

**Impossible Is Nothing**

Neun Monate Umsatzerlöse<sup>1)</sup> in Mio. €

2004		4.664
2005		5.115

Neun Monate Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem Geschäft<sup>1)</sup> in €

2004		6,88
2005		9,21

<sup>1)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

adidas-Salomon Segmentinformationen in Mio. €

	Neun Monate 2005	Neun Monate 2004	Verän- derung	3. Quartal 2005	3. Quartal 2004	Verän- derung
<b>adidas</b>						
Umsatzerlöse	4.545	4.155	9,4%	1.729	1.570	10,1%
Rohergebnis	2.081	1.849	12,6%	797	716	11,3%
Betriebsergebnis <sup>2)</sup>	674	554	21,7%	324	269	20,3%
Anzahl der Mitarbeiter am Ende der Periode	11.832	10.433	13,4%	11.832	10.433	13,4%
<b>TaylorMade-adidas Golf</b>						
Umsatzerlöse	528	477	10,6%	177	176	0,7%
Rohergebnis	241	227	6,1%	78	84	-7,6%
Betriebsergebnis <sup>2)</sup>	39	33	16,8%	9	23	-58,9%
Anzahl der Mitarbeiter am Ende der Periode	1.277	1.241	2,9%	1.277	1.241	2,9%

<sup>2)</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 08
Lagebericht	/// Seite 10
Zwischenabschluss (IFRS)	/// Seite 27
Erläuterungen	/// Seite 31
Segmentinformationen	/// Seite 33
Organe	/// Seite 35
Finanzkalender 2005/2006	/// Seite 36

**Finanz-Highlights (IFRS)<sup>1)</sup>**

	Neun Monate 2005	Neun Monate 2004	Verän- derung	3. Quartal 2005	3. Quartal 2004	Verän- derung
<b>Operative Highlights</b> in Mio. €						
Umsatzerlöse	5.115	4.664	9,7%	1.924	1.758	9,4%
Gewinn vor Steuern	648	519	24,8%	312	266	17,0%
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn <sup>2)</sup>	386	295	31,2%	215	179	20,3%
<b>Wichtige Kennzahlen</b> %						
Rohtragsmarge	48,5	48,1	0,4PP	48,5	48,4	0,2PP
Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen in % der Umsatzerlöse	34,6	34,7	-0,1PP	31,5	31,2	0,3PP
Operative Marge <sup>3)</sup>	13,1	12,1	1,1PP	16,4	16,0	0,4PP
Steuerquote	33,0	37,3	-4,3PP	32,9	38,7	-5,8PP
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn <sup>2)</sup> in % der Umsatzerlöse	7,6	6,3	1,2PP	11,2	10,2	1,0PP
Eigenkapitalquote <sup>4)</sup>	40,3	34,8	5,4PP	40,3	34,8	5,4PP
Verschuldungsgrad	28,1	55,4	-27,3PP	28,1	55,4	-27,3PP
<b>Bilanzdaten</b> in Mio. €						
Bilanzsumme <sup>4)</sup>	5.181	4.726	9,6%	5.181	4.726	9,6%
Vorräte <sup>5)</sup>	1.053	1.134	-7,2%	1.053	1.134	-7,2%
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände <sup>5)</sup>	1.662	1.732	-4,0%	1.662	1.732	-4,0%
Kurzfristiges Betriebskapital <sup>5)</sup>	1.646	1.348	22,1%	1.646	1.348	22,1%
Nettofinanzverbindlichkeiten	586	913	-35,8%	586	913	-35,8%
Eigenkapital <sup>4)</sup>	2.086	1.647	26,7%	2.086	1.647	26,7%
<b>Kennzahlen je Aktie</b> in €						
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem Geschäft	9,21	6,88	34,0%	4,43	3,44	28,7%
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem Geschäft	8,63	6,87	25,6%	4,13	3,45	20,0%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem Geschäft (ohne Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte)	9,21	7,46	23,6%	4,43	3,63	22,0%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem und nicht fortgeführtem Geschäft	8,40	6,46	30,1%	4,68	3,92	19,4%
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem und nicht fortgeführtem Geschäft	7,89	6,46	22,2%	4,36	3,92	11,2%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem und nicht fortgeführtem Geschäft (ohne Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte)	8,40	7,21	16,5%	4,68	4,16	12,4%
Operativer Cashflow je Aktie aus fortgeführtem Geschäft	4,79	3,97	20,8%	4,79	3,97	20,8%
Aktienkurs am Ende der Periode	144,58	112,35	28,9%	144,58	112,35	28,9%
<b>Sonstiges</b> am Ende der Periode						
Anzahl der Mitarbeiter (fortgeführtes Geschäft)	15.361	13.886	10,6%	15.361	13.886	10,6%
Anzahl der Aktien	46.023.655	45.688.400	0,7%	46.023.655	45.688.400	0,7%
Durchschnittliche Anzahl der Aktien	45.966.727	45.580.378	0,8%	46.023.655	45.679.992	0,8%

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

<sup>1)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

<sup>2)</sup>Enthält Gewinn aus fortgeführtem und nicht fortgeführtem Geschäft

<sup>3)</sup>Vorjahreszahlen wurden gemäß Änderungen der IFRS angepasst, d. h. die Positionen Lizenz- und Provisionserträge sowie Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte sind im Betriebsergebnis enthalten.

<sup>4)</sup>Vorjahreszahlen wurden aufgrund der Anwendung der Änderung zu IAS 19 angepasst.

<sup>5)</sup>Die Zahlen für 2005 für Vorräte, Forderungen und kurzfristiges Betriebskapital beziehen sich auf das fortgeführte Geschäft. Die Zahlen für 2004 enthalten das fortgeführte und das nicht fortgeführte Geschäft.

**OPERATIVE HIGHLIGHTS**  
3. QUARTAL 2005 ///



**JULI ///** adidas erhält für verschiedene Kampagnen 13 Löwen, darunter vier goldene, bei dem internationalen Werbefilmfestival in Cannes.

**JULI ///** Der erste adidas Originals Store Malaysias öffnet in Kuala Lumpur. Zu den weiteren Store-Öffnungen im dritten Quartal zählen Madrid, Antwerpen und Sydney.



**JULI ///** adidas-Salomon AG und Porsche Design Group unterzeichnen eine langfristige strategische Partnerschaftsvereinbarung inklusive einer Lizenzpartnerschaft.



**JULI ///** adidas startet die Werbekampagne „Impossible Field“. Die TV-Kampagne wird von einer Print-Kampagne in allen wichtigen Fußballmagazinen begleitet.



**AUGUST ///** adidas und Polar präsentieren das erste komplett integrierte Trainingssystem der Welt: „Project Fusion“. Messtechnologie von Polar für Herzfrequenz, Geschwindigkeit und Distanz wird dabei in Bekleidung und Schuhe von adidas integriert.



**AUGUST ///** adidas-Salomon AG gibt Pläne zum Kauf von Reebok bekannt. Damit entsteht eine Gruppe mit 9 Mrd. € Umsatz im weltweiten Markt für Sportschuhe, Sportbekleidung und Sportzubehör.



**SEPTEMBER ///** Die Y-3 Fashion-Kollektion für Frühjahr/Sommer 2006 feiert zum ersten Mal Premiere bei der New York Fashion Week.



**SEPTEMBER ///** Zum sechsten Mal in Folge wird die adidas-Salomon AG in die Dow Jones Sustainability Indizes aufgenommen und als branchenführend im Bereich der weltweiten Bekleidungs-, Zubehör- und Schuhindustrie eingestuft.

**SEPTEMBER ///** Nach dem Gewinn des Global Sportstyle Preises 2005 erhält der neue Golfschuh Tour 360 die Auszeichnung „Men's Footwear Of The Year“, präsentiert von isprovision.



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

**JULI ///** Argentinien siegt bei der FIFA Junioren-Weltmeisterschaft und rundet damit die starke Präsenz der Marke adidas bei einem der größten Fußballturniere der Welt ab.



**JULI ///** Rund 600 Zweier-Teams (Profis sowie ambitionierte Hobbyradfahrer) nehmen an der 8. adidas BIKE Transalp Challenge teil, die in Oberbayern startet und an der Adria endet.



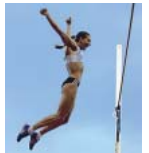
**AUGUST ///** Nur wenige Tage nach seiner Aufnahme in die adidas Familie gewinnt Andre Agassi in adidas den Mercedes Benz Cup in Los Angeles und besticht wenig später mit spektakulären Leistungen auf seinem Weg ins Finale der US Open.



**AUGUST ///** Das T-Mobile Team siegt in der Mannschaftswertung bei der Tour de France 2005 und erringt außerdem drei Etappensiege.



**AUGUST ///** Bei der 10. Leichtathletikweltmeisterschaft in Helsinki überspringt Elena Isinbayewa 5,01 m und verbessert damit ihren eigenen Weltrekord um einen Zentimeter. Diese Leistung brachte ihr den 18. Weltrekord ihrer Karriere.



**SEPTEMBER ///** Mit einem Schlag Vorsprung vor dem Schweden Peter Gustafsson gewinnt der von TaylorMade-adidas Golf ausgerüstete Spieler Sergio Garcia die European Masters.



**SEPTEMBER ///** adidas dominiert den Berlin Marathon. Bei den Herren siegt der kenianische adidas Läufer Philip Manyim vor fünf weiteren adidas Athleten, die die Ziellinie unter den ersten zehn überqueren. Kurz danach gewinnt Haile Gebrselassie den Amsterdam Marathon mit einer neuen Streckenrekordzeit. Drei der vier bestplatzierten Läufer werden von adidas gesponsort.





Herbert Hainer

Sehr geehrte Aktionäre,

unsere Gruppe hat in den ersten neun Monaten 2005 einige der wichtigsten und aufregendsten Entscheidungen in der Unternehmensgeschichte getroffen. Wir haben adidas neu aufgestellt und neu positioniert, um Performance-orientierter zu sein als jemals zuvor, und jeder in unserem Unternehmen arbeitet konzentriert an der erfolgreichen Umsetzung dieser Schritte. Nach dem Abschluss der Veräußerung von Salomon kann unsere Organisation jetzt ihre gesamte Energie für den weiteren Ausbau der marktführenden Positionen der Marken adidas und TaylorMade bei Sportschuhen, Bekleidung und Golfprodukten einsetzen.

Mit unserer geplanten Akquisition von Reebok werden diese Energie und dieser Fokus weiter verstärkt. Die Marken und Produkte von Reebok ergänzen unser bestehendes Produktangebot. adidas, Reebok und TaylorMade sprechen ihre jeweiligen Zielgruppen ganz individuell an und wir haben vor, ihre ganz eigenen Identitäten zu erhalten und weiter zu entwickeln. Der Zusammenschluss dieser Marken stellt eine einmalige Chance für unsere Gruppe dar, woran auch die kürzlich von Reebok bekannt gegebenen Herausforderungen in den Bereichen Vertrieb und Customer-Relationship-Management, insbesondere in den USA, nichts ändern.

Das Jahr 2005 ist bisher auch für unsere adidas Athleten ein Jahr herausragender Erfolge gewesen. Der 18. Weltrekord von Elena Isinbayewa im Stabhochsprung bei der Leichtathletikweltmeisterschaft im August, die Auszeichnung für Tim Duncan zum Most Valuable Player bei den NBA Finals und Andre Agassis spektakuläre Leistungen auf dem Weg ins Finale der US Open sind nur einige der unvergesslichen Highlights.

Jetzt blicken wir auf das Jahr 2006 und darüber hinaus, wenn von adidas gesponserte Veranstaltungen im Mittelpunkt des Interesses stehen werden. Die Fußballweltmeisterschaft, die diesmal im Heimatmarkt von adidas stattfinden wird, ist ein globales Event, das Fans, Medienvertreter und Sportinteressierte in seinen Bann ziehen wird wie kaum ein anderes Ereignis. Es sind nur noch 218 Tage bis zum Anpfiff dieser Mega-Veranstaltung in Deutschland, und wir peilen neue Dimensionen im Fußball an, indem wir in dieser Kategorie erstmals die Umsatzgrenze von 1 Mrd. € überschreiten wollen.

Die Vorbereitungen für die Olympischen Spiele 2008 in Peking gewinnen ebenfalls an Fahrt. Es ist noch etwas Zeit bis dahin, aber als offizieller Sportswear Partner des Chinesischen Olympischen Komitees haben wir bereits mehrere Teams in China vor Ort, die daran arbeiten, dass diese Olympiade die bisher beste und größte wird. In nur wenigen Monaten werden wir bei den Winterspielen 2006 in Turin das chinesische Team zum ersten Mal ausrüsten und unsere umfangreichen Aktivitäten im Vorfeld der Olympischen Spiele 2008 offiziell starten. Damit unterstreichen wir unsere äußerst ehrgeizigen Ziele in Asien, wo wir bis 2008 unseren Umsatz aus dem Jahr 2004 auf mehr als 2 Mrd. € verdoppeln wollen.

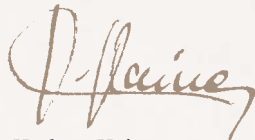
Was das Erreichen unserer Finanzziele angeht, wird 2005 ein großartiges Jahr für adidas werden. Wir gehen nun davon aus, dass unser Umsatz auf währungsbereinigter Basis im hohen einstelligen Bereich wachsen wird. Wir haben unsere Prognose erhöht, weil wir zweistelliges Wachstum in Nordamerika erwarten, wo sowohl die starke Performance in den ersten neun Monaten als auch die in allen Bereichen gestiegenen Auftragsbestände den Erfolg unserer disziplinierten Vertriebsstrategie unterstreichen. In Asien und Lateinamerika hält die starke Umsatzdynamik an. Sogar in Europa, wo das Einzelhandelsumfeld schwierig ist, rechnen wir mit einer wachsenden Dynamik im vierten Quartal und Umsatzzuwächsen für das Gesamtjahr im mittleren einstelligen Bereich. Aufgrund unserer verstärkten eigenen Einzelhandelsaktivitäten, unseres sich verbessernden Produktmix und unserer fokussierteren operativen Aufwendungen wird unsere operative Marge, die wichtigste Profitabilitätskennzahl für unsere Gruppe, auf einem neuen Rekordniveau liegen. Und aufgrund unserer hervorragenden operativen Ergebnisse in den ersten neun Monaten 2005 rechnen wir nun damit, dass der Gewinn aus dem fortgeführten und nicht fortgeführten Geschäft um mindestens 20 % wachsen wird.

2005 war bisher also in vielen Bereichen ein aufregendes Jahr. Wir haben strategische Entscheidungen getroffen, die sicherstellen, dass wir für anhaltenden Erfolg gut positioniert sind. Und wir werden unsere ehrgeizigen operativen Ziele erreichen.

Mittelfristig haben wir uns auch für die neue Gruppe einschließlich Reebok ehrgeizige Ziele gesetzt. Diese sind darauf ausgerichtet, die Profitabilität und die Dynamik unserer Geschäftssegmente als Ganzes zu verbessern, und zwar über das hinaus, was die Segmente alleine erreichen können. Infolgedessen rechnen wir für unsere Gruppe mit einem Umsatzwachstum im mittleren bis hohen einstelligen Bereich in jedem der drei ersten Jahre nach der Akquisition von Reebok. Innerhalb von drei Jahren nach Abschluss der Transaktion erwarten wir eine Rohertragsmarge für die Gruppe zwischen 46% und 48%. Die operative Marge wird die 11% Marke übertreffen. Und, was am wichtigsten ist: Wir rechnen mit einer zweistelligen Gewinnsteigerung für jedes Jahr während des gesamten Integrationszeitraums.

Der Countdown für die Winterolympiade und die Fußball-WM im nächsten Jahr hat bereits begonnen. In allen Regionen sind wir auf dem richtigen Weg. Wir realisieren unsere kurz- und langfristigen Pläne und setzen bei Kunden und Händlern neue Maßstäbe. Wir stehen für Performance, und unsere gesamte Organisation hat die Marken, die Fähigkeiten und die Energie für Leistungen auf allerhöchstem Niveau.

Mit freundlichen Grüßen,

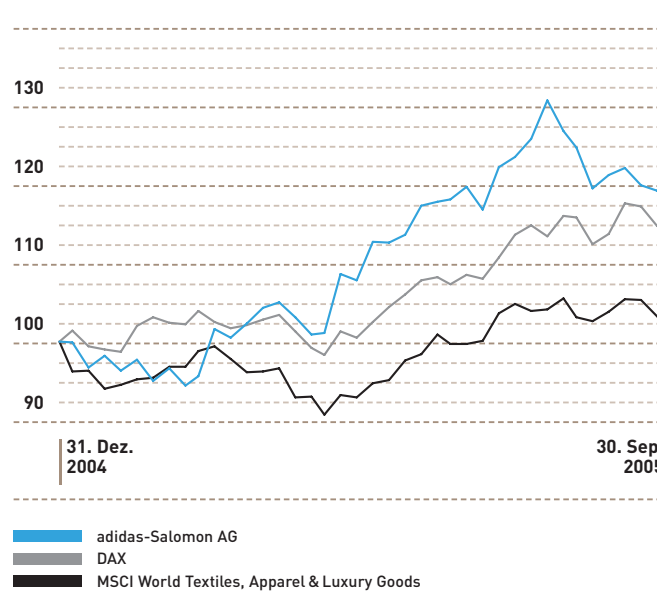


Herbert Hainer  
Vorstandsvorsitzender

# Unsere Aktie

Im dritten Quartal setzten die weltweiten Aktienmärkte ihre starke Entwicklung des ersten Halbjahres 2005 fort. Die wichtigsten Indizes blieben von den hohen Ölpreisen nach Hurrikan Katrina sowie dem ungewissen Ausgang der Wahlen in Deutschland weitgehend unberührt. Der Aktienkurs der adidas-Salomon AG beendete das Quartal Ende September erneut mit einem Plus von 4% und stieg im Vergleich zum Jahresende 2004 um 22%.

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



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

Die Performance der Aktie der adidas-Salomon AG und wichtiger Indizes zum 30. September 2005 in %

	Seit Jahres- beginn	1 Jahr	Seit Börsen- gang <sup>2)</sup>
adidas-Salomon AG	22	29	316
DAX	19	30	115
MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods	5	20	86

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

## Aktie der adidas-Salomon AG überflügelt Wettbewerber in den ersten neun Monaten 2005

Die Aktie der adidas-Salomon AG überflügelte in den ersten neun Monaten 2005 erneut die Entwicklung der wichtigsten Indizes. Mit einem Anstieg um 22% entwickelte sich die Aktie der adidas-Salomon AG besser als der DAX und der Morgan Stanley Capital International (MSCI) World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index. Der deutsche Spitzenindex stieg in diesem Zeitraum um 19%, während der MSCI um 5% zulegte.

Auch im Vorjahresvergleich übertraf der Aktienkurs der adidas-Salomon AG die Kursentwicklung der Wettbewerber. Mit einem Anstieg um 29% entwickelte sich unsere Aktie deutlich besser als der MSCI World Textiles, Apparel and Luxury Goods Index, der im Vorjahresvergleich um 20% stieg, und lag gleichauf mit dem DAX, der in diesem Zeitraum um 30% zulegte.



## Aktienkurs der adidas-Salomon AG steigt im dritten Quartal weiter

Nach soliden Steigerungen in der ersten Jahreshälfte verzeichneten die weltweiten Aktienmärkte im dritten Quartal des Jahres eine anhaltend positive Entwicklung. Robuste Konjunkturindikatoren, ein schwächerer Euro und positive Unternehmensnachrichten in der Quartalsberichts-Saison, insbesondere in den USA, verliehen den Märkten im Juli und Anfang August Auftrieb. Zudem erschienen etliche Berichte bezüglich der grundlegenden Bewertung deutscher Blue Chips, die insbesondere angesichts niedriger Zinsen verglichen mit historischen Werten als niedrig empfunden wurde. Anschließend setzten Rekord-Ölpreise dem Aufschwung vorübergehend ein Ende. Die Folgen von Hurrikan Katrina in den USA sowie der ungewisse Ausgang der Wahlen in Deutschland, der Erwartungen hinsichtlich deutlicherer Wirtschaftsreformen enttäuschte, setzten die jeweiligen Aktienmärkte nur vorübergehend unter Druck, die sich im September erneut positiv entwickelten.

Nach ihrer positiven Kursentwicklung in den ersten beiden Quartalen setzte die Aktie der adidas-Salomon AG zu Beginn des dritten Quartals ihren Anstieg fort. Mit einem Sieben-Jahres-Hoch von 158,45 € am Tag der Bekanntgabe der geplanten Akquisition von Reebok übertraf die Aktie der adidas-Salomon AG den DAX deutlich. Anschließend führten schwierige Marktbedingungen sowie einige Gewinnwarnungen US-amerikanischer Sportartikel-Einzelhändler zu einem Kursrückgang unserer Aktie. Die von einigen Analysten anfänglich geäußerten Bedenken im Zusammenhang mit der geplanten Reebok Akquisition schwächten sich später ab, als die Investoren damit begannen, den potenziellen Wertzuwachs zu kalkulieren. Somit schloss die Aktie der adidas-Salomon AG das Quartal mit 144,58 € ab, einem Anstieg um 4% verglichen mit dem Ende des zweiten Quartals. Der MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index legte in diesem Zeitraum um 5% zu, der DAX um 10%.

## Unsere Aktie

Anzahl Aktien	
Durchschnitt in den ersten neun Monaten zum 30. September	45.966.727 46.023.655 <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.

## adidas-Salomon AG in Dow Jones Sustainability Indizes erneut als branchenführend bewertet

Zum sechsten Mal in Folge wurde die Aktie der adidas-Salomon AG in die Dow Jones Sustainability Indizes aufgenommen. Die DJSI, die die Performance von mehr als 300 Unternehmen weltweit in den Bereichen Soziales, Umwelt und Finanzen analysieren, werteten uns hinsichtlich der Nachhaltigkeit als branchenführend in der Bekleidungs-, Zubehör- und Schuhindustrie. Die jährliche Analyse im September würdigte, dass es der adidas-Salomon AG gelungen ist, die Nachhaltigkeitsstrategie in den Entscheidungsprozess des Unternehmens zu integrieren und hob unser transparentes und umfassendes Berichts- und Rechnungslegungssystem, unser Management Team sowie unseren Fokus auf Markenwert und Shareholder Value als branchenführend hervor.

## Offenlegung von Aktiengeschäften auf der Internetseite des Unternehmens

Christian Tourres, Mitglied des Aufsichtsrats und ehemaliges Vorstandsmitglied, verkaufte Anfang August insgesamt 120.000 Aktien und kaufte Ende August 20.000 Aktien. Fritz Kammerer, stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats, verkaufte im August 100 Aktien. Im Berichtszeitraum wurden keine weiteren meldepflichtigen Transaktionen registriert. Detaillierte Angaben zu Aktientransaktionen des Managements werden im Corporate Governance Bereich unserer Internetseite unter [www.adidas-Group.de](http://www.adidas-Group.de) veröffentlicht.

**Unsere Gruppe** Die Weltwirtschaft blieb in den ersten neun Monaten 2005 weiterhin auf Wachstumskurs. In diesem Zeitraum stieg der währungsbereinigte Umsatz aus dem fortgeführten Geschäft des Konzerns – ohne das Salomon Geschäftssegment, das zu Beginn des vierten Quartals endkonsolidiert wird – um 10%. In Euro legte der Umsatz in 2005 um 10% auf 5,115 Mrd. € zu (2004: 4,664 Mrd. €). Die Rohertragsmarge des Konzerns stieg in 2005 aufgrund verstärkter eigener Einzelhandelsaktivitäten bei adidas, des sich verbessernden Produktmix sowie Hedging-Aktivitäten, durch die wir von günstigen Wechselkursentwicklungen profitieren konnten, um 0,4 Prozentpunkte auf 48,5% (2004: 48,1%). Diese Entwicklungen führten in den ersten neun Monaten des Jahres 2005 zu einer Steigerung des Betriebsergebnisses aus dem fortgeführten Geschäft des Konzerns um 19% auf 672 Mio. € gegenüber 564 Mio. € im gleichen Zeitraum 2004. Der Konzerngewinn vor Steuern lag mit 648 Mio. € um 25% über dem Vorjahreswert (2004: 519 Mio. €). Diese Entwicklung wurde auch durch einen deutlichen Rückgang der Finanzaufwendungen des Konzerns unterstützt. Eine niedrigere Steuerquote wirkte sich ebenfalls positiv auf den Konzerngewinn aus dem fortgeführten Geschäft aus, der in 2005 um 33% auf 434 Mio. € stieg (2004: 326 Mio. €). Die Anwendung neuer und überarbeiteter internationaler Rechnungslegungsgrundsätze (IFRS) in 2005 hatte eine positive Auswirkung auf die berichteten Finanzergebnisse des Konzerns. Auf vergleichbarer Basis wären ohne diese Effekte das Betriebsergebnis und der Gewinn vor Steuern aus dem fortgeführten Geschäft in den ersten neun Monaten 2005 um 14% bzw. 19% gestiegen. Der Konzerngewinn aus dem fortgeführten Geschäft auf vergleichbarer Basis – unseres Erachtens der beste Indikator unseres zugrunde liegenden Geschäfts – stieg in den ersten neun Monaten 2005 um 23%. Das Ergebnis aus dem nicht fortgeführten Geschäft im Zusammenhang mit dem Salomon Segment fiel um 97% auf minus 37 Mio. € (2004: minus 19 Mio. €). Der auf die Anteilseigner entfallende Konzerngewinn aus dem fortgeführten und nicht fortgeführten Geschäft stieg um 31% auf 386 Mio. € (2004: 295 Mio. €). Dies ist eine der höchsten Steigerungen des Konzerngewinns in einem Neunmonatszeitraum seit unserem Börsengang.

## ENTWICKLUNG DER GESAMTWIRTSCHAFT UND DER SPORTARTIKELBRANCHE

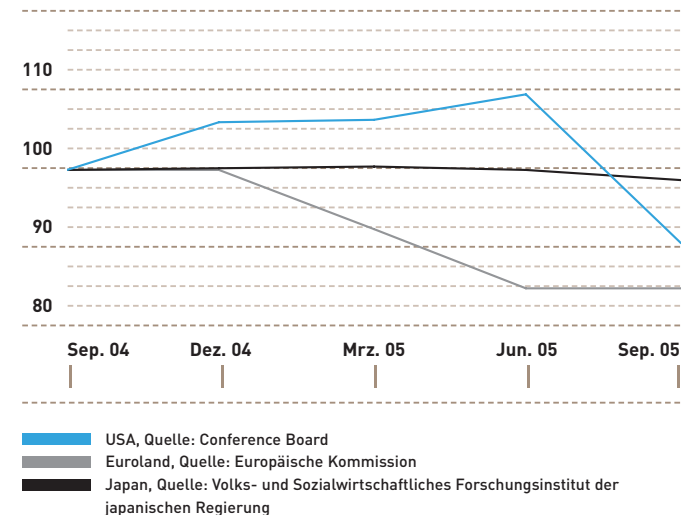
### Heterogene Entwicklung der Weltwirtschaft

Nach solidem Wachstum in der ersten Jahreshälfte setzte die Weltwirtschaft im dritten Quartal trotz steigender Ölpreise ihren Expansionskurs fort. Allerdings fielen die Wachstumsraten in den Regionen sehr unterschiedlich aus. In Europa litt die Binnen-nachfrage nach wie vor unter dem niedrigen Verbrauchervertrauen aufgrund der hohen Arbeitslosenquoten in der gesamten Region und der anhaltend hohen Ölpreise. Prognosen für die Region deuten daher auf ein Jahreswachstum von 1,3% hin. In Nordamerika blieb die Konjunktur im dritten Quartal nach solidem Wachstum in der ersten Jahreshälfte relativ robust. Hurrikan Katrina in Verbindung mit weniger optimistischen Arbeitsmarktaussichten Anfang September ließ das Verbrauchervertrauen jedoch auf den niedrigsten Stand seit fast zwei Jahren sinken. In Japan beflügelte eine solide Inlandsnachfrage den Expansionskurs der Wirtschaft. Steigende Einkommen der privaten Haushalte und eine niedrigere Arbeitslosenquote trugen zum weiterhin starken Verbrauchervertrauen bei. China blieb Wachstumsmotor in Asien mit einem nach wie vor wesentlichen Anstieg der Industrieproduktion und der Exporte. Angetrieben durch dynamische Exporte und hohe Rohstoffpreise setzten die Märkte in Lateinamerika im dritten Quartal ihr kräftiges Wachstum fort.

### Sportartikelbranche zunehmend wettbewerbsintensiver

In der Sportartikelbranche verlief die regionale Entwicklung im dritten Quartal des Jahres unterschiedlich. Die Einzelhandelsmärkte in Europa und Nordamerika wurden zunehmend wettbewerbsintensiver, während sich Asien und Lateinamerika nach wie vor solider Zuwächse erfreuten. In Europa setzten das schwierige gesamtwirtschaftliche Umfeld und die hohe Preis-sensibilität der Konsumenten die Sportartikelindustrie weiterhin unter Druck. Infolgedessen war dieser Markt sehr wettbe-werbsintensiv und auf Einzelhandelsebene zunehmend vom Preisdruck geprägt, insbesondere in Großbritannien. In den USA führten die Auswirkungen einer schwächer als erwarteten „Back-To-School“-Saison und die Ängste vor einer allgemeinen Verlangsamung des Marktes zu intensiverem Preiswettbewerb im Einzelhandel. Die Sportartikelbranche in Asien verzeichnete eine nach wie vor lebhaftere Verbrauchernachfrage und positive Stimmung im Einzelhandel. In Lateinamerika erfreute sich die Sportartikelindustrie vor dem Hintergrund einer anhaltend starken konjunkturellen Dynamik und guter Marktbedingungen soliden Wachstums im gesamten Quartal.

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



<sup>1)</sup> Index: 30. September 2004 = 100

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

	Durchschnittskurs 2004	Q4 2004	Q1 2005	Q2 2005	Q3 2005	Durchschnittskurs 2005
USD	1,2434	1,3621	1,2964	1,2092	<b>1,2042</b>	1,2639
JPY	134,41	139,65	138,44	133,95	<b>136,25</b>	136,05
GBP	0,6785	0,7051	0,6885	0,6742	<b>0,6820</b>	0,6852

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

## GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES KONZERNS

### Fokus auf das fortgeführte Geschäft

Am 2. Mai 2005 gab der Konzern die geplante Veräußerung des Salomon Geschäftssegments an Amer Sports Corporation bekannt. Die Transaktion wurde am 19. Oktober 2005 abgeschlossen. Infolgedessen sind die Ergebnisse dieses Segments als nicht fortgeführtes Geschäft zu berichten. Das Segment wird zu Beginn des vierten Quartals endkonsolidiert. Zur besseren Übersichtlichkeit beziehen sich alle Zahlen in diesem Dokument, sofern nicht ausdrücklich anders angegeben, auf das fortgeführte Geschäft. Pro-forma-Zahlen spiegeln das fortgeführte Geschäft ohne das Salomon Geschäftssegment im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger vereinbarter Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

### Währungsbereinigter Umsatz im dritten Quartal um 8% gestiegen

Der währungsbereinigte Konzernumsatz stieg im dritten Quartal aufgrund von Verbesserungen bei adidas in allen Regionen außer Europa um 8%. Der Umsatz in dieser Region sowie bei TaylorMade-adidas Golf blieb in diesem Zeitraum nahezu unverändert. In Euro stieg der Umsatz im dritten Quartal 2005 um 9% auf 1,924 Mrd. € (2004: 1,758 Mrd. €). Der Umsatz von adidas stieg im dritten Quartal 2005 währungsbereinigt um 9%, bzw. in Euro um 10% auf 1,729 Mrd. € (2004: 1,570 Mrd. €). Bei TaylorMade-adidas Golf blieb der Umsatz auf währungsbereinigter Basis stabil. In Euro stieg der Umsatz von TaylorMade-adidas Golf in 2005 um 1% auf 177 Mio. € (2004: 176 Mio. €). Der Konzernumsatz einschließlich des nicht fortgeführten Geschäfts stieg währungsbereinigt um 7% bzw. 8% in Euro auf 2,111 Mrd. € (2004: 1,953 Mrd. €).

### Zweistelliges Umsatzwachstum im dritten Quartal in Nordamerika, Asien und Lateinamerika

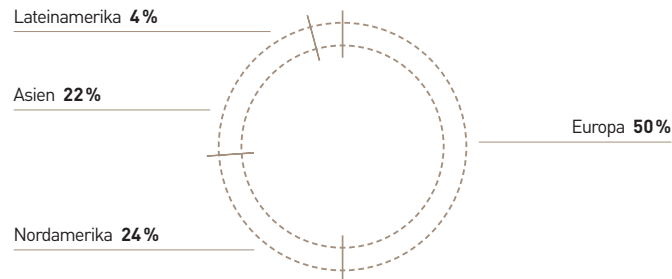
Nach Regionen betrachtet stieg der Umsatz in Europa im dritten Quartal 2005 sowohl währungsbereinigt als auch in Euro geringfügig auf 968 Mio. € (2004: 967 Mio. €). In Nordamerika legte der währungsneutrale Umsatz um 15% zu. In Euro bedeutet dies eine Steigerung um 16% auf 446 Mio. € im dritten Quartal 2005 gegenüber 385 Mio. € in 2004. Der Umsatz in Asien stieg im dritten Quartal 2005 mit einem Plus von 20% auf währungsbereinigter Basis und 22% in Euro erneut deutlich auf 402 Mio. € (2004: 331 Mio. €). Auch Lateinamerika verzeichnete ein deutliches Umsatzwachstum mit einer Steigerung um 33% auf währungsbereinigter Basis bzw. 46% in Euro auf 95 Mio. € im dritten Quartal 2005 (2004: 65 Mio. €).

### Neun Monate Umsatzerlöse<sup>1)</sup> in Mio. €



<sup>1)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

### Neun Monate 2005 Umsatzerlöse nach Regionen<sup>2)</sup>



<sup>2)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

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

In den ersten neun Monaten 2005 stieg der währungsbereinigte Konzernumsatz um 10%. Hierzu trugen zweistellige Umsatzzuwächse bei allen Marken und in allen Regionen außer Europa bei, wo die Umsätze stabil waren. In Euro legte der Umsatz in 2005 ebenfalls um 10% auf 5,115 Mrd. € zu (2004: 4,664 Mrd. €). Der Konzernumsatz einschließlich des nicht fortgeführten Geschäfts stieg sowohl währungsbereinigt als auch in Euro um 9% auf 5,474 Mrd. € (2004: 5,044 Mrd. €).

### adidas ist wachstumsstärkstes Segment in den ersten neun Monaten

Der Umsatz im Segment adidas war der stärkste Wachstumsträger für den Konzern in den ersten neun Monaten 2005. Der währungsbereinigte adidas Umsatz stieg in den ersten neun Monaten um 10%. Zu dieser Steigerung trugen vor allem kräftiges, zweistelliges Wachstum in der Sport Heritage Division sowie Zuwächse in fast allen wichtigen Sport Performance Kategorien bei. Der Umsatz bei Sport Style, der weniger als 1% zu den adidas Umsatzerlösen beiträgt, ging allerdings leicht zurück. Die währungsbereinigten Umsätze im Segment TaylorMade-adidas Golf legten um 12% zu. Diese hervorragende Entwicklung war auf deutliches Wachstum in allen wichtigen Kategorien mit Ausnahme von Puttern zurückzuführen. Währungseffekte wirkten sich bei adidas und TaylorMade-adidas Golf nur geringfügig auf die Umsatzerlöse in Euro aus. Der adidas Umsatz in Euro stieg in den ersten neun Monaten 2005 um 9% auf 4,545 Mrd. € (2004: 4,155 Mrd. €). Bei TaylorMade-adidas Golf legte der Umsatz in Euro in 2005 um 11% auf 528 Mio. € zu (2004: 477 Mio. €).

### Währungsbereinigter Umsatz in Europa stabil

In Europa war der Konzernumsatz in den ersten neun Monaten 2005 auf währungsbereinigter Basis stabil. In Euro verzeichnete der Umsatz in 2005 gegenüber dem Vorjahr eine leichte Steigerung auf 2,537 Mrd. € (2004: 2,530 Mrd. €). Im Segment adidas blieb der Umsatz in den ersten neun Monaten 2005 sowohl auf währungsbereinigter Basis als auch in Euro nahezu konstant und erreichte 2,438 Mrd. € (2004: 2,445 Mrd. €). Zweistelliges Wachstum in den Schwellenländern der Region sowie solide Zuwächse in Italien und Skandinavien wurden durch Rückgänge auf der Iberischen Halbinsel, in Frankreich und in Großbritannien ausgeglichen. TaylorMade-adidas Golf verzeichnete eine starke Entwicklung in Europa. Der währungsneutrale Umsatz legte infolge von breit gefächerten Verbesserungen in der gesamten Region um 11% zu. In Euro stieg der Umsatz von TaylorMade-adidas Golf in 2005 um 9% auf 77 Mio. € (2004: 71 Mio. €).

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

	Europa	Nord-amerika	Asien	Latein-amerika	Gesamt
adidas	0	12	33	41	<b>9</b>
TaylorMade-adidas Golf	9	22	-6	40	<b>11</b>
<b>Gesamt<sup>2)</sup></b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>26</b>	<b>41</b>	<b>10</b>

<sup>1)</sup>Im Vorjahresvergleich

<sup>2)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

### Neun Monate 2005 Währungsbereinigtes Umsatzwachstum nach Marken und Regionen<sup>3)</sup> in %

	Europa	Nord-amerika	Asien	Latein-amerika	Gesamt
adidas	0	15	33	35	<b>10</b>
TaylorMade-adidas Golf	11	24	-6	40	<b>12</b>
<b>Gesamt<sup>4)</sup></b>	<b>0</b>	<b>17</b>	<b>26</b>	<b>35</b>	<b>10</b>

<sup>3)</sup>Im Vorjahresvergleich

<sup>4)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

### Währungsbereinigter Umsatz in Nordamerika steigt um 17%

In Nordamerika stieg der Konzernumsatz in den ersten neun Monaten 2005 währungsbereinigt um 17%, bzw. um 14% in Euro, auf 1,203 Mrd. € (2004: 1,052 Mrd. €). Verantwortlich hierfür waren sowohl adidas als auch TaylorMade-adidas Golf. Der adidas Umsatz stieg in den ersten neun Monaten 2005 auf währungsbereinigter Basis um 15%. Darin spiegelt sich zweistelliges Wachstum in den Sport Performance und Sport Heritage Divisionen wider. In Euro stieg der Umsatz im Segment adidas in 2005 um 12% auf 903 Mio. € (2004: 806 Mio. €). Das Segment TaylorMade-adidas Golf verzeichnete in den ersten neun Monaten 2005 ein währungsneutrales Umsatzwachstum von 24% infolge kräftiger, zweistelliger Zuwächse in allen wichtigen Kategorien. In Euro stieg der Umsatz von TaylorMade-adidas Golf in 2005 um 22% auf 300 Mio. € (2004: 246 Mio. €).

### Währungsbereinigter Umsatz in Asien legt um 26% zu

Der Konzernumsatz in Asien verzeichnete auf währungsneutraler Basis in den ersten neun Monaten des Jahres 2005 einen Zuwachs von 26%. In Euro stieg der Umsatz in 2005 ebenfalls um 26% auf 1,111 Mrd. € (2004: 882 Mio. €). Der Umsatz im Segment adidas verzeichnete mit einem Plus von 33% auf währungsbereinigter Basis eine überproportionale Steigerung. Verantwortlich für diese positive Entwicklung waren deutliche Zuwächse in China, wo sich der Umsatz in den ersten neun Monaten 2005 nahezu verdoppelte, sowie kräftige Steigerungen in Japan, Indien und vielen anderen Ländern der Region. In Euro stieg der adidas Umsatz in 2005 um 33% auf 959 Mio. € (2004: 722 Mio. €). Bei TaylorMade-adidas Golf ging der Umsatz in den ersten neun Monaten 2005 währungsbereinigt um 6% zurück, vor allem infolge eines Rückgangs in Korea, der solides Umsatzwachstum in Ländern wie Japan und Australien mehr als aufhob. In Euro ging der Umsatz von TaylorMade-adidas Golf in 2005 ebenfalls um 6% auf 149 Mio. € zurück (2004: 159 Mio. €).

### Währungsbereinigter Umsatzanstieg von 35% in Lateinamerika

In Lateinamerika, wo der überwiegende Teil des Umsatzes auf die Marke adidas entfällt, war in den ersten neun Monaten 2005 ein währungsbereinigter Anstieg des Umsatzes um 35% zu verzeichnen. Lateinamerika war damit erneut die am schnellsten wachsende Region für den Konzern. In Euro legte der Umsatz in 2005 um 41% auf 231 Mio. € zu (2004: 164 Mio. €). Der Umsatz von adidas verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2005 währungsbereinigt um 35%. In Euro entspricht dies einer Steigerung von 41% auf 224 Mio. € in 2005 (2004: 158 Mio. €). Diese Entwicklung war hauptsächlich auf starke, zweistellige Umsatzzuwächse in Brasilien, Mexiko und Argentinien, den drei größten Märkten der Region, zurückzuführen. Das Segment TaylorMade-adidas Golf, das in den ersten neun Monaten 2005 mit Umsatzerlösen in Höhe von 2 Mio. € (2004: 2 Mio. €) zwar nur einen kleinen Teil zum Gesamtumsatz beitrug, konnte sowohl auf währungsbereinigter Basis als auch in Euro ein Umsatzplus von 40% verzeichnen.

### Deutliches Umsatzwachstum in allen Produktkategorien

In den ersten neun Monaten 2005 stieg der währungsbereinigte Umsatz im Bereich Schuhe um 10%. Verantwortlich hierfür waren in erster Linie solide Wachstumsraten in fast allen adidas Sport Performance Kategorien sowie zweistellige Zuwächse in der Sport Heritage Division und bei adidas Golf. Im Bereich Bekleidung stieg der Umsatz in den ersten neun Monaten 2005 währungsbereinigt um 12%. Zweistellige Steigerungen in den Sport Performance Kategorien Running, Basketball, Tennis und Training, in der Sport Heritage Division sowie bei adidas Golf trugen maßgeblich zu dieser positiven Entwicklung bei. Dies zeigt deutlich den anhaltenden Erfolg unserer „Apparel Breakthrough“ Initiative. Im Bereich Sportzubehör verbesserte sich der währungsneutrale Umsatz in den ersten neun Monaten 2005 um 7%. Verantwortlich hierfür waren Zuwächse bei Metallhölzern, Eisen und Golfbällen bei TaylorMade-adidas Golf. Währungseffekte wirkten sich negativ auf die Umsätze in Euro in den Bereichen Schuhe, Bekleidung und Sportzubehör aus. In Euro legte der Umsatz im Bereich Schuhe in 2005 um 9% auf 2,361 Mrd. € zu (2004: 2,160 Mrd. €). Der Umsatz im Bereich Bekleidung stieg in den ersten neun Monaten 2005 in Euro um 11% auf 2,115 Mrd. € (2004: 1,903 Mrd. €). Im Bereich Sportzubehör stieg der Umsatz in Euro in 2005 um 6% auf 639 Mio. € (2004: 601 Mio. €).

## Rohrertragsmarge des Konzerns um 0,4 Prozentpunkte verbessert

Die Rohrertragsmarge verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2005 um 0,4 Prozentpunkte auf 48,5% (2004: 48,1%). Dies stellt die höchste Rohrertragsmarge in einem Neunmonatszeitraum in der Geschichte unseres Konzerns dar und spiegelt vor allem verstärkte eigene Einzelhandelsaktivitäten bei adidas und unseren sich verbessernden Produktmix wider. Hedging-Aktivitäten, die uns erlaubten von günstigen Kursentwicklungen zu profitieren, trugen ebenfalls zu der Margenverbesserung bei. Infolge der deutlichen Umsatzsteigerung und der Verbesserung der Rohrertragsmarge stieg das Rohergebnis in den ersten neun Monaten 2005 um 11% auf 2,481 Mrd. € (2004: 2,244 Mrd. €).

## Lizenz- und Provisionserträge steigen währungsneutral um 9%

Die Lizenz- und Provisionserträge, die gemäß dem überarbeiteten International Financial Reporting Standard IAS 1 nun im Betriebsergebnis ausgewiesen werden, stiegen währungsbereinigt um 9%. Grund für diesen Anstieg waren sowohl gestiegene Stückzahlen als auch höhere durchschnittliche Lizenzgebühren. In Euro erhöhten sich die Lizenz- und Provisionserträge in 2005 um 8% auf 34 Mio. € (2004: 32 Mio. €).

## Rückgang der operativen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz

Die operativen Aufwendungen, bestehend aus Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen sowie Abschreibungen (ohne Geschäfts- oder Firmenwerte), stiegen in den ersten neun Monaten 2005 um 9% auf 1,843 Mrd. € (2004: 1,685 Mrd. €). Dies entspricht 36,0% der Umsatzerlöse und damit einem Rückgang von 0,1 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr (2004: 36,1%). In diesem Rückgang spiegeln sich in erster Linie niedrigere Marketingaufwendungen infolge einer Verschiebung von Produkteinführungen in das vierte Quartal 2005, in dem neue Produkte im Zusammenhang mit der Fußballweltmeisterschaft eingeführt werden.

## Neueinstellungen im eigenen Einzelhandel und bei adidas in Asien führen zu Anstieg der Mitarbeiterzahl

Zum 30. September 2005 beschäftigte der Konzern im Bereich des fortgeführten Geschäfts 15.361 Mitarbeiter. Das bedeutet einen Zuwachs von 11% im Vergleich zum Vorjahresstand von 13.886 sowie einen Anstieg um 8% seit Ende des Jahres 2004, als die Mitarbeiterzahl 14.217 betrug. Die meisten Neueinstellungen wurden im Bereich des eigenen Einzelhandels und bei adidas in Asien vorgenommen.

## Planmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte entfallen

Nach den neuen und überarbeiteten internationalen 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 neun Monaten 2005 war keine Wertminderung von Geschäfts- oder Firmenwerten vorzunehmen. Im Vergleich dazu gab es in den ersten neun Monaten 2004 planmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte aus dem fortgeführten Geschäft in Höhe von 26 Mio. €.

## Betriebsergebnis um 19% verbessert

Das Betriebsergebnis konnte in den ersten neun Monaten 2005, vor allem aufgrund von höheren Umsätzen und der gestiegenen Rohrertragsmarge sowie der Verbesserung der operativen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz, um 19% auf 672 Mio. € gesteigert werden (2004: 564 Mio. €). Eine ähnliche Entwicklung verzeichnete die operative Marge mit einem Anstieg in den ersten neun Monaten 2005 um 1,1 Prozentpunkte auf 13,1% (2004: 12,1%). Die Anwendung neuer und überarbeiteter internationaler 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 betreffen, hatte eine positive Auswirkung auf die berichteten operativen Ergebnisse des Konzerns in den ersten neun Monaten 2005. Auf vergleichbarer Basis, ohne die Effekte der IFRS Änderungen, wären das Betriebsergebnis und die operative Marge in den ersten neun Monaten 2005 um 14% bzw. 0,5 Prozentpunkte gestiegen.

## Neun Monate Rohrertragsmarge<sup>1)</sup> in %



<sup>1)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

## Neun Monate Betriebsergebnis<sup>2)</sup> in Mio. €



<sup>2)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

<sup>3)</sup>Die Zahl für 2004 wurde gemäß den Änderungen der IFRS angepasst.

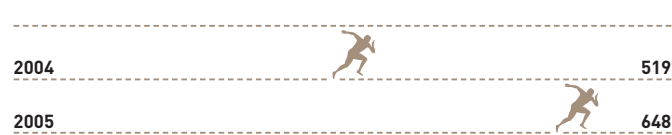
### Finanzaufwendungen sinken um 46 %

Die Finanzaufwendungen sanken in den ersten neun Monaten 2005 um 46% auf 24 Mio. € (2004: 45 Mio. €). Grund hierfür waren positive Währungseffekte sowie geringere Zinsaufwendungen aufgrund der niedrigeren durchschnittlichen Finanzverbindlichkeiten, die einen Anstieg des gewichteten durchschnittlichen Zinssatzes mehr als ausglich. 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 des Konzerns darstellt als dies im vergangenen Jahr der Fall war. Darüber hinaus trugen die höheren Zinssätze in den USA sowie ein gestiegener Anteil der langfristigen Finanzierung, die grundsätzlich höhere Zinssätze aufweist, resultierend aus dem weiteren Abbau der Nettofinanzverbindlichkeiten des Konzerns, zu dieser Entwicklung bei.

### Gewinn vor Steuern um 25 % gestiegen

Infolge der operativen Verbesserungen und der niedrigeren Finanzaufwendungen stieg der Konzerngewinn vor Steuern in den ersten neun Monaten 2005 um 25% auf 648 Mio. € (2004: 519 Mio. €). Im Verhältnis zum Umsatz verbesserte sich das Vorsteuerergebnis in 2005 im Vorjahresvergleich um 1,5 Prozentpunkte auf 12,7% (2004: 11,1%). Der Wegfall der planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte wirkte sich auf diese Entwicklung in den ersten neun Monaten 2005 sehr positiv aus. Auf vergleichbarer Basis, ohne die Effekte der IFRS Änderungen, wären der Konzerngewinn vor Steuern und der Gewinn vor Steuern im Verhältnis zum Umsatz um 19% bzw. 1,0 Prozentpunkte gestiegen.

### Neun Monate Gewinn vor Steuern<sup>1)</sup> in Mio. €



<sup>1)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

### Gewinn aus fortgeführtem Geschäft<sup>2)</sup> in Mio. €



<sup>2)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

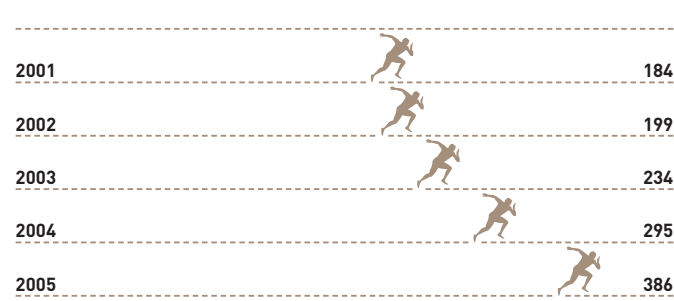
### Gewinn aus fortgeführtem Geschäft steigt um 33 %

Der Konzerngewinn aus dem fortgeführten Geschäft stieg in den ersten neun Monaten 2005 um 33% auf 434 Mio. € (2004: 326 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 in den ersten neun Monaten 2005 ebenfalls sehr positiv auf diese Entwicklung aus. Die Ergebnisanteile anderer Gesellschafter des Konzerns gingen in 2005 um 12% auf 11 Mio. € zurück (2004: 12 Mio. €). Dieser Rückgang reflektiert die erstmalige Nicht-Einbeziehung von adidas Türkei, Salomon & Taylor Made Japan und adidas Malaysia, deren restliche Anteile in 2004 erworben wurden und die jetzt in vollem Umfang in den Ergebnissen von adidas enthalten sind. Die Veräußerung der restlichen Anteile von erima wirkte sich ebenfalls auf dieses Ergebnis aus. Die Steuerquote des Konzerns verringerte sich in den ersten neun Monaten 2005 um 4,3 Prozentpunkte auf 33,0% (2004: 37,3%). Dies war hauptsächlich auf den Wegfall der Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte, die nicht steuerlich absetzbar waren, zurückzuführen. Auf vergleichbarer Basis, ohne die Effekte der IFRS Änderungen, wäre der Konzerngewinn aus dem fortgeführten Geschäft in den ersten neun Monaten 2005 um 23% gestiegen. Unseres Erachtens zeigt diese Zahl die tatsächliche Performance unseres fortgeführten Geschäfts in diesem Zeitraum am besten.

## Steigerung des auf Anteilseigner entfallenden Gewinns um 31%

Der auf die Anteilseigner entfallende Gewinn des Konzerns, der den Gewinn aus dem fortgeführten und dem nicht fortgeführten Geschäft enthält, stieg in den ersten neun Monaten 2005 trotz eines höheren Verlusts aus dem nicht fortgeführten Geschäft um 31% auf 386 Mio. € (2004: 295 Mio. €). Darin zeigt sich die starke Performance des fortgeführten Geschäfts des Konzerns. In den ersten neun Monaten 2005 stieg der Verlust aus dem nicht fortgeführten Geschäft um 97% auf 37 Mio. € (2004: 19 Mio. €). Diese Entwicklung spiegelt einen Rückgang der operativen Geschäftstätigkeit von Salomon sowie negative Effekte im Zusammenhang mit der Veräußerung dieses Geschäftssegments wider. Der Wegfall der planmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte wirkte sich in den ersten neun Monaten 2005 ebenfalls auf den auf die Anteilseigner entfallenden Konzerngewinn aus dem fortgeführten und nicht fortgeführten Geschäft sehr positiv aus. Auf vergleichbarer Basis, ohne die Effekte der IFRS Änderungen, wäre der auf die Anteilseigner entfallende Gewinn aus dem fortgeführten und nicht fortgeführten Geschäft in den ersten neun Monaten 2005 um 18% gestiegen.

## Neun Monate Auf Anteilseigner entfallender Gewinn<sup>1)</sup> in Mio. €



<sup>1)</sup>Aus dem fortgeführten und nicht fortgeführten Geschäft

## Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem und nicht fortgeführtem Geschäft bei 8,40 €

In den ersten neun Monaten 2005 verbesserte sich das unverwässerte Ergebnis je Aktie aus dem fortgeführten und nicht fortgeführten Geschäft des Konzerns um 30% auf 8,40 € gegenüber 6,46 € in 2004. Die Gesamtzahl der im Umlauf befindlichen Aktien des Konzerns stieg in den ersten neun Monaten 2005 infolge des Aktienoptionsplans für Führungskräfte (MSOP) der adidas-Salomon AG um 164.655 Aktien auf 46.023.655. Damit belief sich die durchschnittliche Anzahl der Aktien für die Berechnung des unverwässerten Ergebnisses je Aktie aus dem fortgeführten und nicht fortgeführten Geschäft auf 45.966.727 (Durchschnitt in den ersten neun Monaten 2004: 45.580.378). Das verwässerte Ergebnis je Aktie aus dem fortgeführten und nicht fortgeführten Geschäft stieg in den ersten neun Monaten 2005 um 22% auf 7,89 € (2004: 6,46 €). 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 aus dem fortgeführten und nicht fortgeführten Geschäft in den ersten neun Monaten 2005 um 17% bzw. 9% gestiegen.

## Ereignisse und Entwicklungen nach Quartalsende

Zwischen dem Ende der ersten neun Monate 2005 und der Veröffentlichung dieses Berichts am 3. November gab es keine signifikanten gesamtwirtschaftlichen oder sozialpolitischen Änderungen, die eine wesentliche Auswirkung auf unser künftiges Geschäft haben könnten. Auf Konzernebene wurde die geplante Veräußerung des Salomon Geschäftssegments an Amer Sports Corporation am 19. Oktober 2005 abgeschlossen. Das Salomon Geschäftssegment wird daher zu Beginn des vierten Quartals endkonsolidiert. Darüber hinaus lief für die am 3. August 2005 angekündigte, geplante Akquisition von Reebok International Ltd. am 4. Oktober 2005 die Wartefrist nach dem Hart-Scott-Rodino Antitrust Improvements Act von 1976 ab. Infolgedessen sind keine weiteren kartellrechtlichen Prüfungen in den Vereinigten Staaten erforderlich. Diese Transaktion wird voraussichtlich in der ersten Jahreshälfte 2006 abgeschlossen werden.

## FINANZEN UND INVESTITIONEN

### Veräußerung von Salomon wirkt sich auf Bilanzpositionen aus

Die Bilanzpositionen für das Jahr 2005, mit Ausnahme der Nettofinanzverbindlichkeiten und des Eigenkapitals, reflektieren ausschließlich das fortgeführte Geschäft des Konzerns. Nach IFRS Rechnungslegungsgrundsätzen sind die entsprechenden Positionen in der Bilanz für das Geschäftsjahr 2004 nicht anzupassen. In der Bilanz für 2005 sind die Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten des Salomon Geschäftssegments, das zu Beginn des vierten Quartals endkonsolidiert wird, in der Bilanzsumme enthalten und in den separaten Positionen „Vermögensgegenstände klassifiziert als zur Veräußerung gehalten“ sowie „Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten“ ausgewiesen.

### Bilanzsumme um 10 % gestiegen

Zum Ende des dritten Quartals 2005 stieg die Bilanzsumme um 10 % auf 5,181 Mrd. € (2004: 4,726 Mrd. €). Dies war hauptsächlich auf Investitionen in sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände und einen Anstieg der flüssigen Mittel zurückzuführen. Verglichen mit dem Stand zum Jahresende 2004 nahm die Bilanzsumme um 17 % zu.

### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 13 % reduziert

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen im Konzern konnten zum Ende des dritten Quartals 2005 um 13 % auf 1,220 Mrd. € reduziert werden (2004: 1,398 Mrd. €), vor allem da 203 Mio. € in „Vermögensgegenstände klassifiziert als zur Veräußerung gehalten“ umzugliedern waren. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aus dem fortgeführten Geschäft stiegen um 2 % (währungsbereinigt –1 %). Diese Entwicklung liegt deutlich unter unserem Umsatzwachstum im gleichen Zeitraum.

### Vorräte um 7 % reduziert

Die Vorräte im Konzern haben sich zum Ende des dritten Quartals 2005 um 7 % auf 1,053 Mrd. € verringert (2004: 1,134 Mrd. €). Hauptgrund hierfür war die Umgliederung von Vorräten aus dem Salomon Geschäft in Höhe von 222 Mio. € in „Vermögensgegenstände klassifiziert als zur Veräußerung gehalten“. Die Vorräte für das fortgeführte Geschäft stiegen um 13 %, bzw. auf währungsbereinigter Basis um 10 %, in Vorbereitung auf die ersten Lieferungen von Produkten für die Fußballweltmeisterschaft im vierten Quartal.

### Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände steigen um 33 %

Die sonstigen kurzfristigen Vermögensgegenstände stiegen zum Ende des dritten Quartals 2005 um 33 % auf 442 Mio. € (2004: 333 Mio. €). Dieser Anstieg ist vor allem auf höhere Vorauszahlungen für Promotionverträge und andere Verträge sowie einen höheren Wert der derivativen Finanzinstrumente zurückzuführen, der den Effekt aus der Umgliederung von sonstigen kurzfristigen Vermögensgegenständen in Höhe von 18 Mio. € in „Vermögensgegenstände klassifiziert als zur Veräußerung gehalten“ mehr als ausglich. Infolgedessen stiegen die sonstigen kurzfristigen Vermögensgegenstände aus dem fortgeführten Geschäft um 46 %.

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

	2005 <sup>2)</sup>	2004 <sup>2)</sup>
<b>Aktiva</b>		
Flüssige Mittel	4,9	4,7
Kurzfristige Finanzanlagen	4,7	4,3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	23,5	29,6
Vorräte	20,3	24,0
Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	8,5	7,1
Vermögensgegenstände klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	12,8	-
<b>Kurzfristige Aktiva</b>	<b>74,8</b>	<b>69,6</b>
Sachanlagen, netto	7,1	7,5
Geschäfts- oder Firmenwerte, netto	8,5	12,4
Sonstige immaterielle Vermögensgegenstände, netto	1,7	2,1
Langfristige Finanzanlagen	2,5	1,9
Latente Steueransprüche	3,1	4,1
Sonstige langfristige Vermögensgegenstände	2,4	2,4
<b>Langfristige Aktiva</b>	<b>25,2</b>	<b>30,4</b>
<b>Aktiva</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Passiva</b>		
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	-	9,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10,2	10,5
Rückstellungen für Ertragsteuern	4,6	4,0
Sonstige Rückstellungen	12,2	12,5
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	3,2	4,3
Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	3,1	-
<b>Kurzfristige Passiva</b>	<b>33,3</b>	<b>41,1</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	20,9	18,5
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	2,7	2,7
Latente Steuerschulden	1,6	1,5
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	0,5	0,7
<b>Langfristige Passiva</b>	<b>25,8</b>	<b>23,3</b>
Eigenkapital	40,3	34,8
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	0,7	0,8
<b>Gesamtes Eigenkapital</b>	<b>41,0</b>	<b>35,6</b>
<b>Passiva</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

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

<sup>2)</sup>Zum 30. September; Vorjahreszahlen angepasst aufgrund der Anwendung der Änderung zu IAS 19



### Anlagevermögen um 9 % zurückgegangen

Das Anlagevermögen verringerte sich zum 30. September 2005 um 9 % auf 1,023 Mrd. € gegenüber 1,130 Mrd. € zum 31. Dezember 2004 vor allem durch die Umgliederung von Anlagevermögen aus dem Salomon Geschäft in Höhe von 189 Mio. € in „Vermögensgegenstände klassifiziert als zur Veräußerung gehalten“. Zugänge im Wert von 164 Mio. € in den ersten neun Monaten 2005 wurden durch Abschreibungen in Höhe von 89 Mio. € und Abgänge in Höhe von 20 Mio. € zum Teil ausgeglichen. Währungseffekte führten zu einem Anstieg des Anlagevermögens um 28 Mio. €.

### Sonstige langfristige Vermögensgegenstände um 6 % gestiegen

Die sonstigen langfristigen Vermögensgegenstände stiegen zum Ende der ersten neun Monate 2005 um 6 % auf 123 Mio. € (2004: 116 Mio. €). Dieser Anstieg resultiert hauptsächlich aus einem höheren Anteil von Sicherheitsleistungen in Zusammenhang mit den eigenen Einzelhandelsaktivitäten bei adidas. Die Umgliederung sonstiger langfristiger Vermögensgegenstände in „Vermögensgegenstände klassifiziert als zur Veräußerung gehalten“ in Höhe von 2 Mio. € hatte keine wesentliche Auswirkung. Infolgedessen stiegen die sonstigen langfristigen Vermögensgegenstände aus dem fortgeführten Geschäft um 7 %.

### Sonstige langfristige Verbindlichkeiten um 23 % gesunken

Die sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten verringerten sich zum 30. September 2005 um 23 % auf 26 Mio. € (2004: 33 Mio. €). Dies beruht im Wesentlichen auf der Umgliederung von sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten aus dem Salomon Geschäft in Höhe von 3 Mio. € in „Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten“ sowie auf einem Rückgang der Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit Finanzierungsleasingverträgen und einer Verringerung des Marktwerts der zur Kurssicherung im Konzern eingesetzten Finanzinstrumente. Infolgedessen wurden die sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten aus dem fortgeführten Geschäft um 10 % reduziert.

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



<sup>1)</sup>Zum 30. September

<sup>2)</sup>Vorjahreszahlen angepasst aufgrund der Anwendung der Änderung zu IAS 19

### Eigenkapitalquote<sup>3)</sup> in %



<sup>3)</sup>Zum 30. September

<sup>4)</sup>Vorjahreszahlen angepasst aufgrund der Anwendung der Änderung zu IAS 19

### Nettofinanzverbindlichkeiten<sup>5)</sup> in Mio. €



<sup>5)</sup>Zum 30. September

### Eigenkapitalbasis weiter gestärkt

Die Eigenkapitalbasis des Konzerns verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2005 weiter. Das Eigenkapital stieg zum 30. September 2005 um 27 % auf 2,086 Mrd. € (2004: 1,647 Mrd. €). Der überwiegende Teil des Gewinns wurde zur Stärkung der Konzerneigenkapitalbasis einbehalten. Verglichen mit dem Stand zum Jahresende 2004 von 1,618 Mrd. € stieg das Eigenkapital um 29 %.

### Starke Cashflow-Entwicklung

In den ersten neun Monaten 2005 erwirtschaftete der Konzern einen Mittelzufluss in Höhe von 191 Mio. € aus der operativen Geschäftstätigkeit. Der Mittelabfluss für Investitionen in Höhe von 122 Mio. € beinhaltetete Auszahlungen für Sachanlagen, hauptsächlich für eigene Einzelhandelsaktivitäten bei adidas sowie für Investitionen und sonstige langfristige Vermögensgegenstände.

### Nettofinanzverbindlichkeiten um 326 Mio. € reduziert

Am 30. September 2005 betragen die Nettofinanzverbindlichkeiten 586 Mio. €. Dies entspricht einem Rückgang um 36 % bzw. 326 Mio. € gegenüber dem Vorjahreswert von 913 Mio. €. Verantwortlich für diese Reduzierung war in erster Linie die starke Gewinnentwicklung. Infolgedessen verbesserte sich der Verschuldungsgrad des Konzerns in 2005 um 27 Prozentpunkte auf 28 % gegenüber 55 % im Vorjahr. Gegenüber dem Stand am Ende des Jahres 2004 von 594 Mio. € verringerten sich die Nettofinanzverbindlichkeiten des Konzerns um 1 % und spiegeln damit den saisonalen Verlauf des Geschäfts wider.

In den ersten neun Monaten 2005 stieg der währungsbereinigte Umsatz im Segment adidas um 10% mit zweistelligen Umsatzzuwächsen in allen Regionen außer Europa, wo der Umsatz stabil blieb. In Euro legte der Umsatz in 2005 um 9% auf 4,545 Mrd. € zu (2004: 4,155 Mrd. €). Die Rohertragsmarge im Verhältnis zum Umsatz stieg in den ersten neun Monaten 2005 um 1,3 Prozentpunkte auf 45,8% (2004: 44,5%). Verantwortlich hierfür waren vor allem verstärkte eigene Einzelhandelsaktivitäten sowie Verbesserungen des Produktmix. Positive Währungseffekte trugen ebenfalls zu dieser Verbesserung bei. Infolgedessen legte das Betriebsergebnis in den ersten neun Monaten 2005 um 22% auf 674 Mio. € zu (2004: 554 Mio. €). Die Anwendung neuer und überarbeiteter internationaler 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 betreffen, wirkte sich auf die berichteten operativen Ergebnisse in den ersten neun Monaten 2005 aus. Auf vergleichbarer Basis, ohne die im Jahr 2004 angefallenen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte, und unter Einbeziehung der Lizenz- und Provisionserträge für beide Jahre, stieg das Betriebsergebnis von adidas um 19%.

Währungsbereinigter Umsatz steigt in den ersten neun Monaten um 10%

In den ersten neun Monaten 2005 stieg der Umsatz im Segment adidas währungsbereinigt um 10% mit zweistelligen Zuwächsen in allen Regionen mit Ausnahme von Europa, wo der Umsatz stabil blieb. In Euro legte der Umsatz in 2005 um 9% auf 4,545 Mrd. € zu (2004: 4,155 Mrd. €). Der Umsatz im Bereich eigene Einzelhandelsaktivitäten bei adidas stieg währungsbereinigt um 37%. In Euro entspricht dies einer Steigerung in den ersten neun Monaten 2005 um 36% auf 545 Mio. € (2004: 402 Mio. €). Das Wachstum wurde sowohl durch vergleichbare Umsatzzuwächse als auch durch die Eröffnung neuer Stores erzielt.

Deutliches Wachstum in nahezu allen Sport Performance Kategorien

Der Umsatz in der Sport Performance Division stieg in den ersten neun Monaten 2005 auf währungsbereinigter Basis um 4%. Zu diesem Wachstum trugen Zuwächse in fast allen Produktkategorien bei. Steigerungen in den Kategorien Running, Training und Tennis waren maßgeblich für diese Verbesserung verantwortlich und spiegeln die umfassende Stärke des adidas Produktangebots wider. Dieses Wachstum wurde durch einen Rückgang in der Kategorie Fußball, resultierend aus einem erschwerten Vorjahresvergleich aufgrund der zusätzlichen Umsätze im Zusammenhang mit der Fußball Europameisterschaft UEFA EURO 2004™ nur zum Teil aufgehoben. In Euro verbesserte sich der Umsatz bei Sport Performance in den ersten neun Monaten 2005 um 4% auf 3,522 Mrd. € (2004: 3,398 Mrd. €).

Sport Heritage Schuhe und Bekleidung verzeichnen kräftiges Wachstum

Der währungsneutrale Umsatz in der Sport Heritage Division wuchs mit einer Steigerung von 42% während der ersten neun Monate 2005 im Vergleich zum Vorjahr erneut kräftig. Dieser Anstieg ist auf starke, zweistellige Wachstumsraten bei Schuhen und Bekleidung in allen Regionen zurückzuführen. In Euro verbesserte sich der Umsatz bei Sport Heritage in 2005 um 41% auf 1,013 Mrd. € (2004: 719 Mio. €).

Sport Style Umsatz bei 17 Mio. €

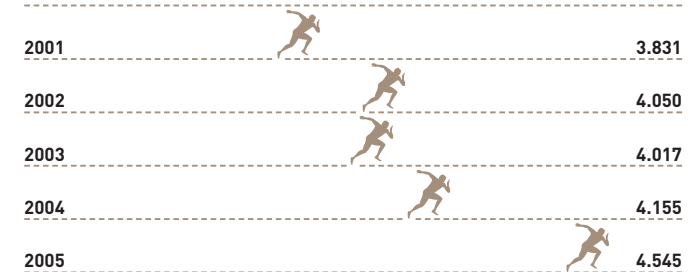
In den ersten neun Monaten 2005 ging der Umsatz in der Sport Style Division sowohl währungsbereinigt als auch in Euro um 4% auf 17 Mio. € zurück (2004: 17 Mio. €). Diese Entwicklung spiegelt in erster Linie das schwierige Einzelhandelsumfeld im Fashion-Bereich in Europa im ersten Halbjahr 2005 wider.

adidas auf einen Blick in Mio. €

	Neun Monate 2005	Neun Monate 2004	Veränderung
Umsatzerlöse	4.545	4.155	9%
Rohertragsmarge	45,8%	44,5%	1,3PP
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	674	554	22%

<sup>1)</sup>Die Zahl für 2004 wurde gemäß den Änderungen der IFRS angepasst.

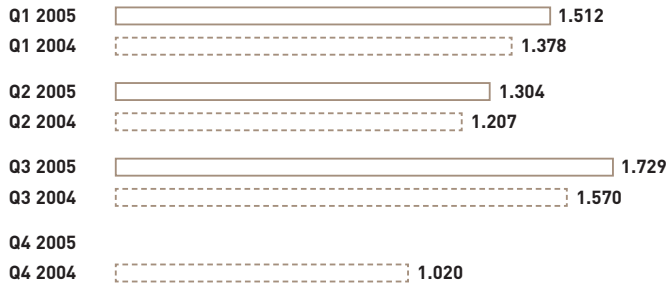
Neun Monate adidas Umsatzerlöse in Mio. €



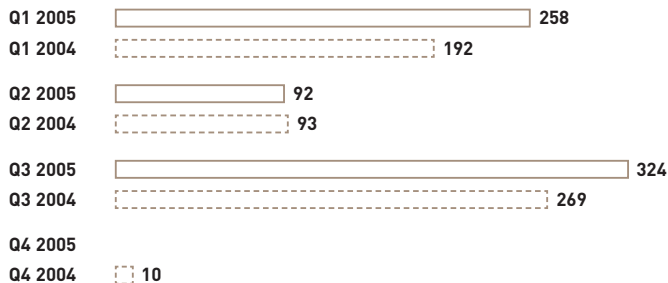
adidas Umsatzerlöse nach Regionen in Mio. €

	Neun Monate 2005	Neun Monate 2004	Veränderung
Europa	2.438	2.445	0%
Nordamerika	903	806	12%
Asien	959	722	33%
Lateinamerika	224	158	41%

#### 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.

#### Rohrertragsmarge deutlich verbessert

Die adidas Rohrertragsmarge verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2005 um 1,3 Prozentpunkte auf 45,8% (2004: 44,5%). Ein Großteil dieser Verbesserung ist den verstärkten eigenen Einzelhandelsaktivitäten, unserem sich verbessernden Produktmix sowie günstigen Wechselkursentwicklungen zuzuschreiben. Infolgedessen stieg das Rohergebnis von adidas in den ersten neun Monaten 2005 um 13% auf 2,081 Mrd. € (2004: 1,849 Mrd. €).

#### Lizenz- und Provisionserträge steigen um 5%

Gemäß dem überarbeiteten International Financial Reporting Standard IAS 1 wird die operative Position Lizenz- und Provisionserträge nun im Betriebsergebnis ausgewiesen. In den ersten neun Monaten 2005 verbesserten sich die Lizenz- und Provisionserträge bei der Marke adidas um 5% auf 44 Mio. € (2004: 41 Mio. €). Grund für diesen Anstieg waren sowohl gestiegene Stückzahlen als auch höhere durchschnittliche Lizenzgebühren.

#### Operative Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz unverändert

Die operativen Aufwendungen bei adidas stiegen in den ersten neun Monaten 2005 um 10% auf 1,451 Mrd. € (2004: 1,324 Mrd. €). Im Verhältnis zum Umsatz blieben die operativen Aufwendungen in den ersten neun Monaten 2005 mit 31,9% stabil (2004: 31,9%). Höhere operative Gemeinkosten im Verhältnis zum Umsatz aufgrund von verstärkten eigenen Einzelhandelsaktivitäten wurden durch niedrigere Marketingaufwendungen infolge des Produkteinführungsplans 2005, dessen Schwerpunkt auf dem vierten Quartal 2005 liegt, in dem neue Produkte im Zusammenhang mit der Fußballweltmeisterschaft auf den Markt gebracht werden, ausgeglichen.

#### Planmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte entfallen

Nach den neuen und überarbeiteten internationalen 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 neun Monaten 2005 waren bei der Marke adidas keine Wertminderungen von Geschäfts- oder Firmenwerten vorzunehmen. Im Vergleich dazu gab es im Vorjahr planmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 10 Mio. €.

#### Betriebsergebnis und operative Marge deutlich gesteigert

In den ersten neun Monaten 2005 stieg das Betriebsergebnis von adidas um 22% auf 674 Mio. € (2004: 554 Mio. €). Die operative Marge konnte für das Segment adidas in den ersten neun Monaten 2005 um 1,5 Prozentpunkte auf 14,8% verbessert werden (2004: 13,3%). Auf vergleichbarer Basis, ohne die im Jahr 2004 angefallenen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte und unter Einbeziehung der Lizenz- und Provisionserträge für beide Jahre, hätten sich das Betriebsergebnis und die operative Marge von adidas in den ersten neun Monaten 2005 um 19% bzw. 1,2 Prozentpunkte verbessert. Diese Verbesserung war auf das kräftige Wachstum bei Umsatz und Rohrertragsmarge in Verbindung mit stabilen operativen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz zurückzuführen.

# TaylorMade-adidas Golf

**Der Umsatz von TaylorMade-adidas Golf stieg in den ersten neun Monaten 2005 auf währungsneutraler Basis um 12%. Dies war vor allem auf kräftige Zuwächse in allen wichtigen Produktkategorien mit Ausnahme von Puttern zurückzuführen. In Euro entspricht dies einer Verbesserung von 11% auf 528 Mio. € in 2005 (2004: 477 Mio. €). Die Rohertragsmarge von TaylorMade-adidas Golf ging in 2005 aufgrund niedrigerer Margen in den Kategorien Golfbälle und Metallhölzer um 1,9 Prozentpunkte auf 45,7% zurück (2004: 47,6%). Das Betriebsergebnis verbesserte sich in 2005 um 17% auf 39 Mio. € (2004: 33 Mio. €), vor allem infolge des kräftigen Umsatzwachstums und der deutlichen Verbesserung der operativen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz. Die Anwendung neuer und überarbeiteter internationaler 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 betreffen, hatte keine nennenswerte Auswirkung auf die berichteten operativen Ergebnisse in den ersten neun Monaten. Auf vergleichbarer Basis, ohne die im Jahr 2004 angefallenen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte, und unter Einbeziehung der Lizenz- und Provisionserträge für beide Jahre, stieg das Betriebsergebnis von TaylorMade-adidas Golf ebenfalls um 17%.**

## Währungsbereinigter Umsatz um 12% gesteigert

Bei TaylorMade-adidas Golf stieg der währungsneutrale Umsatz in den ersten neun Monaten 2005 um 12%. Die positive Entwicklung war auf kräftiges Wachstum in allen wichtigen Kategorien mit Ausnahme von Puttern zurückzuführen. In Euro verbesserte sich der Umsatz in 2005 um 11% auf 528 Mio. € (2004: 477 Mio. €).

## Rohertragsmarge zurückgegangen

Die Rohertragsmarge von TaylorMade-adidas Golf ging in den ersten neun Monaten 2005 aufgrund höherer Beschaffungskosten in der Kategorie Golfbälle sowie verstärkter Lagerräumungsverkäufe in der Kategorie Metallhölzer um 1,9 Prozentpunkte auf 45,7% zurück (2004: 47,6%). Diese Rückgänge konnten durch Verbesserungen der Margen im Bereich Eisen nur zum Teil ausgeglichen werden. Beflügelt durch den kräftigen Umsatzanstieg verbesserte sich das Rohergebnis in den ersten neun Monaten 2005 jedoch um 6% auf 241 Mio. € (2004: 227 Mio. €).

## Lizenz- und Provisionserträge zurückgegangen

Bei TaylorMade-adidas Golf ging die operative Position Lizenz- und Provisionserträge, die nun im Betriebsergebnis ausgewiesen wird, in 2005 infolge gestiegener Umsätze bei adidas Golf um 32% auf minus 12 Mio. € zurück (2004: minus 9 Mio. €). Dieser Betrag beinhaltet konzerninterne Lizenzgebühren für das adidas Golf Geschäft.

## Operative Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz deutlich gesunken

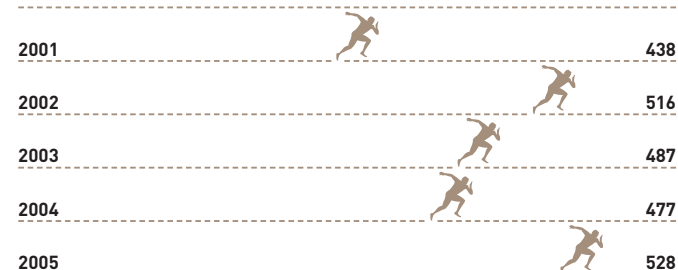
Die operativen Aufwendungen bei TaylorMade-adidas Golf stiegen in den ersten neun Monaten 2005 um 3% auf 191 Mio. € (2004: 185 Mio. €). Im Verhältnis zum Umsatz gingen die operativen Aufwendungen in den ersten neun Monaten 2005 um 2,6 Prozentpunkte auf 36,1% deutlich zurück (2004: 38,7%). Darin spiegeln sich in erster Linie niedrigere Marketingaufwendungen sowie gesunkene operative Gemeinkosten, jeweils im Verhältnis zum Umsatz wider.

TaylorMade-adidas Golf auf einen Blick in Mio. €

	Neun Monate 2005	Neun Monate 2004	Veränderung
Umsatzerlöse	528	477	11 %
Rohertragsmarge	45,7%	47,6%	-1,9 PP
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	39	33	17 %

<sup>1)</sup>Die Zahl für 2004 wurde gemäß den Änderungen der IFRS angepasst.

Neun Monate TaylorMade-adidas Golf Umsatzerlöse in Mio. €



TaylorMade-adidas Golf Umsatzerlöse nach Regionen in Mio. €

	Neun Monate 2005	Neun Monate 2004	Veränderung
Europa	77	71	9 %
Nordamerika	300	246	22 %
Asien	149	159	-6 %
Lateinamerika	2	2	40 %

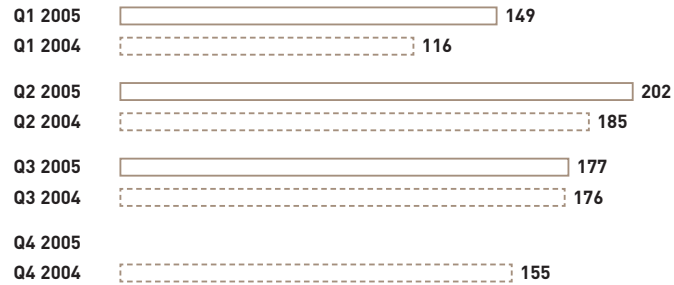
### Planmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte entfallen

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

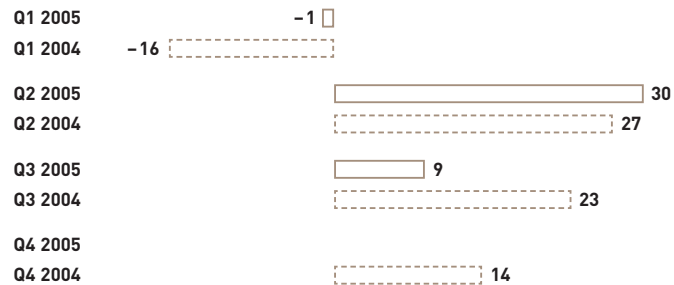
### Betriebsergebnis deutlich verbessert

Das Betriebsergebnis von TaylorMade-adidas Golf verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2005 mit einem Anstieg um 17% auf 39 Mio. € (2004: 33 Mio. €). Die operative Marge verbesserte sich in den ersten neun Monaten 2005 um 0,4 Prozentpunkte auf 7,4% (2004: 7,0%). Auf vergleichbarer Basis, ohne Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte und unter Einbeziehung der Lizenz- und Provisionserträge für beide Jahre, verbesserten sich das Betriebsergebnis und die operative Marge von TaylorMade-adidas Golf in den ersten neun Monaten 2005 ebenfalls um 17% bzw. 0,4 Prozentpunkte. Diese Entwicklung resultiert aus dem kräftigen Umsatzwachstum und deutlich verbesserten operativen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz.

### 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.

## Nicht fortgeführtes Geschäft

Der Umsatz aus dem nicht fortgeführten Geschäft des Salomon Segments sank in den ersten neun Monaten 2005 währungsberichtigt um 5%. Darin spiegeln sich Rückgänge in nahezu allen wichtigen Wintersportkategorien sowie bei Inline Skates und Fahrradkomponenten wider. In Euro fiel der Umsatz in 2005 ebenfalls um 5% auf 360 Mio. € (2004: 380 Mio. €). Die Rohertragsmarge aus dem nicht fortgeführten Geschäft von Salomon verringerte sich in 2005 um 0,1 Prozentpunkte auf 38,2% (2004: 38,3%). Diese Entwicklung resultierte hauptsächlich aus niedrigeren Margen in den Ski-Alpin-Kategorien. Infolge dieser Entwicklungen sank das Betriebsergebnis in den ersten neun Monaten 2005 um 14% auf minus 20 Mio. € (2004: minus 18 Mio. €). Die Anwendung neuer und überarbeiteter internationaler 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 betreffen, hatte eine sehr positive Auswirkung auf die berichteten operativen Ergebnisse in den ersten neun Monaten. Auf vergleichbarer Basis, ohne die im Jahr 2004 angefallenen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte, und unter Einbeziehung der Lizenz- und Provisionserträge für beide Jahre, hätte sich das Betriebsergebnis aus dem nicht fortgeführten Geschäft von Salomon um 102% verringert.

### Währungsbereinigter Umsatz sinkt in den ersten neun Monaten um 5%

Der währungsbereinigte Umsatz aus dem nicht fortgeführten Geschäft von Salomon sank in den ersten neun Monaten 2005 um 5%. Verantwortlich für diesen Rückgang waren vor allem niedrigere Umsätze in nahezu allen wichtigen Wintersportkategorien sowie in den Bereichen Inline Skates und Fahrradkomponenten. In Euro fiel der Umsatz aus dem nicht fortgeführten Geschäft in 2005 ebenfalls um 5% auf 360 Mio. € (2004: 380 Mio. €).

### Rückgang der Rohertragsmarge

Die Rohertragsmarge aus dem nicht fortgeführten Geschäft von Salomon ging in den ersten neun Monaten 2005 um 0,1 Prozentpunkte auf 38,2% zurück (2004: 38,3%). Diese Entwicklung resultierte hauptsächlich aus niedrigeren Margen in den Ski-Alpin-Kategorien aufgrund höherer Produktionskosten für Wintersportprodukte, die durch höhere Margen bei Schuhen und Bekleidung nur zum Teil ausgeglichen wurden. Infolge dieser Entwicklungen verringerte sich das Rohergebnis aus dem nicht fortgeführten Geschäft in den ersten neun Monaten 2005 um 6% auf 137 Mio. € (2004: 146 Mio. €).

### Lizenz- und Provisionserträge steigen

Die operative Position Lizenz- und Provisionserträge aus dem nicht fortgeführten Geschäft von Salomon stieg in 2005 um 82% auf 1 Mio. € (2004: 0 Mio. €).

### Operative Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz deutlich gestiegen

Die operativen Aufwendungen aus dem nicht fortgeführten Geschäft von Salomon stiegen in den ersten neun Monaten 2005 um 2% auf 159 Mio. € (2004: 156 Mio. €). Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die operativen Aufwendungen in den ersten neun Monaten 2005 um 3,0 Prozentpunkte auf 44,1% (2004: 41,1%). Darin spiegeln sich in erster Linie gestiegene Marketingaufwendungen sowie höhere operative Gemeinkosten, jeweils im Verhältnis zum Umsatz, wider.

### Nicht fortgeführtes Geschäft (Salomon) auf einen Blick<sup>1)</sup> in Mio. €

	Neun Monate 2005	Neun Monate 2004	Veränderung
Umsatzerlöse	360	380	-5%
Rohertragsmarge	38,2%	38,3%	-0,1 PP
Betriebsergebnis <sup>2)</sup>	-20	-18	-14%

<sup>1)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das nicht fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

<sup>2)</sup>Die Zahl für 2004 wurde gemäß den Änderungen der IFRS angepasst.

### Neun Monate Nicht fortgeführtes Geschäft (Salomon) Umsatzerlöse<sup>3)</sup> in Mio. €



<sup>3)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das nicht fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

### Planmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte entfallen

In den ersten neun Monaten 2005 waren im nicht fortgeführten Geschäft von Salomon keine Wertminderungen von Geschäfts- oder Firmenwerten vorzunehmen. Im Vergleich dazu gab es im gleichen Zeitraum 2004 planmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 8 Mio. €.

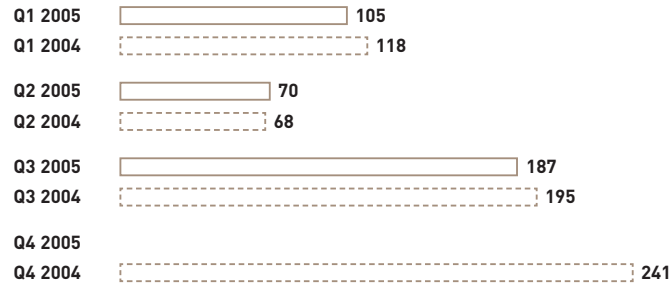
### Betriebsergebnis um 14 % zurückgegangen

In den ersten neun Monaten 2005 ging das Betriebsergebnis aus dem nicht fortgeführten Geschäft von Salomon um 14 % auf minus 20 Mio. € zurück (2004: minus 18 Mio. €). Der Rückgang in den ersten neun Monaten 2005 resultierte aus der ungünstigen Entwicklung aller operativen Positionen. Infolgedessen sank die operative Marge aus dem nicht fortgeführten Geschäft von Salomon in 2005 um 0,9 Prozentpunkte auf minus 5,7% (2004: minus 4,7%). Auf vergleichbarer Basis, ohne die im Jahr 2004 angefallenen Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte, und unter Einbeziehung der Lizenz- und Provisionserträge für beide Jahre, wären das Betriebsergebnis und die operative Marge aus dem nicht fortgeführten Geschäft von Salomon in den ersten neun Monaten 2005 um 102% bzw. 3,0 Prozentpunkte zurückgegangen.

### Verlust aus nicht fortgeführtem Geschäft gestiegen

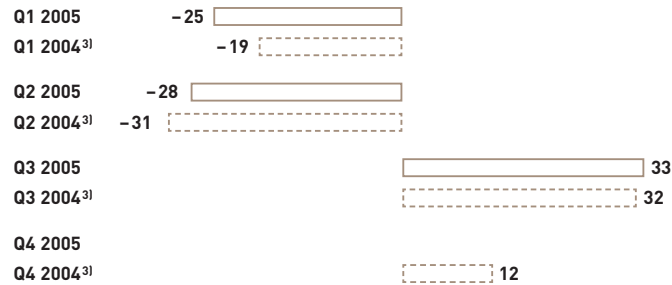
In den ersten neun Monaten 2005 fiel das Ergebnis aus dem nicht fortgeführten Geschäft nach Steuern um 97% auf minus 37 Mio. € (2004: 19 Mio. €). Diese Entwicklung spiegelt den Rückgang der operativen Geschäftstätigkeit bei Salomon wider. Darüber hinaus wirkten sich die Neubewertung des Anlagevermögens mit dem beizulegenden Zeitwert und andere Kosten im Zusammenhang mit der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments negativ auf diese Entwicklung aus.

### Nicht fortgeführtes Geschäft (Salomon) Umsatzerlöse nach Quartalen<sup>1)</sup> in Mio. €



<sup>1)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das nicht fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

### Nicht fortgeführtes Geschäft (Salomon) Betriebsergebnis nach Quartalen<sup>2)</sup> in Mio. €



<sup>2)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das nicht fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

<sup>3)</sup>Vorjahreszahlen wurden gemäß den Änderungen der IFRS angepasst.

**Ausblick** Angesichts der im Vergleich zum ersten Halbjahr nahezu unveränderten Lage der Weltwirtschaft weicht das vorausgesagte globale Wachstum für 2005 nicht wesentlich von unseren ursprünglichen Erwartungen ab. In Anbetracht der starken Ergebnisse des Konzerns für die ersten neun Monate und unserer Geschäftserwartungen für den Rest des Jahres 2005 erhöhen wir die Prognose für unseren Umsatz und Gewinn. Wir erwarten nun einen Umsatzanstieg auf währungsbereinigter Basis im hohen einstelligen Bereich, mit zweistelligen währungsbereinigten Umsatzzuwächsen in Asien, Lateinamerika und jetzt auch in Nordamerika sowie Zuwächsen im mittleren einstelligen Bereich in Europa. Es wird damit gerechnet, dass die Konzernrohertragsmarge ungefähr bei 48% liegen wird, und dass sich die operative Marge im Vergleich zum Vorjahr auf ca. 11% verbessern wird. Aufgrund unserer starken operativen Ergebnisse in den ersten neun Monaten 2005 gehen wir jetzt davon aus, dass der auf die Anteilseigner entfallende Gewinn aus dem fortgeführten und nicht fortgeführten Geschäft um mindestens 20% gegenüber dem berichteten Wert von 314 Mio. € in 2004 steigen wird. Darin enthalten sind auch die positiven Effekte aus den IFRS Änderungen sowie der Verlust aus dem nicht fortgeführten Geschäft im Zusammenhang mit der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments.

#### 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 unser Management 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.

#### Weltwirtschaft zunehmend von regionalen Unterschieden geprägt

Die Weltwirtschaft wird voraussichtlich weitgehend auf Expansionskurs bleiben, obwohl es einige Risiken gibt, vor allem aufgrund der hohen Ölpreise und des steigenden Ungleichgewichts der Handelsbilanzen. In Europa wird in 2005 mit einem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von lediglich rund 1,3% gerechnet. Verglichen mit den ersten neun Monaten des Jahres wird sich das Wirtschaftswachstum allerdings in den letzten drei Monaten voraussichtlich leicht beschleunigen. Grund hierfür sind die robuste Konjunktur in den anderen Regionen der Welt und der schwächere Euro, der im Vergleich zum Dollar im Gleichschritt mit der sich weiter öffnenden Zinsschere gegenüber den USA voraussichtlich etwas an Boden verlieren wird. Die Inlandsnachfrage bleibt jedoch fragil, da hohe Energiepreise zu einer Schwächung des Privatkonsums führen. In den USA wird mit einer leichten Verlangsamung des Konjunkturwachstums in den letzten drei Monaten des Jahres gerechnet. Für das Gesamtjahr wird ein Wachstum von etwas über 3% erwartet. Die private Nachfrage ist intakt, aber niedrige Sparquoten, ein hoher Verschuldungsgrad der privaten Haushalte und ein überhitzter Immobilienmarkt machen diese anfällig für gesamtwirtschaftliche Turbulenzen, zum Beispiel in Form von schnell steigenden Zinsen. In Asien sind die Konjunkturaussichten nach wie vor positiv. Das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts wird dieses Jahr voraussichtlich 6% erreichen, wobei die Schwellenländer der Region sogar noch höheres Wachstum verzeichnen werden. In Japan wird mit einem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von fast 2% gerechnet. Es wird erwartet, dass steigende Löhne, fallende Verbraucherpreise und eine niedrige Arbeitslosenquote in den kommenden Monaten den Privatkonsum stützen. Der Unternehmenssektor wird voraussichtlich von den jüngsten Maßnahmen zum Abbau von uneinbringlichen Forderungen profitieren. Dies wird zu verstärkten Investitionen und höheren Einkommen führen. In China wird mit einem Wachstum von 9%

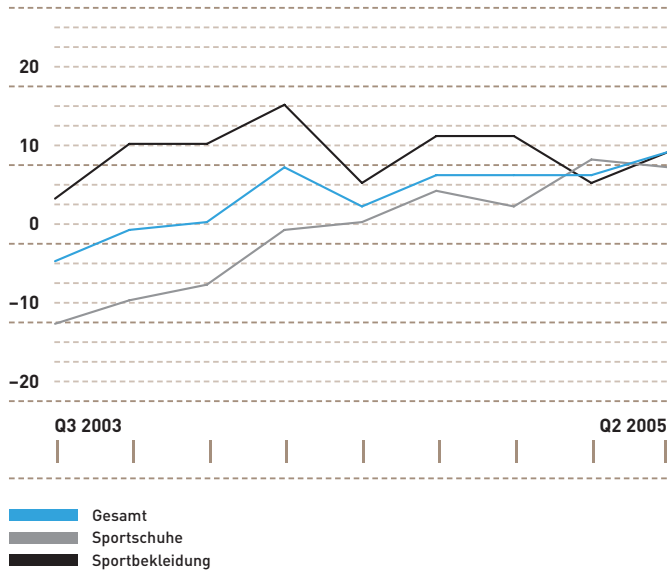
gerechnet, wobei der anziehende Privatkonsum eine Verlangsamung der Investitionen und des Exportwachstums ausgleichen wird. In Lateinamerika wird das Wachstum im weiteren Verlauf des Jahres voraussichtlich anhalten und für das Gesamtjahr 4% erreichen. Die mittelfristigen Aussichten sind allerdings angesichts von potenziell nachteiligen Auswirkungen einer Verlangsamung der Weltwirtschaft und anhaltender politischer Instabilität in der Region gemischt.

#### Sportartikelindustrie in Europa schwierig

In Europa wird der Sportartikelmarkt im restlichen Verlauf des Jahres 2005 angesichts des zunehmenden Wettbewerbs unter Einzelhändlern, insbesondere in Großbritannien, weiterhin schwierig bleiben. Die Verbraucherpräferenzen werden voraussichtlich mehr in Richtung Performance Produkte als Sport Lifestyle Produkte tendieren. Zusätzlich zu der gestiegenen Nachfrage im Bereich Running sorgt die Fußballweltmeisterschaft für starkes Interesse an Fußballprodukten. In Nordamerika wird der Sportartikelmarkt voraussichtlich weiterhin vom Preisdruck geprägt sein, allerdings mit Lagerbeständen auf einem vernünftigen Niveau. In den meisten wichtigen asiatischen Märkten wird die positive Stimmung im Einzelhandel im vierten Quartal voraussichtlich anhalten. Der japanische Markt erwartet eine positive Entwicklung im Bereich Lifestyle Bekleidung sowie steigende Umsätze im Bereich Schuhe. China erwartet anhaltend robustes Wachstum, während andere Industrienationen relativ stabil bleiben werden. In Lateinamerika wird die Sportartikelindustrie weiterhin auf Expansionskurs bleiben, allerdings haben die jüngsten Einfuhrbeschränkungen für Schuhe in Argentinien und Brasilien zu einigen Ungewissheiten geführt. Das Ausmaß der Auswirkungen könnte beträchtlich sein und wird davon abhängen, ob die Industrie in der Lage ist, diese Beschränkungen durch Produktion vor Ort auszugleichen.



### 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	11	17	10	12
Sportbekleidung	7	19	26	14
<b>Gesamt</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>22</b>	<b>14</b>

<sup>2)</sup>Am 30. September 2005, im Vorjahresvergleich

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

	Europa	Nord-amerika	Asien	Gesamt
Sportschuhe	10	13	7	10
Sportbekleidung	6	15	22	12
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>12</b>

<sup>3)</sup>Am 30. September 2005, im Vorjahresvergleich

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

Angesichts des zu erwartenden positiven gesamtwirtschaftlichen und branchenspezifischen Umfelds sowie der starken Entwicklung der adidas Auftragsbestände, der Erwartungen für die eigenen Einzelhandelsaktivitäten bei adidas sowie des positiven Feedbacks von Einzelhändlern für adidas und TaylorMade-adidas Golf haben wir unsere Prognose hinsichtlich des Konzernumsatzwachstums für das Gesamtjahr erhöht. Wir rechnen nun mit einer Steigerung des währungsbereinigten Umsatzes im hohen einstelligen Bereich. Diese erhöhte Prognose basiert auf einem erwarteten zweistelligen Umsatzwachstum in Nordamerika infolge der bisherigen starken Umsatzperformance und der in allen Bereichen gestiegenen Auftragsbestände. In Asien und Lateinamerika wird mit einer anhaltenden Umsatzdynamik im zweistelligen Bereich gerechnet. In Europa erwarten wir einen Zuwachs im mittleren einstelligen Bereich, geprägt von einem besonders starken vierten Quartal. Die Veräußerung des Salomon Geschäftssegments an Amer Sports Corporation, die am 19. Oktober 2005 abgeschlossen wurde, hat keine Auswirkung auf unsere Umsatzerwartungen für das fortgeführte Geschäft.

### Deutlicher Anstieg der Auftragsbestände unterstützt Umsatzwachstumserwartungen für die Marke adidas

Die Auftragsbestände von adidas lagen zum Ende des dritten Quartals 2005 währungsbereinigt um 12% über dem Vorjahr. In Euro stellt dies einen Anstieg um 14% dar und ist damit eine der höchsten Wachstumsraten bei den Auftragsbeständen in Euro in einem Quartal in der Geschichte des Konzerns. Im Bereich Schuhe stiegen die Auftragsbestände währungsbereinigt um 10% bzw. 12% in Euro. Darin zeigen sich Verbesserungen insbesondere im Bereich Fußball aufgrund hoher Auftragsplatzierungen im Zusammenhang mit der Fußballweltmeisterschaft im Vorfeld der Produkteinführungen im vierten Quartal sowie in der Sport Heritage Division. Bei Bekleidung stiegen die Auftragsbestände währungsbereinigt um 12% (+14% in Euro). Grund hierfür sind ebenfalls die hohen Auftragsplatzierungen im Zusammenhang mit der Fußballweltmeisterschaft sowie der anhaltende Erfolg unserer „Apparel Breakthrough“ Initiative. Angesichts der positiven Umsatzentwicklung in den ersten neun Monaten 2005 und unserer gut gefüllten Auftragsbücher erwarten wir nun für die Marke adidas in 2005 ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum im hohen einstelligen Bereich.

### Umsatzwachstum im hohen einstelligen Bereich bei TaylorMade-adidas Golf erwartet

Da die Auftragsbestände in der Golfbranche anders gemessen werden als in anderen Bereichen unseres Konzerns, machen wir keine Angaben zu den Auftragsbeständen von TaylorMade-adidas Golf. Aufgrund der positiven Ergebnisse der ersten neun Monate gehen wir jedoch nun davon aus, dass das Umsatzwachstum bei TaylorMade-adidas Golf in 2005 währungsneutral im hohen einstelligen Bereich liegen wird.

### Rohermargemarge im Konzern voraussichtlich bei ca. 48%

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 weiterhin dazu beitragen, unsere hohe Rohermargemarge zu unterstützen. Wir gehen davon aus, dass die günstigen Hedging-Kurse, die wir uns in den letzten 12 Monaten gesichert haben, unsere Beschaffungskosten nach wie vor positiv beeinflussen und dadurch die starke Rohermargemarge weiter unterstützen werden. Allerdings werden diese Auswirkungen weniger ausgeprägt sein als in 2004 bzw. in den ersten neun Monaten 2005. In Anbetracht dieser Entwicklungen und unserer starken Performance in den ersten neun Monaten sind wir zuversichtlich, dass wir eine Rohermargemarge von ca. 48% erreichen werden.

### Operative Marge in 2005 bei etwa 11%

Unser Bestreben, die Profitabilität des Konzerns wesentlich zu steigern, zahlt sich aus und führt zu einer Verbesserung der operativen Marge in 2005, die über den ursprünglichen Erwartungen liegt. Darin zeigen sich operative Verbesserungen im Konzern. Zu dieser Entwicklung wird in erster Linie eine starke Rohermargemarge beitragen, während die operativen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz aufgrund der höheren Marketingaufwendungen im vierten Quartal 2005 im Zusammenhang mit den ersten Werbeausgaben für die Fußballweltmeisterschaft voraussichtlich moderat steigen werden. Neben den Verbesserungen im operativen Bereich werden sich die IFRS Änderungen sowie die Veräußerung des Salomon Geschäftssegments auf die operative Marge auswirken. Infolgedessen erwarten wir, dass die operative Marge des Konzerns das bisherige Rekordniveau übertreffen und etwa 11% erreichen wird.

### Verbesserte Profitabilität bei adidas

Wir rechnen in 2005 mit einer verbesserten Ertragslage bei adidas infolge einer Verbesserung der Rohermargemarge. Dies wird den Anstieg der operativen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz mehr als ausgleichen. Bei TaylorMade-adidas Golf erwarten wir, dass sich die Profitabilität aufgrund niedrigerer operativer Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz leicht verbessern wird.

### Verlust aus nicht fortgeführtem Geschäft

Das Salomon Geschäftssegment, das zu Beginn des vierten Quartals endkonsolidiert wird, wird voraussichtlich in 2005 einen Verlust von insgesamt zwischen 35 Mio. € und 45 Mio. € verzeichnen. Darin enthalten sind der Verlust aus der operativen Geschäftstätigkeit von Salomon für die ersten neun Monate 2005 sowie negative Steuereffekte, die Neubewertung von Anlagevermögen mit dem beizulegenden Zeitwert und andere Kosten in Verbindung mit der Veräußerung dieses Geschäftssegments.

### Gewinnsteigerungsziel auf mindestens 20% erhöht

Wir rechnen für das fünfte Jahr in Folge mit einer zweistelligen Gewinnsteigerung. Wesentliches Umsatzwachstum sowie eine starke Rohermargemarge und operative Marge stimmen uns jetzt zuversichtlich, dass wir eine Steigerung des auf die Anteilseigner entfallenden Gewinns aus dem fortgeführten und nicht fortgeführten Geschäft von mindestens 20% verglichen mit dem berichteten Wert von 314 Mio. € in 2004 erzielen werden. Diese erhöhte Prognose basiert auf den starken operativen Ergebnissen des Konzerns in den ersten neun Monaten 2005. Darin berücksichtigt sind auch die positiven Effekte aus den IFRS Änderungen sowie den Verlust aus dem nicht fortgeführten Geschäft im Zusammenhang mit der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments.

**Konzernbilanz (IFRS) in Mio. €**

	30. Sep. 2005	30. Sep. 2004 <sup>1)</sup>	Veränderung in %	31. Dez. 2004 <sup>1)</sup>
Flüssige Mittel	252	222	13,6	196
Kurzfristige Finanzanlagen	245	203	20,8	259
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.220	1.398	-12,8	1.046
Vorräte	1.053	1.134	-7,2	1.155
Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	442	333	32,6	378
	3.211	3.290	-2,4	3.035
Vermögensgegenstände klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	663	-	-	-
<b>Kurzfristige Aktiva</b>	<b>3.874</b>	<b>3.290</b>	<b>17,8</b>	<b>3.035</b>
Sachanlagen, netto	367	354	3,6	368
Geschäfts- oder Firmenwerte, netto	438	584	-25,0	572
Sonstige immaterielle Vermögensgegenstände, netto	90	100	-9,8	96
Langfristige Finanzanlagen	128	89	44,3	93
Latente Steueransprüche	162	194	-16,8	167
Sonstige langfristige Vermögensgegenstände	123	116	6,2	103
<b>Langfristige Aktiva</b>	<b>1.307</b>	<b>1.437</b>	<b>-9,0</b>	<b>1.399</b>
<b>Aktiva</b>	<b>5.181</b>	<b>4.726</b>	<b>9,6</b>	<b>4.434</b>
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	-	464	-100,0	186
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	528	494	6,8	592
Rückstellungen für Ertragsteuern	239	189	26,5	167
Sonstige Rückstellungen	634	592	7,0	558
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	164	202	-18,8	184
	1.565	1.941	-19,4	1.687
Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten	159	-	-	-
<b>Kurzfristige Passiva</b>	<b>1.723</b>	<b>1.941</b>	<b>-11,2</b>	<b>1.687</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	1.083	874	24,0	863
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	142	126	12,3	129
Latente Steuerschulden	84	70	20,7	78
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	26	33	-22,8	31
<b>Langfristige Passiva</b>	<b>1.335</b>	<b>1.103</b>	<b>21,0</b>	<b>1.100</b>
Grundkapital	118	117	0,7	117
Sonstige Rücklagen	109	16	603,3	-34
Direkt im Eigenkapital erfasste Beträge in Zusammenhang mit den zur Veräußerung gehaltenen Vermögensgegenständen	-2	-	-	-
Gewinnrücklagen	1.861	1.514	22,9	1.534
Auf Anteilseigner entfallendes Kapital	2.086	1.647	26,7	1.618
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	38	36	5,0	29
<b>Gesamtes Eigenkapital</b>	<b>2.124</b>	<b>1.682</b>	<b>26,2</b>	<b>1.646</b>
<b>Passiva</b>	<b>5.181</b>	<b>4.726</b>	<b>9,6</b>	<b>4.434</b>

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

<sup>1)</sup>Angepasst aufgrund der Anwendung der Änderung zu IAS 19

**Konzerngewinn- und Verlustrechnung (IFRS)<sup>1)</sup> in Mio. €**

	Neun Monate 2005	Neun Monate 2004	Veränderung	3. Quartal 2005	3. Quartal 2004	Veränderung
Umsatzerlöse	5.115	4.664	9,7%	1.924	1.758	9,4%
Umsatzkosten	2.633	2.420	8,8%	990	908	9,0%
<b>Rohergebnis</b>	<b>2.481</b>	<b>2.244</b>	<b>10,6%</b>	<b>934</b>	<b>850</b>	<b>9,9%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	48,5%	48,1%	0,4PP	48,5%	48,4%	0,2PP
Lizenz- und Provisionserträge	34	32	8,2%	13	11	13,3%
Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen	1.770	1.619	9,3%	606	549	10,5%
(in % der Umsatzerlöse)	34,6%	34,7%	-0,1PP	31,5%	31,2%	0,3PP
Abschreibungen (ohne Geschäfts- oder Firmenwerte)	73	66	10,8%	25	23	9,3%
Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	-	26	-100,0%	-	9	-100,0%
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>672</b>	<b>564</b>	<b>19,2%</b>	<b>315</b>	<b>281</b>	<b>12,3%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	13,1%	12,1%	1,1PP	16,4%	16,0%	0,4PP
Finanzaufwendungen, netto	24	45	-45,8%	4	15	-73,6%
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>648</b>	<b>519</b>	<b>24,8%</b>	<b>312</b>	<b>266</b>	<b>17,0%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	12,7%	11,1%	1,5PP	16,2%	15,1%	1,0PP
Ertragsteuern	214	194	10,5%	102	103	-0,5%
(in % des Gewinns vor Steuern)	33,0%	37,3%	-4,3PP	32,9%	38,7%	-5,8PP
<b>Gewinn aus fortgeführtem Geschäft</b>	<b>434</b>	<b>326</b>	<b>33,3%</b>	<b>209</b>	<b>163</b>	<b>28,1%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	8,5%	7,0%	1,5PP	10,9%	9,3%	1,6PP
Gewinn aus nicht fortgeführtem Geschäft, nach Steuern	-37	-19	-96,9%	11	22	-48,4%
<b>Gewinn</b>	<b>397</b>	<b>307</b>	<b>29,4%</b>	<b>220</b>	<b>185</b>	<b>19,1%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	7,8%	6,6%	1,2PP	11,5%	10,5%	0,9PP
<b>Auf Anteilseigner entfallender Gewinn</b>	<b>386</b>	<b>295</b>	<b>31,2%</b>	<b>215</b>	<b>179</b>	<b>20,3%</b>
(in % der Umsatzerlöse)	7,6%	6,3%	1,2PP	11,2%	10,2%	1,0PP
<b>Ergebnisanteile anderer Gesellschafter</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>-12,2%</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>-14,5%</b>
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem Geschäft (in €)</b>	<b>9,21</b>	<b>6,88</b>	<b>34,0%</b>	<b>4,43</b>	<b>3,44</b>	<b>28,7%</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem Geschäft (in €)</b>	<b>8,63</b>	<b>6,87</b>	<b>25,6%</b>	<b>4,13</b>	<b>3,45</b>	<b>20,0%</b>
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem und nicht fortgeführtem Geschäft (in €)</b>	<b>8,40</b>	<b>6,46</b>	<b>30,1%</b>	<b>4,68</b>	<b>3,92</b>	<b>19,4%</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem und nicht fortgeführtem Geschäft (in €)</b>	<b>7,89</b>	<b>6,46</b>	<b>22,2%</b>	<b>4,36</b>	<b>3,92</b>	<b>11,2%</b>

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

<sup>1)</sup>Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments spiegeln Pro-forma-Zahlen das fortgeführte Geschäft im Sinne des Kaufvertrags mit der Amer Sports Corporation wider, vorbehaltlich etwaiger Anpassungen bei Abschluss der Transaktion.

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

	Neun Monate 2005	Neun Monate 2004
<b>Laufende Geschäftstätigkeit:</b>		
Gewinn vor Steuern	648	519
Anpassungen für:		
Abschreibungen (inkl. Geschäfts- oder Firmenwerte)	75	98
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	-16	29
Zinserträge	-18	-10
Zinsaufwendungen	53	53
Verluste/Gewinne aus Sachanlagenabgang, netto	2	0
<b>Betriebliches Ergebnis vor Änderungen im Nettoumlaufvermögen</b>	<b>745</b>	<b>690</b>
Zunahme der Forderungen und sonstigen kurzfristigen Vermögensgegenstände	-537	-471
Zunahme/Abnahme der Vorräte	-71	63
Zunahme der Lieferantenverbindlichkeiten und sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten	267	127
<b>Mittelzufluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit</b>	<b>404</b>	<b>408</b>
Zinszahlungen	-50	-51
Zahlungen für Ertragsteuern	-133	-176
<b>Mittelzufluss aus fortgeführter laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>220</b>	<b>181</b>
Mittelabfluss/-zufluss aus nicht fortgeführter laufender Geschäftstätigkeit	-29	24
<b>Mittelzufluss aus gesamter laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>191</b>	<b>205</b>
<b>Investitionstätigkeit:</b>		
Erwerb von Geschäfts- oder Firmenwerten und sonstigen immateriellen Vermögensgegenständen	-10	-27
Erwerb von Sachanlagevermögen	-113	-67
Erlöse aus dem Abgang von Sachanlagevermögen	19	1
Erwerb von Tochtergesellschaften abzüglich erworbener flüssiger Mittel	-	-10
Abgang/Zugang von kurzfristigen Finanzanlagen	15	-113
Zugang von Finanzanlagen und sonstigen langfristigen Vermögensgegenständen	-51	-42
Erhaltene Zinsen	18	10
<b>Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-122</b>	<b>-248</b>
<b>Finanzierungstätigkeit:</b>		
Zunahme/Abnahme der langfristigen Finanzverbindlichkeiten	215	-356
Dividende der adidas-Salomon AG	-60	-45
Dividenden an Minderheitsaktionäre	-4	-6
Ausgeübte Aktienoptionen	9	18
Abnahme/Zunahme der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-186	464
<b>Mittelabfluss/-zufluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-26</b>	<b>74</b>
<b>Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands</b>	<b>13</b>	<b>1</b>
Zunahme des Finanzmittelbestands	56	32
Finanzmittelbestand am Anfang des Jahres	196	190
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Periode</b>	<b>252</b>	<b>222</b>

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

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

	Grund- kapital	Kapital- rücklage	Kumulierte Währungs- umrechnung	Marktwertbewer- tung von Finanz- instrumenten	Übriges comprehensive income	Gewinn- rücklagen	<b>Eigenkapital der Anteils- eigner</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>-</b>	<b>1.265</b>	<b>1.356</b>	<b>57</b>	<b>1.412</b>
Änderung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethode für versicherungsmathematische Gewinne/Verluste					-3		-3		-3
<b>Stand nach Anpassung am 1. Januar 2004</b>	<b>116</b>	<b>128</b>	<b>-114</b>	<b>-41</b>	<b>-3</b>	<b>1.265</b>	<b>1.352</b>	<b>57</b>	<b>1.409</b>
Nettogewinn aus der Absicherung von Cashflow, netto nach Steuern				30			30	0	30
Nettogewinn aus der Absicherung von Nettoinvestitionen in ausländischen Tochtergesellschaften, netto nach Steuern				0			0		0
Versicherungsmathematische Verluste aus leistungsorientierten Pensionszusagen und ähnlichen Verpflichtungen					-6		-6		-6
Währungsänderung			3				3	0	4
<b>Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen</b>			3	30	-6		28	0	28
Gewinn						295	295	12	307
<b>Summe aus Periodenergebnis und erfolgsneutral erfassten Wertänderungen</b>			3	30	-6	295	322	13	335
Dividendenzahlung						-45	-45	-6	-51
Ausgeübte Aktienoptionen	1	17					18		18
Erwerb von Anteilen von Minderheitsaktionären							0	-28	-28
<b>30. September 2004</b>	<b>117</b>	<b>145</b>	<b>-110</b>	<b>-10</b>	<b>-9</b>	<b>1.514</b>	<b>1.647</b>	<b>36</b>	<b>1.682</b>
<b>31. Dezember 2004</b>	<b>117</b>	<b>156</b>	<b>-133</b>	<b>-46</b>	<b>-</b>	<b>1.534</b>	<b>1.628</b>	<b>29</b>	<b>1.657</b>
Änderung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethode für versicherungsmathematische Gewinne/Verluste					-11		-11		-11
<b>Stand nach Anpassung am 1. Januar 2005</b>	<b>117</b>	<b>156</b>	<b>-133</b>	<b>-46</b>	<b>-11</b>	<b>1.534</b>	<b>1.618</b>	<b>29</b>	<b>1.646</b>
Nettogewinn aus der Absicherung von Cashflow, netto nach Steuern				106			106		106
Nettoverlust aus der Absicherung von Nettoinvestitionen in ausländischen Tochtergesellschaften, netto nach Steuern				-4			-4		-4
Versicherungsmathematische Verluste aus leistungsorientierten Pensionszusagen und ähnlichen Verpflichtungen					-9		-9		-9
Aufwand für Aktienoptionspläne					1		1		1
Währungsänderung			38				38	2	41
<b>Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen</b>			38	102	-8		132	2	134
Gewinn						386	386	11	397
<b>Summe aus Periodenergebnis und erfolgsneutral erfassten Wertänderungen</b>			38	102	-8	386	518	13	532
Dividendenzahlung						-60	-60	-4	-64
Ausgeübte Aktienoptionen	0	9					10		10
<b>30. September 2005</b>	<b>118</b>	<b>165</b>	<b>-95</b>	<b>57</b>	<b>-19</b>	<b>1.861</b>	<b>2.086</b>	<b>38</b>	<b>2.124</b>

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

## ERLÄUTERUNGEN ZUM KONZERN-ZWISCHENBERICHT (IFRS) ZUM 30. SEPTEMBER 2005

### 1 /// Rechnungslegungsgrundsätze

Der nicht geprüfte Konzern-Zwischenbericht der adidas-Salomon AG und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen der „Konzern“) für die ersten neun Monate zum 30. September 2005 wurde in Übereinstimmung mit den von International Accounting Standards Board übernommenen Rechnungslegungsgrundsätzen („International Financial Reporting Standards“ – „IFRS“) erstellt. Dabei wurden alle zum 30. September 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, sowie zusätzlich bei Anzeichen einer potenziellen Wertminderung, auf Wertberichtigungsbedarf überprüft.

Ferner wandte der Konzern die überarbeiteten IAS Standards resultierend aus dem Improvement Project, den überarbeiteten Standard IAS 39, den neuen Standard IFRS 2 „Anteilsbasierte Vergütung“ sowie die Änderung zu IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer“ (veröffentlicht im Dezember 2004) an. Die Anwendung dieser Standards hatte keine wesentliche Auswirkung auf die Finanzlage des Konzerns in den ersten neun Monaten 2005.

Aufgrund der Veräußerung des Salomon Geschäftssegments Mitte Oktober 2005 wandte der Konzern den neuen Standard IFRS 5 „Zur Veräußerung gehaltene, langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche“ an. Bis auf eine Änderung der Darstellung der Ergebnisse und des Cashflows des nicht fortgeführten Geschäfts hatte die Anwendung dieses Standards keine Auswirkung auf die Abschlüsse des Vorjahres.

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 neun Monate zum 30. September 2005 sind nicht zwangsläufig ein Indikator für die zu erwartenden Ergebnisse für das Gesamtjahr.

### 2 /// Änderungen von Rechnungslegungsgrundsätzen – Pensionen

Aufgrund der Anwendung der im Dezember 2004 veröffentlichten Änderung zu IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer“ erfasst der Konzern mit Wirkung zum 1. Januar 2005 versicherungsmathematische Gewinne oder Verluste aus leistungsorientierten Plänen sofort außerhalb der Gewinn- und Verlustrechnung in der Position „Übriges comprehensive income“ innerhalb der Konzerneigenkapitalentwicklung. Die Werte des Vorjahres wurden entsprechend angepasst, allerdings war es in 2004 nicht erforderlich, versicherungsmathematische Gewinne oder Verluste gemäß dem Korridoransatz nach IAS 19 erfolgswirksam zu erfassen.

### 3 /// 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. 90% des Konzernumsatzes aus dem fortgeführten Geschäft 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.

### 4 /// Nicht fortgeführtes Geschäft

Am 2. Mai 2005 kündigte der Konzern die geplante Veräußerung des Salomon Geschäftssegments an Amer Sports Corporation an. Die Transaktion wurde am 19. Oktober 2005 formell abgeschlossen mit Wirkung zum 30. September 2005.

#### Analyse des Ergebnisses aus nicht fortgeführtem Geschäft in Mio. €

	Neun Monate 2005	Neun Monate 2004
Umsatzerlöse	360	380
Aufwendungen	381	400
<b>Gewinn vor Steuern aus nicht fortgeführtem Geschäft</b>	<b>-21</b>	<b>-20</b>
Ertragsteuern	-2	-1
<b>Gewinn nach Steuern aus nicht fortgeführtem Geschäft</b>	<b>-19</b>	<b>-19</b>
Ergebnis aus der Bewertung mit dem beizulegenden Zeitwert		
abzüglich Veräußerungskosten	-10	-
Ertragsteuern	9	-
<b>Ergebnis aus der Bewertung mit dem beizulegenden Zeitwert</b>		
<b>abzüglich Veräußerungskosten, nach Steuern</b>	<b>-18</b>	<b>-</b>
<b>Gewinn aus nicht fortgeführtem Geschäft, nach Steuern</b>	<b>-37</b>	<b>-19</b>
Unverwässertes Ergebnis je Aktie aus nicht fortgeführtem Geschäft (in €)	-0,81	-0,41
Verwässertes Ergebnis je Aktie aus nicht fortgeführtem Geschäft (in €)	-0,74	-0,41

In den ersten neun Monaten 2005 belief sich im nicht fortgeführten Geschäftsbereich der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit auf 9 Mio. € (2004: 19 Mio. €) und der Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit auf 1 Mio. € (2004: 1 Mio. €).

Die entsprechenden Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten werden als zur Veräußerung gehalten klassifiziert.

Vermögensgegenstände/Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten in Mio. €	
	2005
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	222
Vorräte	222
Anlagevermögen	189
Sonstige langfristige Vermögensgegenstände	30
<b>Vermögensgegenstände klassifiziert als zur Veräußerung gehalten</b>	<b>663</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	74
Rückstellungen	70
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	12
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	3
<b>Verbindlichkeiten klassifiziert als zur Veräußerung gehalten</b>	<b>159</b>

### 5 /// Finanzverbindlichkeiten und Kreditlinien

Im Vergleich zum Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2004 weist der Konzern keine kurzfristigen Verbindlichkeiten zum Ende der ersten neun Monate 2005 aus, da sämtliche kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten aufgrund der Unterzeichnung einer Konsortialkreditlinie im Februar 2005 durch längerfristige Kreditlinien gesichert sind. Im Oktober 2005 wurde diese Kreditlinie um 1,2 Mrd. € erhöht. Die Gesamtkreditlinie in Höhe von 2 Mrd. € läuft bis 2010 und beinhaltet zwei einjährige Verlängerungsoptionen.

### 6 /// 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

	Neun Monate 2005	Neun Monate 2004
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn (in Mio. €)	386	295
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien	45.966.727	45.580.378
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in €)</b>	<b>8,40</b>	<b>6,46</b>
Auf Anteilseigner entfallender Gewinn (in Mio. €)	386	295
Zinsaufwand auf Wandelanleihe (abzüglich Steuern) (in Mio. €)	8	-
<b>Jahresüberschuss zur Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie (in Mio. €)</b>	<b>394</b>	<b>295</b>
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien	45.966.727	45.580.378
Gewichtete Aktienoptionen	110.863	42.476
Angenommene Wandlung der Wandelanleihe	3.921.569	-
<b>Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien für verwässertes Ergebnis je Aktie</b>	<b>49.999.159</b>	<b>45.622.854</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)</b>	<b>7,89</b>	<b>6,46</b>

Zur Berechnung des Ergebnisses je Aktie aus dem fortgeführten und nicht fortgeführten Geschäft wurde die vorstehende gewichtete durchschnittliche Anzahl der Aktien zugrunde gelegt.

### 7 /// Segmentberichterstattung

Im Vergleich zum Geschäftsbericht 2004 wird das Salomon Geschäftssegment als nicht fortgeführter Geschäftsbereich berichtet.

Finanzinformationen in Übereinstimmung mit den Management-Verantwortlichkeiten sind auf den Seiten 33–34 dieses Berichts dargestellt.

### 8 /// Eigenkapital

Im Januar und Juni 2005 wurde das Grundkapital der adidas-Salomon AG aufgrund der Ausübung von 164.655 Bezugsrechten und Ausgabe von 164.655 auf den Inhaber lautenden Stückaktien im Rahmen der achten und neunten Ausübungsperiode der Tranche II (2000), der fünften und sechsten Ausübungsperiode der Tranche III (2001), bzw. der zweiten und dritten Ausübungsperiode der Tranche IV (2002) des Aktienoptionsplans der Gesellschaft um weitere 421.516,80 € erhöht.

Am 30. September 2005 betrug danach das Grundkapital der adidas-Salomon AG 117.820.556,80 €, eingeteilt in 46.023.655 auf den Inhaber lautende Stückaktien. Die Kapitalrücklage erhöhte sich dadurch in 2005 um 9.307.562,55 €.

Wie vom Management vorgeschlagen wurde nach der Zustimmung durch die Hauptversammlung am 4. Mai 2005 eine Dividende in Höhe von 1,30 € je Aktie in einem Gesamtbetrag von 59.616.700 € für das Geschäftsjahr 2004 ausgeschüttet.

### 9 /// Ereignisse nach Quartalsende

Die Veräußerung des Salomon Geschäftssegments an Amer Sports Corporation wurde am 19. Oktober 2005 formell abgeschlossen. Das Salomon Segment wird zu Beginn des vierten Quartals 2005 endkonsolidiert.

Herzogenaurach, den 3. November 2005 /// Der Vorstand der adidas-Salomon AG



**Segmentinformationen nach Marken** in Mio. €

	Neun Monate 2005	Neun Monate 2004	3. Quartal 2005	3. Quartal 2004
<b>adidas</b>				
Umsatzerlöse	4.545	4.155	1.729	1.570
Rohergebnis	2.081	1.849	797	716
Rohertragsmarge	45,8%	44,5%	46,1%	45,6%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	674	554	324	269
<b>TaylorMade-adidas Golf</b>				
Umsatzerlöse	528	477	177	176
Rohergebnis	241	227	78	84
Rohertragsmarge	45,7%	47,6%	43,9%	47,9%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	39	33	9	23
<b>Zentralbereiche/Konsolidierung</b>				
Umsatzerlöse	41	32	18	13
Rohergebnis	160	168	59	50
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	-40	-23	-18	-11
<b>Gesamtes fortgeführtes Geschäft</b>				
Umsatzerlöse	5.115	4.664	1.924	1.758
Rohergebnis	2.481	2.244	934	850
Rohertragsmarge	48,5%	48,1%	48,5%	48,4%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	672	564	315	281
<b>Nicht fortgeführtes Geschäft</b>				
Umsatzerlöse	360	380	187	195
Rohergebnis	137	146	82	84
Rohertragsmarge	38,2%	38,3%	44,2%	43,0%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	-20	-18	33	32
<b>Gesamt</b>				
Umsatzerlöse	5.474	5.044	2.111	1.953
Rohergebnis	2.619	2.390	1.017	934
Rohertragsmarge	47,8%	47,4%	48,2%	47,8%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	652	546	348	313

Bei Prozentangaben und Zahlen können Rundungsdifferenzen auftreten.

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

**Segmentinformationen nach Regionen** in Mio. €

	Neun Monate 2005	Neun Monate 2004	3. Quartal 2005	3. Quartal 2004
<b>Europa</b>				
Umsatzerlöse	2.537	2.530	968	967
Rohergebnis	1.252	1.196	474	457
Rohertragsmarge	49,2%	46,8%	48,9%	47,1%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	365	324	162	153
<b>Nordamerika</b>				
Umsatzerlöse	1.203	1.052	446	385
Rohergebnis	449	392	159	144
Rohertragsmarge	36,4%	36,1%	35,0%	36,5%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	41	10	24	22
<b>Asien</b>				
Umsatzerlöse	1.111	882	402	331
Rohergebnis	560	445	203	170
Rohertragsmarge	50,4%	50,3%	50,3%	51,4%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	134	100	52	48
<b>Lateinamerika</b>				
Umsatzerlöse	231	164	95	65
Rohergebnis	93	64	38	26
Rohertragsmarge	40,4%	39,0%	39,4%	39,3%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	31	20	13	9
<b>Zentralbereiche/Konsolidierung</b>				
Umsatzerlöse	33	37	13	11
Rohergebnis	126	147	60	53
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	102	110	64	49
<b>Gesamtes fortgeführtes Geschäft</b>				
Umsatzerlöse	5.115	4.664	1.924	1.758
Rohergebnis	2.481	2.244	934	850
Rohertragsmarge	48,5%	48,1%	48,5%	48,4%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	672	564	315	281
<b>Nicht fortgeführtes Geschäft</b>				
Umsatzerlöse	360	380	187	195
Rohergebnis	137	146	82	84
Rohertragsmarge	38,2%	38,3%	44,2%	43,0%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	-20	-18	33	32
<b>Gesamt</b>				
Umsatzerlöse	5.474	5.044	2.111	1.953
Rohergebnis	2.619	2.390	1.017	934
Rohertragsmarge	47,8%	47,4%	48,2%	47,8%
Betriebsergebnis <sup>1)</sup>	652	546	348	313

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-Group.de](http://www.adidas-Group.de) nachzulesen.

# Finanzkalender 2005/2006

3. November 2005

**Veröffentlichung der 9-Monatsergebnisse 2005**  
**Pressemitteilung, Conference Call mit Analysten und Webcast**

2. März 2006

**Veröffentlichung der Jahresergebnisse 2005**  
**Analysten- und Bilanzpressekonferenz**  
**Pressemitteilung, Conference Call mit Analysten und Webcast**

9. Mai 2006

**Veröffentlichung der Ergebnisse des 1. Quartals 2006**  
**Pressemitteilung, Conference Call mit Analysten und Webcast**

11. Mai 2006

**Hauptversammlung in Fürth, Bayern**  
**Webcast**

12. Mai 2006

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

9. August 2006

**Veröffentlichung der Halbjahresergebnisse 2006**  
**Pressemitteilung, Conference Call mit Analysten und Webcast**

9. November 2006

**Veröffentlichung der 9-Monatsergebnisse 2006**  
**Pressemitteilung, Conference Call mit Analysten und Webcast**

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

**adidas-Salomon AG / World of Sports**  
**Adi-Dassler-Str. 1 /// 91074 Herzogenaurach /// Deutschland**  
**Tel: +49 (0) 9132 84-0 /// Fax: +49 (0) 9132 84-2241**  
**[www.adidas-Group.de](http://www.adidas-Group.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-Group.com/de/investor/](http://www.adidas-Group.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 Berichte finden Sie auf der  
Website des Unternehmens.**

**Konzept und Design**  
**häfelinger+wagner design, München**