

E-Commerce-Umsatz in herausforderndem zweiten Quartal nahezu verdoppelt

Wichtige Entwicklungen:

- **In der Spitze mehr als 70 % aller Stores des Unternehmens aufgrund der globalen Coronavirus-Pandemie geschlossen**
- **Leichtes Umsatzplus bei DTC dank währungsbereinigtem E-Com-Wachstum von 93 %**
- **Umsatz in China in Q2 stabil infolge zweistelligen Wachstums im Mai und Juni**
- **Gesamtumsatz sinkt währungsbereinigt um 34 %**
- **Negatives Betriebsergebnis von 333 Mio. € beinhaltet coronavirusbedingte Kosten in Höhe von rund 250 Mio. €**
- **Cash-Position stabil bei 2,0 Mrd. € infolge effektiver Liquiditätsmaßnahmen zur Verhinderung von Mittelabflüssen**
- **Verbesserte Geschäftsentwicklung zum Quartalsende und zu Beginn von Q3**
- **Q3 Ausblick impliziert Verbesserung des Betriebsergebnisses um etwa 1,0 Mrd. € im Vergleich zum Vorquartal**

„Das vergangene Quartal, in dem weite Teile der Welt lahmgelegt waren, hat beispiellose Herausforderungen an das Unternehmen gestellt. Ich bin unseren Teams dankbar für ihr unermüdliches Engagement und ihre Agilität, die es uns ermöglicht haben, die richtigen Maßnahmen im Sinne unserer Konsumenten, Partner und des Unternehmens zu ergreifen. Wir haben uns Herausforderungen gestellt und gebotene Chancen ergriffen, was sich in unserem E-Commerce-Geschäft widerspiegelt, das sich im zweiten Quartal fast verdoppelt hat“, sagte Kasper Rorsted, Vorstandsvorsitzender von adidas. „Ein Großteil unserer Stores hat wieder geöffnet und die Lage im stationären Groß- und Einzelhandel normalisiert sich. Wir sehen Licht am Ende des Tunnels.“

Währungsbereinigter Umsatz geht im zweiten Quartal 2020 aufgrund des globalen Coronavirus-Ausbruchs um 34 % zurück

adidas hat im zweiten Quartal 2020 infolge der globalen Coronavirus-Pandemie einen signifikanten Umsatzrückgang in den stationären Vertriebskanälen verzeichnet. Grund dafür war die erhebliche Anzahl von Store-Schließungen sowie ein deutlich reduziertes Kundenaufkommen in den Stores, die wieder geöffnet waren. Gleichzeitig hat adidas ein außerordentliches Wachstum im Online-Geschäft verzeichnet. Der durch eigene sowie partnerbetriebene E-Commerce-Plattformen erzielte Umsatz machte über ein Drittel des



Gesamtgeschäfts des Unternehmens aus. Der Umsatz über den unternehmenseigenen E-Commerce-Vertriebskanal stieg im zweiten Quartal um 93 %. Insgesamt ging der Umsatz im zweiten Quartal jedoch währungsbereinigt um 34 % zurück. Der Umsatz der Marke adidas verringerte sich im zweiten Quartal um 33 %. Der Umsatz bei Reebok ging um 42 % zurück. Darin spiegelt sich die größere Ausrichtung der Marke auf den US-amerikanischen Markt wider. In Euro verringerte sich der Umsatz um 35 % auf 3,579 Mrd. € (2019: 5,509 Mrd. €).

Sämtliche Märkte deutlich von weltweiter Coronavirus-Pandemie betroffen

Nahezu alle Stores außerhalb von Asien-Pazifik bzw. mehr als 70 % der Stores des Unternehmens weltweit waren im April, als die globalen Lockdown-Maßnahmen ihren Höhepunkt erreichten, geschlossen. Ab Mai begann adidas auch außerhalb von Asien-Pazifik mit der Umsetzung des Plans zur Wiedereröffnung der Stores entsprechend den Entscheidungen der lokalen Behörden. Infolgedessen waren Ende Juni 83 % der Stores des Unternehmens wieder geöffnet, allerdings zum Teil mit verkürzten Betriebszeiten. Trotz des niedrigeren Kundenaufkommens im Vergleich zum Vorjahr hat adidas höhere Konversionsraten verzeichnet. Grund dafür ist die stärker ausgeprägte Kaufabsicht von Konsumenten beim Besuch der Stores. Während der Lockdown-Beschränkungen hat sich adidas mittels gezielten Konsumenten-Marketings, exklusiver Produkteinführungen und eines priorisierten Supply Chain Managements auf die Stärkung von E-Commerce fokussiert, dem einzigen voll operativen Vertriebskanal. Der starke Fokus auf das E-Commerce-Geschäft hat weltweit zu einem dreistelligen Umsatzsatzwachstum in diesem Bereich für die Monate April und Mai geführt, und das außerordentliche Wachstum hat sich auch nach Wiedereröffnung der Stores weiter fortgesetzt. Der Umsatz in China blieb für das zweite Quartal aufgrund des zweistelligen Wachstums im Mai und Juni stabil. Gleichzeitig ging der währungsbereinigte Umsatz in Asien-Pazifik im zweiten Quartal um 16 % zurück. Im zweiten Quartal beeinträchtigte die Coronavirus-Pandemie den Umsatz besonders stark in Lateinamerika (-64 %) und in Emerging Markets (-60 %). Deutlich negative Auswirkungen hatte die Pandemie auch auf die Umsatzentwicklung in Europa (-40 %), Nordamerika (-38 %) und Russland/GUS (-34 %).

Bruttomarge verringert sich trotz günstigem Vertriebskanal- und Marktsegmentmix

Die Bruttomarge des Unternehmens ging im zweiten Quartal um 2,4 Prozentpunkte auf 51,0 % zurück (2019: 53,5 %). Ein günstigerer Vertriebskanal- und Marktsegmentmix sowie niedrigere Beschaffungskosten wirkten sich positiv auf die Entwicklung der Bruttomarge aus. Dem standen ein weniger günstiger Preismix infolge verstärkter Rabattaktionen und negative Währungsentwicklungen gegenüber. Zudem belasteten höhere Wertberichtigungen auf Vorräte die Entwicklung des Bruttogewinns im hohen zweistelligen Millionen-Euro-Bereich.

Negatives Betriebsergebnis infolge von Umsatzrückgang und coronavirusbedingter Belastungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen gingen um 7 % auf 2,189 Mrd. € zurück (2019: 2,346 Mrd. €); im Verhältnis zum Umsatz stiegen diese um 18,6 Prozentpunkte auf 61,1 % (2019: 42,6 %). Angesichts der Coronavirus-Pandemie hat adidas einen disziplinierten Ansatz bei seinen Marketingaktivitäten verfolgt. Dementsprechend gingen die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen um 25 % auf 560 Mio. € zurück (2019: 744 Mio. €). Gleichzeitig beschleunigte das Unternehmen Investitionen in digitales Marketing zur Unterstützung des E-Commerce-Geschäfts. Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen um 2,1 Prozentpunkte auf 15,6 % (2019: 13,5 %). Die Betriebsgemeinkosten stiegen um 2 % auf 1,628 Mrd. € (2019: 1,602 Mrd. €), da der zugrunde liegende Rückgang durch gestiegene Logistikkosten infolge des außerordentlichen Wachstums im E-Commerce-Bereich sowie durch coronavirusbedingte Belastungen mehr als aufgehoben wurde. Letztere umfassten höhere Wertberichtigungen auf Forderungen sowie eine Wertminderung eigener Einzelhandelsgeschäfte und des Reebok Markenrechts. Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Betriebsgemeinkosten um 16,4 Prozentpunkte auf 45,5 % (2019: 29,1 %). adidas verzeichnete für das zweite Quartal einen Verlust aus der betrieblichen Tätigkeit in Höhe von 333 Mio. € (2019: positives Betriebsergebnis in Höhe von 643 Mio. €). Dies führte zu einer negativen operativen Marge in Höhe von 9,3 % im Vergleich zu einer positiven operativen Marge in Höhe von 11,7 % im Vorjahreszeitraum. Die Entwicklung des Betriebsergebnisses wurde im zweiten Quartal 2020 durch verschiedene coronavirusbedingte Belastungen deutlich beeinflusst. Diese umfassten vor allem höhere Wertberichtigungen auf Vorräte und Forderungen sowie die Wertminderung der Einzelhandelsgeschäfte und des Reebok Markenrechts, die in Summe eine negative Auswirkung in Höhe von rund 250 Mio. € hatten.

Verlust aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von 306 Mio. €

Das Unternehmen verzeichnete einen Verlust aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von 306 Mio. € (2019: Gewinn in Höhe von 462 Mio. €). Infolgedessen lag das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen bei negativ 1,45 € (2019: positiv 2,33 €).

Coronavirus-Pandemie belastet Ergebnisse von adidas für das erste Halbjahr

Im ersten Halbjahr 2020 ging der währungsbereinigte Umsatz um 26 % zurück. In Euro verringerte sich der Umsatz um 27 % auf 8,332 Mrd. € (2019: 11,392 Mrd. €). Nach Marken betrachtet sank der währungsbereinigte Umsatz der Marke adidas um 26 %. Der Umsatz der Marke Reebok ging um 27 % zurück. Die Bruttomarge verringerte sich um 3,4 Prozentpunkte auf 50,1 % (2019: 53,5 %). Ein günstigerer Vertriebskanalmix infolge des außerordentlichen Wachstums des E-Commerce-Geschäfts sowie niedrigere Beschaffungskosten wirkten sich

positiv auf die Entwicklung der Bruttomarge aus. Dem standen ein weniger günstiger Preismix infolge verstärkter Rabattaktionen und negative Währungsentwicklungen gegenüber. Zudem belasteten höhere Wertberichtigungen auf Vorräte sowie Kosten im Zusammenhang mit der Stornierung von Bestellungen die Entwicklung der Bruttomarge im ersten Halbjahr 2020. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen gingen um 4 % auf 4,494 Mrd. € zurück (2019: 4,663 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 13,0 Prozentpunkte auf 53,9 % (2019: 40,9 %). adidas verzeichnete einen Verlust aus der betrieblichen Tätigkeit in Höhe von 268 Mio. € (2019: positives Betriebsergebnis in Höhe von 1,518 Mrd. €). Dies führte zu einer negativen operativen Marge in Höhe von 3,2 % im Vergleich zu einer positiven operativen Marge in Höhe von 13,3 % im ersten Halbjahr 2019. Die Entwicklung des Betriebsergebnisses wurde im ersten Halbjahr 2020 durch verschiedene coronavirusbedingte Belastungen deutlich beeinflusst. Diese umfassten vor allem Produktrücknahmen in China, Stornierungen von Bestellungen, höhere Wertberichtigungen auf Vorräte und Forderungen sowie die Wertminderung der Einzelhandelsgeschäfte und des Reebok Markenrechts, die in Summe eine negative Auswirkung in Höhe von rund 500 Mio. € hatten. Das Unternehmen verzeichnete im Sechsmonatszeitraum einen Nettoverlust aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von 286 Mio. € (2019: Gewinn in Höhe von 1,093 Mrd. €). Das unverwässerte und das verwässerte Ergebnis je Aktie war negativ bei 1,33 € (2019: positiv 5,50 €).

Anstieg des operativen kurzfristigen Betriebskapitals auf währungsbereinigter Basis um 10 %

Die Vorräte erhöhten sich von 3,579 Mrd. € im Vorjahr um 46 % auf 5,213 Mrd. € (währungsbereinigt: +49 %). Diese Entwicklung ist auf einen Produktdurchverkauf zurückzuführen, der aufgrund der umfangreichen Store-Schließungen zwangsläufig niedriger war als erwartet. Die Vorräte stiegen im Vergleich zum 31. März 2020 um 20 %. Der Anstieg der Vorräte gegenüber dem Vorjahr wurde zum Teil durch einen Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 33 % (währungsbereinigt: -31 %) sowie einer Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 22 % (währungsbereinigt: +23 %) kompensiert. Das operative kurzfristige Betriebskapital stieg damit um 6 % auf 4,506 Mrd. € (30. Juni 2019: 4,248 Mrd. €) und auf währungsbereinigter Basis um 10 %. Das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz nahm um 3,3 Prozentpunkte auf 21,5 % zu (30. Juni 2019: 18,3 %).

Cash-Position von 2,018 Mrd. € am Quartalsende

Die flüssigen Mittel gingen im Vergleich zum Vorjahr um 18 % auf 2,018 Mrd. € zurück (30. Juni 2019: 2,455 Mrd. €). Der niedrigere Nettomittelzufluss aus der betrieblichen

Tätigkeit sowie der Anstieg des operativen kurzfristigen Betriebskapitals wurden zum Teil durch effektive kurzfristige Liquiditätsmaßnahmen sowie durch die Nutzung bestehender Kreditlinien ausgeglichen. Im Vergleich zum Ende des ersten Quartals blieben die flüssigen Mittel infolge der kurzfristigen Liquiditätsmaßnahmen zur Verhinderung von Mittelabflüssen weitestgehend stabil (31. März 2020: 1,975 Mrd. €). Die Nettofinanzverbindlichkeiten beliefen sich zum 30. Juni 2020 auf 792 Mio. € (30. Juni 2019: Netto-Cash-Position in Höhe von 362 Mio. €). Im Vergleich zum Ende des ersten Quartals stellt dies eine Verschlechterung in Höhe von 222 Mio. € dar (31. März 2020: 570 Mio. €).

Allmähliche Verbesserung der Umsatz- und Gewinnentwicklung im dritten Quartal

Seit Ende des zweiten Quartals hat sich die Umsatzentwicklung des Unternehmens weiter allmählich erholt. Im globalen E-Commerce-Geschäft verzeichnet das Unternehmen weiterhin außerordentliches Wachstum im zweistelligen Bereich. Gleichzeitig sind aktuell weltweit 92 % der eigenen Geschäfte wieder geöffnet. Anhaltende Störungen der Einzelhandelslandschaft, insbesondere in Teilen Nord- und Lateinamerikas, verkürzte Betriebszeiten sowie niedrigeres Kundenaufkommen infolge der in vielen Märkten eingeführten ‚Social Distancing‘-Regelungen beeinflussen die Umsatzentwicklung von adidas jedoch weiterhin negativ. Infolgedessen geht das Unternehmen davon aus, dass sich die Umsatzentwicklung im dritten Quartal zwar im Vergleich zum zweiten Quartal wesentlich verbessern, jedoch weiterhin unter dem Vorjahresniveau liegen wird. Konkret wird der Umsatz im dritten Quartal im Vergleich zum Vorjahr voraussichtlich im mittleren bis hohen einstelligen Bereich zurückgehen. Den Prognosen zufolge wird das Unternehmen ein positives Betriebsergebnis zwischen 600 Mio. € und 700 Mio. € generieren, was einer Verbesserung von etwa 1,0 Mrd. € gegenüber dem Verlust im zweiten Quartal entspräche. Die erwartete allmähliche Erholung im dritten Quartal setzt voraus, dass es zu keinen weiteren umfangreichen Lockdowns kommt, die Stores des Unternehmens im dritten Quartal weltweit geöffnet bleiben und das Kundenaufkommen im stationären Einzelhandel kontinuierlich weiter zunimmt.

Kein Ausblick von adidas für das Gesamtjahr 2020 möglich, der die Auswirkungen des Coronavirus mit einbezieht

Angesichts der anhaltenden Unsicherheiten in Bezug auf die weitere Entwicklung der Coronavirus-Pandemie, das Tempo der Normalisierung der Geschäftstätigkeit in den Stores nach deren Wiedereröffnung sowie das globale makroökonomische Umfeld kann das Unternehmen weiterhin keinen Ausblick für das Gesamtjahr 2020 geben, der die Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie mit einbezieht.

Kasper Rorsted: „Nach allem, was wir heute wissen, wird sich die Erholung unseres Geschäfts im dritten Quartal fortsetzen. Dort, wo unsere Stores geöffnet sind, sei es im



stationären Einzelhandel oder im digitalen Raum, ist die Nachfrage der Konsumenten nach unseren Produkten hoch. Dies ist eine solide Grundlage, auf der wir aufbauen können, da die langfristigen Wachstumsaussichten für die Branche noch vielversprechender geworden sind.“

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. Apr. 2020 bis 30. Jun. 2020	1. Apr. 2019 bis 30. Jun. 2019	Veränderung
Umsatzerlöse	3.579	5.509	-35,0%
Umsatzkosten	1.753	2.564	-31,6%
Bruttoergebnis	1.826	2.945	-38,0%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	51,0%	53,5%	-2,4PP
Lizenz- und Provisionserträge	11	39	-71,2%
Sonstige betriebliche Erträge	18	5	266,9%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.189	2.346	-6,7%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	61,1%	42,6%	18,6PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	560	744	-24,8%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	15,6%	13,5%	2,1PP
Betriebsgemeinkosten ¹	1.628	1.602	1,7%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	45,5%	29,1%	16,4PP
Betriebsergebnis	-333	643	n.a.
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-9,3%	11,7%	-21,0PP
Finanzerträge	13	18	-31,2%
Finanzaufwendungen	44	43	1,9%
Verlust/Gewinn vor Steuern	-364	618	n.a.
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-10,2%	11,2%	-21,4PP
Ertragsteuern	-58	157	n.a.
<i>(in % des Verlustes/Gewinns vor Steuern)</i>	16,0%	25,4%	-9,3PP
Verlust/Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-306	462	n.a.
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-8,5%	8,4%	-16,9PP
Verlust/Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	-11	70	n.a.
Verlust/Gewinn	-317	532	n.a.
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-8,8%	9,7%	-18,5PP
Auf Anteilseigner entfallender Verlust/Gewinn	-295	531	n.a.
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-8,2%	9,6%	-17,9PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Verlust/Gewinn	-22	0	n.a.
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	-1,45	2,33	n.a.
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	-1,45	2,33	n.a.
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	-1,51	2,68	n.a.
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	-1,51	2,68	n.a.

Umsatzerlöse

in Mio. €	1. Apr. 2020 bis 30. Jun. 2020	1. Apr. 2019 bis 30. Jun. 2019	Veränderung	Veränderung (währungsbereinigt)
Europa	844	1.421	-40,7%	-40,2%
Nordamerika	763	1.213	-37,1%	-38,2%
Asien-Pazifik	1.572	1.872	-16,0%	-15,6%
Russland/GUS	104	171	-39,2%	-34,4%
Lateinamerika	114	403	-71,6%	-63,9%
Emerging Markets	108	281	-61,6%	-60,0%
Andere Geschäftssegmente	74	147	-49,5%	-49,9%
Marke adidas	3.295	5.004	-34,2%	-32,9%
Marke Reebok	228	406	-43,8%	-42,3%

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

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

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

in Mio. €	1. Jan. 2020 bis 30. Jun. 2020	1. Jan. 2019 bis 30. Jun. 2019	Veränderung
Umsatzerlöse	8.332	11.392	-26,9%
Umsatzkosten	4.161	5.296	-21,4%
Bruttoergebnis	4.172	6.096	-31,6%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	50,1%	53,5%	-3,4PP
Lizenz- und Provisionserträge	34	74	-53,8%
Sonstige betriebliche Erträge	20	11	78,5%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	4.494	4.663	-3,6%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	53,9%	40,9%	13,0PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	1.264	1.448	-12,7%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	15,2%	12,7%	2,5PP
Betriebsgemeinkosten ¹	3.230	3.215	0,4%
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	38,8%	28,2%	10,5PP
Betriebsergebnis	-268	1.518	n.a.
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-3,2%	13,3%	-16,5PP
Finanzerträge	17	27	-36,1%
Finanzaufwendungen	87	78	10,4%
Verlust/Gewinn vor Steuern	-337	1.467	n.a.
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-4,0%	12,9%	-16,9PP
Ertragsteuern	-51	374	n.a.
<i>(in % des Verlustes/Gewinns vor Steuern)</i>	15,1%	25,5%	-10,4PP
Verlust/Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-286	1.093	n.a.
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-3,4%	9,6%	-13,0PP
Verlust/Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	-5	72	n.a.
Verlust/Gewinn	-291	1.164	n.a.
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-3,5%	10,2%	-13,7PP
Auf Anteilseigner entfallender Verlust/Gewinn	-264	1.163	n.a.
<i>(in % der Umsatzerlöse)</i>	-3,2%	10,2%	-13,4PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Verlust/Gewinn	-27	1	n.a.
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	-1,33	5,50	n.a.
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	-1,33	5,50	n.a.
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	-1,35	5,86	n.a.
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	-1,35	5,86	n.a.

Umsatzerlöse

in Mio. €	1. Jan. 2020 bis 30. Jun. 2020	1. Jan. 2019 bis 30. Jun. 2019	Veränderung	Veränderung (währungsbereinigt)
Europa	2.270	2.972	-23,6%	-23,4%
Nordamerika	1.964	2.370	-17,1%	-19,0%
Asien-Pazifik	2.756	4.011	-31,3%	-31,3%
Russland/GUS	258	307	-16,1%	-13,9%
Lateinamerika	454	779	-41,7%	-31,0%
Emerging Markets	401	611	-34,3%	-33,1%
Andere Geschäftssegmente	230	342	-32,9%	-33,5%
Marke adidas	7.564	10.346	-26,9%	-26,3%
Marke Reebok	600	825	-27,3%	-26,6%

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

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Konzernbilanz (IFRS) der adidas AG

in Mio. €	30. Juni 2020	30. Juni 2019	Veränderung in %
Flüssige Mittel	2.018	2.455	-17,8
Kurzfristige Finanzanlagen	6	6	3,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.869	2.780	-32,8
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	653	548	19,3
Vorräte	5.213	3.579	45,6
Forderungen aus Ertragsteuern	121	71	71,5
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.051	795	32,3
Kurzfristige Aktiva	10.931	10.232	6,8
Sachanlagen	2.293	2.146	6,8
Nutzungsrechte	2.733	3.004	-9,0
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.258	1.249	0,7
Markenrechte	820	849	-3,3
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	284	209	35,7
Langfristige Finanzanlagen	351	348	0,8
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	340	409	-16,7
Latente Steueransprüche	1.166	713	63,6
Sonstige langfristige Vermögenswerte	124	114	8,7
Langfristige Aktiva	9.369	9.041	3,6
Aktiva	20.301	19.273	5,3
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	1.217	496	145,6
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.575	2.111	22,0
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	639	625	2,2
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	265	215	22,8
Ertragsteuern	588	384	53,0
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	1.373	1.236	11,1
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	1.933	2.225	-13,1
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	547	480	13,8
Kurzfristige Passiva	9.137	7.774	17,5
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1.599	1.602	-0,2
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	2.374	2.523	-5,9
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	46	72	-35,5
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	245	259	-5,5
Latente Steuerschulden	224	250	-10,3
Sonstige langfristige Rückstellungen	179	164	9,1
Langfristige abgegrenzte Schulden	9	13	-33,4
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	16	8	109,7
Langfristige Passiva	4.693	4.892	-4,1
Grundkapital	195	198	-1,4
Sonstige Rücklagen	- 2	174	n.a.
Gewinnrücklagen	6.037	6.248	-3,4
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	6.230	6.619	-5,9
Nicht beherrschende Anteile	240	-11	n.a.
Gesamtes Eigenkapital	6.471	6.608	-2,1
Passiva	20.301	19.273	5,3
Zusätzliche Informationen zur Bilanz			
Operatives kurzfristiges Betriebskapital	4.506	4.248	6,1
Kurzfristiges Betriebskapital	1.794	2.458	-27,0
Nettofinanzverbindlichkeiten/Netto-Cash-Position	- 792	362	n.a.
Verschuldungsgrad	12,7%	-5,5%	18,2PP

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.