













**Impossible Is Nothing**



Q1 Umsatzerlöse in Mio. €

2001		1.558
2002		1.638
2003		1.669
2004		1.623
2005		1.778

Q1 Unverwässertes Ergebnis je Aktie in €

2001		1,02
2002		0,95
2003		1,13
2004		1,58
2005		2,29

adidas-Salomon Segmentinformationen in Mio. €

	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004	Verän- derung
<b>adidas</b>			
Umsatzerlöse	1.512	1.378	9,8%
Rohergebnis	713	608	17,3%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	258	192	34,5%
Anzahl der Mitarbeiter am Ende der Periode	11.078	9.708	14,1%
<b>Salomon</b>			
Umsatzerlöse	112	122	-8,5%
Rohergebnis	32	39	-18,0%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	-25	-16	-50,5%
Anzahl der Mitarbeiter am Ende der Periode	2.822	2.842	-0,7%
<b>TaylorMade-adidas Golf</b>			
Umsatzerlöse	149	116	28,1%
Rohergebnis	64	52	23,4%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	-1	-16	96,7%
Anzahl der Mitarbeiter am Ende der Periode	1.230	1.209	1,7%

<sup>1)</sup>Vorjahreszahlen wurden gemäß den Änderungen der IFRS angepasst, d. h. die Positionen Lizenz- und Provisionserträge sowie Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte sind im Betriebsergebnis enthalten.

Finanz-Highlights	/// Seite 02
Operative und Sport-Highlights	/// Seite 04
Brief an die Aktionäre	/// Seite 05
Unsere Aktie	/// Seite 09
Lagebericht	/// Seite 11
Zwischenabschluss (IFRS)	/// Seite 27
Erläuterungen	/// Seite 31
Segmentinformationen	/// Seite 32
Organe	/// Seite 34
Finanzkalender 2005	/// Seite 35

## Finanz-Highlights (IFRS)

	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004	Verän- derung
<b>Operative Highlights</b> in Mio. €			
Umsatzerlöse	1.778	1.623	9,6%
Gewinn vor Steuern	170	130	30,8%
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn	105	72	45,8%
<b>Wichtige Kennzahlen</b> %			
Rohertragsmarge	46,9	45,9	1,0PP
Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen in % der Umsatzerlöse	36,0	35,6	0,4PP
Operative Marge <sup>1)</sup>	10,1	8,7	1,4PP
Steuerquote	35,2	40,7	-5,6PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn in % der Umsatzerlöse	5,9	4,4	1,5PP
Eigenkapitalquote	38,3	31,9	6,4PP
Verschuldungsgrad	35,2	71,2	-36,0PP
<b>Bilanzdaten</b> in Mio. €			
Bilanzsumme	4.676	4.602	1,6%
Vorräte	1.075	1.074	0,1%
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	1.717	1.658	3,6%
Kurzfristiges Betriebskapital	1.673	1.729	-3,3%
Nettofinanzverbindlichkeiten	629	1.045	-39,8%
Eigenkapital	1.789	1.468	21,9%
<b>Kennzahlen je Aktie</b> in €			
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	2,29	1,58	44,5%
Verwässertes Ergebnis je Aktie	2,15	1,58	36,2%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (ohne Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte)	2,29	1,83	25,0%
Operativer Cashflow je Aktie	-0,24	-0,92	73,6%
Aktienkurs am Ende der Periode	122,56	94,47	29,7%
<b>Sonstiges</b> am Ende der Periode			
Anzahl der Mitarbeiter	17.413	16.028	8,6%
Anzahl der Aktien	45.940.050	45.537.050	0,9%
Durchschnittliche Anzahl der Aktien	45.935.547	45.524.092	0,9%

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

<sup>1)</sup>Vorjahreszahlen wurden gemäß den Änderungen der IFRS angepasst, d.h. die Positionen Lizenz- und Provisionserträge sowie Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte sind im Betriebsergebnis enthalten.

**OPERATIVE HIGHLIGHTS  
1. QUARTAL 2005 ///**

**JANUAR ///** adidas und FIFA verlängern ihre langjährige Partnerschaft – adidas wird Offizieller Partner, Ausrüster und Lizenznehmer für die FIFA Weltmeisterschaften 2010 und 2014.



**JANUAR ///** adidas wird zum offiziellen Sportswear Partner der Olympischen Spiele 2008 in Peking und des chinesischen Nationalen Olympischen Komitees ernannt.



**JANUAR ///** Chelsea FC verstärkt ab 2006 das adidas Portfolio von Fußballclubs, das bereits Mannschaften wie AC Mailand, FC Bayern München und Real Madrid umfasst.

**JANUAR ///** Der adidas Superstar wird 35. Der Schuh, der sein Leben als Basketballschuh begann und von legendären Spielern wie Kareem Abdul-Jabbar getragen wurde, ist jetzt selbst eine Lifestyle-Legende. Das Ereignis wurde mit 35 „Special Edition“ Superstars und einer Reihe von Events gefeiert.



**JANUAR ///** Herbert Hainer, Vorstandsvorsitzender von adidas-Salomon, wird von der Finanz-Wochenzeitschrift „Euro am Sonntag“ zum Manager des Jahres ernannt.



**JANUAR ///** adidas ist laut einer Studie des Marktforschungsinstituts GfK im zweiten Jahr in Folge die stärkste Marke in Deutschland.

**JANUAR ///** adidas-Salomon wird vom Bundesministerium für Familie unter die zehn familienfreundlichsten Großunternehmen Deutschlands gewählt.



**FEBRUAR ///** Maxfli Golf stellt den BlackMAX® vor. Dieser Golfball mit Tour-Format bietet mehr Gefühl bei vergleichbarer Weite.

**MÄRZ ///** Der erste intelligente Schuh, der adidas\_1, kommt in den Handel.

**MÄRZ ///** adidas-Salomon kündigt die Auflage eines Aktienrückkaufprogramms an.



**MÄRZ ///** adidas erhält drei red dot Design-Preise 2005. Die preisgekrönten Produkte sind der adidas\_1, der ClimaCool® Feather 2 Tennisschuh und der T-MAC 4 Basketballschuh.



**SPORT-HIGHLIGHTS  
1. QUARTAL 2005 ///**



**JANUAR ///** Der von adidas gesponserte Marat Safin gewinnt die Australian Open.



**JANUAR ///** Die Salomon Athletinnen Janica Kostelić und Anja Paerson dominieren die Alpine Skiweltmeisterschaft und gewinnen sämtliche Goldmedaillen.



**MÄRZ ///** Die adidas Biathletin Uschi Disl gewinnt bei den Biathlon-Weltmeisterschaften 2005 zweimal Gold.



**MÄRZ ///** Die Salomon Sportlerin Anja Paerson gewinnt den Ski-Gesamtweltcup 2005 vor Janica Kostelić und Renate Götschl, beide ebenfalls Salomon. Darüber hinaus siegt Janica Kostelić in der Kombination und Renate Götschl in der Abfahrt.

**MÄRZ ///** Der TaylorMade-adidas Golf Tour Staff Pro Kenny Perry gewinnt das Bay Hill Invitational Turnier und erreicht damit die seltene „Invitational Triple Crown“, nachdem er zuvor auch das Memorial Turnier und das Bank of America Colonial Turnier gewonnen hatte.



**MÄRZ ///** Die Salomon Skifahrerin Karin Huttary gewinnt die Skier-X Weltmeisterschaften 2005.

**MÄRZ ///** Die adidas Athletin Elena Isinbayewa stellt mit 4,90 m einen neuen Weltrekord im Stabhochsprung auf.



**MÄRZ ///** adidas Athleten gewinnen zehn Goldmedaillen bei der Leichtathletik-Hallen-EM. Unter den Siegern sind Roman Sebrle, Elena Isinbayewa und Alistair Cragg.

**MÄRZ ///** TaylorMade Tour Staff Pro Fred Funk gewinnt die Players Championship 2005. Es ist der weltweit siebte Sieg in 2005 für den TaylorMade r7® quad Driver und der 39. Turniererfolg seit seiner Einführung im Mai letzten Jahres.





Herbert Hainer

Sehr geehrte Aktionäre,

adidas-Salomon hat im ersten Quartal 2005 einen glänzenden Start hingelegt. Wir hatten eine ganze Reihe herausragender Entwicklungen in unseren Regionen und auf Markenebene, wir haben erfolgreich neue Produkte eingeführt und unsere Margen weiter verbessert. Angesichts dieser Ergebnisse und unserer gegenwärtigen Erwartungen für den Rest des Jahres 2005 gehen wir jetzt von einer Gewinnsteigerung am oberen Ende unseres Zielkorridors aus.

Der währungsbereinigte Konzernumsatz stieg im ersten Quartal um 11%. Jede Region trug mit positivem Umsatzwachstum dazu bei. In Euro legte der Umsatz um 10% auf rund 1,8 Mrd. € zu, da die den Umsatz negativ beeinflussenden Währungseffekte schwächer waren als in den Jahren zuvor. Profitabilität bleibt für uns eine wichtige Priorität. Im ersten Quartal 2005 verbesserte sich sowohl die Rohertragsmarge als auch die operative Marge deutlich. Infolgedessen stieg der Gewinn auf vergleichbarer Basis um 26% bzw. um 46% in der Berichtsdarstellung. Das unverwässerte Ergebnis je Aktie erreichte 2,29 €.

Lassen Sie mich nun auf einige der wichtigsten Entwicklungen des Quartals eingehen: In Nordamerika, dem größten Sportartikelmarkt der Welt, konnten wir mit einem währungsbereinigten Umsatzzuwachs von 20% weiter an Stärke gewinnen. Es wurde auch deutlich, dass sich unsere Marktpräsenz erhöht, unser Profil geschärft und unsere Vertriebsstrategie weiter verfeinert hat. Und obwohl wir nicht damit rechnen das ganze Jahr hindurch solche Wachstumsraten zu erzielen, sind wir überzeugt, dass wir mit unserem verstärkten Fokus auf unsere Marken und deren Profitabilität die Basis für noch größeren Erfolg geschaffen haben. Daher sind wir zuversichtlich, dass wir unser angehobenes Ziel einer Umsatzsteigerung im hohen einstelligen Bereich in dieser Region für das Jahr 2005 erreichen und unsere Marktposition künftig weiter ausbauen werden.

In Asien hielt unser branchenführendes Wachstumstempo weiter an. Umsatz und Auftragsbestände legten währungsbereinigt jeweils um mehr als 30 % zu, und wir erwarten weiterhin Fortschritte in dieser wichtigen und dynamischen Region.

Lateinamerika erzielte ebenfalls beeindruckende Ergebnisse. Auf währungsbereinigter Basis stieg der Umsatz im ersten Quartal um 45 %. Verantwortlich hierfür waren deutliche Verbesserungen bei allen Marken. Auch wenn diese Region nur einen kleinen Beitrag zum Gesamtumsatz des Konzerns leistet, zeigt sich hier doch deutlich, dass unsere Marken in diesen aufstrebenden Märkten stark vertreten sind.

Eine hervorragende Performance zeigte auch TaylorMade-adidas Golf. Der währungsbereinigte Umsatz stieg in diesem Quartal um 31 % und spiegelte damit zweistellige Zuwächse in allen Regionen wider. Unser starkes Produktangebot an Metallhölzern trug maßgeblich zu dieser Verbesserung bei, aber auch die neue rac™ Eisen-Serie von TaylorMade und Bekleidung von adidas Golf spielten eine wichtige Rolle. Dass der Golfmarkt schwierig ist, ist kein Geheimnis. Wie wir schon immer gesagt haben, sind die Erfolgsfaktoren in diesem Bereich Innovation und Technologie. Bei TaylorMade-adidas Golf werden unsere exzellente Produkt-Pipeline und Marktposition dafür sorgen, dass wir weiterhin auf Erfolgskurs bleiben.

Natürlich gab es bei uns auch einige Aspekte im ersten Quartal, die nicht so positiv waren. In Europa stieg der währungsbereinigte Umsatz lediglich um 1 % aufgrund niedriger Wachstumsraten in den meisten westeuropäischen Ländern sowie besonders schwieriger Bedingungen in Deutschland und Frankreich. Obwohl diese Märkte nach wie vor eine Herausforderung darstellen, erwarten wir in der zweiten Jahreshälfte positive Impulse durch den Verkaufsstart der Produkte für die Fußballweltmeisterschaft 2006. Bei Salomon ging der währungsbereinigte Umsatz um 8 % zurück und spiegelte damit die schwierigen Winterbedingungen in Japan und Nordamerika wider. Zudem wurde der Umsatz von Fahrradkomponenten, die normalerweise einen wichtigen Beitrag zu den Umsatzerlösen des ersten Quartals leisten, durch geänderte Bestellzyklen in der gesamten Branche beeinflusst.



Was die Profitabilität angeht, so übertrifft die Entwicklung unserer Margen weiterhin die Erwartungen. Unsere Rohertragsmarge verbesserte sich in den ersten drei Monaten dieses Jahres um 1,0 Prozentpunkte auf 46,9%. Dieser Anstieg ist vor allem auf unseren verbesserten Produktmix und verstärkte eigene Einzelhandelsaktivitäten der Marke adidas zurückzuführen. Positive Währungseffekte spielten ebenfalls eine wichtige Rolle.

Unsere operative Marge verbesserte sich im ersten Quartal deutlich auf 10,1%. Und obwohl die unten erläuterten Änderungen der Rechnungslegungsgrundsätze eine Rolle spielten, war für 0,6 Prozentpunkte dieser Verbesserung die zugrundeliegende operative Entwicklung verantwortlich. Damit sind wir unserem Ziel, in puncto Profitabilität zu den Branchenführern zu gehören, einen großen Schritt näher gekommen.

Zusätzlich zu den hervorragenden Finanzergebnissen gab es in diesem Quartal auch viele wichtige Marketing- und Produkt-Highlights. Im Bereich Sportmarketing unterzeichneten wir im ersten Quartal bedeutende Verträge: mit der FIFA hinsichtlich der Fußballweltmeisterschaften 2010 und 2014, dem Organisationskomitee der Olympischen Spiele 2008 in Peking und mit dem führenden englischen Fußballclub Chelsea FC. Diese Neuzugänge zu unserem ohnehin beeindruckenden Portfolio tragen dazu bei, unsere langfristige Partnerschaft mit wichtigen Sportikonen und den größten Events für die nächsten Jahre dauerhaft zu sichern.

Auf der Produktseite wurde die Markteinführung des adidas\_1, des ersten intelligenten Laufschuhs der Welt, von einer groß angelegten Kommunikationskampagne und starken Durchverkaufsraten begleitet. Freuen Sie sich schon jetzt auf eine zweite, noch größere Initiative im Einzelhandel zu diesem Thema am Jahresende. Unsere neue Performance-Kollektion für Frauen, adidas by Stella McCartney, hat unsere ursprünglichen Umsatzerwartungen ebenfalls weit übertroffen. Zu den weiteren Produkten, die vorgestellt und von bedeutenden Kommunikationsmaßnahmen unterstützt wurden, zählen die neuen TaylorMade Eisen rac™ OS, LT und TP Forged, die Salomon Bekleidungskollektion „Women Will“ sowie die neuen adidas Laufschuhe a<sup>3</sup>® Hyperride und Axiom und die Basketballschuhe a<sup>3</sup>® KG 2 und T-MAC 4.5. Aufgrund dieser Aktivitäten stiegen unsere operativen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz im ersten Quartal. Dies ist vor allem zeitlich bedingten Effekten im Zusammenhang mit unserem Zeitplan für Produkteinführungen zuzuschreiben. Für das Gesamtjahr rechnen wir allerdings mit positiven Effekten auf den Gewinn aus der Entwicklung der operativen Aufwendungen.

Für den Rest des Jahres 2005 erwarten wir bei adidas eine starke währungsbereinigte Performance. Unsere beeindruckenden Wachstumstrends in Nordamerika und Asien werden sich weiter fortsetzen. Mit der steigenden Dynamik rund um die Fußball-WM und dem Beginn der Produkteinführungen im vierten Quartal dürfte Europa im weiteren Verlauf dieses Jahres an Tempo zulegen. Alle unsere Marken werden ebenfalls weiter wachsen. Bei adidas und TaylorMade-adidas Golf ist der Kurs klar, und bei Salomon wird sich das Wachstum mit der Markteinführung von mehr Sommersportprodukten und Softgoods ebenfalls verbessern.

Angesichts unserer Performance im ersten Quartal sowie unserer Erwartungen für den Rest des Jahres rechnen wir jetzt trotz der anhaltenden Marktunsicherheiten mit einer Gewinnsteigerung am oberen Ende unseres Zielkorridors von 10 % bis 15 % auf vergleichbarer Basis gegenüber dem Vorjahresergebnis. Wie wir Ihnen bereits im März mitteilten, wirken sich Änderungen der Rechnungslegungsgrundsätze nach IFRS auf unseren Gewinn in der Berichterstattung aus. Durch den Wegfall der planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte wird der berichtete Gewinn weiter steigen. Daher wird sich in der Berichterstattung eine Steigerung zwischen 25 % und 30 % ergeben. Wir sind überzeugt, dass wir der besseren Vergleichbarkeit mit unseren Hauptmitbewerbern in den USA durch diese Änderung wieder einen Schritt näher gekommen sind.

Lassen Sie mich zusammenfassen: Wir sind positiv in das Jahr 2005 gestartet. Unser Team leistet weltweit hervorragende Arbeit, und unsere Positionen in den wichtigen Wachstumsmärkten sind stark und werden immer stärker. Wir freuen uns darauf, unsere Strategie erfolgreich in die Tat umzusetzen. Und ich bin mir sicher, dass wir dementsprechende Ergebnisse liefern werden.

Mit freundlichen Grüßen,



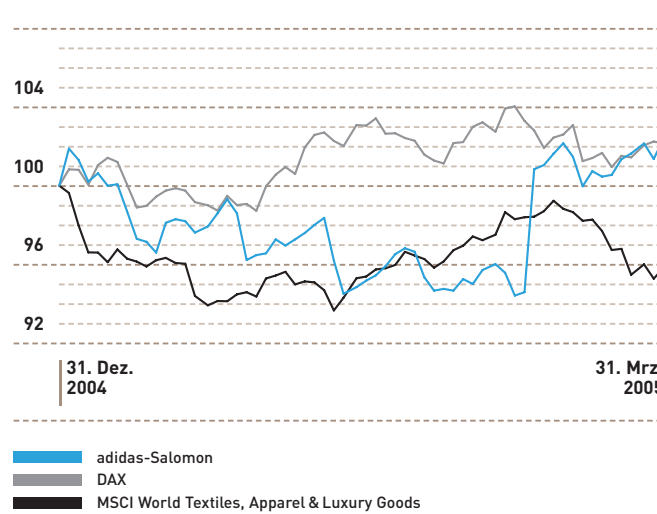
Herbert Hainer  
Vorstandsvorsitzender



# Unsere Aktie

Nach der soliden Performance der meisten Aktienmärkte in 2004 entwickelten sich die wichtigen Indizes weltweit in den ersten drei Monaten 2005 trotz höherer Ölpreise und des in einigen Ländern niedrigeren Verbrauchervertrauens nach wie vor weitgehend positiv. Die adidas-Salomon Aktie konnte an die positive Vorjahresentwicklung anknüpfen und verzeichnete in diesem Zeitraum einen Anstieg um 3%.

Kursentwicklung in 2005<sup>1)</sup>



<sup>1)</sup>Index: 31. Dezember 2004 = 100

Die Performance der adidas-Salomon Aktie und wichtiger Indizes zum 31. März 2005 in %

	Seit Jahresbeginn	1 Jahr	Seit Börsengang <sup>2)</sup>
adidas-Salomon	3	30	252
DAX	2	13	85
MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods	-3	12	72

<sup>2)</sup>17. November 1995

## Aktienkurs weiter im Aufwärtstrend

Nach einem Anstieg um mehr als 20% in der zweiten Jahreshälfte 2004 setzte der adidas-Salomon Aktienkurs im ersten Quartal 2005 seine positive Entwicklung weiter fort. Allerdings gab der Kurs in den ersten zwei Monaten des Jahres etwas nach. Dies war in erster Linie auf den anhaltend starken Anstieg der Rohstoffpreise zurückzuführen, insbesondere des Ölpreises, der im ersten Quartal um mehr als 15% anzog. Zudem blieb das Verbrauchervertrauen in vielen Ländern nach wie vor schwach und setzte die weltweiten Aktienmärkte sowie die adidas-Salomon Aktie weiter unter Druck. Darüber hinaus wurde der Abwärtstrend bei allen Unternehmen der Branche durch Unsicherheiten im Zusammenhang mit der Lage der europäischen Sportartikelindustrie sowie die Schwächung des Euro gegenüber dem US Dollar verschärft. Allerdings markierte Anfang März die Veröffentlichung der Konzernergebnisse für das Geschäftsjahr 2004 sowie die Ankündigung der geplanten Auflage eines Aktienrückkaufprogramms die Wende in der Entwicklung des adidas-Salomon Aktienkurses. Nach einem Anstieg um 7% am Tag der Veröffentlichung verbesserte sich der Aktienkurs im restlichen Verlauf des Berichtszeitraums weiter und erreichte am 31. März mit 122,56 € seinen höchsten Stand seit über sechs Jahren. Mit einer Verbesserung um 3% gegenüber dem Stand zum Jahresende 2004 entwickelte sich die adidas-Salomon Aktie besser als der deutsche Spitzenindex DAX, der im gleichen Zeitraum um 2% zulegen konnte. Der Morgan Stanley Capital International (MSCI) World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index, in dem die Hauptwettbewerber des Konzerns vertreten sind, gab im ersten Quartal um 3% nach.

## Dividende von 1,30 € vorgeschlagen

Der Vorstand der adidas-Salomon AG wird der Hauptversammlung am 4. Mai 2005 für das Geschäftsjahr 2004 eine Dividende von 1,30 € vorschlagen. Dies entspricht einer Erhöhung um 30% gegenüber dem Vorjahr und ist die höchste Dividende in der Geschichte des Konzerns. Darin zeigt sich, dass wir fest entschlossen sind, unsere Aktionäre an dem operativen und finanziellen Erfolg von adidas-Salomon teilhaben zu lassen. Die fortwährende Entschlossenheit des Managements, die Finanzlage des Konzerns zu verbessern und unseren Aktionären gleichzeitig eine stetige Wertschöpfung zu sichern, spiegelt sich auch in unserer neuen Dividendenpolitik wider. Mit einer Ausschüttungssumme von insgesamt rund 60 Mio. € entspricht der diesjährige Vorschlag einem Ausschüttungssatz von 19%. In Zukunft hat adidas-Salomon vor, zwischen 15% und 25% des Konzerngewinns auszuschütten. Dies bedeutet eine deutliche Erweiterung des bisherigen Zielkorridors, der einen Ausschüttungssatz zwischen 15% und 20% vorsah. Das stetige Bemühen des Konzerns, den Shareholder Value weiter auszubauen, zeigt sich ebenfalls in unserem geplanten Aktienrückkaufprogramm mit dem Ziel des Rückkaufs von bis zu 10% der im Umlauf befindlichen Aktien des Konzerns.

## Die adidas-Salomon Aktie

Anzahl Aktien	
Durchschnitt im ersten Quartal	45.935.547
zum 31. März	45.940.050 <sup>1)</sup>
Aktienart	Nennwertlose Stückaktien
Free Float	100%
Börsengang	17. November 1995
Börsenplatz	Alle deutschen Börsen
Wertpapiercode	ISIN DE0005003404
Börsenkürzel	ADS
Wichtige Indizes	DAX
	MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods
	Deutsche Börse Prime
	Consumer Index
	Dow Jones STOXX
	Dow Jones EURO STOXX
	Dow Jones Sustainability
	FTSE4Good Europe

<sup>1)</sup>Alle Aktien sind voll dividendenberechtigt.

## Keine Aktientransaktionen des Managements im Berichtszeitraum

In den ersten drei Monaten 2005 wurden keine Aktiengeschäfte mit adidas-Salomon Aktien im Sinne des deutschen Wertpapierhandelsgesetzes durch Mitglieder unseres Vorstands oder Aufsichtsrats, andere leitende Führungskräfte oder mit ihnen in enger Beziehung stehende Personen getätigt. Detaillierte Angaben zu Aktientransaktionen des Managements werden im Corporate Governance Bereich unserer Internetseite unter [www.adidas-Salomon.de](http://www.adidas-Salomon.de) veröffentlicht.

**adidas-Salomon** In den ersten drei Monaten des Jahres 2005 blieb die weltweite Konjunktur robust. Der währungsbereinigte Umsatz von adidas-Salomon stieg im ersten Quartal um 11%. In Euro legte der Umsatz in 2005 um 10% auf 1,778 Mrd. € zu (2004: 1,623 Mrd. €). Die Rohertragsmarge des Konzerns stieg in 2005 aufgrund von unserem sich verbessernden Produktmix, verstärkten adidas eigenen Einzelhandelsaktivitäten sowie günstigen Währungsentwicklungen um 1,0 Prozentpunkte auf 46,9% (2004: 45,9%). Das starke Umsatzwachstum in Verbindung mit der Verbesserung der Rohertragsmarge führte zu einer Steigerung des Betriebsergebnisses im Konzern um 27% auf 179 Mio. € in den ersten drei Monaten des Jahres 2005 gegenüber 142 Mio. € im gleichen Zeitraum 2004. Der adidas-Salomon Gewinn vor Steuern lag mit 170 Mio. € um 31% über dem Vorjahreswert (2004: 130 Mio. €). Eine niedrigere Steuerquote wirkte sich ebenfalls positiv auf den auf die Anteilseigner entfallenden Konzerngewinn aus, der in 2005 um 46% auf 105 Mio. € stieg (2004: 72 Mio. €). Dies entspricht einem unverwässerten Ergebnis je Aktie von 2,29 € im Vergleich zu 1,58 € im Vorjahr. Die Anwendung neuer und überarbeiteter Rechnungslegungsgrundsätze (IFRS) ab 2005 hatte eine positive Auswirkung auf die berichteten Finanzergebnisse des Konzerns. Auf vergleichbarer Basis wären das Betriebsergebnis, der Gewinn vor Steuern und der auf die Anteilseigner entfallende Konzerngewinn im ersten Quartal 2005 um 17%, 20% bzw. 26% gestiegen. In den vergleichbaren Zahlen wurden die im Jahr 2004 angefallenen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte eliminiert. Außerdem beinhaltet das Betriebsergebnis in beiden Jahren die Lizenz- und Provisionserträge.

## ENTWICKLUNG DER GESAMTWIRTSCHAFT UND DER SPORTARTIKELBRANCHE

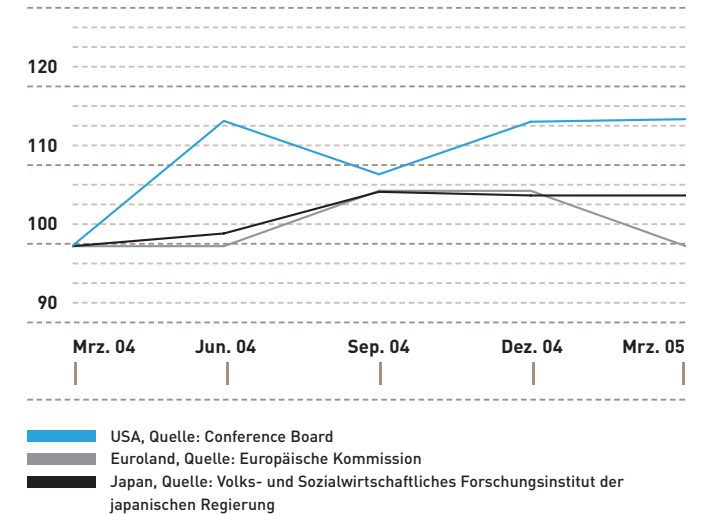
### Robuste wirtschaftliche Entwicklung

Die Weltwirtschaft entwickelte sich im ersten Quartal 2005 nach wie vor mit robustem Tempo, wenn auch langsamer als in 2004. Allerdings ist das Wachstum zwischen den einzelnen Regionen weniger ausgeglichen. In Europa blieb das Wirtschaftswachstum gedämpft. Während sich die Exporte trotz des starken Euro widerstandsfähig zeigten, blieb die Binnennachfrage vor dem Hintergrund der anhaltend hohen Arbeitslosigkeit sowie des allgemein schwachen Geschäftsklimas und Verbrauchervertrauens schwach. Das Wachstum in den Schwellenländern Osteuropas entwickelte sich nach wie vor überproportional stark. In den USA wuchs die Wirtschaft in regem Tempo vor allem durch eine lebhaftere Binnennachfrage aufgrund anhaltend hoher Investitionsausgaben, die nach wie vor von der hohen Ertragskraft der Unternehmen und den niedrigen Finanzierungskosten profitierten. Darüber hinaus stiegen die Ausgaben der privaten Haushalte weiter an und spiegelten ein anhaltend gesundes Verbrauchervertrauen wider. In Japan äußerten sich eine leichte Belebung des Exportsektors, eine sich verbessernde Finanzlage und ein Anstieg der Geschäftsinvestitionen in einem moderaten wirtschaftlichen Aufschwung. Mit Ausnahme von China, wo das Wachstum nach wie vor stark ist, verlangsamte sich die Konjunktur in allen übrigen asiatischen Ländern. In Lateinamerika zeigte sich die Konjunktur weiterhin robust. Das Wachstum war vor allem auf die Binnennachfrage, gestützt durch einen schnellen Anstieg des Privatkonsums und der Geschäftsinvestitionen, zurückzuführen.

### Weitgehende Verbesserung der Sportartikelbranche

Der Sportartikelsektor entwickelte sich im ersten Quartal 2005 positiv. In Europa dauern die schwierigen Bedingungen im Einzelhandel infolge der schwachen Konsumausgaben in Westeuropa jedoch weiterhin an. In den Schwellenländern Osteuropas zeigte die Sportartikelindustrie allerdings ein anhaltend starkes Wachstum. In den USA setzte sich der Trend zu hochwertigen Performance-Produkten im höheren Preissegment weiterhin fort. In Verbindung mit den jüngsten Rationalisierungsmaßnahmen im Einzelhandelssektor hat der Trend zu höheren durchschnittlichen Verkaufspreisen dazu beigetragen, die Profitabilität der Branche insgesamt zu erhöhen. In Asien beflügelte eine starke Konsumnachfrage das Wachstum der Sportartikelbranche in den meisten wichtigen Märkten der Region. Der schnelle Ausbau der Sportartikelindustrie Chinas hielt weiter an. In Japan verzeichnete der Absatz im Bereich Schuhe trotz eines insgesamt sehr wettbewerbsintensiven und stagnierenden Sportartikelmarkts eine moderate Verbesserung. In Lateinamerika trugen der anhaltende wirtschaftliche Aufschwung und das verbesserte Marktumfeld zum soliden Wachstum der Sportartikelindustrie bei.

### Quartalsweise Entwicklung des Konsumentenvertrauens nach Regionen<sup>1)</sup>



<sup>1)</sup> Index: 31. März 2004 = 100

### Wechselkursentwicklung<sup>2)</sup> 1 € entspricht

	Durchschnittskurs 2004	Q2 2004	Q3 2004	Q4 2004	Q1 2005	Durchschnittskurs 2005
USD	1,2434	1,2155	1,2409	1,3621	<b>1,2964</b>	1,3117
JPY	134,41	132,40	137,17	139,65	<b>138,44</b>	136,98
GBP	0,6785	0,6708	0,6868	0,7051	<b>0,6885</b>	0,6936

<sup>2)</sup> Kassakurs am Quartalsende



## GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES KONZERNS

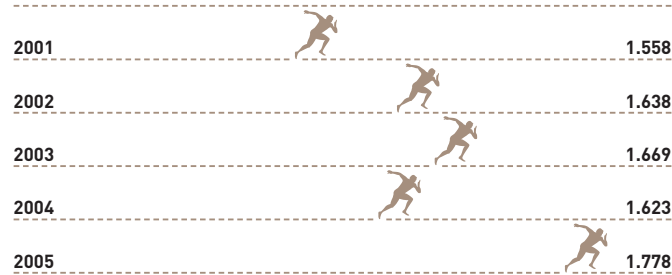
### adidas-Salomon steigert währungsbereinigten Umsatz im ersten Quartal um 11 %

Der währungsbereinigte Konzernumsatz stieg im ersten Quartal 2005 um 11%. Hierzu trugen höhere Umsätze in allen Regionen bei. In Euro legte der Umsatz in 2005 um 10% auf 1,778 Mrd. € zu (2004: 1,623 Mrd. €).

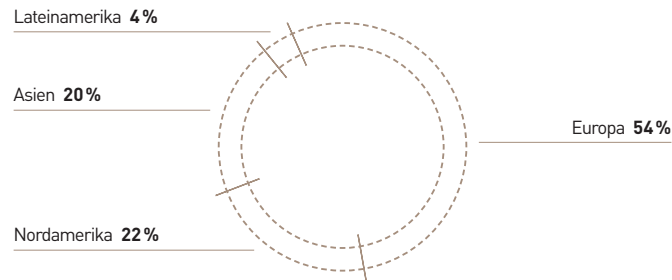
### adidas ist Hauptwachstumsträger im ersten Quartal

Der Umsatz im Segment adidas war der stärkste Wachstumsträger für den Konzern im ersten Quartal 2005. Der währungsbereinigte adidas Umsatz stieg in den ersten drei Monaten um 11%. Zu dieser Entwicklung trugen vor allem deutliche Zuwächse in fast allen Sport Performance Kategorien sowie kräftiges, zweistelliges Wachstum in der Sport Heritage Division bei. Der Umsatz bei Sport Style, der weniger als 1% zu den adidas Umsatzerlösen beiträgt, ging allerdings zurück. Im Segment Salomon fiel der Umsatz im ersten Quartal 2005 währungsbereinigt um 8%. Verantwortlich für diesen Rückgang waren vor allem niedrigere Umsätze in den Bereichen Inline Skates und Fahrradkomponenten sowie in den meisten wichtigen Wintersportkategorien. Diese Rückgänge konnten durch zweistellige Zuwächse in aufstrebenden Kategorien wie Schuhe, Bekleidung und Surfing nicht ausgeglichen werden. Die währungsbereinigten Umsätze im Segment TaylorMade-adidas Golf legten um 31% zu. Diese hervorragende Entwicklung war in erster Linie auf kräftiges, zweistelliges Wachstum in den Kategorien Metallhölzer, Eisen, Golfbälle und Bekleidung zurückzuführen, das einen Rückgang im Bereich Putter mehr als ausglich. Währungseffekte wirkten sich bei allen Marken negativ auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der adidas Umsatz in Euro stieg im ersten Quartal 2005 um 10% auf 1,512 Mrd. € (2004: 1,378 Mrd. €). Der Umsatz von Salomon lag in Euro in den ersten drei Monaten 2005 mit 112 Mio. € um 9% unter dem Vorjahr (2004: 122 Mio. €). Bei TaylorMade-adidas Golf stieg der Umsatz in Euro in 2005 um 28% auf 149 Mio. € (2004: 116 Mio. €).

Q1 Umsatzerlöse in Mio. €



Q1 2005 Umsatzerlöse nach Regionen



### Europa verzeichnet moderates währungsbereinigtes Umsatzwachstum

In Europa stieg der währungsbereinigte Umsatz des Konzerns im ersten Quartal um 1%. In Euro entspricht dies ebenfalls einer Steigerung um 1% auf 959 Mio. € in 2005 (2004: 951 Mio. €). Verantwortlich für diese Entwicklung waren deutliche Zuwächse bei TaylorMade-adidas Golf. Bei der Marke adidas blieb der Umsatz in den ersten drei Monaten 2005 sowohl auf währungsbereinigter Basis als auch in Euro stabil und erreichte 848 Mio. € (2004: 845 Mio. €). Deutliches zweistelliges Wachstum in den Schwellenländern der Region sowie solide Zuwächse in Großbritannien und Italien wurden durch Rückgänge in Frankreich und Deutschland nahezu aufgehoben. Der Umsatz von Salomon ging im ersten Quartal 2005 auf währungsbereinigter Basis vor allem aufgrund von niedrigeren Umsätzen in der Schweiz, in Deutschland sowie in Nordeuropa um 7% zurück. In Euro sank der Umsatz von Salomon im ersten Quartal ebenfalls um 7% auf 84 Mio. € (2004: 90 Mio. €). Das Wachstum in Europa basierte im ersten Quartal fast ausschließlich auf einer hervorragenden Entwicklung bei TaylorMade-adidas Golf, wo der währungsneutrale Umsatz infolge von breit gefächerten Verbesserungen in der gesamten Region um 69% zulegte. In Euro stieg der Umsatz von TaylorMade-adidas Golf in 2005 um 67% auf 27 Mio. € (2004: 16 Mio. €).

### Währungsbereinigter Umsatz in Nordamerika steigt um 20 %

In Nordamerika stieg der Konzernumsatz im ersten Quartal 2005 währungsbereinigt um 20% bzw. in Euro um 15% auf 378 Mio. € (2004: 328 Mio. €). Diese Entwicklung entspricht der höchsten Wachstumsrate in einem Quartal seit mehr als zwei Jahren. Verantwortlich für diese positive Performance war die Marke adidas, wo der währungsneutrale Umsatz im ersten Quartal um 20% zulegte. Darin spiegelt sich zweistelliges Wachstum in den Sport Performance und Sport Heritage Divisionen wider, mit besonderer Stärke in den Sport Performance Kategorien Running, Basketball und Fußball sowie im Bereich Schuhe bei Sport Heritage. In Euro stieg der Umsatz im Segment adidas in 2005 um 15% auf 279 Mio. € (2004: 243 Mio. €). Bei Salomon verringerte sich der währungsneutrale Umsatz aufgrund eines Rückgangs in den meisten wichtigen Kategorien um 10%. In Euro fiel der Umsatz von Salomon in 2005 um 11% auf 22 Mio. € (2004: 24 Mio. €). Das Segment TaylorMade-adidas Golf verzeichnete im ersten Quartal 2005 ein währungsneutrales Umsatzwachstum von 31% infolge von kräftigen, zweistelligen Zuwächsen in den Kategorien Metallhölzer, Golfbälle und Bekleidung. In Euro stieg der Umsatz von TaylorMade-adidas Golf in 2005 um 26% auf 77 Mio. € (2004: 61 Mio. €).

#### Q1 2005 Umsatzwachstum nach Marken und Regionen<sup>1)</sup> in %

	Europa	Nord-amerika	Asien	Latein-amerika	Gesamt
adidas	0	15	33	42	10
Salomon	-7	-11	-28	11	-9
TaylorMade-adidas Golf	67	26	15	53	28
<b>Gesamt</b>	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>29</b>	<b>41</b>	<b>10</b>

<sup>1)</sup>Im Vorjahresvergleich

#### Q1 2005 Währungsbereinigtes Umsatzwachstum nach Marken und Regionen<sup>2)</sup> in %

	Europa	Nord-amerika	Asien	Latein-amerika	Gesamt
adidas	0	20	35	45	11
Salomon	-7	-10	-27	15	-8
TaylorMade-adidas Golf	69	31	15	61	31
<b>Gesamt</b>	<b>1</b>	<b>20</b>	<b>31</b>	<b>45</b>	<b>11</b>

<sup>2)</sup>Im Vorjahresvergleich

#### Währungsbereinigter Umsatz in Asien legt um mehr als 30% zu

In Asien legte der Umsatz von adidas-Salomon im ersten Quartal 2005 währungsbereinigt um 31% zu. In Euro verbesserte sich der Umsatz in Asien in 2005 um 29% auf 357 Mio. € (2004: 276 Mio. €). Der Umsatz im Segment adidas verzeichnete mit einem Plus von 35% auf währungsbereinigter Basis eine überproportionale Steigerung in der Region. Verantwortlich für diese positive Entwicklung waren deutliche Zuwächse in China, wo sich der Umsatz in den ersten drei Monaten 2005 mehr als verdoppelte, sowie kräftige, zweistellige Steigerungen in Japan und Korea. In Euro stieg der adidas Umsatz in 2005 um 33% auf 309 Mio. € (2004: 232 Mio. €). Im Segment Salomon sank der Umsatz im ersten Quartal auf währungsneutraler Basis um 27%, in erster Linie aufgrund von wesentlichen Rückgängen in Japan und Korea, die die schwierigen Marktbedingungen für Wintersportprodukte in diesen Ländern widerspiegeln. In Euro ging der Salomon Umsatz in 2005 um 28% auf 4 Mio. € zurück (2004: 6 Mio. €). Bei TaylorMade-adidas Golf stieg der Umsatz im ersten Quartal währungsbereinigt um 15% aufgrund von deutlichem Umsatzwachstum in Japan, Korea und Australien. In Euro verbesserte sich der Umsatz von TaylorMade-adidas Golf in 2005 ebenfalls um 15% auf 44 Mio. € (2004: 38 Mio. €).

#### Währungsbereinigter Umsatzanstieg von 45% in Lateinamerika

In Lateinamerika, wo der überwiegende Teil des Umsatzes auf die Marke adidas entfällt, war im ersten Quartal ein währungsbereinigter Anstieg um 45% zu verzeichnen. Lateinamerika war damit erneut die am schnellsten wachsende Region für den Konzern. Beträchtliches Wachstum in Mexiko und Brasilien, wo sich die Umsatzerlöse in den ersten drei Monaten des Jahres fast verdoppelten, sowie zweistellige Zuwächse in fast allen anderen Ländern der Region trugen maßgeblich zu dieser Entwicklung bei. In Euro legte der Umsatz in 2005 um 41% auf 69 Mio. € zu (2004: 49 Mio. €). Der Umsatz von adidas verbesserte sich im ersten Quartal 2005 währungsbereinigt um 45%. In Euro entspricht dies einer Steigerung von 42% auf 67 Mio. € in 2005 (2004: 47 Mio. €). Salomon und TaylorMade-adidas Golf, die mit Umsatzerlösen in Höhe von 1 Mio. € (2004: 1 Mio. €) bzw. 1 Mio. € (2004: 0 Mio. €) im ersten Quartal 2005 zwar nur einen kleinen Teil zum Gesamtumsatz beitrugen, konnten sowohl währungsbereinigt als auch in Euro weiterhin kräftiges Wachstum verzeichnen.

#### Deutliches Wachstum in allen Produktkategorien

Im ersten Quartal 2005 stieg der währungsbereinigte Umsatz im Bereich Schuhe um 12%. Verantwortlich hierfür waren in erster Linie kräftige Wachstumsraten in fast allen Sport Performance Kategorien sowie zweistellige Zuwächse in der Sport Heritage Division und bei Salomon. Dieses Wachstum liegt deutlich über dem Anstieg der Auftragsbestände zum Jahresende und spiegelt ein starkes Sofortgeschäft sowie den weiteren Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten im ersten Quartal 2005 wider. In Euro legte der Umsatz im Bereich Schuhe in 2005 um 10% auf 847 Mio. € zu (2004: 769 Mio. €). Im Bereich Bekleidung stieg der Umsatz in den ersten drei Monaten 2005 währungsbereinigt um 11%. Kräftige, zweistellige Zuwächse in den Sport Performance Kategorien Running und Tennis, in der Sport Heritage Division sowie bei Bekleidung von TaylorMade-adidas Golf trugen maßgeblich zu dieser positiven Entwicklung bei. Dies ist zumindest zum Teil ein Resultat unserer erfolgreichen „Apparel Breakthrough“ Initiative. In Euro stieg der Umsatz im Bereich Bekleidung im ersten Quartal 2005 um 10% auf 683 Mio. € (2004: 623 Mio. €). Der Umsatz im Bereich Sportzubehör verbesserte sich im ersten Quartal auf währungsneutraler Basis um 8%. Verantwortlich hierfür waren hauptsächlich kräftige Zuwächse in den TaylorMade-adidas Golf Kategorien Metallhölzer, Eisen und Golfbälle sowie solide Steigerungen bei der Marke adidas aufgrund von Verbesserungen in der Kategorie Taschen. In Euro bedeutete dies einen Umsatzanstieg in 2005 um 8% auf 248 Mio. € (2004: 231 Mio. €).

## Rohrertragsmarge des Konzerns um 1,0 Prozentpunkte verbessert

Die Rohrertragsmarge von adidas-Salomon verbesserte sich im ersten Quartal 2005 um 1,0 Prozentpunkte auf 46,9% (2004: 45,9%). Dies stellt die höchste Rohrertragsmarge in einem ersten Quartal in der Geschichte unseres Konzerns dar und spiegelt vor allem unseren sich verbessernden Produktmix und verstärkte eigene Einzelhandelsaktivitäten der Marke adidas wider. Günstige Währungseffekte aufgrund unserer internationalen Beschaffungsstruktur trugen ebenfalls zu der Margenverbesserung bei. Während der größte Teil unserer Produktbeschaffung in US Dollar fakturiert wird, fallen die Umsätze hauptsächlich in Euro und anderen Währungen an, von denen der überwiegende Teil im Verlauf der letzten zwölf Monate gegenüber dem US Dollar eine Aufwertung erfahren hat. Infolge der deutlichen Umsatzsteigerung und der Verbesserung der Rohrertragsmarge stieg das Rohergebnis des Konzerns im ersten Quartal 2005 um 12% auf 834 Mio. € (2004: 744 Mio. €).

## Lizenz- und Provisionserträge steigen um 15%

Die Lizenz- und Provisionserträge, die gemäß dem überarbeiteten International Financial Reporting Standard IAS 1 nun im Betriebsergebnis ausgewiesen werden, stiegen währungsbereinigt um 16%. Grund für diesen Anstieg war eine größere Anzahl von Stückzahlen sowie höhere durchschnittliche Lizenzgebühren. In Euro erhöhten sich die Lizenz- und Provisionserträge in 2005 um 15% auf 11 Mio. € (2004: 9 Mio. €).

## Operative Aufwendungen um 11% gestiegen

Die operativen Aufwendungen, bestehend aus Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen sowie Abschreibungen (ohne Geschäfts- oder Firmenwerte), stiegen im ersten Quartal 2005 um 11% auf 665 Mio. € (2004: 601 Mio. €). Dies entspricht 37,4% der Umsatzerlöse und damit einer Steigerung von 0,4 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr (2004: 37,0%). In dieser Steigerung spiegeln sich in erster Linie zeitliche Verschiebungen bei den Marketingausgaben im Zusammenhang mit unserem diesjährigen Produkteinführungsplan wider, in dem im Vergleich zum Jahr 2004 das erste und vierte Quartal eine erheblich größere Rolle spielen. Wichtige Produkteinführungen während des ersten Quartals waren unter anderem der adidas\_1 Laufsuh, der a<sup>3</sup> KG 2 Basketballsuh sowie die adidas by Stella McCartney Kollektion im Segment adidas, die rac<sup>TM</sup> Eisen Serie und der BlackMAX<sup>®</sup> Golfball bei TaylorMade-adidas Golf sowie die „Women Will“ Bekleidungskollektion bei Salomon. Auch der weitere Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten bei adidas wirkte sich auf die operativen Aufwendungen aus.

## Ausbau des eigenen Einzelhandels führt zu Anstieg der Mitarbeiterzahl

Zum 31. März 2005 beschäftigte adidas-Salomon 17.413 Mitarbeiter. Das bedeutet einen Zuwachs von 9% im Vergleich zum Vorjahresstand von 16.028 sowie einen Anstieg um 2% seit Ende des Jahres 2004, als die Mitarbeiterzahl 17.023 betrug. Die meisten Neueinstellungen wurden im Bereich des eigenen Einzelhandels vorgenommen.

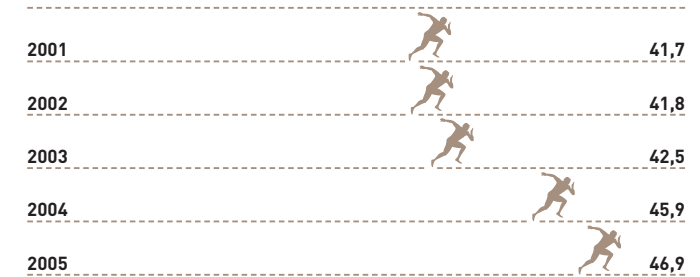
## Wegfall der planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte

Nach den neuen und überarbeiteten Rechnungslegungsgrundsätzen (IFRS) entfallen planmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte. Ab 2005 werden Geschäfts- oder Firmenwerte einmal jährlich, sowie zusätzlich bei Anzeichen einer potenziellen Wertminderung, auf Wertberichtigungsbedarf überprüft. Die Ergebnisse des Jahres 2004 werden nicht vergleichbar dargestellt. Die planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte der vergangenen Jahre sowie alle künftigen Wertminderungen von Geschäfts- oder Firmenwerten werden nun im Betriebsergebnis ausgewiesen. In den ersten drei Monaten 2005 war keine Wertminderung von Geschäfts- oder Firmenwerten vorzunehmen. Im Vergleich dazu gab es im ersten Quartal 2004 eine planmäßige Abschreibung auf Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 11 Mio. €.

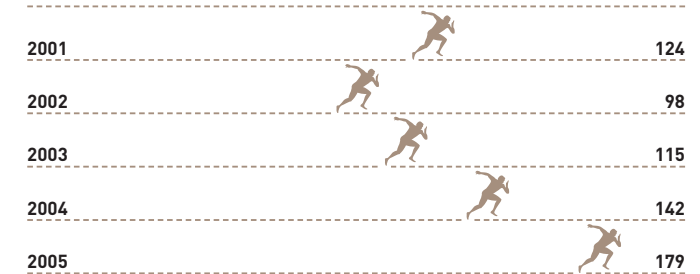
## Betriebsergebnis um 27% verbessert

Das Betriebsergebnis des Konzerns konnte im ersten Quartal 2005 infolge der sehr positiven Entwicklung des Umsatzes und der Rohrertragsmarge in diesem Quartal um 27% auf 179 Mio. € gesteigert werden (2004: 142 Mio. €). Eine ähnliche Entwicklung verzeichnete die operative Marge mit einem Anstieg in den ersten drei Monaten 2005 um 1,4 Prozentpunkte auf 10,1% (2004: 8,7%). Die Anwendung neuer und überarbeiteter Rechnungslegungsgrundsätze (IFRS), die den Ausweis der operativen Positionen Lizenz- und Provisionserträge sowie Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte im Betriebsergebnis und den Wegfall der planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte betrifft, hatte eine positive Auswirkung auf die berichteten operativen Ergebnisse des Konzerns im ersten Quartal. Auf vergleichbarer Basis hätten sich das Betriebsergebnis und die operative Marge des Konzerns in den ersten drei Monaten 2005 um 17% bzw. 0,7 Prozentpunkte verbessert.

## Q1 Rohrertragsmarge in %



## Q1 Betriebsergebnis<sup>1)</sup> in Mio. €



<sup>1)</sup>Vorjahreszahlen wurden gemäß den Änderungen der IFRS angepasst.



### Finanzaufwendungen sinken

Die Finanzaufwendungen sanken in den ersten drei Monaten 2005 um 19% auf 10 Mio. € (2004: 12 Mio. €). Positive Effekte aufgrund der niedrigeren durchschnittlichen Finanzverbindlichkeiten glichen einen Anstieg des gewichteten durchschnittlichen Zinssatzes mehr als aus. Letzterer war zum Teil auf die Tatsache zurückzuführen, dass die Wandelanleihe des Konzerns, die gemäß den IFRS Anforderungen einen höheren Zinssatz als den tatsächlich bezahlten in der Gewinn- und Verlustrechnung ausweist, jetzt einen erheblich höheren Anteil an den Nettofinanzverbindlichkeiten von adidas-Salomon darstellt als dies im vergangenen Jahr der Fall war. Darüber hinaus trugen die höheren Zinssätze in den USA sowie ein gestiegener Anteil der langfristigen Finanzierungen, die grundsätzlich höhere Zinssätze aufweisen, resultierend aus dem weiteren Abbau der Nettofinanzverbindlichkeiten des Konzerns, zu dieser Entwicklung bei.

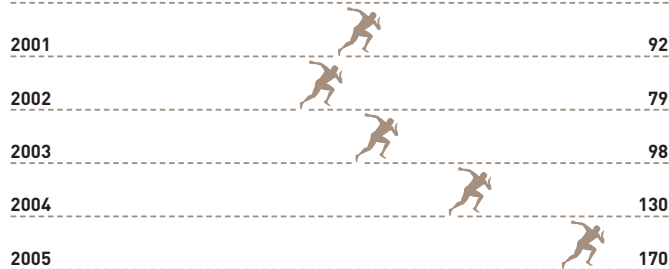
### Gewinn vor Steuern um 31 % gesteigert

Infolge der operativen Verbesserungen und der niedrigeren Finanzaufwendungen stieg der adidas-Salomon Gewinn vor Steuern im ersten Quartal 2005 um 31% auf 170 Mio. € (2004: 130 Mio. €). Im Verhältnis zum Umsatz verbesserte sich das Vorsteuerergebnis in 2005 im Vorjahresvergleich um 1,5 Prozentpunkte auf 9,5% (2004: 8,0%). Der Wegfall der planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte wirkte sich auf diese Entwicklung im ersten Quartal sehr positiv aus. Auf vergleichbarer Basis wäre der Gewinn vor Steuern um 20% bzw. 0,9 Prozentpunkte gestiegen.

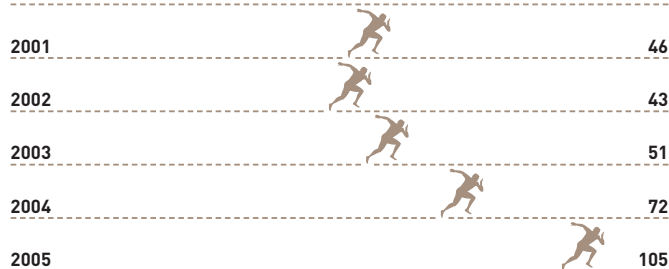
### Auf Anteilseigner entfallender Konzerngewinn steigt um 46 %

Der auf die Anteilseigner entfallende Konzerngewinn stieg im ersten Quartal 2005 um 46% auf 105 Mio. € (2004: 72 Mio. €). Zu dieser Verbesserung trugen insbesondere ein kräftiges Umsatzwachstum sowie eine starke Entwicklung der Rohertragsmarge und der operativen Marge bei. Der Wegfall der planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte wirkte sich ebenfalls auf diese Entwicklung im ersten Quartal sehr positiv aus. Die Ergebnisanteile anderer Gesellschafter verzeichneten in 2005 einen Anstieg um 3% auf 5 Mio. € (2004: 5 Mio. €). Niedrigere Ergebnisanteile anderer Gesellschafter aufgrund des Erwerbs der restlichen Anteile an adidas Türkei, Salomon & Taylor Made Japan und adidas Malaysia sowie des Verkaufs der restlichen Anteile an erima wurden durch den höheren Gewinn bei adidas Korea mehr als ausgeglichen. Die Steuerquote des Konzerns verringerte sich in den ersten drei Monaten 2005 um 5,6 Prozentpunkte auf 35,2% (2004: 40,7%). Dies war hauptsächlich zurückzuführen auf den Wegfall der Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte, die nicht steuerlich absetzbar waren. Auf vergleichbarer Basis wäre der auf die Anteilseigner entfallende Gewinn in den ersten drei Monaten 2005 um 26% gestiegen.

### Q1 Gewinn vor Steuern in Mio. €



### Q1 Auf Anteilseigner entfallender Gewinn in Mio. €



### Unverwässertes Ergebnis je Aktie bei 2,29 €

Im ersten Quartal 2005 verbesserte sich das unverwässerte Ergebnis je Aktie von adidas-Salomon um 45% auf 2,29 € (2004: 1,58 €). Die Gesamtzahl der im Umlauf befindlichen Aktien des Konzerns stieg in den ersten drei Monaten 2005 infolge des Aktienoptionsplans für Führungskräfte (MSOP) der adidas-Salomon AG um 81.050 Aktien auf 45.940.050. Damit belief sich der Durchschnitt der Aktien für die Berechnung des unverwässerten Ergebnisses je Aktie auf 45.935.547 (Durchschnitt in den ersten drei Monaten 2004: 45.524.092). Das verwässerte Ergebnis je Aktie stieg im ersten Quartal 2005 um 36% auf 2,15 € (2004: 1,58 €). Während der verwässernde Effekt im Vorjahr noch sehr gering und ausschließlich auf den Aktienoptionsplan für Führungskräfte des Konzerns zurückzuführen war, kommt die Verwässerung in 2005 hauptsächlich durch etwa vier Millionen zusätzliche potenzielle Aktien zustande, die im Zusammenhang mit unserer ausstehenden Wandelanleihe entstehen könnten. Die Wandlungsbedingungen wurden am Ende des vierten Quartals 2004 zum ersten Mal erfüllt. Sowohl das unverwässerte als auch das verwässerte Ergebnis je Aktie wurden durch den Wegfall der planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte positiv beeinflusst. Auf vergleichbarer Basis wären das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie im ersten Quartal 2005 um 25% bzw. 18% gestiegen.

### Ereignisse und Entwicklungen nach Quartalsende

Zwischen dem Ende des ersten Quartals 2005 und der Veröffentlichung dieses Berichts am 2. Mai gab es keine signifikanten gesamtwirtschaftlichen oder sozialpolitischen Änderungen, die eine wesentliche Auswirkung auf unser künftiges Geschäft haben könnten.

## FINANZEN UND INVESTITIONEN

### Bilanzsumme um 2% gestiegen

Zum Ende des ersten Quartals 2005 stieg die Bilanzsumme um 2% auf 4,676 Mrd. € (2004: 4,602 Mrd. €). Dies war hauptsächlich auf Investitionen in sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände zurückzuführen. Verglichen mit dem Stand zum Jahresende 2004 nahm die Bilanzsumme um 6% zu.

### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 4% gesunken

Zum Ende des ersten Quartals 2005 konnten die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen bei adidas-Salomon um 4% auf 1,295 Mrd. € reduziert werden (2004: 1,346 Mrd. €). Währungsbereinigt entspricht dies einem Rückgang um 2%. Dies ist auf die konsequente Durchsetzung der Zahlungsmodalitäten im Konzern und auf die gezielten Maßnahmen zum Forderungseinzug bei allen Marken zurückzuführen.

### Vorräte weiterhin stabil

Die Vorräte im Konzern blieben mit 1,075 Mrd. € zum Ende des ersten Quartals 2005 nahezu unverändert (2004: 1,074 Mrd. €). Auf währungsneutraler Basis stiegen die Vorräte um 3%. Diese Entwicklung liegt deutlich unter unseren aktuellen Auftragsbeständen sowie unseren Erwartungen für das Umsatzwachstum des Konzerns.

### Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände steigen um 35%

Die sonstigen kurzfristigen Vermögensgegenstände stiegen zum Ende des ersten Quartals 2005 um 35% auf 422 Mio. € (2004: 312 Mio. €). Dieser Anstieg ist vor allem auf höhere Vorauszahlungen für Promotionverträge und höhere Steuerforderungen zurückzuführen.

### Anlagevermögen um 3% gestiegen

Das Anlagevermögen stieg zum 31. März 2005 um 3% auf 1,157 Mrd. € (2004: 1,126 Mrd. €). Diese Veränderung im Anlagevermögen ist auf Zugänge in Höhe von 201 Mio. € zurückzuführen, die durch Abschreibungen (einschließlich Geschäfts- oder Firmenwerte) in Höhe von ca. 154 Mio. € zum Teil ausgeglichen wurden. Abgänge und Währungseffekte reduzierten das Anlagevermögen um weitere 10 Mio. € bzw. 8 Mio. €.

### Sonstige langfristige Vermögensgegenstände um 19% reduziert

Die sonstigen langfristigen Vermögensgegenstände sanken zum Ende des ersten Quartals 2005 um 19% auf 107 Mio. € (2004: 132 Mio. €). Dieser Rückgang resultiert hauptsächlich aus einem niedrigeren langfristigen Anteil der im Voraus bezahlten Promotionverträge.

### Sonstige langfristige Verbindlichkeiten um 2% gestiegen

Die sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten stiegen zum Ende des ersten Quartals 2005 um 2% auf 33 Mio. € (2004: 32 Mio. €). Dies beruht im Wesentlichen auf einem Anstieg des Marktwerts der zur Kurssicherung innerhalb des Konzerns eingesetzten Finanzinstrumente und auf einem Rückgang der Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit Finanzierungsleasingverträgen.

## Bilanzstruktur<sup>1)</sup> in % der Bilanzsumme

	2005 <sup>2)</sup>	2004 <sup>2)</sup>
<b>Aktiva</b>		
Flüssige Mittel	4,4	4,6
Kurzfristige Finanzanlagen	5,1	4,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	27,7	29,3
Vorräte	23,0	23,3
Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	9,0	6,8
<b>Kurzfristige Aktiva</b>	<b>69,2</b>	<b>68,4</b>
Anlagevermögen	24,7	24,5
Latente Steueransprüche	3,8	4,3
Sonstige langfristige Vermögensgegenstände	2,3	2,9
<b>Langfristige Aktiva</b>	<b>30,8</b>	<b>31,6</b>
<b>Aktiva</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Passiva</b>		
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	0,0	0,0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	11,1	10,7
Rückstellungen für Ertragsteuern	4,0	4,2
Sonstige Rückstellungen	14,4	12,1
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	3,9	3,8
<b>Kurzfristige Passiva</b>	<b>33,4</b>	<b>30,8</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	22,9	31,7
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	2,5	2,3
Latente Steuerschulden	1,5	1,3
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	0,7	0,7
<b>Langfristige Passiva</b>	<b>27,6</b>	<b>36,1</b>
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	38,3	31,9
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	0,7	1,2
<b>Gesamtes Eigenkapital</b>	<b>39,0</b>	<b>33,1</b>
<b>Passiva</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

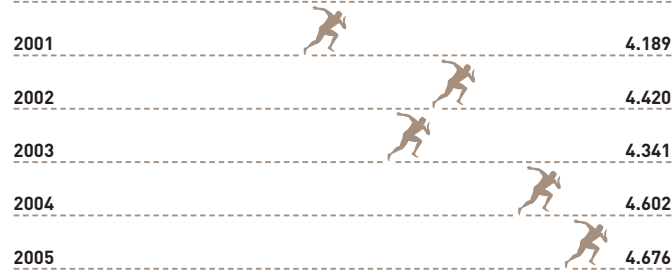
<sup>1)</sup>Für absolute Zahlen siehe Konzernbilanz.

<sup>2)</sup>Zum 31. März

### Eigenkapitalquote weiter gestärkt

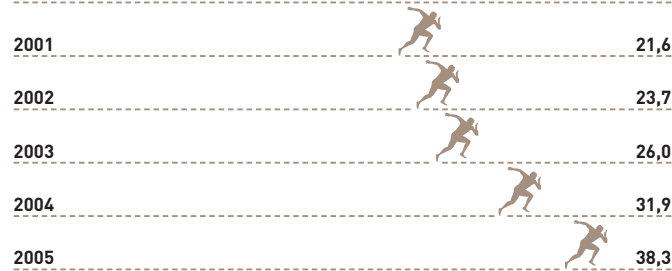
Die Eigenkapitalbasis des Konzerns verbesserte sich im ersten Quartal 2005 weiter. Das Eigenkapital stieg zum 31. März 2005 um 22% auf 1,789 Mrd. € (2004: 1,468 Mrd. €). Der überwiegende Teil des Gewinns wurde zur Stärkung der Konzerneigenkapitalbasis einbehalten. Verglichen mit dem Stand zum Jahresende 2004 von 1,628 Mrd. € stieg das Eigenkapital um 10%.

### Bilanzsumme<sup>1)</sup> in Mio. €



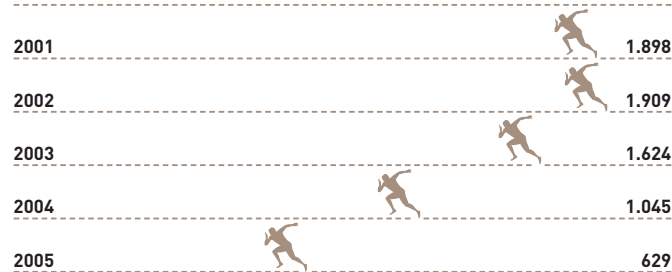
<sup>1)</sup>Zum 31. März

### Eigenkapitalquote<sup>2)</sup> in %



<sup>2)</sup>Zum 31. März

### Nettofinanzverbindlichkeiten<sup>3)</sup> in Mio. €



<sup>3)</sup>Zum 31. März

### Starke Cashflow-Entwicklung

Im ersten Quartal 2005 verwendete der Konzern 11 Mio. € der finanziellen Mittel aus der operativen Geschäftstätigkeit, um den Bedarf an kurzfristigem Betriebskapital entsprechend dem saisonalen Verlauf des Geschäfts zu finanzieren. Der Mittelabfluss für Investitionen in Höhe von 8 Mio. € beinhaltete im ersten Quartal 2005 vor allem Auszahlungen für Sachanlagen wie zum Beispiel Investitionen in adidas eigene Einzelhandelsaktivitäten. Die Finanzmittel für die betriebliche Geschäftstätigkeit und für die Investitionstätigkeit wurden mit langfristigen Finanzverbindlichkeiten finanziert.

### Nettofinanzverbindlichkeiten um 416 Mio. € reduziert

Am 31. März 2005 betragen die Nettofinanzverbindlichkeiten 629 Mio. €. Dies entspricht einem Rückgang um 40% bzw. 416 Mio. € gegenüber dem Vorjahreswert von 1,045 Mrd. €. Verantwortlich für diese Reduzierung war in erster Linie die starke Gewinnentwicklung und die anhaltend strikte Kontrolle des kurzfristigen Betriebskapitals. Infolgedessen verbesserte sich der Verschuldungsgrad des Konzerns in 2005 um 36 Prozentpunkte auf 35% gegenüber 71% im Vorjahr. Gegenüber dem Stand am Ende des Jahres 2004 von 594 Mio. € stieg die Verschuldung um 6% und spiegelt damit den saisonalen Verlauf des Geschäfts wider.



**adidas** Im ersten Quartal 2005 stieg der währungsberichtigte Umsatz bei adidas um 11 % mit Zuwächsen in allen Regionen. In Euro legte der Umsatz in 2005 um 10 % auf 1,512 Mrd. € zu (2004: 1,378 Mrd. €). Die Rohertragsmarge im Verhältnis zum Umsatz stieg im ersten Quartal 2005 um 3,0 Prozentpunkte auf 47,1 % (2004: 44,1 %). Dies war in erster Linie auf unseren verbesserten Produktmix sowie verstärkte eigene Einzelhandelsaktivitäten zurückzuführen. Positive Währungseffekte trugen ebenfalls zu dieser Verbesserung bei. Infolgedessen legte das Betriebsergebnis im ersten Quartal 2005 um 34 % auf 258 Mio. € zu (2004: 192 Mio. €). Die Anwendung neuer und überarbeiteter Rechnungslegungsgrundsätze (IFRS), die den Ausweis der operativen Positionen Lizenz- und Provisionserträge sowie Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte im Betriebsergebnis und den Wegfall der planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte betrifft, wirkte sich auf die berichteten operativen Ergebnisse im ersten Quartal aus. Auf vergleichbarer Basis stieg das Betriebsergebnis von adidas um 32 %. In den vergleichbaren Zahlen wurden die im Jahr 2004 angefallenen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte eliminiert. Außerdem beinhaltet das Betriebsergebnis in beiden Jahren die Lizenz- und Provisionserträge.

### Währungsbereinigter Umsatz im ersten Quartal um 11 % gestiegen

Im ersten Quartal 2005 stieg der Umsatz im Segment adidas währungsbereinigt um 11 % mit Zuwächsen der Umsatzerlöse in allen Regionen. In Euro legte der Umsatz in 2005 um 10 % auf 1,512 Mrd. € zu (2004: 1,378 Mrd. €). Der Umsatz im Bereich eigene Einzelhandelsaktivitäten bei adidas stieg währungsbereinigt um 34 %. In Euro entspricht dies einer Steigerung im ersten Quartal 2005 um 32 % auf 144 Mio. € (2004: 110 Mio. €). Das Wachstum wurde sowohl durch vergleichbare Umsatzzuwächse als auch durch die Eröffnung neuer Stores erzielt.

### Zweistelliges Wachstum in vielen Sport Performance Kategorien

Der Umsatz in der Sport Performance Division stieg im ersten Quartal 2005 auf währungsneutraler Basis um 5 %. Zu diesem Wachstum trugen die Kategorien Schuhe, Bekleidung und Sportzubehör bei. Zweistelliges Wachstum in den Kategorien Running und Tennis sowie solide Zuwächse bei Fußball und Basketball waren für diese Verbesserung maßgeblich verantwortlich und spiegeln die umfassende Stärke des adidas Produktangebots wider. Diese Steigerungen wurden durch Rückgänge in den Kategorien Training und Swim nur zum Teil aufgehoben. In Euro verbesserte sich der Umsatz bei Sport Performance in den ersten drei Monaten 2005 um 3 % auf 1,147 Mrd. (2004: 1,114 Mrd. €).

### Sport Heritage Schuhe und Bekleidung verzeichnen kräftiges Wachstum

Der währungsneutrale Umsatz in der Sport Heritage Division wuchs mit einer Steigerung von 46 % während des ersten Quartals 2005 im Vergleich zum Vorjahr erneut kräftig. Dieser Anstieg ist auf starke, zweistellige Wachstumsraten bei Schuhen und Bekleidung und in allen Regionen zurückzuführen. In Euro verbesserte sich der Umsatz bei Sport Heritage in 2005 um 43 % auf 357 Mio. € (2004: 249 Mio. €).

### Umsatzrückgang bei Sport Style

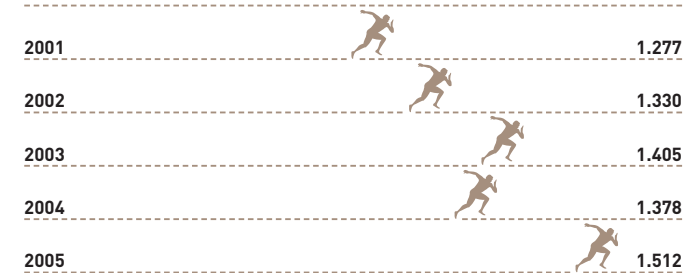
adidas Sport Style Produkte erfreuen sich weiterhin größter Beliebtheit. Im ersten Quartal 2005 ging der Umsatz in der Sport Style Division jedoch trotzdem sowohl währungsbereinigt als auch in Euro um 16 % auf 7 Mio. € zurück (2004: 8 Mio. €). Diese Entwicklung spiegelt in erster Linie das schwierige Einzelhandelsumfeld, vor allem in Europa, im ersten Quartal.

### adidas auf einen Blick in Mio. €

	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004	Veränderung
Umsatzerlöse	1.512	1.378	10 %
Rohertragsmarge	47,1 %	44,1 %	3,0 PP
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	258	192	34 %

<sup>1)</sup>Vorjahreszahlen wurden gemäß den Änderungen der IFRS angepasst.

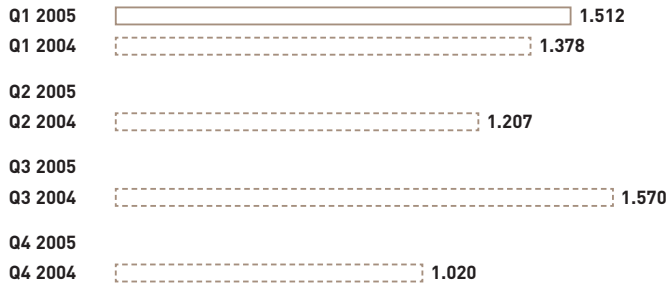
### Q1 adidas Umsatzerlöse in Mio. €



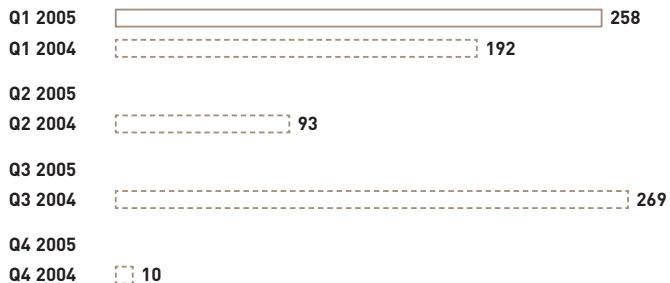
### adidas Umsatzerlöse nach Regionen in Mio. €

	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004	Veränderung
Europa	848	845	0 %
Nordamerika	279	243	15 %
Asien	309	232	33 %
Lateinamerika	67	47	42 %

#### adidas Umsatzerlöse nach Quartalen in Mio. €



#### adidas Betriebsergebnis nach Quartalen<sup>1)</sup> in Mio. €



<sup>1)</sup>Vorjahreszahlen wurden gemäß den Änderungen der IFRS angepasst.

#### Rohermargen deutlich verbessert

Die adidas Rohermarge verbesserte sich im ersten Quartal 2005 um 3,0 Prozentpunkte auf 47,1% (2004: 44,1%). Ein Großteil dieser Verbesserung ist unserem sich verbessernden Produktmix sowie verstärkten eigenen Einzelhandelsaktivitäten zuzuschreiben. Positive Währungseffekte im Zusammenhang mit unserer Beschaffungsstruktur trugen ebenfalls zu der Margenverbesserung bei. Infolgedessen verbesserte sich das Rohergebnis von adidas im ersten Quartal 2005 um 17% auf 713 Mio. € (2004: 608 Mio. €).

#### Lizenz- und Provisionserträge steigen um 8%

Gemäß dem überarbeiteten International Financial Reporting Standard IAS 1 werden die Lizenz- und Provisionserträge nun im Betriebsergebnis ausgewiesen. In den ersten drei Monaten 2005 verbesserten sich die Lizenz- und Provisionserträge bei der Marke adidas um 8% auf 14 Mio. € (2004: 13 Mio. €). Grund für diesen Anstieg war eine größere Anzahl von Stückzahlen sowie höhere durchschnittliche Lizenzgebühren.

#### Anstieg der operativen Aufwendungen durch Produkt-einführungen in Q1

Die operativen Aufwendungen bei adidas stiegen im ersten Quartal 2005 um 10% auf 469 Mio. € (2004: 426 Mio. €). In dieser Steigerung spiegeln sich in erster Linie zeitliche Verschiebungen bei den Marketingausgaben im Zusammenhang mit unserem diesjährigen Produkteinführungsplan, in dem im Vergleich zum Jahr 2004 das erste und vierte Quartal eine größere Rolle spielen, wider. Wichtige Produkteinführungen bei der Marke adidas waren im ersten Quartal unter anderem die Laufschuhe adidas\_1, ClimaCool® Revolution, a<sup>3</sup>® Axiom und Hyperride, die Basketballschuhe a<sup>3</sup>® KG 2 und T-MAC 4.5 sowie die adidas by Stella McCartney Produktkollektion. Auch der weitere Ausbau unserer eigenen Einzelhandelsaktivitäten bei adidas wirkte sich auf die operativen Aufwendungen aus. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die operativen Aufwendungen in den ersten drei Monaten 2005 um 0,1 Prozentpunkte auf 31,0% (2004: 31,0%). Der absolute Anstieg wurde durch die deutliche Umsatzverbesserung nahezu ausgeglichen.

#### Wegfall der planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte

Nach den neuen und überarbeiteten Rechnungslegungsgrundsätzen (IFRS) entfallen planmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte. Ab 2005 werden Geschäfts- oder Firmenwerte einmal jährlich, sowie zusätzlich bei Anzeichen einer potenziellen Wertminderung, auf Wertberichtigungsbedarf überprüft. Die Ergebnisse des Jahres 2004 werden nicht vergleichbar dargestellt. Planmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte in den vergangenen Jahren sowie alle künftigen Wertminderungen von Geschäfts- oder Firmenwerten werden nun im Betriebsergebnis ausgewiesen. In den ersten drei Monaten 2005 waren bei der Marke adidas keine Wertminderungen von Geschäfts- oder Firmenwerten vorzunehmen. Im Vergleich dazu gab es im ersten Quartal 2004 planmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 3 Mio. €.

#### Betriebsergebnis und operative Marge deutlich gesteigert

In den ersten drei Monaten 2005 stieg das Betriebsergebnis von adidas um 34% auf 258 Mio. € (2004: 192 Mio. €). Dieser Anstieg war hauptsächlich auf das kräftige Wachstum bei Umsatz und Rohermarge zurückzuführen, das durch gestiegene operative Aufwendungen nur zum Teil aufgehoben wurde. Die operative Marge im Segment adidas konnte im ersten Quartal 2005 um 3,1 Prozentpunkte auf 17,0% verbessert werden (2004: 13,9%). Auf vergleichbarer Basis hätten sich das Betriebsergebnis und die operative Marge von adidas in den ersten drei Monaten 2005 um 32% bzw. 2,9 Prozentpunkte verbessert.

Der Umsatz von Salomon sank in den ersten drei Monaten 2005 währungsbereinigt um 8%. Darin spiegeln sich Rückgänge in den Kategorien Inline Skates und Fahrradkomponenten sowie in den meisten wichtigen Winter-sportkategorien wider. In Euro fiel der Umsatz in 2005 um 9% auf 112 Mio. € (2004: 122 Mio. €). Die Rohertragsmarge ging in 2005 vor allem aufgrund von ungünstigen Währungseffekten resultierend aus der Beschaffung und Produktion der Mehrzahl der Salomon Produkte in Europa um 3,2 Prozentpunkte auf 28,3% zurück (2004: 31,6%). Infolge dieser Entwicklungen und höherer operativer Aufwendungen sank das Betriebsergebnis im ersten Quartal 2005 um 51% auf minus 25 Mio. € (2004: minus 16 Mio. €). Die Anwendung neuer und überarbeiteter Rechnungslegungsgrundsätze (IFRS), die den Ausweis der operativen Positionen Lizenz- und Provisionserträge sowie Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte im Betriebsergebnis und den Wegfall der planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte betrifft, wirkte sich auf die berichteten operativen Ergebnisse im ersten Quartal aus. Auf vergleichbarer Basis sank das Betriebsergebnis von Salomon um 54%. In den vergleichbaren Zahlen wurden die im Jahr 2004 angefallenen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte eliminiert. Außerdem beinhaltet das Betriebsergebnis in beiden Jahren die Lizenz- und Provisionserträge.

## Salomons währungsneutraler Umsatz sinkt im ersten Quartal um 8%

Der währungsbereinigte Umsatz von Salomon sank im ersten Quartal 2005 um 8%. Verantwortlich für diesen Rückgang waren vor allem niedrigere Umsätze in den Bereichen Inline Skates und Fahrradkomponenten sowie in fast allen wichtigen Winter-sportkategorien. Diese Rückgänge konnten durch zweistellige Zuwächse in aufstrebenden Kategorien wie Schuhe, Bekleidung und Surfing nicht ausgeglichen werden. In Euro fiel der Umsatz von Salomon in 2005 um 9% auf 112 Mio. € (2004: 122 Mio. €).

## Rückgang der Rohertragsmarge aufgrund von Währungseffekten

Die Rohertragsmarge von Salomon ging im ersten Quartal 2005 um 3,2 Prozentpunkte auf 28,3% zurück (2004: 31,6%). Diese Entwicklung resultierte hauptsächlich aus negativen Währungseffekten im Zusammenhang mit der Beschaffung und Produktion der meisten Salomon Produkte in Europa. Außerdem trugen niedrigere Margen in den Kategorien Alpinski und Inline Skates zum Rückgang der Marge bei. Höhere Margen in den Bereichen Schuhe und Bekleidung konnten diese Rückgänge nur zum Teil ausgleichen. Infolgedessen verminderte sich das Rohergebnis im ersten Quartal 2005 um 18% auf 32 Mio. € (2004: 39 Mio. €).

## Lizenz- und Provisionserträge stabil

Lizenz- und Provisionserträge, die nun im Betriebsergebnis ausgewiesen werden, lagen bei Salomon sowohl in 2005 als auch im Vorjahr unter 1 Mio. €.

## Operative Aufwendungen von Salomon im ersten Quartal um 1% gestiegen

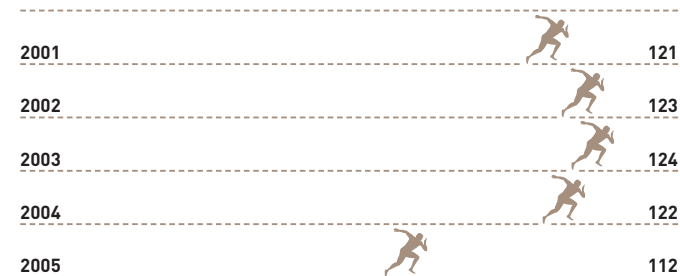
Die operativen Aufwendungen bei Salomon stiegen im ersten Quartal 2005 um 1% auf 57 Mio. € (2004: 56 Mio. €). Dieser leichte Anstieg spiegelt insbesondere höhere Marketingausgaben im Zusammenhang mit der Einführung der „Women Will“ Bekleidungskollektion von Salomon wider und konnte durch einen Rückgang der operativen Gemeinkosten nur zum Teil ausgeglichen werden. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die operativen Aufwendungen in den ersten drei Monaten 2005 um 4,6 Prozentpunkte auf 50,5% (2004: 45,9%). Diese Entwicklung ist fast vollständig auf den starken Umsatzrückgang bei Salomon zurückzuführen.

## Salomon auf einen Blick in Mio. €

	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004	Veränderung
Umsatzerlöse	112	122	-9%
Rohertragsmarge	28,3%	31,6%	-3,2PP
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	-25	-16	-51%

<sup>1)</sup>Vorjahreszahlen wurden gemäß den Änderungen der IFRS angepasst.

## Q1 Salomon Umsatzerlöse in Mio. €



## Salomon Umsatzerlöse nach Regionen in Mio. €

	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004	Veränderung
Europa	84	90	-7%
Nordamerika	22	24	-11%
Asien	4	6	-28%
Lateinamerika	1	1	11%

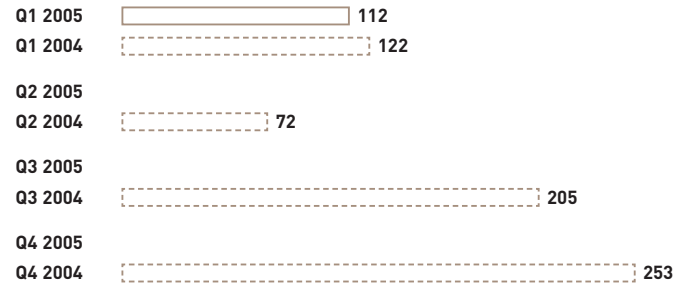
### Wegfall der planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte

In den ersten drei Monaten 2005 waren bei Salomon keine Wertminderungen von Geschäfts- oder Firmenwerten, die nun im Betriebsergebnis ausgewiesen wären, vorzunehmen. Im Vergleich dazu gab es im ersten Quartal 2004 planmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von weniger als 1 Mio. €.

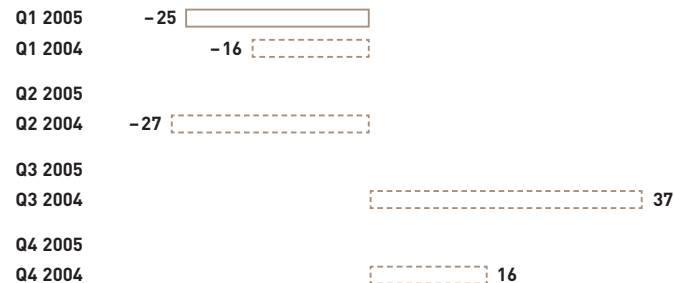
### Betriebsergebnis sinkt im ersten Quartal

In den ersten drei Monaten 2005 ging das Betriebsergebnis von Salomon um 51 % auf minus 25 Mio. € zurück (2004: minus 16 Mio. €). Während die absolute Höhe die Saisonalität des Salomon Geschäfts widerspiegelt, die dadurch gekennzeichnet ist, dass der größte Teil der Umsatzerlöse in der zweiten Jahreshälfte erzielt wird, der größere Teil der operativen Aufwendungen jedoch im ersten Halbjahr anfällt, war der Rückgang in diesem Quartal hauptsächlich auf die niedrigeren Umsätze und ungünstigen Währungseffekte auf die Rohertragsmarge zurückzuführen. Infolgedessen sank die operative Marge in 2005 um 8,7 Prozentpunkte auf minus 22,1 % (2004: minus 13,4 %). Auf vergleichbarer Basis wären das Betriebsergebnis und die operative Marge von Salomon in den ersten drei Monaten 2005 um 54 % bzw. 9,0 Prozentpunkte zurückgegangen.

### Salomon Umsatzerlöse nach Quartalen in Mio. €



### Salomon Betriebsergebnis nach Quartalen<sup>1)</sup> in Mio. €



<sup>1)</sup>Vorjahreszahlen wurden gemäß den Änderungen der IFRS angepasst.



# TaylorMade-adidas Golf

**Der Umsatz von TaylorMade-adidas Golf stieg im ersten Quartal 2005 auf währungsneutraler Basis um 31 %. Dies war vor allem auf kräftige, zweistellige Zuwächse in vielen Produktkategorien zurückzuführen. In Euro entspricht dies einer Verbesserung von 28 % auf 149 Mio. € in 2005 (2004: 116 Mio. €). Die Rohertragsmarge von TaylorMade-adidas Golf ging in 2005 aufgrund niedrigerer Margen in den Kategorien Golfbälle und Putter um 1,6 Prozentpunkte auf 42,7% zurück (2004: 44,3%). Das Betriebsergebnis verbesserte sich in 2005 um 97% auf minus 1 Mio. € (2004: minus 16 Mio. €), vor allem infolge des kräftigen Umsatzwachstums und der niedrigeren operativen Aufwendungen. Die Anwendung neuer und überarbeiteter Rechnungslegungsgrundsätze (IFRS), die den Ausweis der operativen Positionen Lizenz- und Provisionserträge sowie Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte im Betriebsergebnis und den Wegfall der planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte betrifft, wirkte sich auf die berichteten operativen Ergebnisse im ersten Quartal aus. Auf vergleichbarer Basis verbesserte sich das Betriebsergebnis von TaylorMade-adidas Golf ebenfalls um 97%. In den vergleichbaren Zahlen wurden die im Jahr 2004 angefallenen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte eliminiert. Außerdem beinhaltet das Betriebsergebnis in beiden Jahren die Lizenz- und Provisionserträge.**

## Starkes Umsatzwachstum bei TaylorMade-adidas Golf im ersten Quartal

Bei TaylorMade-adidas Golf stieg der währungsneutrale Umsatz im ersten Quartal um 31 %. Diese hervorragende Entwicklung war in erster Linie auf kräftiges, zweistelliges Wachstum in den Kategorien Metallhölzer, Eisen, Golfbälle und Bekleidung zurückzuführen und glich damit einen Rückgang im Bereich Putter mehr als aus. In Euro verbesserte sich der Umsatz in 2005 um 28 % auf 149 Mio. € (2004: 116 Mio. €).

## Rohertragsmarge zurückgegangen

Die Rohertragsmarge von TaylorMade-adidas Golf ging im ersten Quartal 2005 aufgrund niedrigerer Margen in den Kategorien Golfbälle und Putter um 1,6 Prozentpunkte auf 42,7% zurück (2004: 44,3%). Diese Rückgänge konnten durch Verbesserungen der Margen in den Bereichen Bekleidung und Schuhe nur zum Teil ausgeglichen werden. Beflügelt durch den kräftigen Umsatzanstieg verbesserte sich das Rohergebnis in den ersten drei Monaten 2005 jedoch um 23 % auf 64 Mio. € (2004: 52 Mio. €).

## Lizenz- und Provisionserträge bei TaylorMade-adidas Golf gehen zurück

Bei TaylorMade-adidas Golf gingen die Lizenz- und Provisionserträge in 2005, die nun im Betriebsergebnis ausgewiesen werden, um 5 % auf minus 3 Mio. € zurück (2004: minus 3 Mio. €). Dieser Betrag beinhaltet Lizenzgebühren für die Marke adidas Golf.

## Operative Aufwendungen trotz Produkteinführungen zurückgegangen

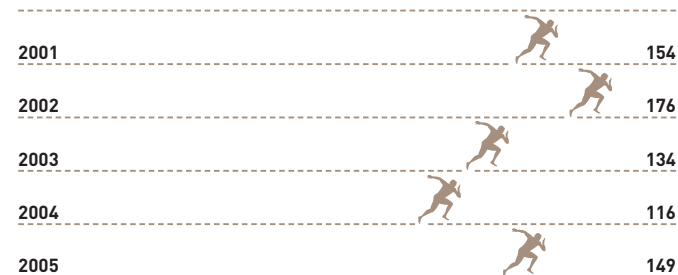
Die operativen Aufwendungen bei TaylorMade-adidas Golf gingen im ersten Quartal 2005 um 5 % auf 61 Mio. € zurück (2004: 65 Mio. €). Diese Verbesserung spiegelt in erster Linie den Wegfall der hohen Wertberichtigungen auf uneinbringliche Marketingaufwendungen im letzten Jahr wider. Dadurch wurden höhere Marketingaufwendungen im Zusammenhang mit Produkteinführungen wie zum Beispiel der neuen Generation der rac™ Eisen und des BlackMAX® Golfballs mehr als ausgeglichen. Im Verhältnis zum Umsatz gingen die operativen Aufwendungen in den ersten drei Monaten 2005 um 14,5 Prozentpunkte auf 40,9% deutlich zurück (2004: 55,5%). Diese Entwicklung wurde ebenfalls durch das hervorragende Umsatzwachstum unterstützt.

TaylorMade-adidas Golf auf einen Blick in Mio. €

	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004	Veränderung
Umsatzerlöse	149	116	28 %
Rohertragsmarge	42,7 %	44,3 %	-1,6 PP
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	-1	-16	97 %

<sup>1)</sup>Vorjahreszahlen wurden gemäß den Änderungen der IFRS angepasst.

Q1 TaylorMade-adidas Golf Umsatzerlöse in Mio. €



TaylorMade-adidas Golf Umsatzerlöse nach Regionen in Mio. €

	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004	Veränderung
Europa	27	16	67 %
Nordamerika	77	61	26 %
Asien	44	38	15 %
Lateinamerika	1	0	53 %

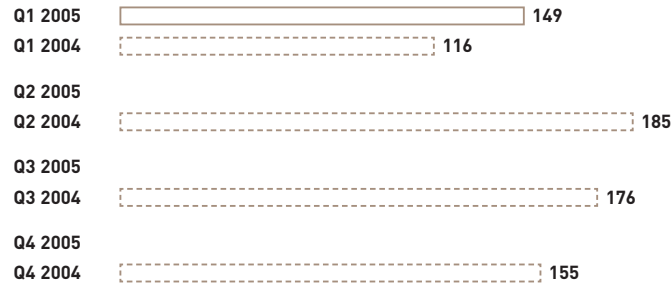
### Wegfall der planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte

Bei TaylorMade-adidas Golf waren in den ersten drei Monaten 2005 und 2004 keine Wertminderungen von Geschäfts- oder Firmenwerten bzw. planmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte, die beide nun im Betriebsergebnis ausgewiesen wären, vorzunehmen.

### Betriebsergebnis deutlich verbessert

Das Betriebsergebnis von TaylorMade-adidas Golf verbesserte sich mit einem Anstieg um 97% auf minus 1 Mio. € im ersten Quartal 2005 deutlich (2004: minus 16 Mio. €). Diese Entwicklung resultierte aus dem hervorragenden Umsatzwachstum und niedrigeren operativen Aufwendungen. Entsprechend verbesserte sich auch die operative Marge in den ersten drei Monaten 2005 um 13,7 Prozentpunkte auf minus 0,4% (2004: minus 14,0%). Auf vergleichbarer Basis hätten sich das Betriebsergebnis und die operative Marge von TaylorMade-adidas Golf in den ersten drei Monaten 2005 ebenfalls um 97% bzw. 13,7 Prozentpunkte verbessert.

### TaylorMade-adidas Golf Umsatzerlöse nach Quartalen in Mio. €



### TaylorMade-adidas Golf Betriebsergebnis nach Quartalen<sup>1)</sup> in Mio. €



<sup>1)</sup>Vorjahreszahlen wurden gemäß den Änderungen der IFRS angepasst.

**Ausblick** Angesichts der gegenwärtigen weltwirtschaftlichen Lage wird im Verlauf des Jahres 2005 mit weiteren Verbesserungen gerechnet. In Anbetracht unserer Ergebnisse für das erste Quartal und unserer Geschäftserwartungen für den Rest des Jahres 2005 bestätigen wir die Umsatzprognosen, die wir zusammen mit unseren Ergebnissen für das Geschäftsjahr 2004 bekannt gegeben haben und erhöhen unser Ziel bei der operativen Marge. Wir gehen nach wie vor von einem Anstieg des währungsbereinigten Konzernumsatzes im mittleren bis hohen einstelligen Bereich aus, mit zweistelligen währungsbereinigten Zuwächsen in Asien und Wachstum im mittleren einstelligen Bereich in Europa. Wir erhöhen unsere Umsatzerwartungen für Nordamerika und Lateinamerika. Dort erwarten wir jetzt Steigerungen im hohen einstelligen bzw. im zweistelligen Bereich. Es wird erwartet, dass die Rohertragsmarge des Konzerns mindestens auf dem Rekordniveau des Vorjahres von 47,2% liegen wird, und die operative Marge wird sich gegenüber dem Vorjahr auf vergleichbarer Basis verbessern. Infolge des positiven ersten Quartals wird nun mit einer Gewinnsteigerung im Konzern für das Gesamtjahr am oberen Ende des bekannt gegebenen Zielkorridors von 10% bis 15% auf vergleichbarer Basis gerechnet.

#### Erkennung und Analyse von Risiken

Die internationale Sportartikelindustrie ist sehr wettbewerbsintensiv. Der Erfolg eines Unternehmens hängt hier von der richtigen Einschätzung künftiger Trends und Herausforderungen ab. In diesem Sinne sammelt und analysiert das Management von adidas-Salomon laufend relevante Daten. Dazu gehört auch die qualifizierte Einschätzung des künftigen Geschäftsumfelds als Ausgangsbasis für Strategien zur Vermeidung oder Reduzierung von Risiken. Hinsichtlich der gegenwärtigen Geschäftsaussichten wurden keine unmittelbaren Risiken identifiziert, die die finanzielle Gesundheit oder die Rentabilität des Konzerns gefährden könnten.

#### Wirtschaftliche Aussichten für den Rest des Jahres 2005 weitgehend günstig

Die weltwirtschaftlichen Aussichten für den Rest des Jahres 2005 sind nach wie vor günstig. In Europa wird nach einer allmählichen Belebung im Verlauf des Jahres ein um etwa 2% höheres Bruttoinlandsprodukt in 2005 erwartet. Das Exportgeschäft dürfte weiterhin solide sein. Eine geringfügige Verlangsamung des weltweiten Wachstums sowie die verzögerten Auswirkungen der Stärke des Euro werden das Wachstum des Außenhandels in der Region voraussichtlich negativ beeinflussen. Die Geschäftsinvestitionen dürften mit der Unterstützung günstiger Finanzierungsbedingungen sowie verbesserter Gewinne weiter an Stärke gewinnen. Was das Wachstum der Konsumausgaben betrifft, wird allerdings vorausgesagt, dass sich diese entsprechend dem Anstieg des real verfügbaren Einkommens entwickeln werden, der bis zum Einsetzen deutlicher Verbesserungen auf dem Arbeitsmarkt nur begrenzt sein wird. In den USA wird die Konjunktur voraussichtlich robust bleiben. Obwohl angesichts des schrittweisen Wegfalls der steuerlichen und geldpolitischen Anreize mit einer moderaten Verlangsamung beim Wachstum des Privatkonsums gerechnet wird, dürfte die Höhe der Geschäftsinvestitionen trotzdem weiterhin eine unterstützende Rolle spielen. Infolgedessen wird ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts in der Region in 2005 von etwa 3% erwartet. In Japan wird die Konjunktur voraussichtlich schwach bleiben. Allerdings ist damit zu rechnen, dass die besser als erwartete Auslandsnachfrage und der kürzliche Aufwärtstrend bei den Löhnen und Beschäftigungszahlen zu einem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts in 2005 von etwa 1% führen werden. Das erwartete Wachstum von rund 6% für die restlichen Länder Asiens wird maßgeblich von der Entwicklung der jeweiligen Binnenmärkte abhängen, nachdem der Exportsektor weitgehend an Dynamik verlieren wird. Trotz weiterer restriktiver Maßnahmen mit dem Ziel, das Tempo der Investitionen zu drosseln, wird in China mit einem besonders lebhaften Wachstumstempo in 2005 gerechnet (Wachstumsprognose für

das Bruttoinlandsprodukt: 8%). In Lateinamerika geht man von einem leichten Rückgang der hohen wirtschaftlichen Wachstumsraten in den vorangegangenen Quartalen aus. Nichtsdestotrotz wird eine Belebung der Investitions- und Konsumaktivitäten vermutlich zu einem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts in dieser Region in 2005 von etwa 4% führen.

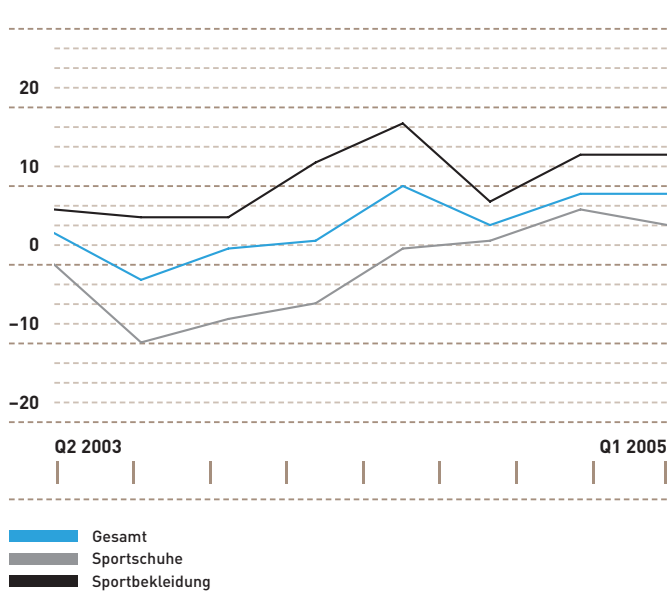
#### Aussichten für die Sportartikelbranche unterschiedlich

Die Aussichten für die Sportartikelbranche für den Rest des Jahres sind gemischt. In Europa wird eine Fortsetzung der Internationalisierung und Konsolidierung des Einzelhandels erwartet, wobei Lifestyle-Produktangebote an Bedeutung zunehmen und Konsumenten noch preisbewusster werden. In Nordamerika wird befürchtet, dass sich die Konsumausgaben infolge der gestiegenen Zinsen und Rohstoffpreise verlangsamen werden. Dadurch könnten die Einzelhändler mit ihren Aufträgen bei allen Sportartikelanbietern vorsichtiger agieren. Das insgesamt positive Marktumfeld in Asien wird im restlichen Verlauf des Jahres 2005 voraussichtlich das Wachstum ankurbeln, Lagerverkaufe reduzieren und zur anhaltenden Margenstärke in der Sportartikelbranche beitragen. In Japan, dem wichtigsten Markt der Region, erwartet man nach fünf aufeinander folgenden Jahren des Rückgangs eine moderate Belebung der Umsätze bei Schuhen. In Lateinamerika wird damit gerechnet, dass das lebhafte Wachstum des Privatkonsums einen weiteren Ausbau des Sportartikelsektors unterstützen wird.

#### Erwartungen für das währungsneutrale Umsatzwachstum für 2005 im mittleren bis hohen einstelligen Bereich

Angesichts des zu erwartenden positiven gesamtwirtschaftlichen und branchenspezifischen Umfelds sowie der Entwicklung der adidas Auftragsbestände, der hohen Erwartungen für die adidas eigenen Einzelhandelsaktivitäten sowie des positiven Feedbacks von Einzelhändlern für alle Marken rechnen wir nach wie vor mit einer währungsbereinigten Umsatzsteigerung für den Konzern im mittleren bis hohen einstelligen Bereich. Für Nordamerika und Lateinamerika sind unsere Erwartungen allerdings aufgrund der positiven Ergebnisse des ersten Quartals zunehmend optimistischer geworden. adidas-Salomon rechnet jetzt mit zweistelligem Umsatzwachstum in Asien und Lateinamerika, Zuwächsen im hohen einstelligen Bereich in Nordamerika und einem Anstieg im mittleren einstelligen Bereich in Europa.

adidas Auftragsbestandsentwicklung, währungsbereinigt<sup>1)</sup> in %



<sup>1)</sup>Jeweils zum Quartalsende, Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr

adidas Auftragsbestand nach Produktkategorien und Regionen<sup>2)</sup>  
Veränderung in %

	Europa	Nord-amerika	Asien	Gesamt
Sportschuhe	4	0	2	2
Sportbekleidung	-3	6	55	10
<b>Gesamt</b>	<b>-1</b>	<b>3</b>	<b>26</b>	<b>6</b>

<sup>2)</sup>Am 31. März 2005, im Vorjahresvergleich

adidas Auftragsbestand nach Produktkategorien und Regionen, währungsbereinigt<sup>3)</sup> Veränderung in %

	Europa	Nord-amerika	Asien	Gesamt
Sportschuhe	5	5	8	5
Sportbekleidung	-2	12	65	14
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>33</b>	<b>9</b>

<sup>3)</sup>Am 31. März 2005, im Vorjahresvergleich

Positive Auftragsbestände unterstützen Wachstumserwartungen im mittleren bis hohen einstelligen Bereich bei der Marke adidas

Die Auftragsbestände von adidas lagen zum Ende des ersten Quartals 2005 währungsbereinigt um 9% über dem Vorjahr. In Euro stellt dies einen Anstieg um 6% dar. Bei Bekleidung stiegen die Auftragsbestände währungsbereinigt um 14% (+10% in Euro), wozu vor allem der anhaltende Erfolg unserer „Apparel Breakthrough“ Initiative beitrug. Im Bereich Schuhe stiegen die Auftragsbestände währungsbereinigt um 5% (+2% in Euro), worin Verbesserungen in vielen Kategorien, insbesondere in der Sport Heritage Division, zum Ausdruck kommen. Angesichts des positiven ersten Quartals 2005, unseres hervorragenden Auftragsbestands und unserer zweistelligen Wachstumserwartungen für die eigenen Einzelhandelsaktivitäten gehen wir für adidas in 2005 von einem währungsbereinigten Umsatzwachstum im mittleren bis hohen einstelligen Bereich aus.

Wachstumserwartungen bei TaylorMade-adidas Golf erhöht

Da das Geschäft von Salomon stark saisonabhängig ist, die Aufträge in der Wintersportbranche häufig sehr kurzfristig erteilt werden und die Auftragsbestände in der Golfbranche anders gemessen werden als in anderen Bereichen unseres Konzerns, machen wir keine Angaben zu den Auftragsbeständen der Salomon Markenfamilie und von TaylorMade-adidas Golf. Erstes Feedback aus dem Einzelhandel weist allerdings darauf hin, dass Salomons Umsatzwachstum in 2005 währungsbereinigt im mittleren einstelligen Bereich liegen wird. Bei TaylorMade-adidas Golf wird angesichts des positiven ersten Quartals ein Umsatzwachstum für das Geschäftsjahr 2005 im mittleren bis hohen einstelligen Bereich erwartet.



### Rohrertragsmarge im Konzern mindestens auf Rekordniveau von 2004

Es ist unser Ziel, bei allen Profitabilitätskennzahlen zu den Besten der Branche zu gehören. Unser sich verbessernder Produktmix und der höhere Anteil der eigenen Einzelhandelsaktivitäten werden wesentlich dazu beitragen, unsere hohe Rohrertragsmarge weiter zu unterstützen. Wir gehen davon aus, dass der stärkere Euro sich weiterhin positiv auf unsere Beschaffungskosten auswirken und dadurch auch die Stärke der Rohrertragsmarge unterstützen wird. Allerdings werden diese Auswirkungen weniger ausgeprägt sein als in 2004. Obwohl Vergleiche mit dem Vorjahr im Verlauf des Jahres 2005 immer schwieriger werden, gehen wir davon aus, dass unser sich verbessernder Produktmix in Europa eine höher als ursprünglich erwartete Rohrertragsmarge in der Region unterstützen wird. Infolgedessen sind wir zuversichtlich, dass die Rohrertragsmarge des Konzerns unseren mittelfristigen Zielkorridor von 45% bis 46% übertreffen und mindestens das Rekordniveau des Vorjahres von 47,2% erreichen wird.

### IFRS Änderungen wirken sich positiv auf die operative Marge aus

Aufgrund der Anwendung neuer und überarbeiteter Rechnungslegungsgrundsätze (International Financial Reporting Standards), die den Ausweis der operativen Positionen Lizenz- und Provisionserträge sowie Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte im Betriebsergebnis und den Wegfall planmäßiger Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte betrifft, wird sich die operative Marge von adidas-Salomon in 2005 absolut gesehen um etwa 0,5 Prozentpunkte erhöhen. Auf Quartalsbasis werden die Auswirkungen der IFRS Änderungen unterschiedlich sein, da die Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte im Vorjahr gleichmäßig in den Quartalen anfielen, während das Betriebsergebnis aufgrund der Saisonalität unseres Geschäfts von Quartal zu Quartal variiert. Die genaue Auswirkung der IFRS Änderungen wird auch von der Entwicklung der Lizenz- und Provisionserträge im Verhältnis zum Umsatzwachstum des Konzerns abhängen.

### Erhöhtes Ziel für die operative Marge basiert auf zugrunde liegender Verbesserung

Zusätzlich zu der durch die Rechnungslegungsgrundsätze bedingten Anpassung streben wir auch eine Verbesserung der operativen Marge an. Trotz gestiegener Kosten in Verbindung mit dem beschleunigten Ausbau der adidas eigenen Einzelhandelsaktivitäten erwarten wir, dass sich im weiteren Verlauf des Jahres 2005 niedrigere operative Gemeinkosten im Verhältnis zum Umsatz positiv auf die Entwicklung unserer operativen Aufwendungen auswirken werden. Infolge dieser Verbesserung sowie einer Rohrertragsmarge, die ungefähr auf dem Rekordniveau des letzten Jahres liegen wird, werden wir die höchste operative Marge in der Geschichte des Konzerns übertreffen und in 2005 eine operative Marge von 10% erzielen. Diese Entwicklung reflektiert einen höher als ursprünglich erwarteten Margenanstieg, der die operativen Verbesserungen im Konzern widerspiegelt. Zudem haben wir unseren Ausblick für die Marge in 2006 auf 10,5% erhöht, um die Auswirkungen der IFRS Änderungen widerzuspiegeln.

### Verbesserte Profitabilität bei adidas und TaylorMade-adidas Golf

Wir rechnen in 2005 mit einer verbesserten Ertragslage sowohl bei adidas also auch bei TaylorMade-adidas Golf infolge stabiler bis leicht steigender Rohrertragsmargen sowie niedrigerer operativer Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz. Bei Salomon wird die Rohrertragsmarge voraussichtlich aufgrund der auf Europa konzentrierten Beschaffungs- und Produktionsstruktur der Marke weiter unter Druck bleiben. Infolgedessen erwarten wir, dass die zugrunde liegende Profitabilität von Salomon unter den Werten des Jahres 2004 liegen wird.

### Gewinnsteigerung am oberen Ende des Zielkorridors

Wir rechnen für das dritte Jahr in Folge mit einer zweistelligen Gewinnsteigerung. Das starke Umsatzwachstum, die höher als erwartete Rohrertragsmarge und sich verbessernde operative Aufwendungen stimmen uns zuversichtlich, dass wir ein Gewinnwachstum auf vergleichbarer Basis am oberen Ende des bekannt gegebenen Zielkorridors von 10% bis 15% gegenüber dem Vorjahreswert erreichen werden. Infolge der oben erwähnten IFRS Änderungen entspricht dies einer Gewinnsteigerung von 25% bis 30% im Vergleich zum Jahr 2004.

**Konzernbilanz (IFRS) in Mio. €**

	31. Mrz. 2005	31. Mrz. 2004	Veränderung in %	31. Dez. 2004
Flüssige Mittel	206	213	-3,5	196
Kurzfristige Finanzanlagen	238	201	18,4	259
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.295	1.346	-3,7	1.046
Vorräte	1.075	1.074	0,1	1.155
Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	422	312	35,3	378
<b>Kurzfristige Aktiva</b>	<b>3.236</b>	<b>3.146</b>	<b>2,9</b>	<b>3.035</b>
Sachanlagen, netto	375	348	7,8	368
Geschäfts- oder Firmenwerte, netto	573	583	-1,7	572
Sonstige immaterielle Vermögensgegenstände, netto	94	105	-10,9	96
Langfristige Finanzanlagen	115	90	27,5	93
Latente Steueransprüche	177	198	-10,5	160
Sonstige langfristige Vermögensgegenstände	107	132	-19,3	103
<b>Langfristige Aktiva</b>	<b>1.441</b>	<b>1.456</b>	<b>-1,1</b>	<b>1.393</b>
<b>Aktiva</b>	<b>4.676</b>	<b>4.602</b>	<b>1,6</b>	<b>4.427</b>
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	-	-	-	186
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	518	494	5,0	592
Rückstellungen für Ertragsteuern	189	192	-1,6	167
Sonstige Rückstellungen	671	555	21,0	558
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	185	176	4,9	184
<b>Kurzfristige Passiva</b>	<b>1.563</b>	<b>1.416</b>	<b>10,3</b>	<b>1.687</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1.073	1.459	-26,5	863
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	115	108	6,9	111
Latente Steuerschulden	70	61	15,3	78
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	33	32	2,1	31
<b>Langfristige Passiva</b>	<b>1.291</b>	<b>1.660</b>	<b>-22,2</b>	<b>1.083</b>
Grundkapital	118	117	0,9	117
Sonstige Rücklagen	33	15	123,0	-23
Gewinnrücklagen	1.639	1.337	22,6	1.534
<b>Auf Anteilseigner entfallendes Kapital</b>	<b>1.789</b>	<b>1.468</b>	<b>21,9</b>	<b>1.628</b>
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	33	57	-42,1	29
<b>Gesamtes Eigenkapital</b>	<b>1.822</b>	<b>1.525</b>	<b>19,5</b>	<b>1.657</b>
<b>Passiva</b>	<b>4.676</b>	<b>4.602</b>	<b>1,6</b>	<b>4.427</b>

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

**Konzerngewinn- und Verlustrechnung (IFRS) in Mio. €**

	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004	Veränderung
Umsatzerlöse	1.778	1.623	9,6%
Umsatzkosten	945	878	7,6%
<b>Rohergebnis</b>	<b>834</b>	<b>744</b>	<b>12,0%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	46,9%	45,9%	1,0PP
Lizenz- und Provisionserträge	11	9	14,9%
Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen	639	578	10,7%
(in % der Umsatzerlöse)	36,0%	35,6%	0,4PP
Abschreibungen (ohne Geschäfts- oder Firmenwerte)	25	23	10,5%
Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	-	11	-100,0%
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>179</b>	<b>142</b>	<b>26,6%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	10,1%	8,7%	1,4PP
Finanzaufwendungen, netto	10	12	-18,8%
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>170</b>	<b>130</b>	<b>30,8%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	9,5%	8,0%	1,5PP
Ertragsteuern	60	53	13,0%
(in % des Gewinns vor Steuern und Ergebnisanteilen anderer Gesellschafter)	35,2%	40,7%	-5,6PP
<b>Gewinn</b>	<b>110</b>	<b>77</b>	<b>43,1%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	6,2%	4,7%	1,4PP
<b>Auf Anteilseigner entfallender Gewinn</b>	<b>105</b>	<b>72</b>	<b>45,8%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	5,9%	4,4%	1,5PP
<b>Ergebnisanteile anderer Gesellschafter</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>2,7%</b>
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	2,29	1,58	44,5%
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	2,15	1,58	36,2%

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

**Konzernkapitalflussrechnung (IFRS) in Mio. €**

	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004
<b>Laufende Geschäftstätigkeit:</b>		
Gewinn vor Steuern	170	130
Anpassungen für:		
Abschreibungen (inkl. Geschäfts- oder Firmenwerte)	29	37
Unrealisierte Währungsgewinne, netto	-9	-16
Zinserträge	-6	-0
Zinsaufwendungen	17	13
Gewinne aus Sachanlagenabgang, netto	-0	-1
<b>Betriebliches Ergebnis vor Änderungen im Nettoumlaufvermögen</b>	<b>200</b>	<b>163</b>
Zunahme der Forderungen und sonstigen kurzfristigen Vermögensgegenstände	-296	-223
Abnahme der Vorräte	62	134
Zunahme/Abnahme der Lieferantenverbindlichkeiten und sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten	105	-40
<b>Mittelzufluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit</b>	<b>71</b>	<b>34</b>
Zinszahlungen	-19	-16
Zahlungen für Ertragsteuern	-63	-60
<b>Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>-11</b>	<b>-42</b>
<b>Investitionstätigkeit:</b>		
Erwerb von Geschäfts- oder Firmenwerten und sonstigen immateriellen Vermögensgegenständen	-2	-9
Erwerb von Sachanlagevermögen	-23	-18
Erlöse aus dem Abgang von Sachanlagevermögen	2	3
Abgang/Zugang von kurzfristigen Finanzanlagen	21	-112
Zugang von Finanzanlagen und sonstigen langfristigen Vermögensgegenständen	-12	-36
Erhaltene Zinsen	6	0
<b>Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-8</b>	<b>-171</b>
<b>Finanzierungstätigkeit:</b>		
Zunahme der langfristigen Finanzverbindlichkeiten	207	229
Dividenden an Minderheitsaktionäre	-2	-2
Ausgeübte Aktienoptionen	6	7
Abnahme der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-186	0
<b>Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>25</b>	<b>235</b>
<b>Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
Zunahme des Finanzmittelbestands	10	24
Finanzmittelbestand am Anfang des Jahres	196	190
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Periode</b>	<b>206</b>	<b>213</b>

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.



**Konzern Eigenkapitalentwicklung (IFRS) in Mio. €**

	Grund- kapital	Kapital- rücklage	Kumulierte Währungs- umrechnung	Marktwertbewer- tung von Finanz- instrumenten	Gewinn- rücklagen	<b>Eigenkapital der Anteils- eigener</b>	Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	<b>Gesamt</b>
<b>31. Dezember 2003</b>	<b>116</b>	<b>128</b>	<b>-114</b>	<b>-41</b>	<b>1.265</b>	<b>1.356</b>	<b>57</b>	<b>1.412</b>
Jahresüberschuss					72	72	5	77
Dividendenzahlung						0	-2	-2
Ausgeübte Aktienoptionen	0	7				7		7
Nettogewinn aus der Absicherung von Cashflow, netto nach Steuern				15		15		15
Nettoverlust aus der Absicherung von Nettoinvestitionen in ausländischen Tochtergesellschaften, netto nach Steuern				-2		-2		-2
Erwerb von Anteilen von Minderheitsaktionären						0	-6	-6
Währungsänderung			20			20	3	23
<b>31. März 2004</b>	<b>117</b>	<b>135</b>	<b>-93</b>	<b>-27</b>	<b>1.337</b>	<b>1.468</b>	<b>57</b>	<b>1.525</b>
<b>31. Dezember 2004</b>	<b>117</b>	<b>156</b>	<b>-133</b>	<b>-46</b>	<b>1.534</b>	<b>1.628</b>	<b>29</b>	<b>1.657</b>
Jahresüberschuss					105	105	5	110
Dividendenzahlung						0	-2	-2
Ausgeübte Aktienoptionen	0	5				6		6
Nettogewinn aus der Absicherung von Cashflow, netto nach Steuern				30		30		30
Nettoverlust aus der Absicherung von Nettoinvestitionen in ausländischen Tochtergesellschaften, netto nach Steuern				-0		-0		-0
Währungsänderung			20			20	1	22
<b>31. März 2005</b>	<b>118</b>	<b>161</b>	<b>-113</b>	<b>-15</b>	<b>1.639</b>	<b>1.789</b>	<b>33</b>	<b>1.822</b>

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

## ERLÄUTERUNGEN ZUM KONZERN-ZWISCHENBERICHT (IFRS) ZUM 31. MÄRZ 2005

### 1 /// Rechnungslegungsgrundsätze

Der nicht geprüfte Konzern-Zwischenbericht der adidas-Salomon AG und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen der „Konzern“ oder „adidas-Salomon“) für die ersten drei Monate zum 31. März 2005 wurde in Übereinstimmung mit den vom International Accounting Standards Board übernommenen Rechnungslegungsgrundsätzen („International Financial Reporting Standards“ – „IFRS“) erstellt. Dabei wurden alle zum 31. März 2005 gültigen International Financial Reporting Standards und Interpretationen des International Financial Reporting Standing Interpretations Committee angewandt.

Die bei der Erstellung des Zwischenberichts angewandten Rechnungslegungsgrundsätze entsprechen denen des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2004; zusätzlich wandte der Konzern IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ an.

Ab dem 1. Januar 2005 wandte der Konzern die neuen und überarbeiteten Standards IFRS 3 (veröffentlicht 2004) „Unternehmenszusammenschlüsse“, IAS 36 (überarbeitet 2004) „Wertminderung von Vermögenswerten“ und IAS 38 (überarbeitet 2004) „Immaterielle Vermögenswerte“ für sämtliche Geschäfts- oder Firmenwerte, die im Zusammenhang mit dem Erwerb eines Unternehmens vor dem 31. März 2004 stehen, an. Die Anwendung dieser Standards hatte eine wesentliche Auswirkung auf die Finanzlage des Konzerns, weil planmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte nicht mehr vorgenommen werden. Stattdessen werden Geschäfts- oder Firmenwerte einmal jährlich auf Wertminderung überprüft.

Ferner wandte der Konzern die überarbeiteten IAS Standards resultierend aus dem Improvement Project, den überarbeiteten Standard IAS 39 sowie den neuen Standard IFRS 2 „Anteilsbasierte Vergütung“ an. Die Anwendung dieser Standards hatte keine wesentliche Auswirkung auf die Finanzlage des Konzerns im ersten Quartal 2005.

Während des Geschäftsjahres unregelmäßig anfallende Aufwendungen werden in der Zwischenberichterstattung nur soweit berücksichtigt bzw. abgegrenzt, wie die Berücksichtigung bzw. Abgrenzung auch zum Ende des Geschäftsjahres angemessen wäre.

Der vorliegende Zwischenbericht ist im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2004 zu lesen. Die dort enthaltenen Anmerkungen gelten, soweit nicht explizit auf Änderungen eingegangen wird, auch für die Quartalsabschlüsse des Jahres 2005. Die Geschäftsergebnisse für die ersten drei Monate zum 31. März 2005 sind nicht zwangsläufig ein Indikator für die zu erwartenden Ergebnisse für das Gesamtjahr.

### 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 Jahres kommen. Da der Umsatz der Marke adidas ca. 80% des Konzernumsatzes ausmacht, fallen die höchsten Umsätze und Gewinne in der Regel im ersten und dritten Quartal des Geschäftsjahres an. 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 /// Finanzverbindlichkeiten und Kreditlinien

Im Vergleich zum Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2004 weist der Konzern keine kurzfristigen Verbindlichkeiten zum Ende des ersten Quartals 2005 aus, da sämtliche kurzfristigen Finanz-

verbindlichkeiten aufgrund der Unterzeichnung einer Konsortialkreditlinie in Höhe von 800 Mio. € im Februar 2005 durch längerfristige Kreditlinien gesichert sind. Die Kreditlinie läuft in 2010 aus und beinhaltet zwei Verlängerungsoptionen, jeweils für ein Jahr.

### 4 /// Ergebnis je Aktie

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie wird durch Division des Gewinns durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl der in dem entsprechenden Zeitraum im Umlauf befindlichen Aktien ermittelt.

Aufgrund des Aktienoptionsplans der adidas-Salomon AG (MSOP), der 1999 eingeführt wurde, sowie der im Oktober 2003 ausgegebenen Wandelanleihe, bei der die vorgegebenen Bedingungen für die Wandlung Ende Dezember 2004 erfüllt waren, sind verwässernde potenzielle Aktien entstanden.

#### Ergebnis je Aktie

	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn (in Mio. €)	105	72
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien	45.935.547	45.524.092
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in €)</b>	<b>2,29</b>	<b>1,58</b>
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn (in Mio. €)	105	72
Zinsaufwand auf Wandelanleihe (abzüglich Steuern) (in Mio. €)	3	-
<b>Jahresüberschuss zur Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie (in Mio. €)</b>	<b>108</b>	<b>72</b>
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien	45.935.547	45.524.092
Gewichtete Aktienoptionen	100.248	10.292
Angenommene Wandlung der Wandelanleihe	3.921.569	-
<b>Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien für verwässertes Ergebnis je Aktie</b>	<b>49.957.364</b>	<b>45.534.384</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)</b>	<b>2,15</b>	<b>1,58</b>

### 5 /// Segmentberichterstattung

Finanzinformationen in Übereinstimmung mit den Management-Verantwortlichkeiten sind auf den Seiten 32–33 dieses Berichts dargestellt.

### 6 /// Eigenkapital

Im Januar 2005 wurde das Grundkapital der adidas-Salomon AG aufgrund der Ausübung von 81.050 Bezugsrechten und Ausgabe von 81.050 auf den Inhaber lautenden Stückaktien im Rahmen der achten Ausübungsperiode der Tranche II (2000), der fünften Ausübungsperiode der Tranche III (2001), bzw. der zweiten Ausübungsperiode der Tranche IV (2002) des Aktienoptionsplans der Gesellschaft um weitere 207.488 € erhöht. Am 2. Mai 2005 betrug danach das Grundkapital der adidas-Salomon AG 117.606.528 €, eingeteilt in 45.940.050 auf den Inhaber lautende Stückaktien. Die Kapitalrücklage erhöhte sich dadurch in 2005 um 5.363.524,50 €.

Herzogenaurach, den 2. Mai 2005 /// Der Vorstand der adidas-Salomon AG

Segmentinformationen nach Marken in Mio. €

	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004
<b>adidas</b>		
Umsatzerlöse	1.512	1.378
Rohergebnis	713	608
Rohertragsmarge	47,1 %	44,1 %
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	258	192
<b>Salomon</b>		
Umsatzerlöse	112	122
Rohergebnis	32	39
Rohertragsmarge	28,3 %	31,6 %
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	-25	-16
<b>TaylorMade-adidas Golf</b>		
Umsatzerlöse	149	116
Rohergebnis	64	52
Rohertragsmarge	42,7 %	44,3 %
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	-1	-16
<b>Zentralbereiche/Konsolidierung</b>		
Umsatzerlöse	5	6
Rohergebnis	25	46
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	-53	-17
<b>Gesamt</b>		
Umsatzerlöse	1.778	1.623
Rohergebnis	834	744
Rohertragsmarge	46,9 %	45,9 %
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	179	142

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

<sup>1)</sup>Vorjahreszahlen wurden gemäß den Änderungen der IFRS angepasst.

Segmentinformationen nach Regionen in Mio. €

	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004
<b>Europa</b>		
Umsatzerlöse	959	951
Rohergebnis	469	432
Rohertragsmarge	48,5 %	44,5 %
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	151	119
<b>Nordamerika</b>		
Umsatzerlöse	378	328
Rohergebnis	134	112
Rohertragsmarge	34,4 %	33,1 %
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	-19	-38
<b>Asien</b>		
Umsatzerlöse	357	276
Rohergebnis	177	135
Rohertragsmarge	49,5 %	48,6 %
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	36	23
<b>Lateinamerika</b>		
Umsatzerlöse	69	49
Rohergebnis	29	18
Rohertragsmarge	42,1 %	38,0 %
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	11	6
<b>Zentralbereiche/Konsolidierung</b>		
Umsatzerlöse	15	18
Rohergebnis	25	47
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	0	31
<b>Gesamt</b>		
Umsatzerlöse	1.778	1.623
Rohergebnis	834	744
Rohertragsmarge	46,9 %	45,9 %
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	179	142

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

<sup>1)</sup>Vorjahreszahlen wurden gemäß den Änderungen der IFRS angepasst.



## VORSTAND

**Herbert Hainer**

Vorstandsvorsitzender

**Glenn Bennett**

Global Operations

**Michel Perraudin**

Human Resources, Key Projects und Corporate Services  
bis zum 31. März 2005

**Robin J. Stalker**

Finanzen

**Erich Stamminger**

Global Marketing und Nordamerika

## AUFSICHTSRAT

**Henri Filho**

Vorsitzender

**Dr. Hans Friderichs**

Stellvertretender Vorsitzender

**Fritz Kammerer<sup>1)</sup>**

Stellvertretender Vorsitzender

**Sabine Bauer<sup>1)</sup>**

**Dr. iur. Manfred Gentz**

**Igor Landau**

**Roland Nosko<sup>1)</sup>**

**Hans Ruprecht<sup>1)</sup>**

**Willi Schwerdtle**

**Heidi Thaler-Veh<sup>1)</sup>**

**Christian Tourres**

**Klaus Weiß<sup>1)</sup>**

<sup>1)</sup>Arbeitnehmersvertreter

Biographien von Vorstandsmitgliedern sowie Informationen zu Mandaten von Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats sind im Geschäftsbericht 2004 und auf [www.adidas-Salomon.de](http://www.adidas-Salomon.de) nachzulesen.

# Finanzkalender 2005

9. März

**Veröffentlichung der Jahresergebnisse 2004  
Analysten- und Bilanzpressekonferenz  
Pressemitteilung, Telefonkonferenz und Webcast**

2. Mai

**Veröffentlichung der Ergebnisse des 1. Quartals 2005  
Pressemitteilung, Telefonkonferenz und Webcast**

4. Mai

**Hauptversammlung in Fürth, Bayern  
Webcast**

5. Mai

**Dividendenzahlung<sup>1)</sup>**

3. August

**Veröffentlichung der Halbjahresergebnisse 2005  
Pressemitteilung, Telefonkonferenz und Webcast**

3. November

**Veröffentlichung der 9-Monatsergebnisse 2005  
Pressemitteilung, Telefonkonferenz und Webcast**

<sup>1)</sup>Vorbehaltlich der Zustimmung durch die Hauptversammlung

**adidas-Salomon AG**

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

**Tel: +49 (0) 9132 84-0 /// Fax: +49 (0) 9132 84-2241**

**[www.adidas-Salomon.de](http://www.adidas-Salomon.de)**

**Investor Relations**

**Tel: +49 (0) 9132 84-2920 / 3584 /// Fax: +49 (0) 9132 84-3127**

**e-mail: [investor.relations@adidas.de](mailto:investor.relations@adidas.de)**

**[www.adidas-Salomon.com/de/investor/](http://www.adidas-Salomon.com/de/investor/)**

**adidas-Salomon ist Mitglied im DAI (Deutsches Aktieninstitut),  
DIRK (Deutscher Investor Relations Kreis)  
und NIRI (National Investor Relations Institute, USA).**

**Dieser Bericht ist auch in englischer Sprache erhältlich.  
Weitere adidas-Salomon Berichte finden Sie auf der  
Website des Unternehmens.**

**Konzept und Design**

**häfelinger+wagner design, München**