

Ergebnisse der ersten neun Monate 2015:

adidas Konzern erzielt hervorragende Geschäftsergebnisse im dritten Quartal 2015 und erhöht Prognose für Gesamtjahr

Wichtige Entwicklungen im dritten Quartal 2015¹

- **Beschleunigte Umsatzdynamik für den Konzern mit währungsbereinigtem Zuwachs in Höhe von 13%**
- **Zweistelliges Wachstum für adidas in Westeuropa, Nordamerika, China, Lateinamerika und MEAA**
- **Währungsbereinigter Umsatz von Reebok und TaylorMade-adidas Golf um 3% bzw. 6% über dem Vorjahr**
- **Bruttomarge verbessert sich um 1,0PP auf 48,4%**
- **Operative Marge erhöht sich um 0,7PP auf 10,6%**
- **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen steigt um 20% auf 337 Mio. €**

Wichtige Entwicklungen in den ersten neun Monaten 2015¹

- **Konzernumsatz steigt währungsbereinigt um 9%**
- **adidas und Reebok erzielen deutliches Umsatzwachstum mit währungsbereinigtem Plus von 11% bzw. 6%**
- **Operative Marge ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte steigt um 0,2PP auf 8,6%**
- **Konzerngewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte legt um 17% auf 737 Mio. € zu**

Währungsbereinigter Konzernumsatz steigt im dritten Quartal 2015 um 13%

Im dritten Quartal 2015 erzielte der adidas Konzern hervorragende Geschäftsergebnisse. Der Konzernumsatz stieg auf währungsbereinigter Basis um 13%. Dies war vor allem auf die beschleunigte Umsatzdynamik bei adidas und das robuste Wachstum sowohl bei Reebok als auch bei TaylorMade-adidas Golf zurückzuführen. Der Umsatz von **adidas** legte, vor allem infolge zweistelliger Zuwächse

¹ Aufgrund des Abschlusses der Veräußerung des Rockport Geschäftssegments am 31. Juli 2015 werden die Ergebnisse des Rockport Geschäftssegments zum Ende September 2015 als aufgegebenen Geschäftsbereich berichtet. Zur besseren Übersichtlichkeit beziehen sich alle Zahlen der Geschäftsjahre 2014 und 2015 in diesem Dokument, sofern nicht ausdrücklich anders angegeben, auf die fortgeführten Geschäftsbereiche des Konzerns. Eine Anpassung der Bilanzposten für das Geschäftsjahr 2014 ist nach IFRS jedoch nicht gestattet.

in Westeuropa, Nordamerika, China, Lateinamerika und MEAA, auf währungsbereinigter Basis um 14% zu. Der währungsbereinigte Umsatz von **Reebok** lag um 3% über dem Vorjahresniveau, wobei sich der Umsatz in China mehr als verdoppelte und in Lateinamerika, Japan und MEAA zweistellige Wachstumsraten erzielt wurden. Bei **TaylorMade-adidas Golf** erhöhte sich der Umsatz, hauptsächlich aufgrund der zweistelligen Steigerung in Nordamerika, auf währungsbereinigter Basis um 6%. In Euro lag der Konzernumsatz im dritten Quartal 2015 mit 4,758 Mrd. € um 18% über dem Vorjahresniveau (2014: 4,044 Mrd. €).

„Unser unermüdlicher Fokus auf den Konsumenten zahlt sich aus: Die starke Dynamik von adidas und Reebok weltweit zeigt eindrucksvoll, dass unsere Produkte und unser Marketing sehr gut bei den Zielgruppen ankommen, sowohl im Lifestyle- als auch im Performance-Bereich“, sagte Herbert Hainer, Vorstandsvorsitzender des adidas Konzerns. „Zusammen mit unserer hervorragenden Umsetzung ist das die richtige Strategie, um die Markenattraktivität zu erhöhen und Umsatz und Gewinn deutlich zu steigern. Das dritte Quartal ist ein deutlicher Beweis hierfür.“

Zweistelliges Wachstum in den Marktsegmenten Westeuropa, China, Lateinamerika und MEAA

Nach Marktsegmenten betrachtet verzeichnete der zusammengefasste währungsbereinigte Umsatz der Marken adidas und Reebok im dritten Quartal 2015 ein besonders deutliches Wachstum in Westeuropa, China, Lateinamerika und MEAA, wo der Umsatz jeweils im zweistelligen Bereich zunahm. In **Westeuropa** stieg der Umsatz im dritten Quartal, infolge eines deutlich zweistelligen Wachstums bei adidas sowie einer Steigerung im mittleren einstelligen Bereich bei Reebok, auf währungsbereinigter Basis um 18%. In **Nordamerika** nahm der währungsbereinigte Umsatz im dritten Quartal um 6% zu. Zweistellige Zuwächse bei adidas wurden zum Teil von Rückgängen bei Reebok aufgehoben. In **China** erhöhte sich der Umsatz im dritten Quartal, hauptsächlich dank weiterem zweistelligem Wachstum bei adidas, währungsbereinigert um 15%. Die Zuwächse bei Reebok, wo sich der Umsatz mehr als verdoppelte, trugen ebenfalls zu dieser Entwicklung bei. In **Russland/GUS** lag der Umsatz im dritten Quartal, aufgrund von Rückgängen sowohl bei adidas als auch bei Reebok, währungsbereinigert um 7% unter dem Vorjahr. Diese Entwicklung wurde durch die Schließung weiterer eigener Einzelhandelsgeschäfte beeinflusst. In **Lateinamerika** wuchs der währungsbereinigte Umsatz im dritten Quartal um 20%. Dies war das Ergebnis deutlich zweistelliger Umsatzsteigerungen sowohl bei adidas als auch bei Reebok. In **Japan** erhöhte sich der Umsatz im dritten Quartal währungsbereinigert um 6%. Verantwortlich hierfür waren Zuwächse im mittleren einstelligen Bereich bei

adidas sowie zweistellige Umsatzsteigerungen bei Reebok. In **MEAA** wuchs der währungsbereinigte Umsatz im dritten Quartal aufgrund zweistelliger Zuwächse bei adidas und Reebok um 14%.

In den **Anderen Geschäftssegmenten** stieg der währungsbereinigte Umsatz im dritten Quartal um 10%, mit Steigerungen bei TaylorMade-adidas Golf und Reebok-CCM Hockey sowie in den Anderen zentral geführten Geschäftsbereichen.

Operative Marge verbessert sich im dritten Quartal um 0,7 Prozentpunkte

Das Bruttoergebnis des Konzerns stieg im dritten Quartal um 20% auf 2,304 Mrd. € (2014: 1,918 Mrd. €). Die Bruttomarge verbesserte sich um 1,0PP auf 48,4% (2014: 47,4%). Hauptgründe hierfür waren die positiven Effekte eines günstigeren Preis- und Vertriebskanalmix, die lediglich zum Teil von höheren Beschaffungskosten, negativen Währungseffekten sowie einem weniger günstigen Produktmix aufgehoben wurden. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich um 18% auf 1,845 Mrd. € (2014: 1,565 Mrd. €). Diese Entwicklung spiegelt höhere Sales- und Marketinginvestitionen sowie gestiegene Betriebsgemeinkosten wider. Im Verhältnis zum Umsatz nahmen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 0,1 Prozentpunkte auf 38,8% zu (2014: 38,7%). Das Betriebsergebnis verbesserte sich im dritten Quartal 2015 um 26% auf 505 Mio. € (2014: 399 Mio. €). Damit stieg die operative Marge im Vergleich zum Vorjahr um 0,7 Prozentpunkte auf 10,6% (2014: 9,9%). Dies war das Ergebnis der höheren Bruttomarge, die gestiegene betriebliche Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz mehr als kompensierte. Der Gewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen nahm um 20% auf 337 Mio. € zu (2014: 280 Mio. €). Der auf Anteilseigner entfallende Gewinn, der neben dem Gewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen auch den Verlust aus den aufgegebenen Geschäftsbereichen enthält, erhöhte sich um 10% auf 311 Mio. € (2014: 282 Mio. €).

Währungsbereinigter Konzernumsatz in den ersten neun Monaten 2015 um 9% über Vorjahr

In den ersten neun Monaten 2015 stieg der Konzernumsatz auf währungsbereinigter Basis um 9%. Verantwortlich für das Wachstum waren der zweistellige Umsatzanstieg bei adidas und ein Zuwachs im mittleren einstelligen Bereich bei Reebok. Währungseffekte wirkten sich positiv auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der Konzernumsatz lag in den ersten neun Monaten 2015 mit 12,748 Mrd. € um 17% über dem Vorjahresniveau (2014: 10,924 Mrd. €). Der Umsatz von **adidas** legte, vor allem infolge zweistelliger Zuwächse in Westeuropa, China, Lateinamerika und MEAA, auf

währungsbereinigter Basis um 11% zu. Der Umsatz von **Reebok** lag auf währungsbereinigter Basis um 6% über dem Vorjahresniveau. Dieser Anstieg spiegelt das zweistellige Wachstum in allen Regionen mit Ausnahme von Nordamerika und Russland/GUS wider. Der Umsatz von **TaylorMade-adidas Golf** ging hauptsächlich aufgrund von Rückgängen in Nordamerika und Westeuropa auf währungsbereinigter Basis um 13% zurück.

Währungsbereinigter Konzernumsatz nimmt in fast allen Marktsegmenten zu

In den ersten neun Monaten 2015 stieg der zusammengefasste Umsatz der Marken adidas und Reebok auf währungsbereinigter Basis in allen Marktsegmenten mit Ausnahme von Russland/GUS. Der Umsatz in **Westeuropa** erhöhte sich währungsbereinigt um 14%, primär aufgrund von zweistelligen Zuwächsen in Großbritannien, Italien, Frankreich und Spanien. In **Nordamerika** stieg der währungsbereinigte Umsatz um 4%. Der währungsbereinigte Umsatz in **China** legte um 18% zu. In **Russland/GUS** ging der währungsbereinigte Umsatz um 9% zurück. In **Lateinamerika** nahm der Umsatz, vor allem aufgrund zweistelliger Zuwächse in Argentinien, Mexiko, Chile, Peru und Kolumbien, auf währungsbereinigter Basis um 12% zu. Der Umsatz in **Japan** lag auf währungsbereinigter Basis um 2% über dem Vorjahresniveau. In **MEAA** stieg der währungsbereinigte Umsatz um 13%. Dieses Wachstum resultierte vor allem aus zweistelligen Zuwächsen in Südkorea, den Vereinigten Arabischen Emiraten, der Türkei und Australien.

Der Umsatz der **Anderen Geschäftssegmente** verringerte sich auf währungsbereinigter Basis um 3%. Zweistellige Zuwächse bei Reebok-CCM Hockey und in den Anderen zentral geführten Geschäftsbereichen wurden durch den Umsatzrückgang bei TaylorMade-adidas Golf mehr als aufgehoben.

Bruttomarge des Konzerns verbessert sich um 0,1 Prozentpunkte

Das Bruttoergebnis des Konzerns erhöhte sich in den ersten neun Monaten 2015 um 17% auf 6,202 Mrd. € (2014: 5,303 Mrd. €). Die Bruttomarge des Konzerns verbesserte sich um 0,1 Prozentpunkte auf 48,6% (2014: 48,5%). Verantwortlich hierfür war vor allem ein günstigerer Preis- und Vertriebskanalmix bei adidas und Reebok, der höhere Beschaffungskosten, negative Währungseffekte sowie niedrigere Produktmargen bei TaylorMade-adidas Golf mehr als kompensierte.

Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 18 Mio. €

Aufgrund von Veränderungen in der Zusammensetzung der Geschäftssegmente bzw. der dazugehörigen zahlungsmittelgenerierenden Einheiten stellte der Konzern im ersten Quartal 2015 fest, dass ein Wertminderungsbedarf bestand. Infolgedessen entstand zum 30. September 2015 ein Wertminderungsbedarf für die ersten neun Monate in Höhe von 18 Mio. €. Dieser Betrag steht im Zusammenhang mit den Geschäftssegmenten Lateinamerika (15 Mio. €) und Russland/GUS (3 Mio. €). Damit sind die Geschäfts- oder Firmenwerte dieser Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten vollständig wertgemindert. Die Wertminderungen waren nicht zahlungswirksam und hatten keine Auswirkung auf die Liquidität des Konzerns.

Operative Marge ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte steigt um 0,2 Prozentpunkte auf 8,6%

In den ersten neun Monaten 2015 nahmen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 15% auf 5,265 Mrd. € zu (2014: 4,561 Mrd. €). Dies spiegelt den Anstieg der Sales- und Marketinginvestitionen sowie höhere Vertriebsaufwendungen wider. Im Verhältnis zum Umsatz gingen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 0,4 Prozentpunkte auf 41,3% zurück (2014: 41,8%). Die Sales- und Marketinginvestitionen beliefen sich auf 1,704 Mrd. €. Dies bedeutet einen Anstieg um 19% gegenüber dem Vorjahreswert (2014: 1,435 Mrd. €). Das Betriebsergebnis des Konzerns verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2015 um 17% auf 1,083 Mrd. € (2014: 923 Mio. €). Die operative Marge blieb mit 8,5% stabil (2014: 8,5%). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte stieg das Betriebsergebnis in den ersten neun Monaten um 19% auf 1,101 Mrd. € (2014: 923 Mio. €). Dies entspricht einem Anstieg der operativen Marge um 0,2 Prozentpunkte auf 8,6% (2014: 8,5%). Diese Entwicklung war der höheren Bruttomarge sowie niedrigeren sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz zuzuschreiben.

Konzerngewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte 17% über Vorjahr

Die Steuerquote des Konzerns stieg in den ersten neun Monaten 2015 um 3,6 Prozentpunkte auf 32,4% (2014: 28,8%). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte erhöhte sich die effektive Steuerquote um 3,1 Prozentpunkte auf 31,9% (2014: 28,8%). Verantwortlich hierfür war primär die Nichtanerkennung latenter Steueransprüche. Der Konzerngewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen stieg

in den ersten neun Monaten 2015 um 14% auf 719 Mio. € (2014: 632 Mio. €). Das unverwässerte und das verwässerte Ergebnis je Aktie aus den fortgeführten Geschäftsbereichen erhöhten sich in den ersten neun Monaten 2015 um 18% auf 3,54 € (2014: 3,00 €). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte lag der Konzerngewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen mit 737 Mio. € um 17% über dem Vorjahresniveau (2014: 632 Mio. €). Das unverwässerte und das verwässerte Ergebnis je Aktie aus den fortgeführten Geschäftsbereichen ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte stiegen um 21% auf 3,62 € (2014: 3,00 €). Die gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien für diese Berechnung belief sich auf 201.987.657 (2014: 209.216.186).

Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen in Höhe von 36 Mio. €

In den ersten neun Monaten 2015 verzeichnete der Konzern einen Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen in Höhe von 36 Mio. € netto nach Steuern im Zusammenhang mit dem Rockport Geschäftssegment (2014: Gewinn in Höhe von 3 Mio. €). Der Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen stand im Zusammenhang mit einem Verlust aus dem Verkauf aufgebener Geschäftsbereiche in Höhe von 27 Mio. € sowie mit einem Verlust aus der betrieblichen Tätigkeit von Rockport in Höhe von 9 Mio. €.

Auf Anteilseigner entfallender Gewinn ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte erhöht sich um 10%

Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn, der neben dem Gewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen auch den Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen enthält, stieg in den ersten neun Monaten 2015 um 8% auf 678 Mio. € (2014: 630 Mio. €). Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte nahm der auf Anteilseigner entfallende Gewinn um 10% auf 696 Mio. € zu (2014: 630 Mio. €).

Vorräte des Konzerns aus fortgeführten Geschäftsbereichen nehmen währungsbereinigt um 10% zu

Die Vorräte des Konzerns lagen zum Ende der ersten neun Monate 2015 mit 2,698 Mrd. € um 2% über dem Vorjahresniveau (2014: 2,647 Mrd. €). Währungsbereinigt nahmen die Vorräte um 6% zu. Die Vorräte aus den fortgeführten Geschäftsbereichen stiegen um 6% (währungsbereinigt +10%). Diese Entwicklung spiegelt das erwartete Geschäftswachstum des Konzerns wider. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich zum 30. September 2015 um 8% auf 2,502 Mrd. € (2014:

2,322 Mrd. €). Auf währungsbereinigter Basis stiegen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 7%. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aus den fortgeführten Geschäftsbereichen nahmen um 10% zu (währungsbereinigt +9%). Diese Entwicklung spiegelt den Umsatzanstieg im dritten Quartal 2015 wider.

Nettofinanzverbindlichkeiten erhöhen sich auf 903 Mio. €

Die Nettofinanzverbindlichkeiten beliefen sich zum 30. September 2015 auf 903 Mio. €. Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von 359 Mio. € gegenüber dem Vorjahreswert (2014: 543 Mio. €). Hauptgrund hierfür war die Verwendung von flüssigen Mitteln in Höhe von 601 Mio. € für das Aktienrückkaufprogramm. Das Verhältnis von Nettofinanzverbindlichkeiten zu EBITDA belief sich zum Ende der ersten neun Monate 2015 auf 0,6 (2014: 0,5).

Aufsichtsrat verlängert Vertrag von Roland Auschel

Bei seiner gestrigen Sitzung hat der Aufsichtsrat der adidas AG das Mandat von Roland Auschel, Vorstandsmitglied verantwortlich für Global Sales, um weitere drei Jahre von 2016 bis 2019 verlängert. Roland Auschel, deutscher Staatsbürger, ist seit Oktober 2013 Mitglied des Vorstands der adidas AG.

adidas Konzern erhöht Umsatz- und Gewinnprognose für das Gesamtjahr 2015

Aufgrund der starken Dynamik sowohl bei adidas als auch bei Reebok rechnet der Konzern für das Geschäftsjahr 2015 nun mit einem Anstieg des währungsbereinigten Umsatzes im hohen einstelligen Bereich (bisherige Prognose: Anstieg im mittleren einstelligen Bereich). Zweistellige Umsatzsteigerungen in Westeuropa, China und MEAA werden maßgeblich zum Umsatzwachstum beitragen. Darüber hinaus werden die höheren Umsatzerwartungen in Lateinamerika und Nordamerika das Umsatzwachstum des Konzerns zusätzlich unterstützen. In Lateinamerika rechnet der Konzern nun mit einem Anstieg des währungsbereinigten Umsatzes im hohen einstelligen Bereich (bisherige Prognose: Anstieg im mittleren einstelligen Bereich). In Nordamerika erwartet der Konzern nun eine Steigerung im mittleren einstelligen Bereich (bisherige Prognose: Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich). Für Reebok-CCM Hockey wird nun ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum im hohen einstelligen Bereich prognostiziert (bisherige Prognose: Anstieg im mittleren einstelligen Bereich). In Verbindung mit dem weiteren Ausbau und der weiteren Verbesserung der Initiativen im Bereich der selbst kontrollierten Verkaufsflächen werden so nicht wiederkehrende positive Effekte im Zusammenhang mit der FIFA

Fußballweltmeisterschaft 2014TM sowie erwartete Umsatzrückgänge bei TaylorMade-adidas Golf mehr als kompensiert werden.

Der Konzern geht davon aus, dass sich die Bruttomarge von 47,6% im Vorjahr auf einen Wert zwischen 48,0% und 48,5% verbessern wird (bisherige Prognose: zwischen 47,5% und 48,5%). Der günstigere Preis- und Produktmix sowohl bei adidas als auch bei Reebok in Verbindung mit dem besseren Vertriebskanalmix infolge des weiteren Ausbaus und der Verbesserung der Initiativen im Bereich der selbst kontrollierten Verkaufsflächen werden sich den Erwartungen zufolge positiv auf die Entwicklung der Bruttomarge des Konzerns auswirken. Ungünstige Währungsentwicklungen in den Schwellenländern, vor allem in Russland/GUS, höhere Beschaffungskosten sowie niedrigere Produktmargen bei TaylorMade-adidas Golf werden sich jedoch voraussichtlich negativ auf die Bruttomarge auswirken.

Angesichts der starken Geschäftsergebnisse für die ersten neun Monate hat der Konzern beschlossen, die geplanten Marketing- und Point-of-Sale-Investitionen im vierten Quartal weiter zu erhöhen, um die derzeitige Dynamik bestmöglich zu nutzen und die Attraktivität der Marken langfristig zu steigern. Zudem wird TaylorMade-adidas Golf weiterhin an der Neuausrichtung der Organisationsstruktur arbeiten und seine globalen Geschäftsaktivitäten und -prozesse straffen. Im Rahmen dessen wird TaylorMade-adidas Golf die Anzahl seiner Mitarbeiter weltweit bis Jahresende um 14% reduzieren. Diese Maßnahmen werden sich mit einem niedrigen zweistelligen Millionen-Euro-Betrag negativ auf die Profitabilität des Konzerns im vierten Quartal auswirken. Das Ergebnis wird jedoch eine agilere Organisation sein, was wiederum die Profitabilität des Konzerns ab 2016 positiv beeinflussen wird. Infolgedessen wird nun für das Geschäftsjahr 2015 mit einem im Vergleich zum Vorjahreswert von 42,7% moderaten Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz gerechnet (bisherige Prognose: in etwa auf dem Vorjahresniveau). Die operative Marge ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte wird den Prognosen zufolge bei einem Wert zwischen 6,5% und 7,0% liegen (2014 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte: 6,6%). Die Steuerquote des Konzerns wird den Erwartungen zufolge bei einem Wert von etwa 32,0% (bisherige Prognose: in etwa 30,0%) und somit über dem Vorjahresniveau liegen (2014: 29,7%).

Trotz der erhöhten Marketinginvestitionen und der einmaligen Restrukturierungskosten bei TaylorMade-adidas Golf erhöht der Konzern seine Gewinnprognose für das Gesamtjahr 2015. Der Konzern erwartet nun, dass der Gewinn

aus den fortgeführten Geschäftsbereichen ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte um etwa 10% steigen wird (bisherige Prognose: Anstieg zwischen 7% und 10%) (2014 Konzerngewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte: 642 Mio. €).

Herbert Hainer: „Dank unserer hervorragenden Performance in den ersten neun Monaten erreichen wir die Ziellinie für 2015 viel schneller, als wir erwartet haben. Wie wahre Champions werden auch wir uns jedoch nicht auf unseren Lorbeeren ausruhen, sondern kontinuierlich daran arbeiten, unsere derzeitige Stärke weiter auszubauen, um uns für die nächste Etappe zu rüsten. Die Investitionen in unsere Marken sowie eine schlankere Golforganisation werden im nächsten Jahr einen unmittelbaren und positiven Einfluss auf die Umsatz- und Gewinnentwicklung haben und uns für nachhaltige Profitabilitätsverbesserungen ab 2016 gut aufstellen.“

Kontakte:

Media Relations

Jan Runau
Leiter Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 (0) 9132 84-3830

Katja Schreiber
Leiterin Externe Kommunikation
Tel.: +49 (0) 9132 84-3810

Investor Relations

Sebastian Steffen
Vice President Investor Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-4401

Christian Stöhr
Director Investor Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-4989

Besuchen Sie uns auch im Internet: www.adidas-Group.com

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

in Mio. €	3. Quartal 2015	3. Quartal 2014	Veränderung
Umsatzerlöse	4.758	4.044	17,7 %
Umsatzkosten	2.454	2.126	15,4 %
Bruttoergebnis	2.304	1.918	20,1 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	48,4%	47,4%	1,0 PP
Lizenz- und Provisionserträge	32	27	17,3 %
Sonstige betriebliche Erträge	14	19	-26,5 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.845	1.565	17,9 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	38,8%	38,7%	0,1 PP
Betriebsergebnis	505	399	26,5 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	10,6%	9,9%	0,7 PP
Finanzerträge	8	5	81,1 %
Finanzaufwendungen	18	12	53,8 %
Gewinn vor Steuern	495	392	26,3 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	10,4%	9,7%	0,7 PP
Ertragsteuern	158	112	40,8 %
<i>(in % des Gewinns vor Steuern)</i>	31,9%	28,6%	3,3 PP
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	337	280	20,5 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	7,1%	6,9%	0,2 PP
Verlust/Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	-23	4	n.a.
Gewinn	314	284	10,4 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	6,6%	7,0%	-0,4 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	311	282	10,4 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	6,5%	7,0%	-0,4 PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	3	2	11,2 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	1,67	1,33	26,0 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	1,67	1,33	26,0 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	1,55	1,35	15,4 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	1,55	1,35	15,4 %

Umsatzerlöse

in Mio. €	3. Quartal 2015	3. Quartal 2014	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
Westeuropa	1.404	1.169	20,1 %	18,0 %
Nordamerika	776	619	25,5 %	6,5 %
China	691	510	35,4 %	15,1 %
Russland/GUS	195	296	-34,1 %	-6,7 %
Lateinamerika	489	426	14,9 %	20,1 %
Japan	186	173	7,4 %	5,8 %
MEAA	674	561	20,0 %	13,5 %
Andere Geschäftssegmente	342	290	18,1 %	10,3 %
adidas	4.007	3.364	19,1 %	14,4 %
Reebok	476	447	6,6 %	3,4 %
TaylorMade-adidas Golf	159	138	15,4 %	6,5 %
Reebok-CCM Hockey	112	95	18,6 %	9,1 %

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

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

in Mio. €	Neun Monate 2015	Neun Monate 2014	Veränderung	Neun Monate 2015 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte	Neun Monate 2014 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte	Veränderung
Umsatzerlöse	12.748	10.924	16,7 %	12.748	10.924	16,7 %
Umsatzkosten	6.546	5.621	16,5 %	6.546	5.621	16,5 %
Bruttoergebnis	6.202	5.303	16,9 %	6.202	5.303	16,9 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	48,6%	48,5%	0,1 PP	48,6%	48,5%	0,1 PP
Lizenz- und Provisionserträge	90	77	17,0 %	90	77	17,0 %
Sonstige betriebliche Erträge	75	104	-28,4 %	75	104	-28,4 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	5.265	4.561	15,4 %	5.265	4.561	15,4 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	41,3%	41,8%	-0,4 PP	41,3%	41,8%	-0,4 PP
Geschäfts- oder Firmenwert Wertminderungsaufwendungen	18	-	n.a.	-	-	-
Betriebsergebnis	1.083	923	17,3 %	1.101	923	19,2 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	8,5%	8,5%	0,0 PP	8,6%	8,5%	0,2 PP
Finanzerträge	32	14	125,0 %	32	14	125,0 %
Finanzaufwendungen	51	50	2,2 %	51	50	2,2 %
Gewinn vor Steuern	1.064	888	19,9 %	1.082	888	21,9 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	8,3%	8,1%	0,2 PP	8,5%	8,1%	0,4 PP
Ertragsteuern	345	256	34,8 %	345	256	34,8 %
<i>(in % des Gewinns vor Steuern)</i>	32,4%	28,8%	3,6 PP	31,9%	28,8%	3,1 PP
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	719	632	13,8 %	737	632	14,7 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	5,6%	5,8%	-0,1 PP	5,8%	5,8%	-0,0 PP
Verlust/Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	-36	3	n.a.	-36	3	n.a.
Gewinn	683	635	7,6 %	701	635	10,4 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	5,4%	5,8%	-0,5 PP	5,5%	5,8%	-0,3 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	678	630	7,6 %	696	630	10,5 %
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	5,3%	5,8%	-0,4 PP	5,5%	5,8%	-0,3 PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	5	5	5,6 %	5	5	5,6 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	3,54	3,00	18,0 %	3,62	3,00	20,9 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	3,54	3,00	18,0 %	3,62	3,00	20,9 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	3,36	3,01	11,5 %	3,45	3,01	14,4 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	3,36	3,01	11,5 %	3,45	3,01	14,4 %

Umsatzerlöse

in Mio. €	Neun Monate 2015	Neun Monate 2014	Veränderung	Veränderung (währungsbereinigt)
Westeuropa	3.508	3.017	16,3 %	14,2 %
Nordamerika	2.010	1.608	25,0 %	4,2 %
China	1.852	1.304	42,0 %	18,4 %
Russland/GUS	562	835	-32,8 %	-8,7 %
Lateinamerika	1.368	1.200	14,0 %	11,8 %
Japan	518	493	5,1 %	1,6 %
MEAA	1.845	1.473	25,2 %	12,7 %
Andere Geschäftssegmente	1.084	992	9,3 %	-3,0 %
adidas	10.540	8.904	18,4 %	11,4 %
Reebok	1.295	1.158	11,8 %	6,1 %
TaylorMade-adidas Golf	678	673	0,7 %	-12,7 %
Reebok-CCM Hockey	232	188	23,3 %	11,8 %

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

Konzernbilanz (IFRS) der adidas AG

in Mio. €	30. September 2015	30. September 2014	Veränderung in %	31. Dezember 2014
Flüssige Mittel	1.060	632	67,9	1.683
Kurzfristige Finanzanlagen	5	5	4,2	5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.502	2.322	7,7	1.946
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	424	337	25,6	398
Vorräte	2.698	2.647	1,9	2.526
Forderungen aus Ertragsteuern	84	78	7,2	92
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	531	465	14,4	425
Vermögenswerte klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	13	11	17,8	272
Kurzfristige Aktiva	7.318	6.498	12,6	7.347
Sachanlagen	1.561	1.417	10,2	1.454
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.379	1.259	9,6	1.169
Markenrechte	1.595	1.555	2,6	1.432
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	179	156	14,5	162
Langfristige Finanzanlagen	134	128	4,3	129
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	102	29	256,3	42
Latente Steueransprüche	595	601	-0,9	577
Sonstige langfristige Vermögenswerte	125	108	15,7	105
Langfristige Aktiva	5.671	5.253	8,0	5.070
Aktiva	12.989	11.750	10,5	12.417
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	508	593	-14,2	288
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.476	1.281	15,3	1.652
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	130	91	43,1	91
Ertragsteuern	365	347	5,0	294
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	468	436	7,4	470
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	1.630	1.252	30,2	1.249
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	347	310	12,0	287
Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	0	-	n.a.	46
Kurzfristige Passiva	4.925	4.309	14,3	4.378
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1.460	588	148,5	1.584
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	8	10	-19,8	9
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	294	205	43,8	284
Latente Steuerschulden	393	420	-6,4	390
Sonstige langfristige Rückstellungen	44	17	161,2	38
Langfristige abgegrenzte Schulden	103	54	89,9	81
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	53	35	50,8	35
Langfristige Passiva	2.356	1.329	77,3	2.422
Grundkapital	200	209	-4,3	204
Sonstige Rücklagen	599	636	-5,9	581
Gewinnrücklagen	4.917	5.274	-6,8	4.839
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	5.716	6.119	-6,6	5.624
Nicht beherrschende Anteile	- 8	- 7	8,7	- 7
Gesamtes Eigenkapital	5.708	6.112	-6,6	5.618
Passiva	12.989	11.750	10,5	12.417
Zusätzliche Informationen zur Bilanz				
Operatives kurzfristiges Betriebskapital	3.724	3.689	1,0	2.821
Kurzfristiges Betriebskapital	2.393	2.188	9,4	2.970
Nettofinanzverbindlichkeiten	903	543	66,1	185
Verschuldungsgrad	15,8%	8,9%	6,9 PP	3,3%

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.