungünstige Währungsentwicklungen und Rabattaktionen**
- **Betriebsergebnis von 794 Mio. € führt zu Rückkehr zu zweistelliger operativer Marge**
- **Verbesserung des Betriebsergebnisses um mehr als 1,1 Mrd. € im Vergleich zu Q2**
- **Vorräte um 10 % reduziert gegenüber Ende des zweiten Quartals**
- **Für Q4 erwartet adidas eine Umsatzentwicklung ähnlich der in Q3**

„Unser Geschäft hat sich im dritten Quartal sehr gut erholt. Unser Fokus auf ein gesundes Vorratsniveau, profitablen Durchverkauf sowie disziplinierte Lieferungen an Partner hat sich ausgezahlt: die Vorratsbestände sanken um mehr als eine halbe Milliarde Euro, und der Anteil der Umsätze im E-Commerce zum vollen Preis stieg zweistellig. Gleichzeitig haben wir dank unserer Kostendisziplin eine Verbesserung des Betriebsergebnisses um mehr als 1,1 Mrd. € im Vergleich zu Q2 erreicht“, sagte Kasper Rorsted, Vorstandsvorsitzender von adidas. „Unsere Teams auf der ganzen Welt haben diese Verbesserung mit Engagement und Hingabe vorangetrieben. Ihre Gesundheit und Sicherheit bleiben in der andauernden Coronavirus-Pandemie unsere oberste Priorität.“

Starke sequenzielle Umsatzverbesserung im dritten Quartal

adidas hat im dritten Quartal eine starke sequenzielle Umsatzverbesserung verzeichnet, da mehr als 90 % der eigenen Einzelhandelsgeschäfte geöffnet waren, von denen im zweiten Quartal die Mehrzahl für mehrere Wochen geschlossen waren. Das Kundenaufkommen in den Stores nahm ebenfalls weiterhin zu, blieb jedoch nach wie vor deutlich unter dem Vorjahresniveau. Gleichzeitig blieben die Konversionsraten hoch. Grund dafür war die stärker ausgeprägte Kaufabsicht der Konsumenten beim Besuch der Stores. Trotz der anhaltend hohen Zahl geöffneter Stores setzte sich das außerordentliche Wachstum im E-Commerce-Bereich fort. Das Unternehmen verzeichnete einen währungsbereinigten Anstieg von 51 %. Dieses Wachstum ging einher mit einer starken Erhöhung des Anteils der Verkäufe zum vollen Preis. Das Direct-to-Consumer-Geschäft des Unternehmens stieg insgesamt auf währungsbereinigter Basis um 13 % und machte 35 % des Gesamtumsatzes im dritten Quartal aus. Auch das Großhandelsgeschäft verzeichnete eine starke Verbesserung, blieb



jedoch unter Vorjahr. Dies spiegelt auch die disziplinierte Haltung von adidas in Bezug auf Lieferungen angesichts der anhaltenden Unsicherheiten im Zusammenhang mit der globalen Coronavirus-Pandemie wider. Insgesamt ging der Umsatz im dritten Quartal währungsbereinigt um 3 % zurück. Der Umsatz der Marke adidas verringerte sich um 2 %. Der Umsatz bei Reebok ging um 7 % zurück. In Euro verringerte sich der Umsatz um 7 % auf 5,964 Mrd. € (2019: 6,410 Mrd. €).

Europa und Russland/GUS kehren auf den Wachstumspfad zurück

Alle Marktsegmente verzeichneten im dritten Quartal im Vergleich zum zweiten Quartal eine sequenzielle Erholung. Der währungsbereinigte Umsatz kehrte in Russland/GUS (+11 %) und in Europa (+4 %) sogar auf den Wachstumspfad zurück. In Nordamerika ging der Umsatz für das gesamte Quartal trotz positiven Umsatzwachstums während der ersten zwei Monaten des Quartals aufgrund einer temporären Unterstützung der Konsumausgaben durch staatliche Kaufanreize leicht zurück (-1 %). Der Umsatz in Asien-Pazifik verringerte sich um 7 %. China verzeichnete einen Rückgang in Höhe von 5 %, nachdem der anfängliche Nachholbedarf der Konsumenten nachließ. Während adidas' Direct-to-Consumer-Geschäft in China Wachstum von mehr als 30 % verzeichnete, blieben die Franchise-Umsätze hinter denen des Vorjahres zurück. Dies reflektiert ebenfalls die Disziplin im Hinblick auf Lieferungen an die Partner des Unternehmens. In Lateinamerika (-13 %) und Emerging Markets (-10 %) war die Situation insgesamt nach wie vor schwierig, da die Pandemie dort die Geschäftstätigkeit weiterhin stark beeinträchtigte und zahlreiche Stores geschlossen bleiben mussten.

Bruttomarge von 50,0 % trotz vorübergehender negativer Effekte

Die Bruttomarge des Unternehmens ging im dritten Quartal um 2,1 Prozentpunkte auf 50,0 % zurück (2019: 52,1 %). Ein günstigerer Vertriebskanalmix infolge außerordentlichen Wachstums des Direct-to-Consumer-Geschäfts sowie ein günstigerer Marktsegmentmix wirkten sich positiv auf die Bruttomarge aus. Diese positiven Effekte wurden jedoch wie erwartet durch negative Währungsentwicklungen und anhaltende Rabattaktionen im dritten Quartal mehr als aufgehoben. Letztere waren jedoch deutlich weniger stark ausgeprägt als noch im zweiten Quartal, was adidas' Fokus auf profitablen Durchverkauf sowie disziplinierte Lieferungen an Partner widerspiegelt.

Rückkehr zu zweistelliger operativer Marge führt zu Betriebsergebnis in Höhe von 794 Mio. €

Infolge der Maßnahmen des Unternehmens zur strikten Kostenkontrolle gingen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 11 % auf 2,223 Mrd. € (2019: 2,486 Mrd. €) und im Verhältnis zum Umsatz um 1,5 Prozentpunkte auf 37,3 % (2019: 38,8 %) zurück. adidas verfolgt weiterhin einen disziplinierten Ansatz bei seinen physischen Marketingaktivitäten. Dementsprechend gingen die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen um 23 % auf 579 Mio. € zurück (2019: 753 Mio. €). Gleichzeitig setzte das Unternehmen Investitionen in digitales Marketing zur Unterstützung des E-Commerce-Geschäfts fort. Im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen um 2,0 Prozentpunkte auf 9,7 % (2019:



11,7 %). Die Betriebsgemeinkosten gingen um 5 % auf 1,644 Mrd. € zurück (2019: 1,733 Mrd. €). Die gesunkenen Ausgaben des Unternehmens für Reisen, IT-Projekte und Personal kompensierten gestiegene Logistikkosten aufgrund des anhaltenden und außerordentlich starken Wachstums im E-Commerce. Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Betriebsgemeinkosten um 0,5 Prozentpunkte auf 27,6 % (2019: 27,0 %). Das Betriebsergebnis des Unternehmens verbesserte sich im Vergleich zum zweiten Quartal um mehr als 1,1 Mrd. € auf 794 Mio. € (2019: 897 Mio. €). Das entspricht einer zweistelligen operativen Marge in Höhe von 13,3 % (2019: 14,0 %).

Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von 578 Mio. €

Das Unternehmen verzeichnete einen Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von 578 Mio. € (2019: 644 Mio. €). Infolgedessen lag das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen bei 2,80 € (2019: 3,26 €).

Coronavirus-Pandemie belastet Ergebnisse von adidas in den ersten neun Monaten 2020

Der Umsatz ging in den ersten neun Monaten 2020 auf währungsbereinigter Basis um 18 % zurück. In Euro verringerte sich der Umsatz um 20 % auf 14,297 Mrd. € (2019: 17,802 Mrd. €). Nach Marken betrachtet sank der währungsbereinigte Umsatz der Marke adidas um 18 %. Der Umsatz der Marke Reebok ging um 20 % zurück. Diese Entwicklung ist hauptsächlich auf die umfangreichen Store-Schließungen infolge der weltweiten Ausbreitung der Coronavirus-Pandemie im ersten Halbjahr zurückzuführen. Die Bruttomarge verringerte sich um 3,0 Prozentpunkte auf 50,0 % (2019: 53,0 %). Der günstigere Vertriebskanalmix aufgrund des außerordentlichen Wachstums im E-Commerce-Bereich einerseits sowie niedrigere Beschaffungskosten andererseits wirkten sich positiv auf die Entwicklung der Bruttomarge aus. Dem stand ein weniger günstiger Preismix infolge verstärkter Rabattaktionen und ungünstiger Währungsentwicklungen, die sich negativ auf die Entwicklung in den ersten neun Monaten 2020 auswirkten, gegenüber. Zudem belasteten höhere Wertberichtigungen auf Vorräte sowie Kosten im Zusammenhang mit der Stornierung von Bestellungen die Entwicklung der Bruttomarge. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen gingen um 6 % auf 6,717 Mrd. € zurück (2019: 7,149 Mrd. €). Dieser Rückgang ist auf die Entscheidung des Unternehmens, angesichts der Coronavirus-Pandemie proaktiv Kosten zu reduzieren, zurückzuführen. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 6,8 Prozentpunkte auf 47,0 % (2019: 40,2 %). adidas verzeichnete ein Betriebsergebnis in Höhe von 526 Mio. € (2019: 2,416 Mrd. €). Dies führte zu einer operativen Marge in Höhe von 3,7 % (2019: 13,6 %). Die Entwicklung des Betriebsergebnisses wurde durch verschiedene coronavirusbedingte Belastungen im ersten Halbjahr 2020 deutlich beeinflusst. Diese umfassten vor allem Produktrücknahmen in China, Stornierungen von Bestellungen, höhere Wertberichtigungen auf Vorräte und Forderungen sowie die Wertminderung von Einzelhandelsgeschäften und des Reebok Markenrechts, die in Summe eine negative Auswirkung in Höhe von rund 500 Mio. € hatten. Das Unternehmen berichtete im Neunmonatszeitraum einen Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von



291 Mio. € (2019: 1,737 Mrd. €). Das unverwässerte und das verwässerte Ergebnis je Aktie lagen bei 1,47 € (2019: 8,76 €).

Rückgang der Vorräte um 10 % im Vergleich zum Stand vom 30. Juni

Die Vorräte erhöhten sich von 3,677 Mrd. € im Vorjahr um 27 % auf 4,676 Mrd. € (währungsbereinigt +35 %). Dieser Anstieg ist auf einen zwangsläufig niedriger als erwarteten Produktdurchverkauf aufgrund der umfangreichen Store-Schließungen im ersten Halbjahr sowie auf das unter dem Vorjahresniveau liegende niedrige Kundenaufkommen nach Wiedereröffnung der Stores zurückzuführen. Im Vergleich zum Stand vom 30. Juni gingen die Vorräte jedoch um 10 % und damit um mehr als 500 Mio. € zurück, da die Normalisierung der Vorräte des Unternehmens planmäßig voranschreitet. Der Anstieg der Vorräte gegenüber dem Vorjahr wurde zum Teil durch einen Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 20 % (währungsbereinigt: -14 %) kompensiert, der auf den gezielten Fokus zurückzuführen ist, den das Unternehmen weiterhin auf den Forderungseinzug legt. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gingen um 27 % zurück (währungsbereinigt: -26 %). Das operative kurzfristige Betriebskapital stieg insgesamt um 22 % auf 5,573 Mrd. € (30. September 2019: 4,569 Mrd. €) und auf währungsbereinigter Basis um 33 %. Das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz nahm um 5,1 Prozentpunkte auf 23,2 % zu (30. September: 18,1 %).

Cash-Position von 3,2 Mrd. € am Quartalsende

Die flüssigen Mittel nahmen im Vergleich zum Vorjahr um 37 % auf 3,224 Mrd. € zu (2019: 2,349 Mrd. €). Der niedrigere Nettomittelzufluss aus der betrieblichen Tätigkeit aufgrund der ungünstigen zugrunde liegenden Entwicklung des Umsatzes und des operativen kurzfristigen Betriebskapitals wurde durch effektive kurzfristige Liquiditätsmaßnahmen, die Nutzung bestehender Kreditlinien sowie durch die Emission von Anleihen mehr als ausgeglichen. Zum 30. September 2020 beliefen sich die Nettofinanzverbindlichkeiten auf 1,092 Mio. € (30. September 2019: Netto-Cash-Position in Höhe von 342 Mio. €).

Vergleichbare Umsatzentwicklung in Q4 wie in Q3 erwartet

Im vierten Quartal bleiben die Unsicherheiten in Bezug auf die weitere Entwicklung der Coronavirus-Pandemie sowie des globalen makroökonomischen Umfelds unverändert hoch. adidas hat seine Produkteinführungspläne seit Beginn des Quartals weiterhin erfolgreich umgesetzt. Die Coronavirus-Pandemie hat sich zuletzt jedoch in wichtigen Märkten des Unternehmens verschlimmert, was zum Teil zu neuen Lockdown-Maßnahmen geführt hat. Infolgedessen ist der Anteil geöffneter Stores des Unternehmens von weltweit 96 % Ende September auf zuletzt 93 % gesunken. Zusätzlich haben sich striktere Abstandsregeln insbesondere in Europa negativ auf das Kundenaufkommen in den Stores ausgewirkt. Insgesamt wird sich der Umsatz des Unternehmens in Q4 voraussichtlich ähnlich entwickeln wie in Q3. Dies impliziert einen währungsbereinigten Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich. Dieser Entwicklung steht eine starke Vergleichsbasis aus dem Vorjahr gegenüber, in dem die Einführung von Produkten für die UEFA EURO 2020 sowie



vorzeitige Auslieferungen bedingt durch das chinesische Neujahr zum Wachstum im vierten Quartal 2019 beitragen. Trotz der starken Vergleichsbasis in China erwartet adidas in diesem Markt eine Rückkehr zu Wachstum im vierten Quartal.

Als Ergebnis der Fokussierung auf einen profitablen Durchverkauf sowie disziplinierte Lieferungen an Partner wird die Bruttomarge in etwa auf dem Niveau des Vorjahres erwartet. Entsprechend rechnet das Unternehmen im vierten Quartal mit einem Betriebsergebnis zwischen 100 Mio. € und 200 Mio. €. Dieser Ausblick setzt voraus, dass es keine weiteren umfangreichen Lockdowns geben wird, die Stores des Unternehmens zu über 90 % geöffnet bleiben und es zu keinem weiteren erheblichen Rückgang des Kundenaufkommens weltweit kommt.

„Waren wir zu Beginn des vierten Quartals zunächst wieder auf einem Wachstumspfad, erfordert die aktuelle Verschlimmerung der Pandemie in vielen Regionen der Welt erneut unsere Geduld und Unterstützung. Darauf sind wir vorbereitet. Dank unseres umsichtigen Handelns sind wir in der Lage, mit den kurzfristigen Unsicherheiten umzugehen,“ sagte Kasper Rorsted, Vorstandsvorsitzender von adidas. „Gleichzeitig sind wir heute besser aufgestellt, um von den langfristigen Wachstumstreibern wie Gesundheit und Wohlbefinden, Athleisure und Digitalisierung, die durch die Pandemie noch verstärkt werden, zu profitieren.“

Kontakte:

Media Relations

corporate.press@adidas.com
+49 (0) 9132 84-2352

Investor Relations

investor.relations@adidas.com
+49 (0) 9132 84-2920

Weitere Informationen finden Sie unter [adidas-group.com](https://www.adidas-group.com).

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

in Mio. €	1. Jul. 2020 bis 30. Sep. 2020	1. Jul. 2019 bis 30. Sep. 2019	Veränderung
Umsatzerlöse	5.964	6.410	-7,0 %
Umsatzkosten	2.981	3.071	-2,9 %
Bruttoergebnis	2.984	3.339	-10,6 %
(in % der Umsatzerlöse)	50,0 %	52,1 %	-2,1 PP
Lizenz- und Provisionserträge	24	37	-36,9 %
Sonstige betriebliche Erträge	10	7	34,0 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.223	2.486	-10,6 %
(in % der Umsatzerlöse)	37,3 %	38,8 %	-1,5 PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	579	753	-23,0 %
(in % der Umsatzerlöse)	9,7 %	11,7 %	-2,0 PP
Betriebsgemeinkosten ¹	1.644	1.733	-5,1 %
(in % der Umsatzerlöse)	27,6 %	27,0 %	0,5 PP
Betriebsergebnis	794	897	-11,6 %
(in % der Umsatzerlöse)	13,3 %	14,0 %	-0,7 PP
Finanzerträge	6	12	-53,2 %
Finanzaufwendungen	44	44	0,1 %
Gewinn vor Steuern	755	865	-12,7 %
(in % der Umsatzerlöse)	12,7 %	13,5 %	-0,8 PP
Ertragsteuern	177	220	-19,7 %
(in % des Gewinns vor Steuern)	23,5 %	25,5 %	-2,0 PP
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	578	644	-10,4 %
(in % der Umsatzerlöse)	9,7 %	10,1 %	-0,4 PP
Verlust/Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	-1	2	n.a.
Gewinn	577	646	-10,8 %
(in % der Umsatzerlöse)	9,7 %	10,1 %	-0,4 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	546	646	-15,5 %
(in % der Umsatzerlöse)	9,1 %	10,1 %	-0,9 PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	31	1	4.281,3 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	2,80	3,26	-14,2 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	2,80	3,26	-14,2 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	2,80	3,27	-14,6 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	2,80	3,27	-14,6 %

¹ Vertriebsaufwendungen, Verwaltungsaufwendungen, übrige betriebliche Aufwendungen sowie Wertminderungsaufwendungen (netto) auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und Vertragsvermögenswerte, aggregiert.

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Umsatzerlöse

in Mio. €	1. Jul. 2020 bis 30. Sep. 2020	1. Jul. 2020 bis 30. Sep. 2019	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
Europa	1.753	1.698	3,3 %	3,6 %
Nordamerika	1.389	1.468	-5,4 %	-1,2 %
Asien-Pazifik	1.872	2.090	-10,4 %	-7,0 %
Russland/GUS	187	199	-6,0 %	10,5 %
Lateinamerika	296	405	-26,9 %	-13,2 %
Emerging Markets	314	388	-19,1 %	-10,4 %
Andere Geschäftssegmente	153	162	-5,5 %	-2,7 %
Marke adidas	5.459	5.849	-6,7 %	-2,5 %
Marke Reebok	403	460	-12,3 %	-7,2 %

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

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

in Mio. €	1. Jan. 2020 bis 30. Sep. 2020	1. Jan. 2019 bis 30. Sep. 2019	Veränderung
Umsatzerlöse	14.297	17.802	-19,7 %
Umsatzkosten	7.141	8.367	-14,6 %
Bruttoergebnis	7.155	9.435	-24,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	50,0 %	53,0 %	-3,0 PP
Lizenz- und Provisionserträge	58	111	-48,1 %
Sonstige betriebliche Erträge	30	18	61,0 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	6.717	7.149	-6,0 %
(in % der Umsatzerlöse)	47,0 %	40,2 %	6,8 PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	1.843	2.200	-16,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	12,9 %	12,4 %	0,5 PP
Betriebsgemeinkosten ¹	4.874	4.949	-1,5 %
(in % der Umsatzerlöse)	34,1 %	27,8 %	6,3 PP
Betriebsergebnis	526	2.416	-78,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	3,7 %	13,6 %	-9,9 PP
Finanzerträge	19	28	-31,1 %
Finanzaufwendungen	128	112	13,8 %
Gewinn vor Steuern	417	2.331	-82,1 %
(in % der Umsatzerlöse)	2,9 %	13,1 %	-10,2 PP
Ertragsteuern	126	594	-78,8 %
(in % des Gewinns vor Steuern)	30,2 %	25,5 %	4,7 PP
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	291	1.737	-83,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	2,0 %	9,8 %	-7,7 PP
Verlust/Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	-5	74	n.a.
Gewinn	286	1.811	-84,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	2,0 %	10,2 %	-8,2 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	281	1.809	-84,4 %
(in % der Umsatzerlöse)	2,0 %	10,2 %	-8,2 PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	4	2	117,2 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	1,47	8,76	-83,2 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	1,47	8,76	-83,2 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	1,44	9,13	-84,2 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	1,44	9,13	-84,2 %

¹ Vertriebsaufwendungen, Verwaltungsaufwendungen, übrige betriebliche Aufwendungen sowie Wertminderungsaufwendungen (netto) auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und Vertragsvermögenswerte, aggregiert.

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Umsatzerlöse

in Mio. €	1. Jan. 2020 bis 30. Sep. 2020	1. Jan. 2019 bis 30. Sep. 2019	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
Europa	4.023	4.670	-13,8 %	-13,6 %
Nordamerika	3.353	3.838	-12,6 %	-12,5 %
Asien-Pazifik	4.628	6.101	-24,1 %	-23,2 %
Russland/GUS	444	506	-12,1 %	-5,1 %
Lateinamerika	750	1.184	-36,7 %	-24,9 %
Emerging Markets	715	999	-28,4 %	-24,7 %
Andere Geschäftssegmente	383	504	-24,1 %	-23,8 %
Marke adidas	13.023	16.195	-19,6 %	-17,9 %
Marke Reebok	1.003	1.285	-22,0 %	-19,9 %

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Konzernbilanz (IFRS) der adidas AG

in Mio. €	30. September 2020	30. September 2019	Veränderung in %
Flüssige Mittel	3.224	2.349	37,3
Kurzfristige Finanzanlagen	0	6	-97,2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.607	3.247	-19,7
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	772	699	10,4
Vorräte	4.676	3.677	27,2
Forderungen aus Ertragsteuern	128	78	65,2
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	955	892	7,1
Kurzfristige Aktiva	12.363	10.946	12,9
Sachanlagen	2.180	2.213	-1,5
Nutzungsrechte	2.648	2.919	-9,3
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.233	1.276	-3,4
Markenrechte	785	886	-11,4
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	244	216	13,2
Langfristige Finanzanlagen	351	361	-2,8
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	375	418	-10,4
Latente Steueransprüche	1.170	723	61,9
Sonstige langfristige Vermögenswerte	113	150	-24,2
Langfristige Aktiva	9.100	9.162	-0,7
Aktiva	21.463	20.109	6,7
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	1.726	414	316,7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.710	2.354	-27,4
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	598	559	6,9
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	289	227	27,5
Ertragsteuern	630	379	66,4
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	1.371	1.304	5,1
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	2.204	2.266	-2,7
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	394	483	-18,4
Kurzfristige Passiva	8.923	7.986	11,7
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	2.590	1.599	62,0
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	2.309	2.547	-9,3
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	94	92	2,1
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	267	260	2,5
Latente Steuerschulden	247	297	-16,7
Sonstige langfristige Rückstellungen	215	205	4,8
Langfristige abgegrenzte Schulden	8	12	-38,6
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	19	7	178,3
Langfristige Passiva	5.750	5.020	14,5
Grundkapital	195	197	-0,8
Sonstige Rücklagen	-247	347	n.a.
Gewinnrücklagen	6.584	6.572	0,2
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	6.532	7.115	-8,2
Nicht beherrschende Anteile	259	-12	n.a.
Gesamtes Eigenkapital	6.791	7.103	-4,4
Passiva	21.463	20.109	6,7
Zusätzliche Informationen zur Bilanz			
Operatives kurzfristiges Betriebskapital	5.573	4.569	22,0
Kurzfristiges Betriebskapital	3.441	2.961	16,2
Nettofinanzverbindlichkeiten/Netto-Cash-Position	-1.092	342	n.a.
Verschuldungsgrad	16,7 %	-4,8 %	21,5 PP

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.