

adidas wächst im dritten Quartal 2024 weiter zweistellig

Wichtige Entwicklungen:

- **Währungsbereinigter Umsatz steigt um 10 %, getrieben durch Wachstum der Marke adidas um 14 % im dritten Quartal**
- **Zugrunde liegendes adidas Geschäft wächst in allen Märkten, Vertriebskanälen und Produktkategorien**
- **Zweistelliges Wachstum in Lifestyle und Performance aufgrund von kategorieübergreifender Markendynamik**
- **Bruttomarge verbessert sich trotz negativer Währungseffekte um 2,0 Prozentpunkte auf 51,3 %**
- **Betriebsergebnis von 598 Mio. € im Vergleich zu 409 Mio. € im Vorjahreszeitraum**
- **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen verbessert sich stark auf 469 Mio. € und führt zu einem Ergebnis je Aktie von 2,44 €**
- **Gesunder Vorratsbestand in Höhe von 4,5 Mrd. € als Basis für anhaltendes zweistelliges Umsatzwachstum**
- **Prognose für Gesamtjahr am 15. Oktober angesichts aktueller Markendynamik angehoben**

Bjørn Gulden, Vorstandsvorsitzender von adidas:

„Das dritte Quartal war ein sehr starkes Quartal für uns und erneut besser als erwartet. 14 % zugrunde liegendes Wachstum der Marke adidas, eine sehr gesunde Bruttomarge über 51 % und ein Betriebsergebnis von 598 Mio. € sind Zahlen, mit denen wir sehr zufrieden sind, und ein Beweis dafür, dass wir uns in die richtige Richtung bewegen. Ich bin besonders stolz darauf, dass wir in allen Regionen, in allen Vertriebskanälen und jetzt auch in allen Produktkategorien wachsen.“

Zweistelliges Wachstum sowohl in Lifestyle als auch in Performance zeigt die derzeitige gute ‚Balance‘ in unserem Business. Das starke zugrunde liegende Wachstum in China und die früher als erwartete Rückkehr zu positiven Zahlen der Marke adidas in Nordamerika in den letzten beiden Quartalen stimmen uns für die mittelfristige Zukunft zuversichtlich.

All das belegt die Stärke der Marke adidas und ist ein Ergebnis der großartigen Arbeit, die unsere Leute in allen Märkten und allen Funktionen leisten. Mit der Begeisterung, die wir wieder für die Marke adidas erzeugt haben, haben wir die große Chance, eine Verbindung zu



einer neuen Generation von Konsument*innen aufzubauen. Das gilt sowohl für Lifestyle- als auch Performance-Produkte – und zwar in allen Märkten.

Unser Fokus liegt nun darauf, diese Dynamik fortzusetzen, ein solides Fundament für zukünftiges Wachstum zu schaffen und adidas wieder zu einem großartigen Unternehmen zu machen.“

Ergebnisse des dritten Quartals

Währungsbereinigter Umsatz steigt im dritten Quartal im zweistelligen Prozentbereich

Der **währungsbereinigte Umsatz** ist im dritten Quartal um 10 % gestiegen. Das zweistellige Wachstum ist auf die starke Dynamik des zugrunde liegenden adidas Geschäfts zurückzuführen, das um 14 % zulegen konnte. Der Verkauf von Teilen des verbleibenden Yeezy Bestands generierte im dritten Quartal einen Umsatz von rund 200 Mio. € und lag damit deutlich unter dem mit Yeezy Produkten erzielten Umsatz des Vorjahresquartals (2023: rund 350 Mio. € in Q3). **In Euro** stieg der Umsatz um 7 % auf 6,438 Mrd. € (2023: 5,999 Mrd. €).

Durch Schuhe getriebenes Wachstum in allen Produktkategorien

Der Umsatz im Bereich **Schuhe** legte im dritten Quartal auf währungsbereinigter Basis um 14 % zu, insbesondere aufgrund des starken zweistelligen Wachstums bei Originals. Zudem trugen zweistelliges Wachstum in Sportswear und Zuwächse in Performance-Kategorien wie Fußball, Running, Training, Golf und Specialist Sports ebenfalls zum breitgefächerten Wachstum im Bereich Schuhe bei. Der Umsatz im Bereich **Bekleidung** stieg um 5 %, hauptsächlich getrieben durch starkes zweistelliges Wachstum in Fußball. Neben den neuen Heim- und Auswärtstrikot für die Vereinssaison stellte adidas für seine wichtigsten europäischen Vereine Ausweichtrikots im Retro-Stil und eine Reihe weiterer Produkte mit dem ikonischen Dreiblatt vor. Dies ist Teil der Strategie des Unternehmens, ein größeres Lifestyle-Geschäft im Bereich Fußball aufzubauen. Im Lifestyle-Bereich profitierte Originals von der zunehmenden Beliebtheit der Drei Streifen durch Angebote wie Adicolor. Die Einführung komplett überarbeiteter Kollektionen, wie der innovativen Z.N.E. Reihe im Bereich Sportswear, resultierte in gutem Durchverkauf und trug zum Wachstum bei. **Accessoires** kehrten auf den Wachstumspfad zurück und verzeichneten im dritten Quartal einen Anstieg um 10 %.

Zweistelliges Wachstum bei Lifestyle und Performance

Der währungsbereinigte Umsatz im Bereich **Lifestyle** stieg im dritten Quartal im zweistelligen Prozentbereich. Das Unternehmen brachte weiterhin Neuerungen in seinen beliebten Schuhfamilien Samba, Gazelle, Spezial und Campus hervor und stellte diese damit breiter



auf. Darüber hinaus skalierte adidas die Volumen im Bereich Retro-Running aufgrund der schnell wachsenden Nachfrage nach dem SL72 weiter und brachte mehrere Schuhfamilien im Bereich Low Profile, wie den Taekwondo, auf den Markt. Neben Originals beschleunigte sich das Wachstum im Bereich Sportswear, da das Unternehmen den Bedürfnissen der Konsument*innen nach unterschiedlichen Preispunkten im Schuhbereich nachkam und im Bekleidungsbereich neue innovative Konzepte einführte. Die Nachfrage nach dem gesamten Lifestyle-Angebot wurde weiterhin durch Kollaborationen mit Partnern wie Bad Bunny, Song for the Mute, Wales Bonner oder Edison Chen verstärkt. **Performance** verzeichnete ebenfalls zweistelliges Wachstum, mit Zuwächsen in fast allen Performance-Kategorien. Bei Fußball hat sich durch die erfolgreiche Einführung neuer Trikots und die anhaltende Stärke von Predator und F50 im Bereich Schuhe die Sichtbarkeit auf dem Spielfeld bei den großen Turnieren im Sommer bis in die Vereinssaison fortgesetzt. Das Wachstum im Bereich Running setzte sich fort, da adidas begann, die Glaubwürdigkeit seiner rekordbrechenden Adizero Schuhfamilie auf den Bereich der Freizeitlaufschuhe, wie die kürzlich eingeführten Ultraboost 5, Supernova und Adistar Schuhfamilien, zu übertragen. Zusätzlich wuchs der Bereich Training aufgrund der anhaltenden Beliebtheit des Dropset 3 bei den Konsument*innen, und technische Produktinnovationen sorgten auch in den Bereichen Outdoor, Specialist Sports und Golf für Wachstum.

Ausgewogenes Wachstum in den Vertriebskanälen

Die starke Nachfrage nach adidas Produkten war in allen Vertriebskanälen erkennbar. Der Umsatz im **Großhandel** stieg im dritten Quartal auf währungsbereinigter Basis um 13 %. Der Umsatz im **Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC)** nahm gegenüber dem Vorjahr um 7 % zu. Ohne Yeezy stieg der Umsatz im DTC-Geschäft des Unternehmens um 17 %. Innerhalb von DTC verzeichneten die eigenen Einzelhandelsgeschäfte von adidas ein zweistelliges Wachstum, das auf den starken Sell-out in den Concept Stores des Unternehmens zurückzuführen ist, der sich im Vergleich zum ersten Halbjahr weiter beschleunigte. Der Umsatz im **E-Commerce** ging im Quartal um 3 % zurück. Dies ist auf die deutliche Reduktion des Yeezy Geschäfts zurückzuführen. Ohne Yeezy stieg der Umsatz im E-Commerce um mehr als 25 %. Da adidas sich auch weiterhin auf die Reduktion der Rabatte sowie die Verbesserung des gesamten Geschäftsmix auf seinen eigenen Online-Plattformen fokussiert, fiel der Anstieg der Verkäufe zum vollen Preis erheblich stärker aus.

Zweistelliges Wachstum in Europa, Emerging Markets, Lateinamerika und Japan/Südkorea

Der währungsbereinigte Umsatz in **Europa** stieg im dritten Quartal um 18 %. In **Emerging Markets** erhöhte sich der Umsatz um 16 %, in **Lateinamerika** um 28 % und in **Japan/Südkorea** um 18 %. In **China** wurde ein Anstieg um 9 % verzeichnet. In **Nordamerika** ging der Umsatz um 7 % zurück. Dieser Rückgang ist ausschließlich auf die signifikante Reduktion des Yeezy



Geschäfts zurückzuführen. Ohne Yeezy ist der Umsatz in Nordamerika im Vergleich zum Vorjahr gestiegen.

Bruttomarge verbessert sich signifikant auf 51,3 %

Die **Bruttomarge** des Unternehmens verbesserte sich im dritten Quartal um 2,0 Prozentpunkte auf 51,3 % (2023: 49,3 %). Das deutlich reduzierte und weniger profitable Yeezy Geschäft in diesem Jahr wirkte sich negativ auf die Bruttomarge aus. Demzufolge lag der Anstieg der Bruttomarge des zugrunde liegenden adidas Geschäfts im Vergleich zum Vorjahr sogar noch über 2,0 Prozentpunkten. Die starke Verbesserung ist auf niedrigere Produkt- und Frachtkosten, einen vorteilhafteren Produktmix und weniger Rabatte zurückzuführen. Im Gegensatz dazu wurde die Bruttomarge weiterhin durch signifikant negative Währungseffekte belastet.

Anstieg der sonstigen betrieblichen Erträge durch weitere Spenden aufgehoben

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** erhöhten sich im dritten Quartal auf 113 Mio. € (2023: 5 Mio. €). Dieser Anstieg spiegelt die Auflösung von abgegrenzten Schulden aus dem Vorjahr in Höhe von rund 100 Mio. € wider, die im Zusammenhang mit der Beendigung der Yeezy Partnerschaft standen. Dies wurde durch **Rückstellungen für weitere Spenden** in ähnlicher Höhe, die in den Betriebsgemeinkosten erfasst wurden, ausgeglichen. Demzufolge hatten diese nicht wiederkehrenden Posten keine wesentlichen Auswirkungen auf das Betriebsergebnis des Unternehmens im dritten Quartal.

Anstieg der Aufwendungen bei anhaltenden Investitionen in die Marke

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** erhöhten sich um 10 % auf 2,837 Mrd. € (2023: 2,570 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 1,2 Prozentpunkte auf 44,1 % (2023: 42,8 %). Die **Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen** stiegen im Quartal um 12 % auf 724 Mio. € (2023: 644 Mio. €). Dieser Anstieg spiegelt die anhaltenden Investitionen in die weltweite Markenkampagne ‚You Got This‘, breit angelegte Aktivierungen im Zusammenhang mit der UEFA EURO 2024, der CONMEBOL Copa América, den Olympischen und Paralympischen Spielen in Paris 2024 sowie die Unterstützung neuer Produkteinführungen wie der Z.N.E. Bekleidungskollektion wider. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen um 0,5 Prozentpunkte auf 11,2 % (2023: 10,7 %). Die **Betriebsgemeinkosten** stiegen angesichts anhaltender Investitionen zur Stärkung der Vertriebsaktivitäten des Unternehmens um 10 % auf 2,114 Mrd. € (2023: 1,926 Mrd. €). Die Rückstellungen für weitere Spenden in Höhe von rund 100 Mio. € trugen ebenfalls wesentlich zu diesem Anstieg bei. Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Betriebsgemeinkosten um 0,7 Prozentpunkte auf 32,8 % (2023: 32,1 %).

Betriebsergebnis steigt auf 598 Mio. €

Das **Betriebsergebnis** des Unternehmens belief sich auf 598 Mio. € (2023: 409 Mio. €), was einer **operativen Marge** von 9,3 % entspricht (2023: 6,8 %). Der Verkauf von Teilen des verbleibenden Yeezy Bestands trug im dritten Quartal rund 50 Mio. € zum Betriebsergebnis des Unternehmens bei. Im Vergleich dazu hatte Yeezy im Vorjahreszeitraum noch einen Gewinnbeitrag von rund 150 Mio. € geleistet.

Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen steigt auf 469 Mio. €

Die Nettofinancerträge beliefen sich auf 4 Mio. € (2023: Nettofinanzaufwendungen in Höhe von 84 Mio. €). Die Ertragssteuern beliefen sich auf 133 Mio. € (2023: 55 Mio. €), was einer Steuerquote von 22,1 % (2023: 17,0 %) entspricht und die fortschreitende Normalisierung des Profitabilitätsniveaus widerspiegelt. Der **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen** des Unternehmens belief sich auf 469 Mio. € (2023: 270 Mio. €). Das **unverwässerte und das verwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen** stiegen auf 2,44 € (2023: 1,40 €).

Ergebnisse der ersten neun Monate

Währungsbereinigter Umsatz steigt in den ersten neun Monaten 2024 um 10 %

In den ersten neun Monaten 2024 stieg der **währungsbereinigte Umsatz** um 10 % im Vergleich zum Vorjahr. In Euro nahm der Umsatz um 7 % auf 17,718 Mrd. € zu (2023: 16,616 Mrd. €), da Währungsentwicklungen zu unvorteilhaften Umrechnungseffekten führten. Die Umsatzentwicklung wurde durch die starke Dynamik des zugrunde liegenden adidas Geschäfts getrieben, das in den ersten neun Monaten 2024 auf währungsbereinigter Basis um 11 % zulegen konnte. Zudem trug der Verkauf von Teilen des verbleibenden Yeezy Bestands insgesamt über 550 Mio. € zum Umsatz im Neunmonatszeitraum bei (2023: rund 750 Mio. €).

Bruttomarge verbessert sich signifikant auf 51,1 %

Die **Bruttomarge** des Unternehmens stieg in den ersten neun Monaten des Jahres um 2,7 Prozentpunkte auf 51,1 % (2023: 48,4 %). Diese positive Entwicklung ist auf niedrigere Fracht- und Produktkosten, einen vorteilhafteren Geschäftsmix und weniger Rabatte zurückzuführen. Im Gegensatz dazu wurde die Bruttomarge durch negative Währungseffekte erheblich belastet.

Betriebsergebnis steigt auf 1,280 Mrd. €

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** stiegen in den ersten neun Monaten 2024 um 6 % auf 7,953 Mrd. € (2023: 7,519 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz gingen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 0,4 Prozentpunkte auf 44,9 % zurück (2023: 45,3 %). Die **Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen** erhöhten sich in den ersten neun Monaten



des Jahres um 12 % auf 2,087 Mrd. € (2023: 1,862 Mrd. €), was fortlaufende Investitionen in die Marke widerspiegelt. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen um 0,6 Prozentpunkte auf 11,8 % (2023: 11,2 %). Die **Betriebsgemeinkosten** erhöhten sich um 4 % auf 5,866 Mrd. € (2023: 5,657 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz gingen die Betriebsgemeinkosten um 0,9 Prozentpunkte auf 33,1 % zurück (2023: 34,0 %). Infolgedessen belief sich das **Betriebsergebnis** des Unternehmens auf 1,280 Mrd. € (2023: 646 Mio. €), was einer operativen Marge von 7,2 % entspricht (2023: 3,9 %). Der Verkauf von Teilen des verbleibenden Yeezy Bestands trug in den ersten neun Monaten 2024 rund 150 Mio. € zum Betriebsergebnis des Unternehmens bei (2023: rund 300 Mio. €). Der **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen** nahm signifikant auf 851 Mio. € zu (2023: 343 Mio. €). Das **unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen** stieg auf 4,50 € (2023: 1,69 €). Der minimale Unterschied zum verwässerten Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von 4,49 € (2023: 1,69 €) ist auf das Mitarbeiterbeteiligungsprogramm des Unternehmens zurückzuführen.

Gesunder Vorratsbestand als Basis für anhaltendes zweistelliges Umsatzwachstum

Die **Vorräte** gingen zum 30. September 2024 um 7 % auf 4,524 Mrd. € zurück. Dieses Niveau sowie die Zusammensetzung der Vorräte ermöglichen anhaltendes zweistelliges Umsatzwachstum. Auf währungsbereinigter Basis gingen die Vorräte um 3 % gegenüber dem 30. September 2023 zurück. Das **operative kurzfristige Betriebskapital** reduzierte sich um 12 % auf 4,886 Mrd. € (2023: 5,557 Mrd. €). Währungsbereinigt ging das operative kurzfristige Betriebskapital um 8 % zurück. Das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz sank um 6,3 Prozentpunkte auf 20,6 % (2023: 26,9 %). Diese Entwicklung spiegelt die Reduzierung der Vorräte im Vergleich zum Vorjahr sowie einen Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen wider, der teilweise durch höhere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgeglichen wurde.

Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten gehen gegenüber Vorjahr um 1,0 Mrd. € zurück

Die **bereinigten Nettofinanzverbindlichkeiten** beliefen sich zum 30. September 2024 auf 4,211 Mrd. € (30. September 2023: 5,235 Mrd. €). Dies entspricht einem Rückgang gegenüber dem Vorjahr um 20 % bzw. 1,0 Mrd. € absolut gesehen. Diese Entwicklung spiegelt vor allem einen Rückgang der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten durch die Rückzahlung einer Anleihe mit Fälligkeit im September 2024 und einen Anstieg der flüssigen Mittel aufgrund der starken Cashflow-Generierung des Unternehmens wider.



Prognose für das Gesamtjahr

Währungsbereinigter Umsatzanstieg um rund 10 % für 2024 erwartet

Am 15. Oktober hat adidas aufgrund besser als erwarteter Ergebnisse im dritten Quartal und angesichts der aktuellen Markendynamik seine Umsatz- und Gewinnprognose angehoben. adidas geht nun für 2024 von einem **währungsbereinigten Umsatzanstieg** in Höhe von rund 10 % aus (bisherige Prognose: Anstieg im hohen einstelligen Prozentbereich). Das **Betriebsergebnis** des Unternehmens wird den Prognosen zufolge nun ein Niveau von rund 1,2 Mrd. € erreichen (bisherige Prognose: rund 1,0 Mrd. €). Das Unternehmen geht in seiner Prognose davon aus, dass der Verkauf der verbleibenden Yeezy Bestände im restlichen Jahresverlauf im Durchschnitt kostendeckend erfolgen wird. Dies würde zu einem weiteren Umsatz in Höhe von rund 50 Mio. € ohne zusätzlichen Gewinnbeitrag im vierten Quartal führen.

Kontakte:

Media Relations

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

Investor Relations

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

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

adidas verwendet im Rahmen seiner Regel- und Pflichtpublikationen alternative Leistungskennzahlen („Alternative Performance Measures“ – „APM“), die sogenannte Non-GAAP-Measures sein können. Eine Übersicht dieser alternativen Leistungskennzahlen findet sich auf [adidas-group.com/finanzpublikationen](https://www.adidas-group.com/finanzpublikationen).

Verkürzte Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung (IFRS) der adidas AG in Mio. €

	1. Jul. 2024 bis 30. Sept. 2024	1. Jul. 2023 bis 30. Sept. 2023	Veränderung
Umsatzerlöse	6.438	5.999	7,3 %
Umsatzkosten	3.137	3.044	3,1 %
Bruttoergebnis	3.301	2.955	11,7 %
(in % der Umsatzerlöse)	51,3 %	49,3 %	2,0 PP
Lizenz- und Provisionserträge	20	20	2,4 %
Sonstige betriebliche Erträge	113	5	2.362,6 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.837	2.570	10,4 %
(in % der Umsatzerlöse)	44,1 %	42,8 %	1,2 PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	724	644	12,3 %
(in % der Umsatzerlöse)	11,2 %	10,7 %	0,5 PP
Betriebsgemeinkosten ¹	2.114	1.926	9,7 %
(in % der Umsatzerlöse)	32,8 %	32,1 %	0,7 PP
Betriebsergebnis	598	409	46,0 %
(in % der Umsatzerlöse)	9,3 %	6,8 %	2,5 PP
Finanzerträge	29	31	-7,4 %
Finanzaufwendungen	25	115	-78,3 %
Gewinn vor Steuern	601	326	84,7 %
(in % der Umsatzerlöse)	9,3 %	5,4 %	3,9 PP
Ertragsteuern	133	55	140,0 %
(in % des Gewinns vor Steuern)	22,1 %	17,0 %	5,1 PP
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	469	270	73,4 %
(in % der Umsatzerlöse)	7,3 %	4,5 %	2,8 PP
Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	7	10	-28,0 %
Gewinn	476	280	69,8 %
(in % der Umsatzerlöse)	7,4 %	4,7 %	2,7 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	443	259	70,9 %
(in % der Umsatzerlöse)	6,9 %	4,3 %	2,6 PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	33	21	56,5 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	2,44	1,40	74,8 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	2,44	1,40	74,8 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	2,48	1,45	70,9 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	2,48	1,45	70,9 %

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



Umsatzerlöse^{1,2} in Mio. €

	1. Jul. 2024 bis 30. Sept. 2024	1. Jul. 2023 bis 30. Sept. 2023	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
Europa	2.152	1.812	18,8 %	18,1 %
Nordamerika	1.362	1.484	-8,3 %	-7,3 %
China	946	870	8,7 %	8,9 %
Emerging Markets	910	834	9,1 %	16,2 %
Lateinamerika	677	621	9,1 %	28,4 %
Japan/Südkorea	361	318	13,5 %	18,1 %
Andere Geschäftssegmente	29	38	-22,1 %	-27,8 %

1 Vorjahr angepasst im Zuge der Einführung der neuen Segmentstruktur.

2 Differenzen zum Gesamtumsatz können durch Posten entstehen, die nicht direkt zuzuordnen sind.
Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Verkürzte Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung (IFRS) der adidas AG in Mio. €

	1. Jan. 2024 bis 30. Sept. 2024	1. Jan. 2023 bis 30. Sept. 2023	Veränderung
Umsatzerlöse	17.718	16.616	6,6 %
Umsatzkosten	8.662	8.579	1,0 %
Bruttoergebnis	9.056	8.036	12,7 %
(in % der Umsatzerlöse)	51,1 %	48,4 %	2,7 PP
Lizenz- und Provisionserträge	56	66	-16,0 %
Sonstige betriebliche Erträge	121	62	95,9 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	7.953	7.519	5,8 %
(in % der Umsatzerlöse)	44,9 %	45,3 %	-0,4 PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	2.087	1.862	12,1 %
(in % der Umsatzerlöse)	11,8 %	11,2 %	0,6 PP
Betriebsgemeinkosten ¹	5.866	5.657	3,7 %
(in % der Umsatzerlöse)	33,1 %	34,0 %	-0,9 PP
Betriebsergebnis	1.280	646	98,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	7,2 %	3,9 %	3,3 PP
Finanzerträge	71	61	18,0 %
Finanzaufwendungen	201	226	-10,9 %
Gewinn vor Steuern	1.150	480	139,4 %
(in % der Umsatzerlöse)	6,5 %	2,9 %	3,6 PP
Ertragsteuern	299	138	117,4 %
(in % des Gewinns vor Steuern)	26,0 %	28,6 %	-2,6 PP
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	851	343	148,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	4,8 %	2,1 %	2,7 PP
Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	1	2	-78,1 %
Gewinn	851	345	146,6 %
(in % der Umsatzerlöse)	4,8 %	2,1 %	2,7 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	803	304	164,1 %
(in % der Umsatzerlöse)	4,5 %	1,8 %	2,7 PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	48	41	17,2 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	4,50	1,69	166,0 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	4,49	1,69	166,0 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	4,50	1,70	164,1 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	4,50	1,70	164,1 %

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



Umsatzerlöse^{1,2} in Mio. €

	1. Jan. 2024 bis 30. Sept. 2024	1. Jan. 2023 bis 30. Sept. 2023	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
Europa	5.797	4.913	18,0 %	17,2 %
Nordamerika	3.786	4.060	-6,8 %	-6,3 %
China	2.665	2.520	5,8 %	8,6 %
Emerging Markets	2.371	2.106	12,6 %	18,9 %
Lateinamerika	1.965	1.812	8,4 %	26,1 %
Japan/Südkorea	1.021	991	3,0 %	10,5 %
Andere Geschäftssegmente	85	165	-48,9 %	-47,3 %

1 Vorjahr angepasst im Zuge der Einführung der neuen Segmentstruktur.

2 Differenzen zum Gesamtumsatz können durch Posten entstehen, die nicht direkt zuzuordnen sind.
Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Konzernbilanz (IFRS) der adidas AG in Mio. €

	30. Sept. 2024	30. Sept. 2023	Veränderung
Flüssige Mittel	1.781	954	86,7 %
Kurzfristige Finanzanlagen	-	32	n.a.
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.951	2.721	8,5 %
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	813	809	0,5 %
Vorräte	4.524	4.849	-6,7 %
Forderungen aus Ertragsteuern	137	117	16,3 %
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	937	1.039	-9,8 %
Kurzfristige Aktiva	11.142	10.520	5,9 %
Sachanlagen	2.033	2.139	-4,9 %
Nutzungsrechte	2.715	2.354	15,3 %
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.230	1.263	-2,6 %
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	414	435	-4,9 %
Langfristige Finanzanlagen	336	311	7,8 %
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	383	361	6,2 %
Latente Steueransprüche	1.248	1.272	-1,9 %
Sonstige langfristige Vermögenswerte	104	65	60,4 %
Langfristige Aktiva	8.462	8.200	3,2 %
Aktiva	19.605	18.720	4,7 %
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	126	612	-79,4 %
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.589	2.013	28,6 %
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	584	559	4,6 %
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	248	217	14,5 %
Ertragsteuern	390	315	23,7 %
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	1.370	1.308	4,7 %
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	2.559	2.518	1,6 %
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	603	637	-5,3 %
Kurzfristige Passiva	8.469	8.178	3,6 %
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	2.418	2.434	-0,7 %
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	2.456	2.141	14,7 %
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	11	23	-51,6 %
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	126	90	39,9 %
Latente Steuerschulden	142	132	6,9 %
Sonstige langfristige Rückstellungen	366	103	253,9 %
Langfristige abgegrenzte Schulden	-	4	n.a.
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	74	8	837,9 %
Langfristige Passiva	5.593	4.936	13,3 %
Grundkapital	179	179	-
Sonstige Rücklagen	168	501	-66,5 %
Gewinnrücklagen	4.815	4.524	6,4 %
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	5.161	5.204	-0,8 %
Nicht beherrschende Anteile	382	403	-5,2 %
Gesamtes Eigenkapital	5.543	5.606	-1,1 %
Passiva	19.605	18.720	4,7 %

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Zusätzliche Informationen zur Bilanz in Mio. €

	30. Sept. 2024	30. Sept. 2023	Veränderung
Operatives kurzfristiges Betriebskapital	4.886	5.557	-12,1 %
Kurzfristiges Betriebskapital	2.674	2.342	14,2 %
Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten ¹	4.211	5.235	-19,6 %
Verschuldungsgrad ²	81,6 %	100,6 %	-19,0 PP

¹ Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten = kurzfristige Finanzverbindlichkeiten + langfristige Finanzverbindlichkeiten + kurzfristige und langfristige Leasingverbindlichkeiten + Pensionen und ähnliche Verpflichtungen + Factoring – verfügbare flüssige Mittel.

² Auf Basis des auf Anteilseigner entfallenden Kapitals.

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.