

## **adidas Markendynamik sorgt für besser als erwartete Ergebnisse im ersten Quartal 2024**

### **Wichtige Entwicklungen:**

- **Währungsbereinigter Umsatz steigt um 8 % infolge von Wachstum in allen Regionen mit Ausnahme von Nordamerika**
- **Zweistelliges Wachstum im DTC-Geschäft reflektiert starken Durchverkauf von adidas Produkten**
- **Bruttomarge verbessert sich um 6,4 Prozentpunkte auf 51,2 % aufgrund verbesserter Vorräte, weniger Rabatte, niedrigerer Beschaffungskosten und eines vorteilhafteren Geschäftsmix**
- **Betriebsergebnis in Höhe von 336 Mio. € im Vergleich zu 60 Mio. € im Vorjahreszeitraum**
- **Vorräte gehen im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 1,2 Mrd. € auf 4,4 Mrd. € zurück**
- **Umsatz- und Gewinnprognose am 16. April aufgrund des erfolgreichen Starts in das Jahr angehoben**

### **Bjørn Gulden, Vorstandsvorsitzender von adidas:**

„Ich freue mich sehr, dass sich das Geschäft in Q1 besser entwickelt hat als erwartet. Umsatz, Bruttomarge und Betriebsergebnis waren besser als ursprünglich gedacht. Der Verkauf zum vollen Preis in unseren DTC-Vertriebskanälen war hoch, und der Sell-out bei unseren Einzelhandelspartnern war höher als der Sell-in. Das bedeutet niedrigere Vorräte, weniger Rabatte und bessere Bruttomargen sowohl für unsere Einzelhandelspartner als auch für uns.

Das Wachstum kommt momentan natürlich aus unserem Lifestyle-Geschäft, vor allem aus den Originals Schuhen, aber wir sehen auch, dass unsere Running-, Fußball- und Basketballprodukte im höheren Preissegment gut laufen. Die Nachfrage nach unseren Schuh-Produktfamilien Samba, Gazelle, Spezial und Campus ist nach wie vor sehr hoch und steigt noch weiter. Aber wir sehen auch, dass neue Produktfamilien wie der SL72 zunehmend stärker nachgefragt werden. Wir glauben, dass wir für die nächsten Quartale eine sehr starke Produktpipeline haben.

Die Märkte sind noch immer volatil und schwierig, aber wir haben das Gefühl, dass wir überall Fortschritte machen. Die gestiegene Attraktivität unserer Marke und der verbesserte Durchverkauf unterstützen uns dabei, bessere Beziehungen zu unseren Einzelhandelspartnern aufzubauen. Das wiederum verschafft uns Zeit, weiter zu investieren,



um adidas wieder zu einer besseren Marke und einem besseren Unternehmen zu machen. Wir werden weiter in die Produkte, die Marke, den Vertrieb und das Marketing ‚überinvestieren‘, um anhaltendes Wachstum zu ermöglichen. Wir werden nicht versuchen, den kurzfristigen Profit zu optimieren. Wir wissen, dass wir noch nicht so gut sind, wie wir sein sollten. Aber ich denke, dass wir die Fortschritte machen, die wir uns erhofft hatten.

Jetzt freuen wir uns darauf, die großen Sportereignisse wie die Euro 2024, die Copa América und die Olympischen und Paralympischen Spiele zu feiern. Es ist ein großartiges Jahr für den Sport – lasst es uns alle genießen!“

### Ergebnisse des ersten Quartals

#### **Währungsbereinigtes Umsatzwachstum getrieben durch starke Markendynamik**

Im ersten Quartal 2024 stieg der **währungsbereinigte Umsatz** um 8 % im Vergleich zum Vorjahr. Die besser als erwarteten Ergebnisse sind auf die starke Dynamik des zugrunde liegenden adidas Geschäfts zurückzuführen, das in Q1 um 5 % zulegen konnte. Zudem generierte der Verkauf von Teilen des verbleibenden Yeezy Bestands einen Umsatz in Höhe von rund 150 Mio. € im ersten Quartal. **In Euro** stieg der Umsatz des Unternehmens im ersten Quartal um 4 % auf 5,458 Mrd. € (2023: 5,274 Mrd. €), da Währungsentwicklungen zu ungünstigen Umrechnungseffekten führten.

Der Umsatz mit **Schuhen** legte im ersten Quartal währungsbereinigt um 13 % zu. Dies spiegelt die starke Markendynamik insbesondere in den Kategorien Originals und Fußball wider. Der Umsatz im Bereich **Bekleidung** stieg in Q1 um 2 %. Hohe Lagerbestände im Bereich Bekleidung, insbesondere auf dem nordamerikanischen Markt, führten weiterhin zu geringerem Sell-in an den Großhandel. Obwohl adidas im Durchverkauf im Bereich Bekleidung ebenfalls Verbesserungen verzeichnete, war das Umsatzwachstum bei Bekleidung insbesondere in Originals weiterhin niedriger als im Schuhbereich. In der Kategorie Fußball erzielte das Unternehmen zweistelliges Wachstum im Bekleidungsbereich, sowohl im Großhandel wie auch DTC, durch die erfolgreiche Markteinführung der Trikots im Vorfeld der UEFA Euro 2024 und der CONMEBOL Copa América. Der Umsatz mit **Accessoires** ging im ersten Quartal um 1 % zurück.

Der währungsbereinigte Umsatz im Bereich **Lifestyle** stieg im ersten Quartal im starken zweistelligen Prozentbereich an. Das Unternehmen konnte die Nachfrage nach seinen sehr beliebten Schuhfamilien Samba, Gazelle, Spezial und Campus weiter steigern und baute das Angebot an diesen Bestsellern weiter aus. Gleichzeitig begann adidas mit dem erfolgreichen Launch des SL72, den Terrace-Trend auf den Running-Bereich auszudehnen. Darüber hinaus präsentierte das Unternehmen neue Designs seiner Anthony Edwards und James Harden



Signature-Basketballschuhe, die schnell zu gefragten Modellen auf und neben dem Spielfeld wurden. Die **Performance**-Kategorien des Unternehmens profitierten von erfolgreichen Produkteinführungen wie der neuesten Versionen des ikonischen Predator Fußballschuhs, des Agravic Speed Ultra Outdoor-Schuhs und der neuen Supernova Running-Produktfamilie. Zudem ermöglichte der Adizero Adios Pro Evo 1 weitere Rekordleistungen bei Marathonläufen weltweit und steigerte damit die Sichtbarkeit und Nachfrage nach der gesamten Adizero Produktfamilie.

### **Starkes zweistelliges Wachstum in eigenen Einzelhandelsgeschäften und E-Commerce**

Nach Vertriebskanälen betrachtet wurde die Umsatzentwicklung durch das **Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC)** des Unternehmens getrieben, das im ersten Quartal währungsbereinigt um 20 % zulegen. Der Umsatz der adidas **eigenen Einzelhandelsgeschäfte** stieg um 11 %. Dies spiegelt ein starkes zweistelliges Wachstum in den Concept Stores des Unternehmens mit Verkäufen zum vollen Preis wider. Der Umsatz im **E-Commerce** stieg in Q1 um 34 %. Auch wenn der Umsatz mit Yeezy Produkten zu diesem Anstieg beitrug, stieg der Umsatz des Unternehmens über seine eigenen digitalen Plattformen, bereinigt um die Yeezy Effekte, weiterhin im zweistelligen Prozentbereich. Das Wachstum wurde durch einen starken zweistelligen Anstieg an Umsätzen zum vollen Preis getrieben, da sich adidas weiterhin darauf konzentriert, Rabattaktivitäten zu reduzieren und den gesamten Geschäftsmix auf den unternehmenseigenen Online-Plattformen zu verbessern. Der Umsatz im **Großhandel** stieg währungsbereinigt um 2 %. Zweistelliges Wachstum in Europa, Emerging Markets und China wurde teilweise durch einen starken Rückgang in Nordamerika aufgehoben, der die konservative Sell-in-Strategie als Reaktion auf die nach wie vor hohen Vorräte in diesem Markt widerspiegelt.

### **Starkes Wachstum in allen Märkten mit Ausnahme von Nordamerika**

Der währungsbereinigte Umsatz in **Europa** stieg im ersten Quartal um 14 % aufgrund zweistelliger Zuwächse sowohl im DTC-Geschäft als auch im Großhandel, da sich das aktuelle Produktangebot über alle Vertriebskanäle hinweg sehr gut verkauft. Der Umsatz in **Emerging Markets** und in **Lateinamerika** verbesserte sich ebenfalls im zweistelligen Prozentbereich (17 % bzw. 18 %). In **China** stieg der Umsatz um 8 %, mit zweistelligen Zuwächsen im Großhandel und E-Commerce. In **Japan/Südkorea** wurde ein Umsatzanstieg in Höhe von 7 % verzeichnet, getrieben durch zweistelliges Wachstum im DTC-Geschäft. In **Nordamerika** ging der Umsatz im ersten Quartal um 4 % zurück. Dies spiegelt einen Rückgang im zweistelligen Prozentbereich im Großhandel wider, als Folge der fortgesetzten disziplinierten Sell-in-Strategie des Unternehmens.

## **Bruttomarge steigt signifikant auf 51,2 %**

Die **Bruttomarge** des Unternehmens für das erste Quartal stieg um 6,4 Prozentpunkte auf 51,2 % (2023: 44,8 %). Dieser Anstieg ist auf die erheblich verbesserten Vorräte des Unternehmens, weniger Rabatte, die niedrigeren Beschaffungskosten und einen vorteilhafteren Geschäftsmix zurückzuführen. Gleichzeitig belasteten negative Währungsentwicklungen die Entwicklung der Bruttomarge beträchtlich. Auch wenn sich der Yeezy Verkauf im ersten Quartal positiv auf die Entwicklung der Bruttomarge auswirkte, lag die Bruttomarge des Unternehmens in Q1, bereinigt um die Yeezy Effekte, weiterhin über 50 %.

## **Betriebsergebnis in Höhe von 336 Mio. € im Vergleich zu 60 Mio. € im Vorjahreszeitraum**

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** stiegen um 5 % auf 2,478 Mrd. € (2023: 2,367 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 0,5 Prozentpunkte auf 45,4 % (2023: 44,9 %). Diese Entwicklung ist hauptsächlich auf einen Anstieg der **Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen** zurückzuführen, die im ersten Quartal um 9 % auf 657 Mio. € zulegten (2023: 601 Mio. €). Der Anstieg spiegelt die Investitionen in die neu eingeführte globale adidas Markenkampagne ‚You Got This‘, eine starke Markenpräsenz bei sportlichen Großereignissen wie dem Super Bowl sowie wirkungsvolle Aktivierungen im Zusammenhang mit Produkteinführungen wie der brandneuen Supernova Running-Produktfamilie, des neuesten Predator Fußballschuhs und Trikots für die Euro 2024 und die Copa América wider. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die Marketing- und Point-of-Sale-Aufwendungen um 0,6 Prozentpunkte auf 12,0 % (2023: 11,4 %). Die **Betriebsgemeinkosten** stiegen um 3 % auf 1,822 Mrd. € (2023: 1,766 Mrd. €), zum Teil aufgrund höherer Investitionen zur Stärkung der Vertriebsaktivitäten des Unternehmens. Im Verhältnis zum Umsatz gingen die Betriebsgemeinkosten um 0,1 Prozentpunkte auf 33,4 % zurück (2023: 33,5 %). Das **Betriebsergebnis** des Unternehmens belief sich im ersten Quartal auf 336 Mio. € (2023: 60 Mio. €), was einer **operativen Marge** von 6,2 % entspricht (2023: 1,1 %).

## **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von 171 Mio. €**

Nach Steuern belief sich der **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen** auf 171 Mio. € (2023: Verlust aus fortgeführten Geschäftsbereichen von 24 Mio. €), während das **unverwässerte Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen** 0,96 € betrug (2023: -0,18 €).

## **Vorräte verbessern sich um mehr als 1,2 Mrd. €**

Die **Vorräte** sanken im Vergleich zum Vorjahr um 22 % oder mehr als 1,2 Mrd. € auf 4,427 Mrd. € (2023: 5,675 Mrd. €). Dies spiegelt die erfolgreichen Initiativen des Unternehmens zur signifikanten Reduzierung der Vorräte wider. Auf währungsbereinigter



Basis beträgt der Rückgang 20 % im Vergleich zum Vorjahr und reflektiert die besonders deutlichen Verbesserungen in Nordamerika und China. Das **operative kurzfristige Betriebskapital** ging um 26 % auf 4,745 Mrd. € zurück (2023: 6,391 Mrd. €). Währungsbereinigt verringerte sich das operative kurzfristige Betriebskapital um 23 %. Das durchschnittliche operative kurzfristige Betriebskapital im Verhältnis zum Umsatz ging um 2,5 Prozentpunkte auf 23,5 % zurück (2023: 26,0 %). Diese Entwicklung spiegelt die Reduzierung der Vorräte sowie einen Rückgang im mittleren einstelligen Prozentbereich auf währungsbereinigter Basis bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aufgrund eines effektiveren Forderungseinzugs im Vergleich zum Vorjahr wider. Gleichzeitig stiegen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen im zweistelligen Prozentbereich auf währungsbereinigter Basis als Folge des Geschäftswachstums sowie verbesserter Zahlungsbedingungen.

#### **Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten reduzierten sich um fast 1,7 Mrd. €**

Die **bereinigten Nettofinanzverbindlichkeiten** beliefen sich zum 31. März 2024 auf 4,958 Mrd. € (31. März 2023: 6,630 Mrd. €). Dies entspricht einem Rückgang gegenüber dem Vorjahr um 25 % oder fast 1,7 Mrd. €. Diese Entwicklung spiegelt vor allem einen Rückgang der kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten und Leasingverbindlichkeiten sowie einen Anstieg der flüssigen Mittel wider.

#### **Prognose für das Gesamtjahr**

#### **adidas erwartet für 2024 Umsatzanstieg im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich**

Am 16. April hat adidas aufgrund besser als erwarteter Ergebnisse im ersten Quartal seine Prognose für das Gesamtjahr erhöht. adidas geht nun für 2024 von einem **währungsbereinigten Umsatzanstieg** im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich aus (bisherige Prognose: Anstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich). Im Rahmen dieser Prognose wird davon ausgegangen, dass der Verkauf der verbleibenden Yeezy Bestände im weiteren Verlauf des Jahres im Durchschnitt kostendeckend erfolgen und einen Umsatz von rund 200 Mio. € generieren wird. Dies entspricht einem erwarteten Gesamtumsatz mit Yeezy Produkten in Höhe von rund 350 Mio. € im Jahr 2024 (bisherige Prognose: rund 250 Mio. €), wovon rund 150 Mio. € im ersten Quartal erzielt wurden. Für das zugrunde liegende Geschäft fokussiert sich adidas weiterhin darauf, seine erfolgreichen Produktfamilien auszubauen, neue hervorzubringen, sowie sein deutlich verbessertes, breiteres und umfassenderes Produktsortiment optimal zu nutzen. Bessere Beziehungen zu Einzelhändlern, wirkungsvollere Marketinginitiativen und die Aktivitäten des Unternehmens rund um sportliche Großereignisse werden im Jahresverlauf 2024 voraussichtlich ebenfalls zur Umsatzsteigerung beitragen.



### **Ausblick durch signifikante Währungseffekte belastet**

Im Rahmen der Prognose wird davon ausgegangen, dass ungünstige Währungseffekte im Jahr 2024 die Profitabilität des Unternehmens erheblich belasten. Diese Effekte werden sich voraussichtlich weiterhin negativ sowohl auf den ausgewiesenen Umsatz als auch auf die Entwicklung der Bruttomarge im weiteren Jahresverlauf auswirken.

### **Betriebsergebnis in Höhe von rund 700 Mio. € erwartet**

Infolge der besser als erwarteten Ergebnisse im ersten Quartal hat das Unternehmen am 16. April auch seine Gewinnprognose für das Gesamtjahr erhöht. Das Betriebsergebnis des Unternehmens wird der Prognose zufolge nun ein Niveau von rund 700 Mio. € erreichen (bisherige Prognose: rund 500 Mio. €). Die verbesserte Prognose für die Gewinnentwicklung enthält einen Gewinnbeitrag von rund 50 Mio. € von Yeezy (bisherige Prognose: kein Yeezy Gewinnbeitrag) in Verbindung mit dem Yeezy Verkauf im ersten Quartal. Es wird davon ausgegangen, dass der Verkauf der verbleibenden Yeezy Bestände im weiteren Verlauf des Jahres keinen weiteren Gewinnbeitrag generieren wird.

\*\*\*

### **Kontakte:**

#### **Media Relations**

[corporate.press@adidas.com](mailto:corporate.press@adidas.com)

Tel.: +49 (0) 9132 84-2352

#### **Investor Relations**

[investor.relations@adidas.com](mailto:investor.relations@adidas.com)

Tel.: +49 (0) 9132 84-2920

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

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

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

	1. Jan. 2024 bis 31. März 2024	1. Jan. 2023 bis 31. März 2023	Veränderung
Umsatzerlöse	5.458	5.274	3,5 %
Umsatzkosten	2.662	2.911	-8,5 %
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>2.796</b>	<b>2.363</b>	<b>18,3 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	51,2 %	44,8 %	6,4 PP
Lizenz- und Provisionserträge	17	25	-33,8 %
Sonstige betriebliche Erträge	2	39	-95,4 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.478	2.367	4,7 %
(in % der Umsatzerlöse)	45,4 %	44,9 %	0,5 PP
Marketingaufwendungen und Point-of-Sale-Aufwendungen	657	601	9,3 %
(in % der Umsatzerlöse)	12,0 %	11,4 %	0,6 PP
Betriebsgemeinkosten <sup>1</sup>	1.822	1.766	3,2 %
(in % der Umsatzerlöse)	33,4 %	33,5 %	-0,1 PP
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>336</b>	<b>60</b>	<b>458,4 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	6,2 %	1,1 %	5,0 PP
Finanzerträge	24	13	92,1 %
Finanzaufwendungen	115	41	180,3 %
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>245</b>	<b>32</b>	<b>675,1 %</b>
(in % der Umsatzerlöse)	4,5 %	0,6 %	3,9 PP
Ertragsteuern	74	55	33,4 %
(in % des Gewinns vor Steuern)	30,1 %	174,9 %	-144,8 PP
<b>Gewinn/Verlust aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>171</b>	<b>-24</b>	<b>n.a.</b>
(in % der Umsatzerlöse)	3,1 %	-0,4 %	n.a.
Verlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	-1	-6	83,8 %
<b>Gewinn/Verlust</b>	<b>170</b>	<b>-30</b>	<b>n.a.</b>
(in % der Umsatzerlöse)	3,1 %	-0,6 %	n.a.
<b>Auf Anteilseigner entfallender Gewinn/Verlust</b>	<b>170</b>	<b>-39</b>	<b>n.a.</b>
(in % der Umsatzerlöse)	3,1 %	-0,7 %	n.a.
<b>Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Verlust/Gewinn</b>	<b>-0</b>	<b>9</b>	<b>n.a.</b>
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>0,96</b>	<b>-0,18</b>	<b>n.a.</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>0,96</b>	<b>-0,18</b>	<b>n.a.</b>
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>0,95</b>	<b>-0,22</b>	<b>n.a.</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsbereichen (in €)</b>	<b>0,95</b>	<b>-0,22</b>	<b>n.a.</b>

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



## Umsatzerlöse<sup>1,2</sup> in Mio. €

	1. Jan. 2024 bis 31. März 2024	1. Jan. 2023 bis 31. März 2023	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
Europa	1.733	1.509	14,8 %	13,8 %
Nordamerika	1.122	1.177	-4,7 %	-3,6 %
China	897	884	1,5 %	7,8 %
Emerging Markets	712	672	5,9 %	16,8 %
Lateinamerika	615	595	3,3 %	17,6 %
Japan/Südkorea	339	347	-2,1 %	7,5 %
Andere Geschäftssegmente	32	80	-60,0 %	-55,6 %

1 Vorjahr angepasst im Zuge der Einführung der neuen Segmentstruktur.

2 Differenzen zwischen Segment- und Gesamtumsatz können entstehen durch Konsolidierungseffekte.  
Es können Rundungsdifferenzen auftreten.

## Konzernbilanz (IFRS) der adidas AG in Mio. €

	31. März 2024	31. März 2023	Veränderung
Flüssige Mittel	1.086	778	39,6 %
Kurzfristige Finanzanlagen	3	-	n.a.
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.606	2.818	-7,5 %
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	848	770	10,1 %
Vorräte	4.427	5.675	-22,0 %
Forderungen aus Ertragsteuern	152	96	57,5 %
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.049	1.208	-13,1 %
<b>Kurzfristige Aktiva</b>	<b>10.170</b>	<b>11.344</b>	<b>-10,3 %</b>
Sachanlagen	2.111	2.201	-4,1 %
Nutzungsrechte	2.195	2.471	-11,1 %
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.250	1.248	0,2 %
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	448	432	3,8 %
Langfristige Finanzanlagen	319	306	4,3 %
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	510	338	50,9 %
Latente Steueransprüche	1.319	1.265	4,2 %
Sonstige langfristige Vermögenswerte	68	71	-4,6 %
<b>Langfristige Aktiva</b>	<b>8.221</b>	<b>8.332</b>	<b>-1,3 %</b>
<b>Aktiva</b>	<b>18.392</b>	<b>19.677</b>	<b>-6,5 %</b>
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	669	1.297	-48,4 %
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.289	2.102	8,9 %
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	553	596	-7,2 %
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	193	325	-40,7 %
Ertragsteuern	290	359	-19,3 %
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	1.308	1.408	-7,1 %
Kurzfristige abgegrenzte Schulden	2.097	2.403	-12,8 %
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	669	465	43,9 %
<b>Kurzfristige Passiva</b>	<b>8.066</b>	<b>8.954</b>	<b>-9,9 %</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	2.426	2.942	-17,5 %
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	2.004	2.181	-8,1 %
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	8	21	-64,0 %
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	128	115	10,9 %
Latente Steuerschulden	149	136	10,0 %
Sonstige langfristige Rückstellungen	308	103	200,3 %
Langfristige abgegrenzte Schulden	-	7	n.a.
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	86	7	1.058,7 %
<b>Langfristige Passiva</b>	<b>5.108</b>	<b>5.512</b>	<b>-7,3 %</b>
Grundkapital	179	179	0,0 %
Sonstige Rücklagen	386	362	6,5 %
Gewinnrücklagen	4.307	4.308	-0,0 %
<b>Auf Anteilseigner entfallendes Kapital</b>	<b>4.871</b>	<b>4.849</b>	<b>0,5 %</b>
Nicht beherrschende Anteile	346	362	-4,3 %
<b>Gesamtes Eigenkapital</b>	<b>5.218</b>	<b>5.211</b>	<b>0,1 %</b>
<b>Passiva</b>	<b>18.392</b>	<b>19.677</b>	<b>-6,5 %</b>

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.



## Zusätzliche Informationen zur Bilanz in Mio. €

	31. März 2024	31. März 2023	Veränderung
Operatives kurzfristiges Betriebskapital	4.745	6.391	-25,8 %
Kurzfristiges Betriebskapital	2.104	2.390	-12,0 %
Bereinigte Nettofinanzverbindlichkeiten <sup>1</sup>	4.958	6.630	-25,2 %
Verschuldungsgrad <sup>2</sup>	101,8 %	136,7 %	-34,9 PP

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

<sup>2</sup> Auf Basis des auf Anteilseigner entfallenden Kapitals.

Es können Rundungsdifferenzen auftreten.