

**HOW
WE CREATE**

VALUE



**ADIDAS GROUP
BERICHT
ZUM ERSTEN QUARTAL
JANUAR — MÄRZ 2016**

ADIDAS GROUP

BERICHT ZUM

ERSTEN QUARTAL 2016

1	AN UNSERE AKTIONÄRE	
	Ergebnisse des ersten Quartals auf einen Blick	3
	Finanz-Highlights	4
	Operative und Sport-Highlights	5
	Brief des Vorstandsvorsitzenden	6
	Unsere Aktie	8
2	KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT	
	Geschäftsentwicklung des Konzerns	9
	• Entwicklung Gesamtwirtschaft und Branche	9
	• Gewinn-und-Verlust-Rechnung	10
	• Bilanz und Kapitalflussrechnung	13
	• Geschäftsentwicklung nach Segmenten	15
	Nachtrag und Ausblick	20
	• Nachtrag	20
	• Ausblick	20
3	KONZERNZWISCHENABSCHLUSS (IFRS)	
	Konzernbilanz	22
	Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung	24
	Konzerngesamtergebnisrechnung	25
	Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung	26
	Konzernkapitalflussrechnung	27
	Ausgewählte erläuternde Anhangangaben zum Konzernzwischenabschluss (IFRS) zum 31. März 2016	28
4	ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN	
	Vorstand und Aufsichtsrat	37
	• Vorstand	37
	• Aufsichtsrat	38
	Finanzkalender	39
	Impressum & Kontakt	40

01 **ERGEBNISSE DES ERSTEN QUARTALS AUF EINEN BLICK** IN MIO. €

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015	Veränderung
Konzern ¹			
Umsatzerlöse	4.769	4.083	16,8%
Bruttoergebnis	2.358	2.008	17,4%
Bruttomarge	49,4%	49,2%	0,3PP
Betriebsergebnis ²	490	363	35,2%
Operative Marge ²	10,3%	8,9%	1,4PP
Westeuropa			
Umsatzerlöse	1.414	1.143	23,7%
Bruttoergebnis	651	550	18,5%
Bruttomarge	46,1%	48,1%	-2,0PP
Segmentbetriebsergebnis	313	280	12,1%
Operative Marge des Segments	22,2%	24,5%	-2,3PP
Nordamerika			
Umsatzerlöse	728	591	23,2%
Bruttoergebnis	274	215	27,4%
Bruttomarge	37,7%	36,4%	1,2PP
Segmentbetriebsergebnis	19	-9	326,2%
Operative Marge des Segments	2,7%	-1,5%	4,1PP
China			
Umsatzerlöse	762	597	27,7%
Bruttoergebnis	436	334	30,7%
Bruttomarge	57,2%	55,9%	1,3PP
Segmentbetriebsergebnis	298	218	36,4%
Operative Marge des Segments	39,1%	36,5%	2,5PP
Russland/GUS			
Umsatzerlöse	138	162	-15,0%
Bruttoergebnis	80	83	-4,4%
Bruttomarge	57,7%	51,3%	6,4PP
Segmentbetriebsergebnis	14	2	451,6%
Operative Marge des Segments	9,9%	1,5%	8,4PP
Lateinamerika			
Umsatzerlöse	394	423	-6,8%
Bruttoergebnis	178	179	-0,7%
Bruttomarge	45,2%	42,4%	2,8PP
Segmentbetriebsergebnis	56	58	-3,9%
Operative Marge des Segments	14,1%	13,7%	0,4PP
Japan			
Umsatzerlöse	236	155	52,6%
Bruttoergebnis	116	73	58,3%
Bruttomarge	49,0%	47,3%	1,8PP
Segmentbetriebsergebnis	50	24	111,0%
Operative Marge des Segments	21,2%	15,3%	5,9PP
MEAA (Mittlerer Osten, Afrika und andere Asiatische Märkte)			
Umsatzerlöse	701	635	10,3%
Bruttoergebnis	356	335	6,1%
Bruttomarge	50,7%	52,7%	-2,0PP
Segmentbetriebsergebnis	214	201	6,8%
Operative Marge des Segments	30,6%	31,6%	-1,0PP
Andere Geschäftssegmente ¹			
Umsatzerlöse	396	377	5,2%
Bruttoergebnis	146	141	3,6%
Bruttomarge	36,9%	37,5%	-0,5PP
Segmentbetriebsergebnis	-1	-5	85,4%
Operative Marge des Segments	-0,2%	-1,4%	1,2PP
Umsatzerlöse nach Marken			
adidas	4.036	3.352	20,4%
Reebok	416	411	1,0%
TaylorMade-adidas Golf	275	280	-1,7%
Reebok-CCM Hockey	38	39	-3,4%

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

¹ Aufgrund der Veräußerung des Rockport Geschäfts spiegeln die Zahlen die fortgeführten Geschäftsbereiche wider.

² 2015 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 18 Mio. €.

02 FINANZ-HIGHLIGHTS (IFRS)

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015	Veränderung
Operative Highlights (in Mio. €)			
Umsatzerlöse ¹	4.769	4.083	16,8 %
EBITDA ¹	590	451	30,8 %
Betriebsergebnis ^{1,3}	490	363	35,2 %
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen ³	350	255	37,6 %
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn ^{2,3}	351	239	46,9 %
Wichtige Kennzahlen (%)			
Bruttomarge ¹	49,4 %	49,2 %	0,3 PP
Betriebliche Aufwendungen in % der Umsatzerlöse ¹	40,3 %	41,6 %	-1,3 PP
Operative Marge ^{1,3}	10,3 %	8,9 %	1,4 PP
Steuerquote ^{1,3}	29,5 %	29,8 %	-0,4 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn in % der Umsatzerlöse ^{2,3}	7,4 %	5,8 %	1,5 PP
Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital in % der Umsatzerlöse ^{1,4}	20,2 %	21,9 %	-1,7 PP
Eigenkapitalquote	42,3 %	46,7 %	-4,4 PP
Nettofinanzverbindlichkeiten/EBITDA ^{1,5}	0,5	0,4	-
Verschuldungsgrad	14,2 %	8,6 %	5,6 PP
Eigenkapitalrendite ²	6,2 %	3,5 %	2,7 PP
Bilanz- und Cashflow-Daten (in Mio. €)			
Bilanzsumme	13.415	13.415	-0,0 %
Vorräte	2.939	2.539	15,7 %
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	3.397	3.712	-8,5 %
Kurzfristiges Betriebskapital	2.205	3.138	-29,7 %
Nettofinanzverbindlichkeiten	809	542	49,2 %
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	5.679	6.271	-9,4 %
Investitionen	68	53	28,6 %
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit ²	-266	-260	2,2 %
Kennzahlen je Aktie (in €)			
Unverwässertes Ergebnis ^{2,3}	1,75	1,17	49,8 %
Verwässertes Ergebnis ^{2,3}	1,71	1,17	46,3 %
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit ²	-1,27	-1,27	-0,3 %
Dividende	1,60 ⁶	1,50	6,7 %
Aktienkurs am Ende der Periode	103,00	73,69	39,8 %
Sonstiges (am Ende der Periode)			
Anzahl der Mitarbeiter ¹	56.090	54.077	3,7 %
Anzahl der Aktien	200.197.417	203.186.309	-1,5 %
Durchschnittliche Anzahl der Aktien	200.197.417	204.164.758	-1,9 %

¹ Aufgrund der Veräußerung des Rockport Geschäfts spiegeln die Zahlen die fortgeführten Geschäftsbereiche wider.

² Umfasst fortgeführte und aufgegebenen Geschäftsbereiche.

³ 2015 ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 18 Mio. €.

⁴ Laufender Zwölfmonatsdurchschnitt.

⁵ EBITDA der letzten zwölf Monate.

⁶ Vorbehaltlich der Zustimmung durch die Hauptversammlung.

OPERATIVE UND SPORT-HIGHLIGHTS

Q1 2016

JANUAR

11.01.

Lionel Messi erhält als bisher erster Spieler zum fünften Mal einen ‚Ballon d’Or‘. Die Auszeichnung gilt als die höchste Anerkennung für einen Fußballspieler.

15.01.

adidas und Stella McCartney geben die Fortsetzung ihrer langjährigen Partnerschaft bekannt. Die ikonische Designerin wird bis ins Jahr 2020 modernste Designs in Zusammenarbeit mit adidas kreieren.

16.01.

Reebok stellt den Reebok Classic Leather vor, der in Zusammenarbeit mit US-Rapper und Songwriter Kendrick Lamar entwickelt wurde. Der Schuh bringt Kendricks Vision von Gleichheit zum Ausdruck und war innerhalb von 30 Minuten ausverkauft.

18.01.

adidas Football präsentiert den weltweit ersten Performance-Fußballschuh ohne Schnürsenkel: ACE 16+ PURECONTROL. Schon kurz nach der Einführung ist der völlig neuartige Schuh, der von internationalen Fußballstars wie Mesut Özil und Ivan Rakitić getragen wird, in fast allen Vertriebskanälen ausverkauft.



18.01.

Der Aufsichtsrat der adidas AG entscheidet über die Nachfolge für den langjährigen Vorstandsvorsitzenden Herbert Hainer. Kasper Rorsted wird mit Wirkung ab 1. August 2016 zum ordentlichen Mitglied des Vorstands bestellt und mit Wirkung ab 1. Oktober 2016 zum Vorstandsvorsitzenden der adidas AG ernannt.

18.01.

Reebok erhält den ISPO Communication Award 2016 in der Multi-Channel-Kategorie für seine ‚Be More Human‘-Kampagne.

20.01.

Beim Weltwirtschaftsforum in Davos wird die adidas Gruppe auf den fünften Platz in der Liste der 100 nachhaltigsten Unternehmen weltweit

(Global 100 Index) gewählt und als Branchenführer ausgezeichnet. Damit positioniert sich die adidas Gruppe zum dritten Mal in Folge in den Top Ten des Global 100 Index.

25.01.

adidas Originals stellt seine ‚Future‘-Kampagne vor. Mit einem einzigartigen Ansatz setzt adidas Originals darauf, die Zukunft durch Neuerfindung der Vergangenheit zu gestalten und will eine neue Generation dazu inspirieren, die Zukunft selbst aktiv zu beeinflussen, anstatt den Status quo zu akzeptieren.

27.01.

Nach dem Erfolg der M1 Serie bringt TaylorMade-adidas Golf seine M2 Driver, Fairwayhölzer und Rescue-Schläger auf den Markt und rundet damit das Angebot der ‚M‘ Produktfamilie ab. Ähnlich wie beim M1 erfüllt die M2 Produktlinie durch den Einsatz einer Mehrmaterialienkonstruktion den Anspruch, Golfen aller Spielstärken zu noch mehr Leistung zu verhelfen.



28.01.

adidas präsentiert den PureBOOST X, einen Laufschuh, der exklusiv von Frauen für Frauen entwickelt wurde. Mit einer neuen Bogenkonstruktion, Stretch-Obermaterial aus Mesh und Lock-Down-Schnürung sorgt der PureBOOST X für eine ganz individuelle Anpassung an den Frauenfuß.



30.01.

Bei ihrem allerersten Grand-Slam-Finale gewinnt die adidas Tennisspielerin Angelique Kerber in Melbourne die Australian Open 2016.

FEBRUAR

04.02.

adidas setzt seine Sport 16 Kampagne mit ‚I’m Here to Create‘ fort. Die Videoreihe erzählt die persönlichen ‚Creator Stories‘ bekannter Sportlerinnen wie WNBA All-Star Candace Parker, Tennisikone Caroline Wozniacki und Fitness-Trainerin Nicole Winhoffer.

24.02.

adidas und Wanderlust, Veranstalter der weltgrößten Yoga-Lifestyle-Events, geben eine mehrjährige Partnerschaft bekannt, die ihren Schwerpunkt in den USA haben wird.

25.02.

Reebok stellt den ZPump Fusion 2,0 vor. Der Laufschuh passt sich dem Fuß des Athleten perfekt an. Die nahtlose Obermaterialkonstruktion und die von ZRated-Hochleistungsreifen inspirierte Außensohle gewährleisten Komfort und Stabilität.

MÄRZ

16.03.

adidas Football gibt eine langjährige Partnerschaft mit Juventus Turin Mittelfeldspieler Paul Pogba, einem der weltweit gefragtesten Fußballspieler, bekannt. Auf seinem außergewöhnlichen Weg vom Straßenfußballer zu Superstar-Status hat Pogba in Italien bereits drei Meisterschaftstitel und drei Pokalsiege errungen.



17.03.

adidas Originals bringt seine erfolgreichen NMD Schuhe in neuen Farben auf den Markt. Die Schuhe dieser Produktfamilie, für die Konsumenten vor den Geschäften Schlange standen, verkauften sich mehr als 400,000 Mal innerhalb nur eines Tages und waren sofort ausverkauft.

23.03.

adidas neo präsentiert zusammen mit den YouTubern Amanda Steele und Marcus Butler den neuen Cloudfoam Sneaker. Mit seiner leichten Zwischensohle und der dicken Einlegesohle bietet der Cloudfoam eine klassische Silhouette in Verbindung mit bestem Komfort.

BRIEF DES VORSTANDSVORSITZENDEN



HERBERT HAINER
VORSTANDSVORSITZENDER

*Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
liebe Freunde des adidas Konzerns,*

wir haben einen glänzenden Start ins Jahr 2016 hingelegt und im ersten Quartal hervorragende operative Leistungen und Finanzergebnisse erzielt.

- Unser Umsatz im ersten Quartal liegt auf einem Rekordniveau von 4,8 Mrd. € und das organische Wachstum in Höhe von 22 % stellt unsere höchste Wachstumsrate für ein Quartal seit mehr als zehn Jahren dar.
- adidas hat einen besonders deutlichen Zuwachs vorzuweisen, mit einem Umsatzplus von ausgezeichneten 26 %.
- Auch bei Reebok hat sich die Umsatzdynamik beschleunigt. Mit einem Anstieg in Höhe von 6 % ist Reebok nun das zwölfte Quartal in Folge gewachsen.
- Trotz deutlich negativer Währungseffekte hat sich die Bruttomarge des Konzerns um 30 Basispunkte auf 49,4 % verbessert. Dieser Anstieg ist ein eindeutiger Beweis für die starke Beliebtheit unserer Marken und Produkte rund um den Globus.
- Dank der Reduzierung der betrieblichen Aufwendungen im ersten Quartal ist es uns gelungen, den Gewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen – trotz einer weiteren Erhöhung der Marketinginvestitionen – um 38 % zu steigern.
- Mit einem Anstieg um 15 % im ersten Quartal erreichte unsere Aktie einen neuen Höchststand und war erneut der Top-Performer im DAX. Zudem entwickelte sich unsere Aktie besser als die aller wichtigen Mitbewerber.

Wir freuen uns sehr über die Erfolge der ersten drei Monate, aber was noch wichtiger ist: Hinter diesen herausragenden Finanzergebnissen steckt weitaus mehr als nur erfolgreiche Produkteinführungen und inspirierende Marketingkampagnen.

Die aktuelle Dynamik unserer Marken ist eine direkte Folge unseres neuen konsumentenfokussierten Denkens, das sich nach der Implementierung unserer ‚Brand Leadership‘-Initiative nun nicht nur in unserer Organisationsstruktur widerspiegelt, sondern auch in unseren Ergebnissen. Das neue Geschäftsmodell trägt maßgeblich zu unserem derzeitigen Erfolg bei. Denn so konnten wir ganzheitliche Konzepte entwickeln – einschließlich Produktentwicklung, Marketing und Point-of-Sale-Aktivierungen – und damit eine noch größere Wirkungskraft gegenüber dem Konsumenten entfalten. Wir verzeichnen deutlich zweistellige Wachstumsraten in allen Regionen mit Ausnahme von Russland/GUS sowie in allen wichtigen Performance- und Lifestyle-Kategorien. Und die Ergebnisse des ersten Quartals belegen eindeutig, dass unsere Marken – nicht zuletzt auch dank unserer ‚Brand Leadership‘-Initiative – in den Herzen und Köpfen der Konsumenten heute noch stärker und nachhaltiger verankert sind als jemals zuvor.

Ein wichtiges Ziel unseres strategischen Geschäftsplans ‚Creating the New‘ ist es, einen noch stärkeren Fokus auf die Geschäftsbereiche zu legen, in denen wir unsere Konsumenten am wirkungsvollsten erreichen und uns ihre Markentreue sichern können. In diesem Zusammenhang haben wir vor Kurzem eine weitere wichtige strategische Entscheidung getroffen, durch die wir unseren Fokus künftig noch mehr schärfen können. Wir haben beschlossen, dass wir unsere äußerst erfolgreichen adidas neo Produkte in Westeuropa künftig über wichtige Großhandelspartner anbieten werden. Wir haben durch unsere eigenen adidas neo Geschäfte viele Einblicke und Erkenntnisse gewonnen. Die Zahlen belegen jedoch, dass wir erfolgreicher sind, wenn wir adidas neo durch wichtige Großhandelspartner anbieten. Infolgedessen werden wir unsere 16 eigenen adidas neo Geschäfte in Deutschland, der Tschechischen Republik und Polen schließen. Wir sind überzeugt, dass dies die richtige Entscheidung ist, und dass wir dadurch die Entwicklung unserer Marke in Europa noch weiter voranbringen können.

Angesichts der starken Markendynamik sowohl bei adidas als auch bei Reebok, und um unsere sehr positive Entwicklung im ersten Quartal entsprechend zu berücksichtigen, haben wir unsere Prognose für Umsatz und Gewinn für das Gesamtjahr 2016 erhöht. Wir erwarten jetzt, dass der Konzernumsatz im Jahr 2016 um etwa 15% wachsen wird. Infolge der Verbesserungen der Bruttomarge im ersten Quartal sind wir nun zuversichtlich, den Rückgang der Bruttomarge gegenüber dem Vorjahreswert auf maximal 50 Basispunkte begrenzen zu können. In Verbindung mit der Verbesserung der betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz wird dies zu einem Anstieg der operativen Marge um bis zu 50 Basispunkte auf einen Wert zwischen 6,6% und 7,0% führen. Aufgrund der erhöhten Prognose für Umsatz und der gestiegenen Erwartungen für die operative Marge rechnen wir nun damit, dass der Gewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen gegenüber dem Vorjahreswert von 720 Mio. € zwischen 15% und 18% steigen wird.

Unsere Performance im ersten Quartal und der verbesserte Ausblick zeigen eindeutig, wie unser unermüdlicher Fokus auf den Konsumenten sich letztendlich in hervorragenden Finanzergebnissen niederschlägt. Unsere bisherigen Erfolge in diesem Jahr sind ein eindeutiger Beleg für die Stärke unserer Marken. Unsere Produkte und Marketinginitiativen kommen bei den Konsumenten in allen Regionen extrem gut an. Wir sind noch fokussierter und noch näher am Konsumenten als jemals zuvor. Und das stimmt uns äußerst zuversichtlich, dass unser Erfolg im Jahr 2016 langfristiger Natur sein wird.

Mit sportlichem Gruß,



HERBERT HAINER

Vorstandsvorsitzender des adidas Konzerns

UNSERE AKTIE

ADIDAS AG ENTWICKELT SICH DEUTLICH BESSER ALS DIE INTERNATIONALEN AKTIENMÄRKTE

Der volatile Trend, der die internationalen Aktienmärkte in den vergangenen Quartalen geprägt hat, setzte sich auch im ersten Quartal 2016 fort. Die meisten internationalen Indizes beendeten das Quartal unter dem Jahresendwert 2015. Diese negative Entwicklung war hauptsächlich auf fallende Ölpreise, zunehmenden Druck auf den Bankensektor weltweit sowie sich abschwächende Konjunkturindikatoren in Europa, den USA und insbesondere China zurückzuführen. Der DAX beendete das erste Quartal 7 % unter dem Jahresendwert 2015. Die Aktie der adidas AG hingegen übertraf weiterhin deutlich die Entwicklung der internationalen Aktienmärkte. Hauptgründe hierfür waren positive Unternehmensnachrichten, u. a. die Ankündigung des Nachfolgers für den Vorstandsvorsitzenden, die Veröffentlichung besser als erwarteter Geschäftsergebnisse für das Gesamtjahr 2015 sowie der positive Ausblick für das Unternehmen im Jahr 2016. Infolgedessen schloss die Aktie der adidas AG das erste Quartal, mit einem Plus von 15 % gegenüber dem Kurs zum Ende Dezember 2015, bei 103.00 € und war damit der Top-Performer im DAX.

DIVIDENDENVORSCHLAG VON 1.60 € JE AKTIE

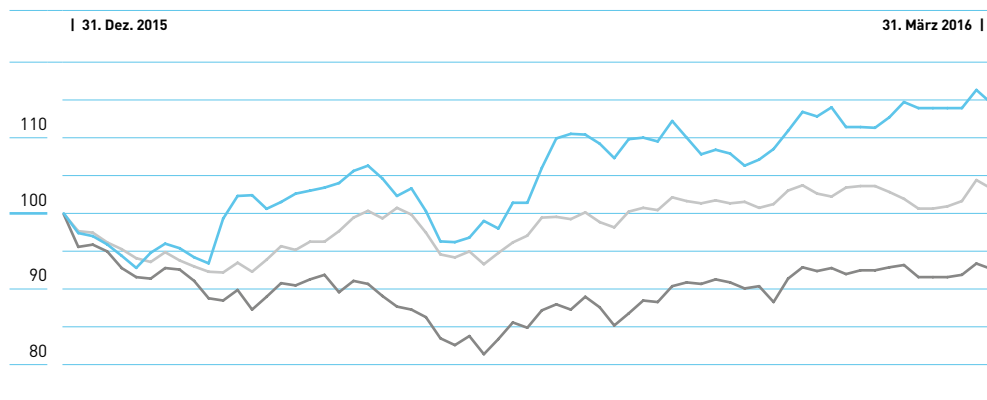
Angesichts ihres Vertrauens in die Finanzlage und die langfristigen Wachstumsaussichten des Konzerns schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der adidas AG eine Dividende in Höhe von 1.60 € je Aktie für das Geschäftsjahr 2015 vor. Sofern die Aktionäre bei der Hauptversammlung am 12. Mai 2016 ihre Zustimmung erteilen, entspricht die Gesamtausschüttung in Höhe von 320 Mio. € einem Ausschüttungssatz von 47.9 % des auf Anteilseigner entfallenden Konzerngewinns ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte. Die Quote liegt damit am oberen Ende des Zielkorridors des Konzerns, der eine Ausschüttung zwischen 30 % und 50 % vorsieht.

03 HISTORISCHE ENTWICKLUNG DER ADIDAS AG AKTIE UND WICHTIGER INDIZES ZUM 31. MÄRZ 2016 IN %

	Seit Jahresbeginn	1 Jahr	3 Jahre	5 Jahre	10 Jahre
adidas AG	15	40	27	132	152
DAX	-7	-17	28	42	67
MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods	3	-2	15	48	131

Quelle: Bloomberg.

04 AKTIENKURSENTWICKLUNG 2016¹



¹ Index: 31. Dezember 2015 = 100.

— adidas AG — DAX — MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES KONZERNS

ENTWICKLUNG GESAMTWIRTSCHAFT UND BRANCHE

WELTWIRTSCHAFT WÄCHST IM ERSTEN QUARTAL 2016

Im ersten Quartal 2016 setzte sich das Wachstum der Weltwirtschaft fort, allerdings in einem gemäßigten Tempo. Die schwächer als erwartete Erholung weltweit spiegelt vor allem weiter fallende Rohstoffpreise, eine schwächere Handels- und Investitionsnachfrage sowie volatile Finanzmärkte wider, die in vielen Volkswirtschaften das Konjunkturwachstum bremsten. In Verbindung mit anhaltenden geopolitischen Spannungen und politischem Dissens blieben diese Entwicklungen große Unsicherheitsfaktoren und belasteten die Wirtschaft weiterhin. Hierdurch litt vor allem auch die wirtschaftliche Entwicklung in den Schwellenländern. Die entwickelten Volkswirtschaften verzeichneten ein moderates Wachstum, gestützt durch niedrigere Ölpreise, eine stärkere Binnennachfrage und eine sich bessernde Arbeitsmarktlage. Zudem trugen ein niedriger Inflationsdruck und eine lockere Geldpolitik in der Eurozone zu dieser Entwicklung bei. Trotz einer erhöhten Wirtschaftstätigkeit sahen sich viele entwickelte Märkte weiterhin mit wesentlichen Herausforderungen, wie z. B. hoher Verschuldung und niedrigen Investitionen, konfrontiert.

POSITIVE ENTWICKLUNG DER SPORTARTIKELBRANCHE WELTWEIT SETZT SICH FORT

Im ersten Quartal 2016 verzeichnete die weltweite Sportartikelbranche weiterhin solides Wachstum, gestützt durch steigende Konsumausgaben sowohl in den Schwellenländern als auch in den entwickelten Märkten sowie durch den weltweiten Trend, mehr Sport zu treiben. Der rasante Ausbau des E-Commerce-Vertriebskanals hat sich fortgesetzt, wobei die Händler verschiedene kommerzielle Möglichkeiten mittels mobiler Technologien und sozialer Medien nutzen konnten. Aus Categoriesicht zeigten sich die Umsätze mit Sportschuhen zu Beginn des Jahres 2016 robust. Insbesondere Basketball- und Laufschuhe wiesen eine starke Dynamik auf. In der Kategorie Basketball war das Wachstum vor allem auf Fashion-Modelle zurückzuführen, während die Zuwächse bei Running nach wie vor sowohl Fashion- als auch Performance-Modellen zuzuschreiben waren. Darüber hinaus erzielten Freizeitsportschuhe das ganze Quartal hindurch deutliche Verbesserungen, da Sportmode (.Athleisure') weiterhin als wichtiger Wachstumstreiber für die Branche fungierte. Im Bereich Sportbekleidung gingen die Umsätze moderat zurück. Grund hierfür war die schwächere Nachfrage nach Sportbekleidung und Activewear, die vor allem auf ungünstige Witterungsbedingungen zurückzuführen war.

05 QUARTALSWEISE ENTWICKLUNG DES KONSUMENTEN- VERTRAUENS¹ NACH REGIONEN

	Q1 2015	Q2 2015	Q3 2015	Q4 2015	Q1 2016
USA ²	101,4	99,8	102,6	96,3	96,2
Eurozone ³	-3,6	-5,5	-7,0	-5,7	-9,7
Japan ⁴	41,1	41,9	40,4	41,3	41,3
China ⁵	107,1	105,5	105,6	103,7	104,4
Russland ⁶	-32,0	-23,0	-24,0	-26,0	-30,0
Brasilien ⁷	100,0	96,2	96,3	96,3	97,6

- 1 Zahlen am Quartalsende.
- 2 Quelle: Conference Board.
- 3 Quelle: Europäische Kommission.
- 4 Quelle: Volks- und Sozialwirtschaftliches Forschungsinstitut der japanischen Regierung.
- 5 Quelle: Chinesisches Statistikamt.
- 6 Quelle: Russisches Statistikamt.
- 7 Quelle: Brasilianischer Verband der Industrie.

06 WECHSELKURSENTWICKLUNG¹ 1 € ENTSPICHT

	Durchschnittskurs 2015	Q2 2015	Q3 2015	Q4 2015	Q1 2016	Durchschnittskurs 2016 ²
USD	1,1101	1,1189	1,1203	1,0887	1,1385	1,1030
GBP	0,7259	0,7114	0,7385	0,7340	0,7916	0,7701
JPY	134,42	137,01	134,69	131,07	127,90	127,25
RUB	67,682	62,126	74,205	79,347	76,971	82,609
CNY	6,9721	6,8405	7,1266	7,0696	7,3561	7,2128

- 1 Kassakurs am Quartalsende.
- 2 Durchschnittskurs für das erste Quartal 2016.

GEWINN-UND-VERLUST-RECHNUNG

ERGEBNISÜBERSICHT FÜR DAS ERSTE QUARTAL 2016

Der adidas Konzern ist mit sehr positiven Quartalsergebnissen ins Jahr 2016 gestartet. Der Konzernumsatz stieg, infolge zweistelligen Wachstums bei adidas und einer Steigerung im mittleren einstelligen Bereich bei Reebok, auf währungsbereinigter Basis um 22 %. Alle Marktsegmente verzeichneten ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum mit zweistelligen Steigerungen in allen Regionen mit Ausnahme von Russland/GUS. Trotz des erheblichen Drucks, resultierend aus negativen Währungseffekten, verbesserte sich die Bruttomarge des Konzerns um 0,3 Prozentpunkte auf 49,4 %, vor allem infolge eines günstigeren Preis- und Produktmix. Angesichts der robusten Umsatzentwicklung konnte der Konzern deutliche operative Verbesserungen erzielen und die betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz um 1,3 Prozentpunkte auf 40,3 % reduzieren. All dies führte zu einem deutlichen Anstieg der operativen Marge auf einen Wert von 10,3 %. Dies entspricht einer Verbesserung um 1,4 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahreswert ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte im Vorjahr. Infolgedessen erhöhte sich der Gewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte im Vorjahr um 38 % auf 350 Mio. €. Das verwässerte Ergebnis je Aktie aus den fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte im Vorjahr stieg um 46 % im Vergleich zum ersten Quartal 2015 und erreichte 1,71 €.

HERVORRAGENDE KONZERNERGEBNISSE IM ERSTEN QUARTAL 2016

Der Konzernumsatz wuchs im ersten Quartal 2016 auf währungsbereinigter Basis um 22 %. Verantwortlich hierfür waren vor allem das zweistellige Umsatzwachstum bei adidas sowie der Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Bereich bei Reebok. In Euro stieg der Umsatz um 17 % auf 4,769 Mrd. €. Nach Marken betrachtet erhöhte sich der währungsbereinigte Umsatz von adidas um 26 %, vor allem aufgrund deutlich zweistelliger Steigerungen in den Kategorien Training, Fußball und Running sowie bei adidas Originals und adidas neo. Der währungsbereinigte Umsatz von Reebok nahm im Vergleich zum Vorjahr, hauptsächlich aufgrund deutlich zweistelliger Zuwächse bei Classics, um 6 % zu. Der Umsatz von TaylorMade-adidas Golf verringerte sich währungsbereinigt um 1 %, da Umsatzwachstum bei TaylorMade und adidas Golf von Rückgängen bei Ashworth und Adams mehr als aufgehoben wurde. Nach Marktsegmenten betrachtet wuchs der zusammengefasste währungsbereinigte Umsatz der Marken adidas und Reebok in allen Segmenten, mit zweistelligen Wachstumsraten in Westeuropa, Nordamerika, China, Lateinamerika, Japan und MEAA.

 siehe Grafik 07

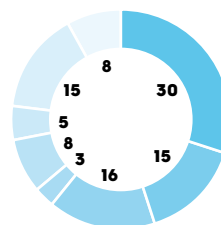
 siehe Tabelle 09

07 UMSATZERLÖSE IM 1. QUARTAL¹ IN MIO. €

2016	4.769
2015	4.083
2014	3.480

¹ Aufgrund der Veräußerung des Rockport Geschäfts spiegeln die Zahlen die fortgeführten Geschäftsbereiche wider.

08 UMSATZERLÖSE IM 1. QUARTAL NACH SEGMENTEN



30 %	Westeuropa
15 %	Nordamerika
16 %	China
3 %	Russland/GUS
8 %	Lateinamerika
5 %	Japan
15 %	MEAA
8 %	Andere Geschäftssegmente ¹

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

¹ Aufgrund der Veräußerung des Rockport Geschäfts spiegeln die Zahlen die fortgeführten Geschäftsbereiche wider.

09 UMSATZERLÖSE NACH SEGMENTEN IN MIO. €

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Westeuropa	1.414	1.143	24 %	25 %
Nordamerika	728	591	23 %	22 %
China	762	597	28 %	30 %
Russland/GUS	138	162	- 15 %	2 %
Lateinamerika	394	423	- 7 %	19 %
Japan	236	155	53 %	44 %
MEAA	701	635	10 %	17 %
Andere Geschäftssegmente ¹	396	377	5 %	6 %
Gesamt	4.769	4.083	17 %	22 %

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

¹ Aufgrund der Veräußerung des Rockport Geschäfts spiegeln die Zahlen die fortgeführten Geschäftsbereiche wider.

Der Umsatz im Einzelhandel legte, vor allem infolge zweistelliger Zuwächse bei adidas, auf währungsbereinigter Basis um 22 % zu. Der Umsatz von Reebok erhöhte sich im niedrigen einstelligen Bereich. In Euro stieg der Einzelhandelsumsatz um 15 % auf 1,034 Mrd. €. Nach Geschäftsformaten betrachtet wuchs der Umsatz von Concept Stores und Factory Outlets jeweils im zweistelligen Bereich. Der Umsatz von Concession Corners hingegen lag unter dem Vorjahresniveau, bedingt durch die Umgliederung einiger Concession Corners in den Vertriebskanal Großhandel in der zweiten Jahreshälfte 2015. Zum Ende des Quartals führte der Konzern insgesamt 2.707 adidas und Reebok Geschäfte. Auf vergleichbarer Basis nahm der währungsbereinigte Einzelhandelsumsatz gegenüber dem Vorjahr deutlich um 13 % zu, mit Wachstum in allen Marktsegmenten. Der Umsatz von eCommerce stieg auf währungsbereinigter Basis um 47 %.

 siehe Tabelle 11

Trotz deutlich negativer Währungseffekte sowie niedrigerer Produktmargen bei TaylorMade-adidas Golf verbesserte sich die Bruttomarge des Konzerns um 0,3 Prozentpunkte auf 49,4 %. Ausschlaggebend für diese Entwicklung waren vor allem die positiven Effekte eines günstigeren Preis- und Produktmix im ersten Quartal.

 siehe Grafik 13

Die Lizenz- und Provisionserträge des adidas Konzerns gingen um 10 % auf 24 Mio. € zurück. Auf währungsbereinigter Basis verringerten sich die Lizenz- und Provisionserträge um 7 %. Die sonstigen betrieblichen Erträge erhöhten sich um 15 % auf 31 Mio. €. Diese Entwicklung stand im Zusammenhang mit dem Anstieg der sonstigen Erlöse.

10 UMSATZERLÖSE NACH PRODUKTBEREICHEN¹ IN MIO. €

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Schuhe	2.569	2.087	23 %	29 %
Bekleidung	1.770	1.595	11 %	15 %
Zubehör	430	400	8 %	11 %
Gesamt	4.769	4.083	17 %	22 %

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

¹ Aufgrund der Veräußerung des Rockport Geschäfts spiegeln die Zahlen die fortgeführten Geschäftsbereiche wider.

11 EINZELHANDEL ENTWICKLUNG DER ANZAHL DER GESCHÄFTE

	Gesamt	Concept Stores	Factory Outlets	Concession Corners
31. Dezember 2015	2.722	1.698	872	152
Eröffnet	54	42	9	3
Geschlossen	69	47	20	2
Eröffnungen (netto)	-15	-5	-11	1
31. März 2016	2.707	1.693	861	153

12 BRUTTOERGEBNIS IM 1. QUARTAL¹ IN MIO. €

2016	2.358
2015	2.008
2014	1.712

¹ Aufgrund der Veräußerung des Rockport Geschäfts spiegeln die Zahlen die fortgeführten Geschäftsbereiche wider.

13 BRUTTOMARGE IM 1. QUARTAL¹ IN %

2016	49,4
2015	49,2
2014	49,2

¹ Aufgrund der Veräußerung des Rockport Geschäfts spiegeln die Zahlen die fortgeführten Geschäftsbereiche wider.

14 SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN IM 1. QUARTAL¹ IN MIO. €

2016	1.924
2015	1.700
2014	1.478

¹ Aufgrund der Veräußerung des Rockport Geschäfts spiegeln die Zahlen die fortgeführten Geschäftsbereiche wider.

15 SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN IM 1. QUARTAL¹ IN % DER UMSATZERLÖSE

2016	40,3
2015	41,6
2014	42,5

¹ Aufgrund der Veräußerung des Rockport Geschäfts spiegeln die Zahlen die fortgeführten Geschäftsbereiche wider.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 13% auf 1.924 Mrd. € infolge höherer Point-of-Sale- und Marketinginvestitionen sowie gestiegener Betriebsgemeinkosten. Im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 1,3 Prozentpunkte auf 40,3%. Die Aufwendungen für Point-of-Sale- und Marketinginvestitionen beliefen sich auf 606 Mio. €. Dies bedeutet einen Anstieg um 8% gegenüber dem Vorjahreswert. Nach Marken stiegen die Aufwendungen für Point-of-Sale- und Marketinginvestitionen bei adidas um 19% auf 501 Mio. €. Bei Reebok gingen die Aufwendungen für Point-of-Sale- und Marketinginvestitionen um 30% auf 56 Mio. € zurück. Im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich die Aufwendungen des Konzerns für Point-of-Sale- und Marketinginvestitionen um 0,9 Prozentpunkte auf 12,7%. Darin spiegeln sich die deutlichen Umsatzverbesserungen sowie die unterschiedliche zeitliche Aufteilung der Investitionen des Konzerns im Jahr 2016 im Vergleich zum Vorjahr wider.

■ siehe Grafik 14

■ siehe Grafik 15

Im ersten Quartal 2016 war keine Wertminderung von Geschäfts- oder Firmenwerten vorzunehmen. Im Vorjahreszeitraum wies der adidas Konzern eine Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 18 Mio. € aus. Dieser Betrag setzte sich aus einem Wertminderungsbedarf in Höhe von 15 Mio. € im Segment Lateinamerika und in Höhe von 3 Mio. € im Segment Russland/GUS zusammen.

Ohne die Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte im Vorjahr verbesserte sich das Betriebsergebnis um 35% auf 490 Mio. €. Dies entspricht einer operativen Marge von 10,3% und einem Anstieg um 1,4 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Diese Entwicklung war der höheren Bruttomarge sowie dem positiven Effekt niedrigerer betrieblicher Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz zuzuschreiben. Die Finanzerträge nahmen, hauptsächlich infolge positiver Währungseffekte, um 25% auf 19 Mio. € zu. Die Finanzaufwendungen gingen aufgrund niedrigerer Zinsaufwendungen um 15% auf 13 Mio. € zurück. Infolgedessen stiegen die Nettofinanzerträge auf 6 Mio. € im Vergleich zu 0 Mio. € im Vorjahr. Die Steuerquote des Konzerns ging um 0,4 Prozentpunkte auf 29,5% zurück. Der Gewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen erhöhte sich um 38% auf 350 Mio. €. Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn, der neben dem Gewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen auch das Ergebnis aus den aufgegebenen Geschäftsbereichen enthält, stieg um 47% auf 351 Mio. €. Das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus den fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen erhöhte sich um 50% auf 1,75 €. Das verwässerte Ergebnis je Aktie aus den fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen stieg um 46% auf 1,71 €.

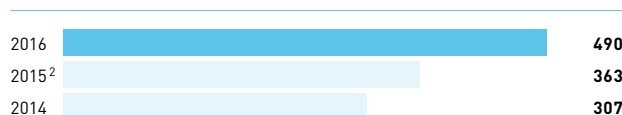
■ siehe Grafik 16
■ siehe Grafik 17

■ siehe Grafik 18

■ siehe Grafik 19

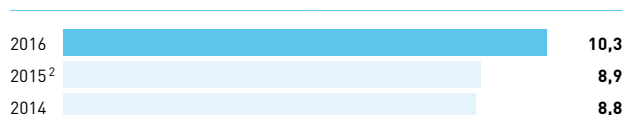
Einschließlich der Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte im Vorjahr verbesserte sich das Betriebsergebnis im ersten Quartal 2016 um 42% auf 490 Mio. €. Dies entspricht einer operativen Marge von 10,3% und einem Anstieg um 1,8 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Die Steuerquote des Konzerns ging um 1,9 Prozentpunkte auf 29,5% zurück. Der Gewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen erhöhte sich um 48% auf 350 Mio. € und der auf Anteilseigner entfallende Gewinn stieg um 59% auf 351 Mio. €. Das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus den fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen erhöhte sich um 62% auf 1,75 € und das verwässerte Ergebnis je Aktie aus den fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen stieg um 58% auf 1,71 €.

16 BETRIEBSERGEBNIS IM 1. QUARTAL¹ IN MIO. €



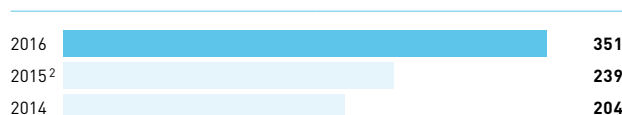
¹ Aufgrund der Veräußerung des Rockport Geschäfts spiegeln die Zahlen die fortgeführten Geschäftsbereiche wider.
² Ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 18 Mio. €.

17 OPERATIVE MARGE IM 1. QUARTAL¹ IN %



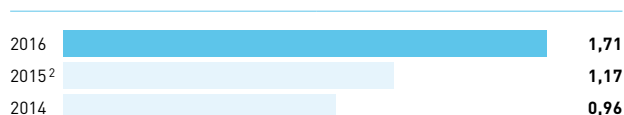
¹ Aufgrund der Veräußerung des Rockport Geschäfts spiegeln die Zahlen die fortgeführten Geschäftsbereiche wider.
² Ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 18 Mio. €.

18 AUF ANTEILSEIGNER ENTFALLENDER GEWINN IM 1. QUARTAL¹ IN MIO. €



¹ Umfasst fortgeführte und aufgegebene Geschäftsbereiche.
² Ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 18 Mio. €.

19 VERWÄSSERTES ERGEBNIS JE AKTIE IM 1. QUARTAL¹ IN €



¹ Umfasst fortgeführte und aufgegebene Geschäftsbereiche.
² Ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 18 Mio. €.

BILANZ UND KAPITALFLUSSRECHNUNG

AKTIVA

Zum 31. März 2016 blieb die Bilanzsumme gegenüber dem Vorjahr mit 13,415 Mrd. € stabil, da der Anstieg der langfristigen Vermögenswerte durch den Rückgang der kurzfristigen Vermögenswerte ausgeglichen wurde.

Die kurzfristigen Vermögenswerte gingen zum 31. März 2016 um 3 % auf 7,669 Mrd. € zurück. Die flüssigen Mittel lagen mit 1,328 Mrd. € um 3 % unter dem Vorjahresniveau, da der Nettomittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit durch den Nettomittelabfluss aus der betrieblichen Tätigkeit und der Investitionstätigkeit mehr als aufgehoben wurde. Zudem wirkten sich Währungseffekte in Höhe von 26 Mio. € negativ auf die flüssigen Mittel aus. Die Vorräte des Konzerns lagen mit 2,939 Mrd. € um 16 % über dem Vorjahresniveau. Auf währungsbereinigter Basis erhöhten sich die Vorräte um 25 %. Diese Entwicklung spiegelt die höheren Lagerbestände zur Unterstützung der Umsatzdynamik des Konzerns wider. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen des Konzerns stiegen um 2 % auf 2,517 Mrd. €. Auf währungsbereinigter Basis erhöhten sich die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 11 %. Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte gingen um 61 % auf 272 Mio. € zurück. Diese Entwicklung war hauptsächlich auf niedrigere beizulegende Zeitwerte von Finanzinstrumenten zurückzuführen. Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte lagen mit 531 Mio. € um 11 % über dem Vorjahresniveau. Hauptgrund hierfür waren höhere Vorauszahlungen für Promotion-Verträge.

Die langfristigen Vermögenswerte nahmen zum 31. März 2016 um 4 % auf 5,746 Mrd. € zu. Das Anlagevermögen lag mit 4,842 Mrd. € um 4 % über dem Vorjahresniveau. Zugänge in Höhe von 785 Mio. € waren größtenteils auf eigene Einzelhandelsaktivitäten, Investitionen in die Logistik- und IT-Infrastruktur des Konzerns sowie auf die Akquisition von Runtastic und die Weiterentwicklung der Konzernzentrale in Herzogenaurach zurückzuführen. Den Zugängen standen negative Währungseffekte in Höhe von 204 Mio. €, Abschreibungen in Höhe von 366 Mio. €, Wertminderungen der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 16 Mio. € und Abgänge in Höhe von 25 Mio. € gegenüber. Die sonstigen langfristigen finanziellen Vermögenswerte haben sich mehr als verdoppelt und beliefen sich auf 97 Mio. €. Diese Entwicklung war vor allem auf verbindliche und bedingte Schuldverschreibungen im Zusammenhang mit der Veräußerung des Rockport Geschäftssegments zurückzuführen.

 siehe Grafik 20

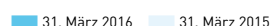
PASSIVA

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten stiegen zum 31. März 2016 um 14 % auf 5,464 Mrd. €. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich um 7 % auf 1,573 Mrd. €. Auf währungsbereinigter Basis nahmen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen infolge der im Vergleich zum Vorjahr gestiegenen Vorräte um 11 % zu. Die kurzfristigen abgegrenzten Schulden nahmen um 21 % auf 1,664 Mrd. € zu. Hauptgründe hierfür waren höhere abgegrenzte Schulden für Kundenrabatte, Marketingaufwendungen und ausstehende Rechnungen. Demgegenüber standen positive Währungseffekte in Höhe von 83 Mio. €. Die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten lagen mit 396 Mio. € um 3 % über dem Vorjahresniveau. Hauptgrund hierfür waren höhere sonstige Steuern.

Die langfristigen Verbindlichkeiten gingen zum 31. März 2016 um 4 % auf 2,288 Mrd. € zurück. Die langfristigen Finanzverbindlichkeiten blieben mit 1,467 Mrd. € im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändert. Die

20 BILANZSTRUKTUR¹ IN % DER BILANZSUMME

	31. März 2016	31. März 2015
Aktiva (in Mio. €)	13.415	13.415
Flüssige Mittel	9,9 %	10,2 %
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	18,8 %	18,3 %
Vorräte	21,9 %	18,9 %
Anlagevermögen	36,1 %	34,8 %
Sonstige Vermögenswerte	13,3 %	17,7 %



Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

¹ Für absolute Zahlen siehe Konzernbilanz der adidas AG, S. 22.

sonstigen langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten haben sich hauptsächlich infolge der Earn-Out-Komponenten für Runtastic mehr als verdoppelt und beliefen sich auf 32 Mio. €.

Das auf Anteilseigner entfallende Kapital verringerte sich zum 31. März 2016 um 9 % auf 5,679 Mrd. €. Der in den letzten zwölf Monaten erwirtschaftete Gewinn wurde durch negative Währungseffekte in Höhe von 527 Mio. €, den Rückkauf eigener Aktien in Höhe von 220 Mio. € und die für das Geschäftsjahr 2014 ausgezahlte Dividende in Höhe von 303 Mio. € sowie durch niedrigere Hedging-Rücklagen in Höhe von 309 Mio. € mehr als aufgehoben. Die Eigenkapitalquote des Konzerns verringerte sich auf 42,3 %.

■ siehe Grafik 21

OPERATIVES KURZFRISTIGES BETRIEBSKAPITAL

Das operative kurzfristige Betriebskapital erhöhte sich zum 31. März 2016 um 10 % auf 3,883 Mrd. €. Das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz aus den fortgeführten Geschäftsbereichen verringerte sich um 1,7 Prozentpunkte auf 20,2 %. Darin spiegeln sich das deutliche Umsatzwachstum in den letzten zwölf Monaten sowie der kontinuierliche Fokus des Konzerns auf das strikte Management des kurzfristigen Betriebskapitals wider.

■ siehe Grafik 22

LIQUIDITÄTSANALYSE

Im ersten Quartal 2016 stieg der Nettomittelabfluss aus der betrieblichen Tätigkeit auf 266 Mio. €. Der höhere Gewinn vor Steuern sowie niedrigere Ertragsteuern wurden durch einen höheren Bedarf an operativem kurzfristigem Betriebskapital mehr als aufgehoben. Der Nettomittelabfluss aus der Investitionstätigkeit verringerte sich auf 54 Mio. €. Der Großteil der Investitionstätigkeit im ersten Quartal 2016 bezog sich auf Ausgaben für Sachanlagen wie z. B. Investitionen in die Einrichtung und Ausstattung eigener Einzelhandelsgeschäfte sowie Investitionen in IT-Systeme. Der Nettomittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit belief sich auf insgesamt 309 Mio. € und war vor allem der Aufnahme kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten zuzuschreiben. Währungseffekte in Höhe von 26 Mio. € wirkten sich negativ auf den Finanzmittelbestand des Konzerns aus. Insgesamt führten diese Entwicklungen zu einem Rückgang der flüssigen Mittel um 37 Mio. € auf 1,328 Mrd. €.

Die Nettofinanzverbindlichkeiten beliefen sich zum 31. März 2016 auf 809 Mio. €. Dies entspricht einem Anstieg in Höhe von 267 Mio. € gegenüber dem Vorjahreswert. Hauptgrund hierfür war die Verwendung flüssiger Mittel für die Anschaffung von Anlagevermögen, die Akquisition von Runtastic und das Aktienrückkaufprogramm. Das Verhältnis von Nettofinanzverbindlichkeiten zu EBITDA belief sich auf 0,5 und lag damit unterhalb des mittelfristigen Zielkorridors des Konzerns von unter 2.

■ siehe Grafik 22

21 BILANZSTRUKTUR¹ IN % DER BILANZSUMME

	31. März 2016	31. März 2015
Passiva (in Mio. €)	13.415	13.415
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	5,0 %	3,4 %
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	11,7 %	11,0 %
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	10,9 %	10,9 %
Sonstige Verbindlichkeiten	30,1 %	28,0 %
Gesamtes Eigenkapital	42,2 %	46,7 %

■ 31. März 2016 ■ 31. März 2015

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

¹ Für absolute Zahlen siehe Konzernbilanz der adidas AG, S. 23.

22 NETTOFINANZVERBINDLICHKEITEN¹ IN MIO. €

2016	809
2015	542
2014	254

¹ Zum 31. März.

23 DURCHSCHNITTLICHES OPERATIVES KURZFRISTIGES BETRIEBSKAPITAL^{1,2} IN % DER UMSATZERLÖSE

2016	20,2
2015	21,9
2014	21,6

¹ Zum 31. März.

² Aufgrund der Veräußerung des Rockport Geschäfts spiegeln die Zahlen die fortgeführten Geschäftsbereiche wider.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG NACH SEGMENTEN

WESTEUROPA

In Westeuropa nahm der Umsatz, infolge deutlich zweistelliger Zuwächse sowohl bei adidas als auch bei Reebok, währungsbereinigt um 25 % zu. In Euro stieg der Umsatz um 24 % auf 1,414 Mrd. €. Der Umsatz von adidas lag auf währungsbereinigter Basis um 26 % über dem Vorjahresniveau. Verantwortlich hierfür war primär ein deutlich zweistelliges Umsatzplus in der Kategorie Fußball sowie bei adidas Originals und adidas neo. Zudem trugen ein Umsatzanstieg im hohen einstelligen Bereich in der Kategorie Running sowie Wachstum im mittleren einstelligen Bereich in der Kategorie Training zu dieser Entwicklung bei. Der Umsatz von Reebok stieg währungsbereinigt um 15 %. Diese Entwicklung war vor allem zweistelligen Umsatzzuwächsen bei Classics sowie Steigerungen im mittleren einstelligen Bereich in den Kategorien Training und Running zuzuschreiben. Nach Märkten betrachtet trugen in erster Linie Großbritannien, Deutschland, Italien, Frankreich und Polen, die alle zweistellige Zuwächse erreichten, zu diesem Wachstum bei.

 siehe Tabelle 24

24 WESTEUROPA IM ÜBERBLICK IN MIO. €

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Umsatzerlöse	1.414	1.143	24 %	25 %
adidas	1.294	1.038	25 %	26 %
Reebok	121	105	14 %	15 %
Bruttoergebnis	651	550	18 %	–
Bruttomarge	46,1 %	48,1 %	–2,0 PP	–
Segmentbetriebsergebnis	313	280	12 %	–
Operative Marge des Segments	22,2 %	24,5 %	–2,3 PP	–

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Die Bruttomarge in Westeuropa verringerte sich um 2,0 Prozentpunkte auf 46,1 %. Der starke negative Effekt ungünstiger Währungsentwicklungen wurde durch die positiven Effekte eines günstigeren Preis- und Produktmix sowie niedrigerer Beschaffungskosten weitgehend kompensiert. Die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit lagen mit 338 Mio. € um 25 % über dem Vorjahresniveau. Diese Entwicklung spiegelt deutlich höhere Aufwendungen für Point-of-Sale- und Marketinginvestitionen sowie gestiegene Vertriebsaufwendungen wider. Die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich um 0,3 Prozentpunkte auf 23,9 %. Die operative Marge ging um 2,3 Prozentpunkte auf 22,2 % zurück. Gründe hierfür waren die niedrigere Bruttomarge sowie der negative Effekt höherer Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz.

 siehe Tabelle 24

NORDAMERIKA

In Nordamerika nahm der Umsatz, infolge deutlich zweistelliger Zuwächse bei adidas, währungsbereinigt um 22 % zu. In Euro stieg der Umsatz um 23 % auf 728 Mio. €. Der währungsbereinigte Umsatz von adidas erhöhte sich um 31 %. Hauptgründe hierfür waren zweistellige Zuwächse in den Kategorien Running, Training und US Sports sowie bei adidas Originals. Zuwächse im hohen einstelligen Bereich in

25 NORDAMERIKA IM ÜBERBLICK IN MIO. €

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Umsatzerlöse	728	591	23 %	22 %
adidas	621	470	32 %	31 %
Reebok	106	121	–12 %	–13 %
Bruttoergebnis	274	215	27 %	–
Bruttomarge	37,7 %	36,4 %	1,2 PP	–
Segmentbetriebsergebnis	19	–9	326 %	–
Operative Marge des Segments	2,7 %	–1,5 %	4,1 PP	–

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

der Kategorie Fußball sowie deutliches Wachstum bei adidas neo, wo sich der Umsatz mehr als verdoppelte, trugen ebenfalls zu dieser Entwicklung bei. Der Umsatz von Reebok ging währungsbereinigt um 13% zurück, da das Umsatzwachstum bei Classics im mittleren einstelligen Bereich durch Rückgänge in der Kategorie Training mehr als aufgehoben wurde.

 siehe Tabelle 25

Die Bruttomarge in Nordamerika verbesserte sich um 1,2 Prozentpunkte auf 37,7%, da negative Währungseffekte durch die positiven Effekte eines günstigeren Produkt- und Vertriebskanalmix sowie niedrigerer Beschaffungskosten mehr als ausgeglichen wurden. Die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit stiegen um 15% auf 266 Mio. € infolge deutlich höherer Point-of-Sale-Investitionen sowie gestiegener Vertriebsaufwendungen. Die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz gingen um 2,7 Prozentpunkte auf 36,6% zurück. Aufgrund der verbesserten Bruttomarge sowie des positiven Effekts niedrigerer Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz stieg die operative Marge um 4,1 Prozentpunkte auf 2,7%.

 siehe Tabelle 25

CHINA

In China nahm der Umsatz, infolge deutlich zweistelliger Zuwächse sowohl bei adidas als auch bei Reebok, währungsbereinigt um 30% zu. In Euro legte der Umsatz um 28% zu und erreichte 762 Mio. €. Der währungsbereinigte Umsatz von adidas wuchs um 30%. Diese Entwicklung war dem deutlich zweistelligen Umsatzwachstum in den Kategorien Training, Running und Fußball sowie bei adidas Originals und adidas neo zuzuschreiben. Der währungsbereinigte Umsatz von Reebok erhöhte sich um 22%. Verantwortlich hierfür waren primär zweistellige Zuwächse in den Kategorien Running und Training sowie bei Classics.

 siehe Tabelle 26

26 CHINA IM ÜBERBLICK IN MIO. €

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Umsatzerlöse	762	597	28%	30%
adidas	746	583	28%	30%
Reebok	17	14	22%	22%
Bruttoergebnis	436	334	31%	-
Bruttomarge	57,2%	55,9%	1,3 PP	-
Segmentbetriebsergebnis	298	218	36%	-
Operative Marge des Segments	39,1%	36,5%	2,5 PP	-

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Die Bruttomarge in China verbesserte sich um 1,3 Prozentpunkte auf 57,2%. Darin spiegeln sich die positiven Effekte niedrigerer Beschaffungskosten sowie eines günstigeren Preis-, Produkt- und Vertriebskanalmix wider, die zum Teil durch negative Währungseffekte aufgehoben wurden. Die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit lagen mit 138 Mio. € um 20% über dem Vorjahresniveau. Diese Entwicklung reflektiert höhere Aufwendungen für Point-of-Sale- und Marketinginvestitionen sowie gestiegene Vertriebsaufwendungen. Die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz gingen um 1,2 Prozentpunkte auf 18,1% zurück. Aufgrund der verbesserten Bruttomarge sowie des positiven Effekts niedrigerer Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz stieg die operative Marge um 2,5 Prozentpunkte auf 39,1%.

 siehe Tabelle 26

RUSSLAND/GUS

In Russland/GUS nahm der währungsbereinigte Umsatz um 2% zu. Diese Entwicklung war Umsatzsteigerungen bei Reebok im mittleren einstelligen Bereich sowie Zuwächsen bei adidas im niedrigen einstelligen Bereich zuzuschreiben. In Euro verringerte sich der Umsatz um 15% auf 138 Mio. €. Der Umsatz von adidas nahm auf währungsbereinigter Basis um 1% zu. Ausschlaggebend hierfür war das zweistellige Umsatzwachstum in der Kategorie Running. Zuwächse im hohen einstelligen Bereich in der Kategorie Fußball sowie bei adidas Originals trugen ebenfalls zu dieser Entwicklung bei. Der Umsatz von Reebok stieg, aufgrund zweistelliger Zuwächse in den Kategorien Training und Running, auf währungsbereinigter Basis um 4%.

 siehe Tabelle 27

27 RUSSLAND/GUS IM ÜBERBLICK IN MIO. €

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Umsatzerlöse	138	162	- 15 %	2 %
adidas	106	125	- 16 %	1 %
Reebok	32	37	- 13 %	4 %
Bruttoergebnis	80	83	- 4 %	-
Bruttomarge	57,7 %	51,3 %	6,4 PP	-
Segmentbetriebsergebnis	14	2	452 %	-
Operative Marge des Segments	9,9 %	1,5 %	8,4 PP	-

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Die Bruttomarge in Russland/GUS verbesserte sich um 6,4 Prozentpunkte auf 57,7 %. Starke negative Währungseffekte wurden durch den positiven Effekt eines deutlich günstigeren Preismix mehr als kompensiert. Die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit lagen mit 66 Mio. € um 18 % unter dem Vorjahresniveau. Dies war vor allem auf niedrigere Vertriebsaufwendungen zurückzuführen. Die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich um 2,0 Prozentpunkte auf 47,8 %. Aufgrund der verbesserten Bruttomarge sowie des positiven Effekts niedrigerer Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz stieg die operative Marge um 8,4 Prozentpunkte auf 9,9 %.

 siehe Tabelle 27

LATEINAMERIKA

In Lateinamerika nahm der Umsatz, infolge deutlich zweistelliger Zuwächse bei adidas, währungsbereinigt um 19 % zu. In Euro verringerte sich der Umsatz um 7 % auf 394 Mio. €. Der währungsbereinigte Umsatz von adidas wuchs um 23 %. Diese Entwicklung war primär auf zweistellige Umsatzsteigerungen in den Kategorien Fußball, Training und Running sowie bei adidas Originals und adidas neo zurückzuführen. Der Umsatz von Reebok ging währungsbereinigt um 8 % zurück, da das zweistellige Umsatzwachstum bei Classics durch Rückgänge in der Kategorie Running mehr als aufgehoben wurde. Nach Märkten betrachtet trugen in erster Linie Argentinien, Mexiko, Chile und Brasilien, die alle zweistellige Zuwächse erreichten, zu diesem Wachstum bei.

 siehe Tabelle 28

28 LATEINAMERIKA IM ÜBERBLICK IN MIO. €

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Umsatzerlöse	394	423	- 7 %	19 %
adidas	350	361	- 3 %	23 %
Reebok	44	61	- 28 %	- 8 %
Bruttoergebnis	178	179	- 1 %	-
Bruttomarge	45,2 %	42,4 %	2,8 PP	-
Segmentbetriebsergebnis	56	58	- 4 %	-
Operative Marge des Segments	14,1 %	13,7 %	0,4 PP	-

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Die Bruttomarge in Lateinamerika verbesserte sich um 2,8 Prozentpunkte auf 45,2 %. Dieser Anstieg war in erster Linie den positiven Effekten eines günstigeren Preis-, Produkt- und Vertriebskanalmix zuzuschreiben, die zum Teil durch negative Währungseffekte aufgehoben wurden. Die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit blieben mit 122 Mio. € nahezu unverändert bzw. stiegen im Verhältnis zum Umsatz um 2,4 Prozentpunkte auf 31,1 %. Die operative Marge verbesserte sich aufgrund der höheren Bruttomarge um 0,4 Prozentpunkte auf 14,1 %.

 siehe Tabelle 28

JAPAN

In Japan legte der Umsatz, infolge deutlich zweistelliger Zuwächse sowohl bei adidas als auch bei Reebok, währungsbereinigt um 44 % zu. In Euro stieg der Umsatz um 53 % auf 236 Mio. €. Der Umsatz von adidas lag auf währungsbereinigter Basis um 41 % über dem Vorjahresniveau. Verantwortlich hierfür waren primär zweistellige Umsatzzuwächse in den Kategorien Training, Running und Fußball sowie bei adidas Originals und adidas neo. Der Umsatz von Reebok erhöhte sich, unterstützt durch deutlich zweistellige Zuwächse in den Kategorien Training und Running sowie bei Classics, auf währungsbereinigter Basis um 86 %.

 siehe Tabelle 29

29 JAPAN IM ÜBERBLICK IN MIO. €

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Umsatzerlöse	236	155	53 %	44 %
adidas	212	143	49 %	41 %
Reebok	24	12	97 %	86 %
Bruttoergebnis	116	73	58 %	-
Bruttomarge	49,0 %	47,3 %	1,8 PP	-
Segmentbetriebsergebnis	50	24	111 %	-
Operative Marge des Segments	21,2 %	15,3 %	5,9 PP	-

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Die Bruttomarge in Japan verbesserte sich um 1,8 Prozentpunkte auf 49,0 %, da die positiven Effekte eines günstigeren Preis- und Produktmix die erheblichen Auswirkungen negativer Währungsschwankungen mehr als kompensieren konnten. Die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit nahmen, vor allem aufgrund höherer Vertriebsaufwendungen, um 31 % auf 70 Mio. € zu. Die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz gingen um 4,8 Prozentpunkte auf 29,4 % zurück. Aufgrund der verbesserten Bruttomarge sowie des positiven Effekts niedrigerer Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz stieg die operative Marge um 5,9 Prozentpunkte auf 21,2 %.

 siehe Tabelle 29

MEAA

In MEAA (Mittlerer Osten, Afrika und andere asiatische Märkte) stieg der Umsatz, infolge zweistelliger Zuwächse sowohl bei adidas als auch bei Reebok, währungsbereinigt um 17 %. In Euro erhöhte sich der Umsatz um 10 % auf 701 Mio. €. Der Umsatz von adidas lag auf währungsbereinigter Basis um 16 % über dem Vorjahresniveau. Verantwortlich hierfür waren zweistellige Umsatzsteigerungen in den Kategorien Training, Running und Fußball sowie bei adidas Originals und adidas neo. Der währungsbereinigte Umsatz von Reebok erhöhte sich um 24 %. Hauptgründe hierfür waren zweistellige Zuwächse in der Kategorie Training sowie bei Classics. Die Kategorie Running, die Zuwächse im mittleren einstelligen Bereich verzeichnete, trug ebenfalls zu dieser Entwicklung bei. Nach Märkten betrachtet war dieses Wachstum vor allem auf die Umsatzsteigerung im hohen einstelligen Bereich in Südkorea sowie auf zweistellige Zuwächse in Australien, den Vereinigten Arabischen Emiraten und der Türkei zurückzuführen.

 siehe Tabelle 30

30 MEAA IM ÜBERBLICK IN MIO. €

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Umsatzerlöse	701	635	10 %	17 %
adidas	630	575	9 %	16 %
Reebok	71	60	18 %	24 %
Bruttoergebnis	356	335	6 %	-
Bruttomarge	50,7 %	52,7 %	-2,0 PP	-
Segmentbetriebsergebnis	214	201	7 %	-
Operative Marge des Segments	30,6 %	31,6 %	-1,0 PP	-

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

Die Bruttomarge in MEAA verringerte sich um 2,0 Prozentpunkte auf 50,7%, da die positiven Effekte eines günstigeren Preismix und niedrigerer Beschaffungskosten durch negative Währungseffekte mehr als aufgehoben wurden. Die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit nahmen, vor allem aufgrund höherer Vertriebsaufwendungen, um 5 % auf 142 Mio. € zu. Im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit um 0,9 Prozentpunkte auf 20,2%. Die operative Marge lag mit 30,6 % um 1,0 Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert. Der positive Effekt niedrigerer Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz wurde durch die niedrigere Bruttomarge mehr als aufgehoben.

 siehe Tabelle 30

ANDERE GESCHÄFTSSEGMENTE

Der Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten stieg auf währungsbereinigter Basis um 6 %. Zweistellige Zuwächse in den Anderen zentral geführten Geschäftsbereichen wurden zum Teil durch Umsatzrückgänge bei TaylorMade-adidas Golf und Reebok-CCM Hockey aufgehoben. In Euro stieg der Umsatz in den Anderen Geschäftssegmenten um 5 % auf 396 Mio. €. Der Umsatz von TaylorMade-adidas Golf verringerte sich währungsbereinigt um 1 %, da Umsatzwachstum bei TaylorMade und adidas Golf von Rückgängen bei Ashworth und Adams mehr als aufgehoben wurde. Der währungsbereinigte Umsatz von Reebok-CCM Hockey verringerte sich um 2 %. Hier wurde das Umsatzwachstum in wichtigen Kategorien wie Schläger und Schutzausrüstung durch Rückgänge bei Lizenzbekleidung und im Bereich Equipment mehr als aufgehoben. In den Anderen zentral geführten Geschäftsbereichen stieg der Umsatz, aufgrund deutlich zweistelliger Zuwächse bei fast allen Submarken, insbesondere Y-3, währungsbereinigt um 35 %.

 siehe Tabelle 31

31 ANDERE GESCHÄFTSSEGMENTE IM ÜBERBLICK¹ IN MIO. €

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015	Veränderung	Veränderung (währungsneutral)
Umsatzerlöse	396	377	5 %	6 %
TaylorMade-adidas Golf	275	280	- 2 %	- 1 %
Reebok-CCM Hockey	38	39	- 3 %	- 2 %
Andere zentral geführte Geschäftsbereiche	78	58	35 %	35 %
Bruttoergebnis	146	141	4 %	-
Bruttomarge	36,9 %	37,5 %	- 0,5 PP	-
Segmentbetriebsergebnis	- 1	- 5	85 %	-
Operative Marge des Segments	- 0,2 %	- 1,4 %	1,2 PP	-

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

¹ Aufgrund der Veräußerung des Rockport Geschäfts spiegeln die Zahlen die fortgeführten Geschäftsbereiche wider.

Die Bruttomarge in den Anderen Geschäftssegmenten ging um 0,5 Prozentpunkte auf 36,9 % zurück. Verantwortlich hierfür waren vor allem niedrigere Produktmargen bei TaylorMade-adidas Golf. Die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit blieben mit 149 Mio. € stabil. Im Verhältnis zum Umsatz verringerten sich die Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit um 1,9 Prozentpunkte auf 37,6 %. Die Anderen Geschäftssegmente verzeichneten im ersten Quartal 2016 einen Verlust aus der betrieblichen Tätigkeit in Höhe von 1 Mio. €. Dies führte zu einer negativen operativen Marge von 0,2 %, was einer Verbesserung gegenüber dem Vorjahr um 1,2 Prozentpunkte entspricht, da der Rückgang der Bruttomarge durch den positiven Effekt niedrigerer Aufwendungen aus der betrieblichen Tätigkeit im Verhältnis zum Umsatz mehr als kompensiert wurde.

 siehe Tabelle 31

NACHTRAG UND AUSBLICK

NACHTRAG

KEINE VERÄNDERUNGEN SEIT QUARTALSENDE

Seit Ende des ersten Quartals 2016 gab es keine signifikanten organisatorischen, gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, gesellschaftsrechtlichen oder finanzierungstechnischen Änderungen sowie keine Veränderungen im Management, die sich nach unseren Erwartungen maßgeblich auf unser Geschäft auswirken könnten.

AUSBLICK¹

WACHSTUM DER WELTWIRTSCHAFT IM JAHR 2016

Für das Jahr 2016 wird ein moderater Anstieg des globalen BIP um 3,2% prognostiziert. Nichtsdestotrotz belasten Sorgen um eine potenziell rückläufige Nachfrage, infolge eines verlangsamten Wirtschaftswachstums in China und anhaltender geopolitischer Unsicherheiten in einigen Ländern, die Wachstumsaussichten der Weltwirtschaft. Für die wichtigsten Industrieländer wird eine Konjunkturbeschleunigung prognostiziert, die durch eine lockere Geldpolitik, niedrigere Öl- und Energiepreise, welche die Binnennachfrage stärken, sowie Verbesserungen auf dem Arbeitsmarkt gestützt wird. Infolgedessen wird für die entwickelten Länder ein BIP-Wachstum von 2,0% erwartet. Auch die Schwellenländer werden im Jahr 2016 den Erwartungen zufolge wieder maßgeblich zur weltweiten Konjunkturerweiterung beitragen, deren Wachstumsrate dürfte jedoch im Vergleich zum Jahr 2015 nur moderat ausfallen. Es wird erwartet, dass die Schwellenländer insbesondere von der zunehmenden Erholung der einkommensstarken Volkswirtschaften sowie der Stabilisierung der Rohstoffpreise profitieren werden. Allerdings werden den Prognosen zufolge Risiken aufgrund der verminderten Kapitalzuflüsse und des anhaltenden Währungsdrucks das ganze Jahr hindurch bestehen bleiben.

WEITERES WACHSTUM DER SPORTARTIKELBRANCHE IM JAHR 2016

Unter der Annahme, dass es zu keinen wesentlichen wirtschaftlichen Rückschlägen kommt, gehen wir im Jahr 2016 von einem Wachstum der weltweiten Sportartikelindustrie aus. Die Konsumausgaben für Sportartikel dürften in den Schwellenländern stärker steigen als in den reiferen Märkten. Deutliche Lohnsteigerungen und zunehmender Inlandskonsum in vielen Schwellenländern werden den Prognosen zufolge den Umsatz in der Sportartikelbranche das ganze Jahr hindurch beflügeln. Darüber hinaus wird die zunehmende sportliche Betätigung in Märkten wie China aller Voraussicht nach die Nachfrage nach Sportbekleidung weiter ankurbeln. Für die Sportartikelbranche in den entwickelten Volkswirtschaften wird mit einer moderaten Expansion gerechnet. Hier werden Lohnsteigerungen die Konsumbereitschaft unterstützen und das Wachstum fördern. Die Branche dürfte von den großen Sportereignissen des Jahres 2016 wie den Olympischen Spielen in Brasilien, der Fußball-Europameisterschaft in Frankreich sowie der Copa America, die zum allerersten Mal in den USA ausgetragen wird, profitieren. Zudem wird sich den Prognosen zufolge der Sportmodetrend („Athleisure“) fortsetzen und die Dynamik der Sportartikelbranche insgesamt unterstützen. Viele Sportartikelhändler werden weiter zu einem Omni-Channel-Geschäftsmodell mit einem verstärkten Fokus auf den Mobilbereich übergehen. Des Weiteren werden E-Commerce und Investitionen in digitale Initiativen voraussichtlich wichtige Wachstumsbereiche für die Branche bleiben.

ADIDAS KONZERN ERHÖHT PROGNOSE FÜR DAS GESAMTJAHR 2016

Angesichts der starken Markendynamik konnte der Konzern besser als erwartete Ergebnisse für das erste Quartal erzielen und hat daher seine Prognose für das Geschäftsjahr 2016 erhöht. Wir erwarten nun, dass der Konzernumsatz im Jahr 2016 währungsbereinigt um etwa 15% wachsen wird (bisherige Prognose: Anstieg zwischen 10% und 12%). Steigende Konsumausgaben für Sportartikel werden die Umsatzentwicklung des Konzerns positiv beeinflussen. Unterstützt wird diese Entwicklung durch den anhaltend robusten Sportmodetrend, das erhöhte Gesundheitsbewusstsein und die vermehrte sportliche Betätigung in den meisten Regionen. Darüber hinaus werden sich die sportlichen Großereignisse dieses Jahres positiv auf den Konzernumsatz auswirken. Nach Märkten betrachtet rechnen wir mit zweistelligem Umsatzwachstum in allen Regionen mit Ausnahme von Russland/GUS.

Der erwartete Kostenanstieg für die Beschaffungsaktivitäten des Konzerns in asiatischen Ländern aufgrund der weniger günstigen US-Dollar-Hedging-Kurse und der steigenden Lohnkosten wird die Entwicklung der Bruttomarge im Jahr 2016 voraussichtlich belasten. Positive Effekte, resultierend aus einem besseren

¹ Dieser Lagebericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf der aktuellen Prognose des Managements zur künftigen Entwicklung des adidas Konzerns beruhen. Der Ausblick basiert auf Einschätzungen, die wir anhand aller uns zum jetzigen Zeitpunkt verfügbaren Informationen getroffen haben. Diese Aussagen unterliegen zudem Risiken und Unsicherheiten – wie im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2015 (S. 156–174) beschrieben –, die außerhalb der Kontrollmöglichkeiten des adidas Konzerns liegen. Sollten die dem Ausblick zugrunde liegenden Annahmen nicht zutreffend sein oder die beschriebenen Risiken oder Chancen eintreten, können die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen (sowohl negativ als auch positiv) deutlich von den in diesem Ausblick getroffenen Aussagen abweichen. Der adidas Konzern übernimmt keine Verpflichtung, außerhalb der gesetzlich vorgeschriebenen Veröffentlichungsvorschriften die in diesem Lagebericht enthaltenen zukunftsbezogenen Aussagen zu aktualisieren.

Preis- und Produktmix und einer günstigeren regionalen Umsatzverteilung bei adidas und Reebok sowie einem verbesserten Vertriebskanalmix auf Konzernebene, vor allem infolge des weiteren Ausbaus der Aktivitäten rund um selbst kontrollierte Verkaufsflächen, dürften dies jedoch größtenteils kompensieren. Höhere Produktmargen bei TaylorMade-adidas Golf im Vergleich zum Vorjahr werden unseren Prognosen zufolge ebenfalls dazu beitragen, den Rückgang der Bruttomarge insgesamt zu begrenzen. Infolgedessen gehen wir davon aus, dass die Bruttomarge gegenüber dem Vorjahreswert von 48,3% um maximal 50 Basispunkte zurückgehen wird (bisherige Prognose: Rückgang zwischen 50 und 100 Basispunkten).

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz werden den Prognosen des Konzerns zufolge zurückgehen (2015: 43,1%). Aufgrund des höher als erwarteten Umsatzzuwachses gehen wir davon aus, dass die Aufwendungen für Point-of-Sale- und Marketinginvestitionen im Verhältnis zum Umsatz geringfügig unter dem Vorjahreswert von 13,9% liegen werden (bisherige Prognose: in etwa auf Vorjahresniveau). Unseren Erwartungen zufolge werden die Betriebsgemeinkosten im Verhältnis zum Umsatz ebenfalls unter dem Vorjahresniveau liegen (2015: 29,2%). Wir gehen davon aus, dass die operative Marge des Konzerns ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte gegenüber dem Vorjahreswert von 6,5% um bis zu 50 Basispunkte auf einen Wert zwischen 6,6% und 7,0% steigen wird (bisherige Prognose: mindestens stabil). Der prognostizierte Rückgang der Bruttomarge wird durch niedrigere sonstige betriebliche Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz mehr als kompensiert werden.

Aufgrund der erhöhten Prognose für Umsatz und operative Marge rechnet der Konzern nun damit, dass der Gewinn aus den fortgeführten Geschäftsbereichen ohne Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte gegenüber dem Vorjahreswert von 720 Mio. € zwischen 15% und 18% steigen wird (bisherige Prognose: Anstieg zwischen 10% und 12%).

EINSCHÄTZUNG DES MANAGEMENTS ZU GESAMTRISIKEN UND CHANCEN

Das Management aggregiert alle Risiken, die von den Geschäftseinheiten und -bereichen berichtet werden. Unter Berücksichtigung der jeweiligen Eintrittswahrscheinlichkeit und der potenziellen finanziellen Auswirkungen der im Geschäftsbericht 2015 erläuterten Risiken und vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Geschäftsaussichten erwartet das Konzernmanagement keine substantielle Gefährdung der Unternehmensfortführung. Das Management ist nach wie vor zuversichtlich, dass die Ertragskraft des Konzerns eine solide Grundlage für unsere künftige Geschäftsentwicklung bildet und die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stellt, um Chancen, die sich unserem Konzern bieten, zu nutzen. Insgesamt bleibt das Risiko- und Chancenprofil des Konzerns unverändert gegenüber der Einschätzung im Geschäftsbericht 2015.

32 ADIDAS KONZERN AUSBLICK FÜR 2016

Währungsbereinigte Umsatzentwicklung (in %):	Bisherige Prognose¹	
adidas Konzern	Anstieg um etwa 15%	Anstieg zwischen 10% und 12%
Westeuropa ²	Anstieg im zweistelligen Bereich	
Nordamerika ²	Anstieg im zweistelligen Bereich	
China ²	Anstieg im zweistelligen Bereich	
Russland/GUS ²	in etwa auf Vorjahresniveau	
Lateinamerika ²	Anstieg im zweistelligen Bereich	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich
Japan ²	Anstieg im zweistelligen Bereich	Anstieg im hohen einstelligen Bereich
MEAA ²	Anstieg im zweistelligen Bereich	Anstieg im hohen einstelligen Bereich
Andere Geschäftssegmente	unter dem Vorjahresniveau	
TaylorMade-adidas Golf	unter dem Vorjahresniveau	
Reebok-CCM Hockey	Anstieg im mittleren einstelligen Bereich	
Bruttomarge	47,8% bis 48,3%	47,3% bis 47,8%
Sonstige betriebliche Aufwendungen in % der Umsatzerlöse	Rückgang gegenüber Vorjahr	
Operative Marge	6,6% bis 7,0%	mindestens stabil gegenüber Vorjahr
Konzerngewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	Anstieg in Höhe von 15% bis 18%	Anstieg in Höhe von 10% bis 12% auf etwa 800 Mio. €
Durchschnittliches operatives kurzfristiges Betriebskapital in % der Umsatzerlöse	in etwa auf Vorjahresniveau	
Investitionen	rund 750 Mio. €	
Anzahl der Shops	Nettoanstieg um rund 100 Shops	
Bruttofinanzverbindlichkeiten	moderater Rückgang	

¹ Wie am 3. März 2016 veröffentlicht.

² Zusammengefasste Umsatzerlöse von adidas und Reebok.

KONZERNBILANZ

KONZERNBILANZ (IFRS) DER ADIDAS AG IN MIO. €

	31. März 2016	31. März 2015	Veränderung in %	31. Dezember 2015
Aktiva				
Flüssige Mittel	1.328	1.373	-3,2	1.365
Kurzfristige Finanzanlagen	5	5	3,0	5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.517	2.456	2,5	2.049
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	272	695	-60,8	367
Vorräte	2.939	2.539	15,7	3.113
Forderungen aus Ertragsteuern	76	84	-9,6	97
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	531	477	11,4	489
Vermögenswerte klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	0	282	-100,0	12
Kurzfristige Aktiva	7.669	7.911	-3,1	7.497
Sachanlagen	1.598	1.523	4,9	1.638
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.364	1.226	11,3	1.392
Markenrechte	1.558	1.616	-3,6	1.628
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	177	166	6,7	188
Langfristige Finanzanlagen	145	138	5,1	140
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	97	47	107,1	99
Latente Steueransprüche	680	680	-0,0	637
Sonstige langfristige Vermögenswerte	126	108	16,6	124
Langfristige Aktiva	5.746	5.504	4,4	5.846
Aktiva	13.415	13.415	-0,0	13.343

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

KONZERNBILANZ (IFRS) DER ADIDAS AG IN MIO. €

	31. März 2016	31. März 2015	Veränderung in %	31. Dezember 2015
Passiva				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	676	456	48,1	366
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.573	1.475	6,7	2.024
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	235	223	5,7	143
Ertragsteuern	446	340	31,2	359
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	474	480	-1,3	456
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	1.664	1.381	20,5	1.684
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	396	384	3,2	331
Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	0	35	-99,7	0
Kurzfristige Passiva	5.464	4.773	14,5	5.364
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1.467	1.464	0,2	1.463
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	32	10	218,0	18
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	274	294	-6,8	273
Latente Steuerschulden	328	457	-28,2	368
Sonstige langfristige Rückstellungen	53	39	36,6	50
Langfristige abgegrenzte Schulden	92	71	30,9	120
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	43	44	-2,6	40
Langfristige Passiva	2.288	2.377	-3,7	2.332
Grundkapital	200	203	-1,5	200
Sonstige Rücklagen	254	1.088	-76,6	592
Gewinnrücklagen	5.224	4.980	4,9	4.874
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	5.679	6.271	-9,4	5.666
Nicht beherrschende Anteile	-16	-6	-154,8	-18
Gesamtes Eigenkapital	5.663	6.265	-9,6	5.648
Passiva	13.415	13.415	-0,0	13.343

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

KONZERN-GEWINN-UND- VERLUST-RECHNUNG

KONZERN-GEWINN-UND-VERLUST-RECHNUNG (IFRS) DER ADIDAS AG IN MIO. €

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015	Veränderung
Umsatzerlöse	4.769	4.083	16,8 %
Umsatzkosten	2.411	2.074	16,2 %
Bruttoergebnis	2.358	2.008	17,4 %
(in % der Umsatzerlöse)	49,4 %	49,2 %	0,3 PP
Lizenz- und Provisionserträge	24	27	- 10,2 %
Sonstige betriebliche Erträge	31	27	15,3 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.924	1.700	13,1 %
(in % der Umsatzerlöse)	40,3 %	41,6 %	- 1,3 PP
Geschäfts- oder Firmenwert Wertminderungsaufwendungen	-	18	- 100,0 %
Betriebsergebnis	490	345	42,3 %
(in % der Umsatzerlöse)	10,3 %	8,4 %	1,8 PP
Finanzerträge	19	16	24,7 %
Finanzaufwendungen	13	16	- 14,8 %
Gewinn vor Steuern	497	345	44,1 %
(in % der Umsatzerlöse)	10,4 %	8,4 %	2,0 PP
Ertragsteuern	146	108	35,3 %
(in % des Gewinns vor Steuern)	29,5 %	31,4 %	- 1,9 PP
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	350	237	48,1 %
(in % der Umsatzerlöse)	7,3 %	5,8 %	1,6 PP
Gewinn/Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	1	- 14	n. a.
Gewinn	351	223	57,8 %
(in % der Umsatzerlöse)	7,4 %	5,5 %	1,9 PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	351	221	58,8 %
(in % der Umsatzerlöse)	7,4 %	5,4 %	1,9 PP
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn	0	2	- 76,6 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	1,75	1,15	51,9 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	1,71	1,15	48,5 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	1,75	1,08	62,0 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	1,71	1,08	58,2 %

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

KONZERNGESAMTERGEBNIS- RECHNUNG

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG (IFRS) DER ADIDAS AG IN MIO. €

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015
Gewinn nach Steuern	351	223
Posten des sonstigen Ergebnisses, die anschließend nicht in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden		
Neubewertungen aus leistungsorientierten Pensionszusagen (IAS 19), netto nach Steuern ¹	1	-2
Summe der Posten des sonstigen Ergebnisses, die anschließend nicht in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden	1	-2
Posten des sonstigen Ergebnisses, die in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden, sofern bestimmte Bedingungen erfüllt sind		
Nettoverlust/-gewinn aus der Absicherung von Cashflow, netto nach Steuern	-158	35
Währungsumrechnungsdifferenzen	-180	473
Summe der Posten des sonstigen Ergebnisses, die in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden, sofern bestimmte Bedingungen erfüllt sind	-337	508
Sonstiges Ergebnis	-336	506
Gesamtergebnis	15	728
Auf Anteilseigner der adidas AG entfallend	13	728
Auf nicht beherrschende Anteile entfallend	2	0

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

¹ Beinhaltet versicherungsmathematische Gewinne und Verluste der leistungsorientierten Verpflichtungen, den nicht im Zinsertrag erfassten Ertrag des Planvermögens sowie den Effekt aus Vermögenswertlimitierung.

KONZERNEIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

KONZERNEIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG (IFRS) DER ADIDAS AG IN MIO. €

	Grundkapital	Kapital- rücklage	Kumulierte Währungs- umrechnungs- differenzen	Hedging- Rücklage	Übrige Rücklagen ¹	Gewinnrück- lagen	Auf Anteils- eigner entfallendes Kapital	Nicht beherr- schende Anteile	Gesamtes Eigenkapital
31. Dezember 2014	204	777	- 257	176	- 117	4.839	5.624	- 7	5.618
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			475	35	- 2		507	- 1	506
Gewinn						221	221	2	223
Gesamtergebnis			475	35	- 2	221	728	0	728
Rückerwerb eigener Aktien	- 1					- 80	- 81		- 81
31. März 2015	203	777	218	211	- 119	4.980	6.271	- 6	6.265
31. Dezember 2015	200	777	- 123	59	- 122	4.874	5.666	- 18	5.648
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			- 181	- 158	1		- 337	1	- 336
Gewinn						351	351	0	351
Gesamtergebnis			- 181	- 158	1	351	13	2	15
31. März 2016	200	777	- 304	- 98	- 121	5.224	5.679	- 16	5.663

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

¹ Rücklagen für Neubewertungen aus leistungsorientierten Pensionszusagen (IAS 19), Aktienoptionspläne und den Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen.

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG (IFRS) DER ADIDAS AG IN MIO. €

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015
Betriebliche Tätigkeit:		
Gewinn vor Steuern	497	345
Anpassungen für:		
Abschreibungen und Wertminderungsaufwendungen	86	96
Wertaufholungen	-0	-1
Unrealisierte Währungsverluste, netto	7	14
Zinserträge	-6	-5
Zinsaufwendungen	13	16
Gewinne/Verluste aus Sachanlagenabgang, netto	-0	2
Betriebliches Ergebnis vor Änderungen im Nettoumlaufvermögen	597	466
Zunahme der Forderungen und der sonstigen Vermögenswerte	-560	-527
Abnahme der Vorräte	139	96
Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und der sonstigen Verbindlichkeiten	-358	-192
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit vor Zinsen und Steuern	-181	-157
Zinszahlungen	-9	-11
Zahlungen für Ertragsteuern	-76	-89
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit – fortgeführte Geschäftsbereiche	-266	-256
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit – aufgegebenen Geschäftsbereiche	-0	-4
Mittelabfluss aus betrieblicher Tätigkeit	-266	-260
Investitionstätigkeit:		
Erwerb von Markenrechten und sonstigen immateriellen Vermögenswerten	-7	-4
Erlöse aus dem Abgang von Markenrechten und sonstigen immateriellen Vermögenswerten	0	0
Erwerb von Sachanlagen	-60	-49
Erlöse aus dem Abgang von Vermögenswerten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	14	-
Erlöse aus dem Abgang von Sachanlagen	3	0
Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Geschäftseinheiten abzüglich erworbener flüssiger Mittel	-	-7
Erwerb von kurzfristigen Finanzanlagen	-0	-0
Erwerb von Finanzanlagen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	-8	-11
Erhaltene Zinsen	6	5
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit – fortgeführte Geschäftsbereiche	-54	-66
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit – aufgegebenen Geschäftsbereiche	-	-1
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-54	-68
Finanzierungstätigkeit:		
Auszahlungen für die Rückzahlung von Leasingverbindlichkeiten	-1	-1
Rückerwerb eigener Aktien	-	-81
Einzahlungen aus der Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	447	16
Auszahlungen für die Rückzahlung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-138	-
Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit	309	-66
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands		
Abnahme des Finanzmittelbestands	-37	-310
Finanzmittelbestand am Anfang des Jahres	1.365	1.683
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	1.328	1.373

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERENDE ANHANGANGABEN ZUM KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS (IFRS) ZUM 31. MÄRZ 2016

1 GRUNDLAGEN

Der Konzernzwischenabschluss der adidas AG und ihrer direkten und indirekten Tochtergesellschaften (zusammen der ‚Konzern‘) für die ersten drei Monate zum 31. März 2016 ist in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, erstellt worden. Dabei sind alle zum 31. März 2016 gültigen International Financial Reporting Standards des International Accounting Standards Board (IASB) und Interpretationen des IFRS Interpretations Committee angewandt worden.

Dieser Konzernzwischenabschluss ist unter Berücksichtigung des International Accounting Standard IAS 34 ‚Zwischenberichterstattung‘ und des Deutschen Rechnungslegungs Standards DRS 16 ‚Zwischenberichterstattung‘ erstellt worden. Aufgrund dessen enthält der Konzernzwischenabschluss nicht sämtliche Informationen und Anhangangaben, die für einen Konzernabschluss zum Ende des Geschäftsjahres erforderlich sind. Der vorliegende Konzernzwischenabschluss ist daher im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2015 zu lesen. Die im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015 angewandten Rechnungslegungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sind für die Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses für die ersten drei Monate zum 31. März 2016 unverändert übernommen worden.

Eine Ausnahme von diesem Grundsatz bildet die Anwendung neuer/überarbeiteter Standards und Interpretationen, die für ab dem 1. Januar 2016 beginnende Geschäftsjahre gültig sind. Die Anwendung dieser neuen/überarbeiteten Standards hat keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Sowohl der Konzernzwischenabschluss als auch der Konzernzwischenlagebericht sind weder entsprechend § 317 HGB geprüft noch einer prüferischen Durchsicht durch einen Abschlussprüfer unterzogen worden.

Während des Geschäftsjahres unregelmäßig anfallende Aufwendungen werden im Konzernzwischenabschluss nur so weit berücksichtigt bzw. abgegrenzt, wie die Berücksichtigung bzw. Abgrenzung auch zum Ende des Geschäftsjahres angemessen wäre.

Die Geschäftsergebnisse für die ersten drei Monate zum 31. März 2016 sind nicht zwangsläufig ein Indikator für die zu erwartenden Ergebnisse des Gesamtjahres.

Der Konzernzwischenabschluss wird in Euro (€) aufgestellt. Soweit nicht anders vermerkt, erfolgen die Angaben in Millionen Euro (Mio. €). Aufgrund kaufmännischer Rundungsregeln kann es vorkommen, dass sich einzelne Zahlen nicht genau zur angegebenen Summe addieren.

2 SAISONALE EINFLÜSSE

Die Umsätze des Konzerns sind in bestimmten Produktkategorien saisonabhängig, daher kann es zu unterschiedlichen Umsätzen und daraus resultierenden Gewinnen im Verlauf eines Geschäftsjahres kommen. Die höchsten Umsätze und Gewinne fallen in der Regel im ersten und dritten Quartal des Geschäftsjahres an, da diese mit der Einführung der Frühjahr/Sommer- bzw. Herbst/Winter-Kollektionen zusammenfallen. Dies betrifft insbesondere die Marken adidas und Reebok, deren Umsätze ungefähr 90 % des Konzernumsatzes ausmachen. Allerdings können sich Veränderungen im Anteil der Umsätze und der daraus resultierenden Gewinne aus bestimmten Produktkategorien und Marken oder in der regionalen Zusammensetzung ergeben.

3 AUFGEBEBENE GESCHÄFTSBEREICHE

Im Juli 2015 hat der Konzern den Verkauf des Geschäftssegments Rockport abgeschlossen. Das für aufgebene Geschäftsbereiche in der Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung ausgewiesene Nettoergebnis zum 31. März 2016 beinhaltet im Wesentlichen die Anpassung des beizulegenden Zeitwerts der bedingten Gegenleistung.

4 VERMÖGENSWERTE/VERBINDLICHKEITEN KLASSIFIZIERT ALS ZUR VERÄUSSERUNG GEHALTEN

Durch das Erfüllen der ausstehenden Bedingungen eines abgeschlossenen Verkaufsvertrags über Grundstücke der adidas AG wurde deren Verkauf im Januar 2016 vollendet und somit die zum 31. Dezember 2015 als zur Veräußerung klassifizierten Vermögenswerte in Höhe von 11 Mio. € aus der Konzernbilanz ausgebucht.

5 AUF ANTEILSEIGNER ENTFALLENDEN KAPITAL

Das Grundkapital der adidas AG („die Gesellschaft“) veränderte sich im Zeitraum vom 1. Januar 2016 bis zum 31. März 2016 nicht. Demnach betrug das Grundkapital der adidas AG am 31. März 2016 209.216.186 €, eingeteilt in 209.216.186 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien („Namensaktien“).

Auf Basis der dem Vorstand der adidas AG von der Hauptversammlung am 8. Mai 2014 erteilten Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien hielt die Gesellschaft am 31. März 2016 insgesamt 9.018.769 eigene Aktien, die im Rahmen der ersten und zweiten Tranche des Aktienrückkaufprogramms in den Jahren 2014 und 2015 zurückerworben wurden. Das entspricht einem rechnerischen Anteil von 9.018.769 € am Grundkapital und mithin 4,31 % des Grundkapitals. Aus den unmittelbar oder mittelbar gehaltenen eigenen Aktien stehen der Gesellschaft nach § 71b Aktiengesetz (AktG) keine Rechte zu.

6 FINANZINSTRUMENTE

BUCHWERTE DER FINANZINSTRUMENTE ZUM 31. MÄRZ 2016 GEMÄSS DEN KATEGORIEN DES IAS 39 UND IHRE BEIZULEGENDEN ZEITWERTE

in Mio. €	Kategorie gemäß IAS 39	Buchwert 31. März 2016	Bewertung gemäß IAS 39			Bewertung gemäß IAS 17	Beizulegender Zeitwert 31. März 2016
			Fortgeführte Anschaffungskosten	Beizulegender Zeitwert ergebnisneutral	Beizulegender Zeitwert ergebniswirksam		
Finanzielle Vermögenswerte							
Flüssige Mittel	n. a.	1.328	1.328				1.328
Kurzfristige Finanzanlagen	FAHFT	5			5		5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	2.517	2.517				2.517
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte							
Derivate mit Sicherungsbeziehung	n. a.	82		82			82
Derivate ohne Sicherungsbeziehung	FAHFT	9			9		9
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	LaR	182	182				182
Langfristige Finanzanlagen							
Sonstige Kapitalanlage	FAHFT	81			81		81
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	AFS	62	28	35			62
Kredite	LaR	1	1				1
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte							
Derivate mit Sicherungsbeziehung	n. a.	3		3			3
Derivate ohne Sicherungsbeziehung	FAHFT	8			8		8
Schuldverschreibungen	AFS	41		41			41
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	LaR	46	46				46
Vermögenswerte klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	LaR	0	0				0
Finanzielle Verbindlichkeiten							
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten							
Bankverbindlichkeiten	FLAC	676	676				676
Schuldscheinanleihen	FLAC	-	-				-
Eurobond	FLAC	-	-				-
Wandelanleihe	FLAC	-	-				-
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	1.573	1.573				1.573
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	FLAC	595	595				595
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten							
Derivate mit Sicherungsbeziehung	n. a.	143		143			143
Derivate ohne Sicherungsbeziehung	FLHFT	38			38		38
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	52	52				52
Verpflichtungen aus Finanzierungsleasing	n. a.	3				3	3
Langfristige Finanzverbindlichkeiten							
Bankverbindlichkeiten	FLAC	-	-				-
Schuldscheinanleihen	FLAC	-	-				-
Eurobond	FLAC	981	981				1.032
Wandelanleihe	FLAC	485	485				666
Langfristige abgegrenzte Schulden	FLAC	13	13				13
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten							
Derivate mit Sicherungsbeziehung	n. a.	5		5			5
Derivate ohne Sicherungsbeziehung	FLHFT	10			10		10
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	0	0				0
Verpflichtungen aus Finanzierungsleasing	n. a.	6				6	6
Earn-Out-Komponenten	n. a.	21			21		21
Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	FLAC	0	0				0
davon: aggregiert nach Kategorien gemäß IAS 39							
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte		103					
davon: beim erstmaligen Ansatz als solche eingestuft (Fair Value Option – FVO)		-					
davon: zu Handelszwecken gehalten (Financial Assets Held for Trading – FAHFT)		103					
Kredite und Forderungen (Loans and Receivables – LaR)		2.746					
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte (Available-for-Sale Financial Assets – AFS)		104					
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden (Financial Liabilities Measured at Amortised Cost – FLAC)		4.375					
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten zu Handelszwecken (Financial Liabilities Held for Trading – FLHFT)		48					

BUCHWERTE DER FINANZINSTRUMENTE ZUM 31. DEZEMBER 2015 GEMÄSS DEN KATEGORIEN DES IAS 39 UND IHRE BEIZULEGENDEN ZEITWERTE

in Mio. €	Kategorie gemäß IAS 39	Buchwert 31. Dez. 2015	Bewertung gemäß IAS 39			Bewertung gemäß IAS 17	Beizulegender Zeitwert 31. Dez. 2015
			Fortgeführte Anschaffungskosten	Beizulegender Zeitwert ergebnisneutral	Beizulegender Zeitwert ergebniswirksam		
Finanzielle Vermögenswerte							
Flüssige Mittel	n. a.	1.365	1.365				1.365
Kurzfristige Finanzanlagen	FAHFT	5			5		5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	2.049	2.049				2.049
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte							
Derivate mit Sicherungsbeziehung	n. a.	179		179			179
Derivate ohne Sicherungsbeziehung	FAHFT	28			28		28
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	LaR	160	160				161
Langfristige Finanzanlagen							
Sonstige Kapitalanlage	FAHFT	81			81		81
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	AFS	58	22	36			58
Kredite	LaR	1	1				1
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte							
Derivate mit Sicherungsbeziehung	n. a.	2		2			2
Derivate ohne Sicherungsbeziehung	FAHFT	20			20		20
Schuldverschreibungen	AFS	42		42			42
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	LaR	36	36				36
Vermögenswerte klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	LaR	0	0				0
Finanzielle Verbindlichkeiten							
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten							
Bankverbindlichkeiten	FLAC	229	229				229
Schuldscheindarlehen	FLAC	138	138				138
Eurobond	FLAC	-	-				-
Wandelanleihe	FLAC	-	-				-
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	2.024	2.024				2.024
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	FLAC	596	596				596
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten							
Derivate mit Sicherungsbeziehung	n. a.	36		36			36
Derivate ohne Sicherungsbeziehung	FLHFT	25			25		25
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	79	79				79
Verpflichtungen aus Finanzierungsleasing	n. a.	3				3	3
Langfristige Finanzverbindlichkeiten							
Bankverbindlichkeiten	FLAC	-	-				-
Schuldscheindarlehen	FLAC	-	-				-
Eurobond	FLAC	981	981				997
Wandelanleihe	FLAC	483	483				629
Langfristige abgegrenzte Schulden	FLAC	14	14				14
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten							
Derivate mit Sicherungsbeziehung	n. a.	-					-
Derivate ohne Sicherungsbeziehung	FLHFT	0			0		0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	12	12				12
Verpflichtungen aus Finanzierungsleasing	n. a.	6				6	6
Earn-Out-Komponenten	n. a.	21			21		21
Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	FLAC	0	0				0
davon: aggregiert nach Kategorien gemäß IAS 39							
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte		133					
davon: beim erstmaligen Ansatz als solche eingestuft (Fair Value Option – FVO)		-					
davon: zu Handelszwecken gehalten (Financial Assets Held for Trading – FAHFT)		133					
Kredite und Forderungen (Loans and Receivables – LaR)		2.246					
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte (Available-for-Sale Financial Assets – AFS)		100					
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden (Financial Liabilities Measured at Amortised Cost – FLAC)		4.555					
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten zu Handelszwecken (Financial Liabilities Held for Trading – FLHFT)		26					

HIERARCHISCHE EINSTUFUNG DER BEIZULEGENDEN ZEITWERTE VON FINANZINSTRUMENTEN GEMÄSS IFRS 13 ZUM 31. MÄRZ 2016

in Mio. €	Beizulegender Zeitwert 31. März 2016	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Kurzfristige Finanzanlagen	5		5	
Derivative Finanzinstrumente				
Derivate mit Sicherungsbeziehung	84		84	
Derivate ohne Sicherungsbeziehung	17		17	
Langfristige Finanzanlagen	115		35	81
Schuldverschreibungen	41			41
Finanzielle Vermögenswerte	263		141	122
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	676		676	
Derivative Finanzinstrumente				
Derivate mit Sicherungsbeziehung	148		148	
Derivate ohne Sicherungsbeziehung	48		48	
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1.698	1.698		
Earn-Out-Komponenten	21			21
Finanzielle Verbindlichkeiten	2.591	1.698	872	21

Stufe 1 basiert auf quotierten Preisen auf aktiven Märkten für identische Vermögenswerte und Verbindlichkeiten.
 Stufe 2 basiert auf Inputfaktoren, die direkte (d. h. Preise) oder indirekte (d. h. hergeleitete Preise) beobachtbare Marktdaten für die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten darstellen und nicht quотиerte Preise aus Stufe 1 sind.
 Stufe 3 basiert auf Inputfaktoren für die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, die nicht an einem Markt beobachtbar sind (unbeobachtbare Inputfaktoren).

HIERARCHISCHE EINSTUFUNG DER BEIZULEGENDEN ZEITWERTE VON FINANZINSTRUMENTEN GEMÄSS IFRS 13 ZUM 31. DEZEMBER 2015

in Mio. €	Beizulegender Zeitwert 31. Dez. 2015	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Kurzfristige Finanzanlagen	5		5	
Derivative Finanzinstrumente				
Derivate mit Sicherungsbeziehung	181		181	
Derivate ohne Sicherungsbeziehung	47		47	
Langfristige Finanzanlagen	117		36	81
Schuldverschreibungen	42			42
Finanzielle Vermögenswerte	392		269	123
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	366		366	
Derivative Finanzinstrumente				
Derivate mit Sicherungsbeziehung	36		36	
Derivate ohne Sicherungsbeziehung	26		26	
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1.626	1.626		
Earn-Out-Komponenten	21			21
Finanzielle Verbindlichkeiten	2.075	1.626	428	21

Stufe 1 basiert auf quotierten Preisen auf aktiven Märkten für identische Vermögenswerte und Verbindlichkeiten.
 Stufe 2 basiert auf Inputfaktoren, die direkte (d. h. Preise) oder indirekte (d. h. hergeleitete Preise) beobachtbare Marktdaten für die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten darstellen und nicht quottierte Preise aus Stufe 1 sind.
 Stufe 3 basiert auf Inputfaktoren für die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, die nicht an einem Markt beobachtbar sind (unbeobachtbare Inputfaktoren).

ÜBERLEITUNG DER BEIZULEGENDEN ZEITWERTE DER STUFE 3

in Mio.€		Beizulegender Zeitwert 1. Jan. 2016	Zugänge	Abgänge	Gewinne	Verluste	Beizulegender Zeitwert 31. März 2015
Langfristige Finanzanlagen	Diese Kategorie enthält eine 8,33 %ige Kapitalbeteiligung an der FC Bayern München AG in Höhe von 81 Mio. €. Anstatt einer regulären Verzinsung werden von der FC Bayern München AG Dividenden ausgeschüttet. Diese Dividenden werden ergebniswirksam in den sonstigen Finanzerträgen ausgewiesen.	81	-	-	-	-	81
Schuldverschreibungen	Am 23. Januar 2015 unterzeichnete der Konzern eine feste Vereinbarung hinsichtlich des Verkaufs des Geschäftssegments Rockport, welches zum 31. Juli 2015 veräußert wurde und bedingte Schuldverschreibungen umfasste. Die Discounted-Cashflow-Methode wird angewendet.	42	-	-	1	-2	41
Earn-Out-Komponenten	Die Übernahme von Runtastic beinhaltet Earn-Out-Komponenten, die auf Basis der Discounted-Cashflow-Methode bewertet wurden. Die Earn-Out-Komponenten sind vom Verbleib des Runtastic Managements sowie der Erreichung bestimmter Erfolgskennzahlen innerhalb der ersten drei Jahre nach Kauf abhängig.	21	-	-	-	-	21

ÜBERLEITUNG DER BEIZULEGENDEN ZEITWERTE DER STUFE 3

in Mio.€		Beizulegender Zeitwert 1. Jan. 2015	Zugänge	Abgänge	Gewinne	Verluste	Beizulegender Zeitwert 31. Dez. 2015
Langfristige Finanzanlagen	Diese Kategorie enthält eine 8,33 %ige Kapitalbeteiligung an der FC Bayern München AG in Höhe von 81 Mio. €. Anstatt einer regulären Verzinsung werden von der FC Bayern München AG Dividenden ausgeschüttet. Diese Dividenden werden ergebniswirksam in den sonstigen Finanzerträgen ausgewiesen.	80	-	-	1	-	81
Schuldverschreibungen	Am 23. Januar 2015 unterzeichnete der Konzern eine feste Vereinbarung hinsichtlich des Verkaufs des Geschäftssegments Rockport, welches zum 31. Juli 2015 veräußert wurde und bedingte Schuldverschreibungen umfasste. Die Discounted-Cashflow-Methode wird angewendet.	-	42	-	-	-	42
Earn-Out-Komponenten	Die Übernahme von Runtastic beinhaltet Earn-Out-Komponenten, die auf Basis der Discounted-Cashflow-Methode bewertet wurden. Die Earn-Out-Komponenten sind vom Verbleib des Runtastic Managements sowie der Erreichung bestimmter Erfolgskennzahlen innerhalb der ersten drei Jahre nach Kauf abhängig.	-	21	-	-	-	21

Die Bewertungsmethoden für den beizulegenden Zeitwert nach Stufe 1, Stufe 2 und Stufe 3 sind unverändert und können dem Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2015 entnommen werden.

7 SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE UND SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

Die sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten im Wesentlichen Erträge aus der Auflösung von abgegrenzten Schulden und sonstigen Rückstellungen sowie übrige Erträge.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten die Aufwendungen für Marketing, Vertrieb, Forschung und Entwicklung sowie Logistik und zentrale Verwaltung. Des Weiteren werden darin die Abschreibungen und Wertminderungsaufwendungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte (außer Wertminderungsaufwendungen für Geschäfts- oder Firmenwerte) ausgewiesen, mit Ausnahme der in den Umsatzkosten enthaltenen Abschreibungen. Abschreibungen und Wertminderungsaufwendungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte (ohne Geschäfts- oder Firmenwerte) beliefen sich in den ersten drei Monaten 2016 auf 85 Mio. € (2015: 77 Mio. €).

8 ERGEBNIS JE AKTIE

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen wird durch Division des auf die Anteilseigner entfallenden Gewinns aus fortgeführten Geschäftsbereichen durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien im entsprechenden Geschäftsjahr, abzüglich der vom Konzern erworbenen eigenen Aktien, ermittelt.

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen und aufgegebenen Geschäftsbereichen wird durch Division des auf die Anteilseigner entfallenden Gewinns durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien im entsprechenden Geschäftsjahr, abzüglich der vom Konzern erworbenen eigenen Aktien, ermittelt.

Eine Berücksichtigung von verwässernden potenziellen Aktien aufgrund der Ausgabe der Wandelanleihe im März 2012 ist bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie für die ersten drei Monate zum 31. März 2016 erforderlich, da die Wandlungsoption zum Bilanzstichtag einen Wert aufweist. Der durchschnittliche Aktienkurs erreichte 94,50 € je Aktie in den ersten drei Monaten 2016 und überstieg damit nicht den Wandlungspreis von 82,00 € je Aktie.

ERGEBNIS JE AKTIE

	1. Quartal 2016	1. Quartal 2015
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in Mio. €)	350	237
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn (in Mio. €)	0	2
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in Mio. €)	350	235
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien	200.197.417	204.153.362
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	1,75	1,15
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in Mio. €)	350	235
Zinsaufwand auf Wandelanleihe, abzüglich Steuern (in Mio. €)	2	-
Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen zur Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in Mio. €)	352	235
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien	200.197.417	204.153.362
Gewichtete angenommene Wandlung der Wandelanleihe	6.097.243	-
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien für verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen	206.294.660	204.153.362
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)	1,71	1,15
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn (in Mio. €)	351	221
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien	200.197.417	204.153.362
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	1,75	1,08
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn (in Mio. €)	351	221
Zinsaufwand auf Wandelanleihe, abzüglich Steuern (in Mio. €)	2	-
Gewinn zur Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in Mio. €)	353	221
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien	200.197.417	204.153.362
Gewichtete angenommene Wandlung der Wandelanleihe	6.097.243	-
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien für verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen	206.294.660	204.153.362
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)	1,71	1,08

9 SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Der Konzern ist primär in einem Wirtschaftszweig tätig, und zwar in der Entwicklung sowie dem Vertrieb und der Vermarktung von Sport- und Freizeitartikeln.

In Anlehnung an die Berichterstattungsstruktur des Konzerns für Managementzwecke nach Märkten und gemäß der Definition des IFRS 8 ‚Geschäftssegmente‘ sind 13 Geschäftssegmente identifiziert worden: Westeuropa, Nordamerika, China, Russland/GUS, Lateinamerika, Japan, Naher Osten, Südkorea, Südostasien/Pazifik, TaylorMade-adidas Golf, Reebok-CCM Hockey, Runtastic und Andere zentral geführte Geschäftsbereiche. Die Märkte Naher Osten, Südkorea und Südostasien/Pazifik wurden zum Segment MEAA (.Middle East, Africa and other Asian markets‘) aggregiert. Entsprechend den Kriterien des IFRS 8 für berichtspflichtige Segmente werden die Geschäftssegmente Westeuropa, Nordamerika, China, Russland/GUS, Lateinamerika, Japan und MEAA separat berichtet. Die restlichen Geschäftssegmente werden aus Wesentlichkeitsgründen unter Andere Geschäftssegmente zusammengefasst.

In den einzelnen Märkten werden alle Großhandels-, Einzelhandels- und eCommerce-Aktivitäten berichtet, die sich auf den Vertrieb von adidas und Reebok Produkten an Einzelhändler und Endkonsumenten beziehen.

Das Geschäftssegment TaylorMade-adidas Golf beinhaltet die Marken TaylorMade, adidas Golf, Adams Golf und Ashworth.

Reebok-CCM Hockey entwirft, produziert und vertreibt Eishockey-Ausrüstung wie Schläger, Schlittschuhe und Schutzausrüstung. Zudem entwirft, produziert und vertreibt Reebok-CCM Hockey Bekleidung, hauptsächlich unter den Markennamen Reebok Hockey und CCM.

Runtastic ist im Bereich digitale Gesundheit und Fitness tätig. Das Unternehmen stellt ein umfangreiches Ecosystem zum Erfassen und Verwalten von Gesundheits- und Fitnessdaten zur Verfügung.

Das Segment Andere zentral geführte Geschäftsbereiche umfasst vor allem die Geschäftsaktivitäten der Labels Y-3 und Porsche Design Sport by adidas sowie die Geschäftsaktivitäten der Marke Five Ten im Bereich Outdoor-Action-Sport. Darüber hinaus beinhaltet das Segment auch Einzelhandelsaktivitäten des adidas neo Labels sowie das internationale Clearance Management.

Bestimmte zentralisierte Funktionen des Konzerns erfüllen nicht die Definition von IFRS 8 zu berichtspflichtigen Geschäftssegmenten. Dies gilt vor allem für die Funktionen Global Brands und Global Sales (zentrale Marken- und Vertriebssteuerung für die Marken adidas und Reebok), des zentralen Treasury und der weltweiten Beschaffung sowie für andere Abteilungen der Konzernzentrale. Erträge und Aufwendungen, die auf diese Zentralfunktionen entfallen, werden zusammen mit anderen nicht zuzuordnenden Posten und den Eliminierungen zwischen den Segmenten in der Überleitungsrechnung des Segmentbetriebsergebnisses ausgewiesen.

Zwischen den berichtspflichtigen Geschäftssegmenten fallen keine Umsätze an.

Das Ergebnis der berichtspflichtigen Segmente wird in dem Posten ‚Segmentbetriebsergebnis‘ berichtet. Dies ist definiert als Bruttoergebnis abzüglich der dem Segment oder der Gruppe von Segmenten zurechenbaren sonstigen betrieblichen Aufwendungen (inkl. Aufwendungen für Marketinginvestitionen) zuzüglich der Lizenz- und Provisionserträge und der sonstigen betrieblichen Erträge (Betriebsergebnis).

Die Segmentvermögenswerte enthalten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Vorräte.

Die Segmentschulden enthalten lediglich Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen aus dem operativen Geschäft, da keine weiteren Verbindlichkeiten regelmäßig an den Hauptentscheidungsträger berichtet werden.

SEGMENTE

in Mio. €	Umsatzerlöse (mit Dritten) ¹		Segmentbetriebsergebnis ¹		Segmentvermögenswerte ²		Segmentsschulden ²	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015
Westeuropa	1.414	1.143	313	280	1.474	1.171	59	50
Nordamerika	728	591	19	-9	999	803	94	81
China	762	597	298	218	430	370	119	157
Russland/GUS	138	162	14	2	200	215	10	21
Lateinamerika	394	423	56	58	630	696	59	84
Japan	236	155	50	24	238	215	28	15
MEAA	701	635	214	201	686	637	64	58
Andere Geschäftssegmente	396	377	-0	-5	731	823	123	135
Gesamt	4.769	4.083	964	769	5.388	4.928	557	600

1 Drei Monate.
2 Zum 31. März.

Überleitungsrechnung

BETRIEBSERGEBNIS

in Mio. €	1.Quartal 2016	1.Quartal 2015
Betriebsergebnis der berichtspflichtigen Segmente	965	774
Betriebsergebnis in Anderen Geschäftssegmenten	-0	-5
Segmentbetriebsergebnis	964	769
Zentralbereiche/Konsolidierung	-311	-257
Zentrale Aufwendungen für Point-of-Sale- und Marketinginvestitionen	-163	-149
Wertminderungsaufwendungen der Geschäfts- oder Firmenwerte	0	-18
Betriebsergebnis	490	345
Finanzerträge	19	16
Finanzaufwendungen	-13	-16
Gewinn vor Steuern	497	345

Das Betriebsergebnis zentralisierter Funktionen, die kein Segment darstellen, wie z. B. die Funktionen Global Brands und Global Sales (zentrale Marken- und Vertriebssteuerung für die Marken adidas und Reebok) und die Funktionen des zentralen Treasury und der weltweiten Beschaffung sowie anderer Abteilungen der Konzernzentrale, wird unter Zentralbereiche/Konsolidierung ausgewiesen.

10 EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Zwischen dem Ende der ersten drei Monate 2016 und der Finalisierung des Konzernzwischenabschlusses am 2. Mai 2016 gab es keine signifikanten konzernspezifischen Angelegenheiten, die eine wesentliche Auswirkung auf unser künftiges Geschäft haben könnten.

Herzogenaurach, den 2. Mai 2016

Der Vorstand der adidas AG

VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

VORSTAND

Biografien unserer Vorstandsmitglieder sowie Informationen zu Mandaten der Vorstandsmitglieder finden Sie auf unserer Internetseite:

➤ www.adidas-group.de/vorstand



HERBERT HAINER VORSTANDSVORSITZENDER



ROLAND AUSCHEL GLOBAL SALES



GLENN BENNETT GLOBAL OPERATIONS



ERIC LIEDTKE GLOBAL BRANDS



ROBIN J. STALKER FINANZVORSTAND

AUFSICHTSRAT

Biografien unserer Aufsichtsratsmitglieder sowie Informationen zu Mandaten der Aufsichtsratsmitglieder finden Sie auf unserer Internetseite:

www.adidas-group.de/aufsichtsrat



IGOR LANDAU
VORSITZENDER



SABINE BAUER *
STELLVERTRETENDE VORSITZENDE



WILLI SCHWERDTLE
STELLVERTRETENDER VORSITZENDER



DIETER HAUENSTEIN *



DR. WOLFGANG JÄGER *



DR. STEFAN JENTZSCH



HERBERT KAUFFMANN



KATJA KRAUS



KATHRIN MENGES



ROLAND NOSKO *



HANS RUPRECHT *



HEIDI THALER-VEH *

* Arbeitnehmersvertreter/Arbeitnehmersvertreterin.

FINANZ- KALENDER 2016

12.
MAI

HAUPTVERSAMMLUNG

Fürth, Bayern

Webcast

13.
MAI

DIVIDENDENZAHLUNG

(vorbehaltlich der Zustimmung
durch die Hauptversammlung)

04.
AUGUST

**VERÖFFENTLICHUNG DER
HALBJAHRES-
ERGEBNISSE 2016**

Pressemitteilung, Telefonkonferenz
mit Analysten und Webcast

Veröffentlichung des Halbjahresberichts

03.
NOVEMBER

**VERÖFFENTLICHUNG DER
NEUNMONATS-
ERGEBNISSE 2016**

Pressemitteilung, Telefonkonferenz
mit Analysten und Webcast

Veröffentlichung des Neunmonatsberichts

IMPRESSUM & KONTAKT

ADIDAS
AG

**Adi-Dassler-Str. 1
91074 Herzogenaurach
Deutschland**

**TEL + 49 (0) 91 32 84 - 0
FAX + 49 (0) 91 32 84 - 22 41
WWW.ADIDAS-GROUP.DE**

**Investor Relations
TEL + 49 (0) 91 32 84 - 32 96
FAX + 49 (0) 91 32 84 - 31 27**

**INVESTOR.RELATIONS@ADIDAS-GROUP.COM
WWW.ADIDAS-GROUP.DE / INVESTOREN**

**Der adidas Konzern ist Mitglied im DIRK
(Deutscher Investor Relations Kreis).**

Dieser Bericht ist auch in englischer Sprache erhältlich. Weitere Berichte des adidas Konzerns finden Sie auf der Website des Unternehmens. Des Weiteren steht Ihnen unsere Investor Relations und Media App im App Store zur Verfügung.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichten wir in diesem Quartalsbericht auf die Darstellung von eingetragenen Markenzeichen.

**Konzept und Design
Strichpunkt
– Stuttgart / Berlin**

©2016 adidas AG

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

