



MEDIEN Ansprechpartner:

Ulf Santjer, Tel. +49 9132 81 2489

INVESTOREN Ansprechpartner:

Dieter Bock, Tel. +49 9132 81 2261

Herzogenaurach, 3. August 2006 – Die PUMA AG berichtet über ihre konsolidierten Geschäftsergebnisse für das 2. Quartal und 1. Halbjahr 2006

Highlights 2. Quartal

- Herausragender WM Erfolg: Nicht nur die meisten Teams, sondern auch der Weltmeister in PUMA
- Konsolidierte Umsätze steigen um mehr als 38%
- Rohertragsmarge über 51%
- EBIT Marge durch hohe Investitionen in die Marke wie erwartet rückläufig
- Gewinn je Aktie €3,12 gegenüber €3,64

Highlights 1. Halbjahr

- Weltweite Markenumsätze um 16% auf nahezu €1,4 Mrd. gesteigert
- Konsolidierte Umsätze steigen um mehr als 33%
- Rohertragsmarge bei 52%
- EBIT Marge mit 17% besser als erwartet
- Gewinn je Aktie €8,95 gegenüber €9,32

Ausblick:

- Trotz starkem Umsatzwachstum verbleiben die Auftragsbestände mit einem währungsbereinigten Wachstum von 35% auf hohem Niveau
 - Management bestätigt Jahresprognose mit einem Umsatzwachstum von bis zu 35% und einem operativen Ergebnis von cirka €360 Mio.
-



Herausragender WM Erfolg

Zum ersten Mal in der Firmengeschichte ist eine von PUMA ausgerüstete Fußball-Nationalmannschaft Weltmeister geworden: Die Squadra Azzurri aus Italien.

Mit einem starken Portfolio von 12 Teams war PUMA der führende Ausrüster des Turniers und verzeichnete während der WM mit einem Anteil von 56% aller Spiele die stärkste Markenpräsenz auf dem Spielfeld. PUMA nutzte die WM auch als Plattform zur Einführung innovativer Produkt- und Marketingkonzepte. Auch in Bezug auf Einzelspieler war PUMA als eine der drei Top-Marken sichtbar. Die innovative WM-Kollektion v1.06 wurde von insgesamt 18% aller Spieler der WM getragen. PUMA verfügt damit über eine hervorragende Ausgangsposition im Hinblick auf die Europameisterschaft 2008 in der Schweiz und Österreich, bei der das Unternehmen Ausrüster beider Gastgeberverbände ist. Bei der WM 2010 in Afrika wird PUMA erneut die dominierende Marke im afrikanischen Fußball sein und stellt mit Italien den Titelverteidiger und einen der Top-Favoriten.

Umsatz- und Ertragslage

Weltweite Markenumsätze steigen um 16% auf nahezu €1,4 Mrd. in sechs Monaten

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, bestehend aus konsolidierten- sowie Lizenzumsätzen, erreichten im 2. Quartal €620 Mio. Das entspricht einer Steigerung um 17,1% (währungsbereinigt 17,2%) gegenüber dem Vorjahr.

In den ersten sechs Monaten wuchsen die weltweiten Markenumsätze um 16,1% (währungsbereinigt 14,3%) auf €1.356 Mio. Die Umsätze bei Schuhen stiegen um 13,9% (12,1%) auf €770 Mio., Textilien verbesserten sich um 19,2% (18,2%) auf €469 Mio. und Accessoires um 18,9% (18,8%) auf €118 Mio.

Konsolidierte Umsätze steigen um mehr als 38% im 2. Quartal und 33% nach sechs Monaten

Im 2. Quartal stiegen die konsolidierten Umsätze um 38,2% (währungsbereinigt 38,7%) auf €547 Mio. Effekte aus der Erstkonsolidierung trugen mit circa 22% zum Wachstum bei. Insgesamt stiegen die Umsätze bei Schuhen um 23,7% (24,3%) auf €328 Mio., Textilien verbesserten sich deutlich um 81,2% (81,5%) auf €182 Mio. Accessoires erzielten ein Wachstum von 22,8% (25,3%) auf €37 Mio. Das stärkste Wachstum mit über 40% konnte im Bereich Teamsport erzielt werden.

Die Umsätze in den ersten sechs Monaten stiegen um 33,3% oder währungsbereinigt um 31,3% auf €1.189 Mio. Auf vergleichbarer Basis trugen das organische Wachstum mit 12,9% und die neuen Gesellschaften mit 20,4% zu der positiven Entwicklung bei. Insgesamt stiegen die Umsätze im Segment Schuhe um 20,5% (währungsbereinigt 18,5%) auf €727 Mio., Textilien verbesserten sich um 71,2% (69,5%) auf €383 Mio. und Accessoires um 22,2% (22,1%) auf €79 Mio.

Lizenzgeschäft

Auf vergleichbarer Basis stieg das Lizenzgeschäft im 2. Quartal um 30,9% und um 18,6% nach sechs Monaten. Der Lizenzumsatz ging aber im Vorjahresvergleich aufgrund der Übernahme von sechs Lizenzmärkten zu Beginn des Jahres um 45,5% auf €73 Mio. bzw. um 39,6% auf €167 Mio. zurück. Aus dem verbliebenen Lizenzgeschäft sind der Gesellschaft insgesamt €7,3 Mio. im 2. Quartal und €15,8 Mio. in den ersten sechs Monaten an Lizenz- und Provisionserträgen zugeflossen.

Rohermargen weiter auf hohem Niveau

Durch die Veränderung im regionalen- und Produktmix hat sich die Rohermarge im 2. Quartal planmäßig von 53,2% auf 51,4% reduziert. Nach sechs Monaten erreichte die Rohermarge 51,9% gegenüber 53,3% im Vorjahr. Nach Produktsegmenten verzeichneten Schuhe einen Rückgang von 53,6% auf 51,8% und Textilien von 53,4% auf 51,8%. Die Marge bei Accessoires erhöhte sich von 50,3% auf 53,5%.

Operative Aufwendungen durch hohe Investitionen in die Marke beeinflusst

Aufgrund hoher Investitionen in die Marke sowie Effekte aus der regionalen Expansion stiegen die operativen Aufwendungen im 2. Quartal um 54,4% auf €211 Mio. und um 49,8% auf €416 Mio. im ersten Halbjahr. Das entspricht einer planmäßigen Erhöhung von 34,5% auf 38,6% bzw. von 31,1% auf 35% in Prozent der Umsatzerlöse.

Die Marketing/Retail Aufwendungen erhöhten sich im ersten Halbjahr planmäßig um 61,7% und lagen bei €207 Mio. bzw. 17,4% vom Umsatz gegenüber 14,4% im Vorjahr. Insbesondere die Marketingaufwendungen für die Fußball-Weltmeisterschaft sowie andere Marketing- und Retailaufwendungen führten zu diesem Anstieg. Die Aufwendungen für Produktentwicklung und Design stiegen um 40,6% auf €27 Mio. und in Prozent vom Umsatz von 2,1% auf 2,3%. Die übrigen Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen erhöhten sich um 39,5% auf €182 Mio. oder von 14,6% auf 15,3% vom Umsatz. Der planmäßige Anstieg steht im Zusammenhang mit dem Ausbau der benötigten Infrastruktur für die Umsetzung der Phase IV.

Operativer Gewinn über den Erwartungen

Aufgrund hoher Investitionen in die Marke reduzierte sich der operative Gewinn (EBIT) im 2. Quartal um 15,4% auf €69 Mio. und um 5,6% auf €201 Mio. nach sechs Monaten. In Prozent vom Umsatz entspricht dies einer operativen Marge von 12,7% bzw. 16,9%. Unter Berücksichtigung der Jahresprognose mit einem erwarteten Rückgang der operativen Marge im oberen einstelligen Bereich, entwickelte sich das erste Halbjahr unter Berücksichtigung der hohen Investitionen besser als erwartet.

Mit einem Zinsergebnis von €2,1 Mio. im 2. Quartal und €4 Mio. nach sechs Monaten reduzierte sich das Vorsteuerergebnis um 14,5% auf €71 Mio. bzw. um 4,9% auf €205 Mio. Während der ersten sechs Monate blieb die Steuerquote mit 29% auf Vorjahresniveau.

Der Konzerngewinn reduzierte sich im 2. Quartal um 14,9% auf €50 Mio. bzw. um 4,4% auf €143 Mio. im ersten Halbjahr. In Prozent vom Umsatz entspricht dies 9,2% (Vorjahr 14,9%) im 2. Quartal und 12% (16,8%) für die ersten sechs Monate.

Gewinn je Aktie

Im 2. Quartal lag der Gewinn je Aktie bei €3,12, ein Rückgang um 14,3% gegenüber dem Vorjahr. Kumuliert reduzierte sich der Gewinn je Aktie um nur 4% auf €8,95 und war damit besser als erwartet. Auf verwässerter Basis bedeutet das €3,03 bzw. €8,81.

Vermögens- und Finanzlage

Solide Eigenkapitalquote

Die Bilanzsumme erhöhte sich um 28,5% auf €1.526 Mio. und die Eigenkapitalquote lag mit 63,1% trotz des Einflusses der regionalen Expansion auf die Bilanzsumme annähernd auf Vorjahresniveau.

Working Capital

Die Vorräte erhöhten sich um 37,5% auf €333 Mio. und die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen um 26,2% auf €402 Mio. Das Working Capital (Nettoumlaufvermögen) betrug zum Ende Juni €447 Mio. gegenüber €320 Mio. im Vorjahr. Zum Stichtag Juni trug sowohl die Saisonalität als auch die regionale Expansion zum Anstieg des Working Capitals bei. Ohne die regionale Expansion erhöhten sich die Vorräte um 22,6%, die Forderungen um 8,5% und das Working Capital um 25,1%.

Investitionen/Cashflow

Die Investitionen ins Anlagevermögen erhöhten sich wie erwartet von €38 Mio. auf €81 Mio., wobei €47 Mio. aus Akquisitionen im ersten Halbjahr resultieren. An Steuerzahlungen sind im ersten Halbjahr €57 Mio. gegenüber €65 Mio. im Vorjahr abgeflossen. Inklusive den Investitionen für Akquisitionen und dem zusätzlichen Working Capital Bedarf in diesen Ländern betrug der freie Cashflow €-99 Mio. verglichen mit €-8,2 Mio. im Vorjahr.

Nettoliiquidität

Aufgrund der planmäßig getätigten Investitionen reduzierten sich die flüssigen Mittel von €370 Mio. auf €355 Mio. und die Bankschulden erhöhten sich leicht von €37 Mio. auf €48 Mio. Die Nettoliiquidität ging von €332 Mio. auf €306 Mio. zurück.

Aktienrückkauf

PUMA hat im 2. Quartal wie geplant sein Aktienrückkaufprogramm fortgesetzt und weitere 100.000 Stück Aktien mit einem Investment von €30 Mio. zurückgekauft. Zum Ende Juni hält die Gesellschaft insgesamt 1.040.000 Stück Aktien für ein Investment von €204 Mio. im eigenen Bestand. Das entspricht 6,1% am gezeichneten Kapital.

Regionale Entwicklung

Veränderung im Ländermix

Aufgrund der Rücknahme einiger Lizenzmärkte veränderte sich die regionale Verteilung wie erwartet deutlich und führt zu einer verbesserten regionalen Risikoverteilung des Gesamtgeschäftes. Im ersten Halbjahr trägt die Region EMOA 50,5% (Vorjahr 67,1%), Amerika 29,7% (22,7%) und Asien/Pazifik 19,8% (10,2%) zum konsolidierten Umsatz bei.

Die Umsätze in der Region **EMOA** erzielten im 2. Quartal ein Wachstum von 8,9% auf €261 Mio. Kumuliert stiegen die Umsätze um 0,4% auf €600 Mio. Die Rohertragsmarge lag bei 55% verglichen mit 55,3% im Vorjahr. Die Auftragsbestände stiegen um bemerkenswerte 16,1% auf €564 Mio. Alle Länder dieser Region weisen eine Verbesserung gegenüber der letzten Berichtsperiode auf.

Die Umsätze in **Amerika** wuchsen im 2. Quartal um 58,3% (währungsbereinigt 57,6%) auf €172 Mio. Im ersten Halbjahr stiegen die Umsätze um 74,5% (65,8%) auf €354 Mio. Die Rohertragsmarge fiel um 50 Basispunkte auf 47,7%. Die Auftragsbestände haben sich um 39% auf €285 Mio. oder währungsbereinigt um 44% erhöht. Der **US**-Markt steuerte ein signifikantes Umsatzwachstum von 46% im 2. Quartal und 53,7% nach sechs Monaten zur Gesamtregion bei. Die Auftragsbestände für den US-Markt stiegen um fast 20% auf \$252 Mio. zum Ende Juni.

Im 2. Quartal konnten die Umsätze in Region **Asien/Pazifik** um 140,7% (währungsbereinigt 144,4%) auf €114 Mio. gesteigert werden. Nach sechs Monaten stiegen die Umsätze um 158,4% (161,3%) auf €235 Mio. Dabei hat insbesondere die regionale Expansion zum Wachstum beigetragen. Die Rohertragsmarge reduzierte sich um 70 Basispunkte auf 50,6%. Zum Ende Juni erhöhten sich die Auftragsbestände um 111,5% (währungsbereinigt 117,5%) auf €171 Mio.

Ausblick 2006

Auftragsbestände steigen währungsbereinigt um 35%

Die Auftragsbestände Ende Juni stiegen um 32,2% oder währungsbereinigt um 34,5% auf €1.020 Mio. Alle Regionen steuerten mit zweistelligen Wachstumsraten zum Gesamtergebnis bei. Die Aufträge beinhalten im Wesentlichen Lieferungen für die zweite Hälfte 2006.

Nach Produktsegmenten legte der Bereich Schuhe um 25,6% (währungsbereinigt 28%) auf €674 Mio. zu. Die Aufträge bei Textilien stiegen um 48,4% (50,1%) auf €289 Mio. und bei Accessoires um 41,3% (45,8%) auf €57 Mio.

Management bestätigt Jahresprognose

Aufgrund eines starken ersten Halbjahres und der Entwicklung der Auftragsbestände bestätigt das Management die bereits angehobene Jahresprognose mit einem Umsatzwachstum von bis zu 35%.

Aufgrund der regionalen Veränderung und des zu erwarteten Produktmix sollte sich die Rohertragsmarge auf Jahresbasis wie angekündigt in einer Bandbreite zwischen 50% und 51% bewegen. Die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen sollten wie erwartet auf 35% vom Umsatz oder leicht darüber steigen.

Unter Berücksichtigung der über den Erwartungen liegenden Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr ist das Management zuversichtlich, dass das operative Ergebnis (EBIT) die bereits angehobene Prognose von circa €360 Mio. oder 15% vom Umsatz erreichen sollte. Die Steuerquote wird mit circa 29% auf Vorjahresniveau erwartet. Damit sollte das Konzernergebnis im oberen einstelligen Bereich unter dem Vorjahr und somit deutlich über den Mitte letzten Jahres mit Phase IV angekündigten Erwartungen für 2006 liegen.

Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender: "Durch den Gewinn der Fußball-WM als Ausrüster der italienischen Nationalmannschaft in Verbindung mit einer außergewöhnlichen Markenpräsenz sowie weiterer herausragender Leistungen in neuen Produktkategorien wie Golf, konnte PUMA seine Position als eine der begehrtesten Sportlifestylemarken weiter stärken. Zusammen mit den erzielten Ergebnissen für das erste Halbjahr, die unsere Erwartungen übertroffen haben, ist PUMA damit nach den ersten sechs Monaten ein äußerst erfolgreicher Start in die Phase IV der langfristigen Unternehmensentwicklung gelungen."

Die vorstehenden Aussagen beinhalten Prognosen über die künftige Geschäftsentwicklung im Hinblick auf Umsatzerlöse, Rohergebnis, Aufwendungen, Erträge, Auftragsbestände, Forecasts, Strategien und Zielsetzungen. Jede dieser Aussagen unterliegt gewissen Risiken und Schwankungen, die dazu führen können, dass die aktuellen Ergebnisse von diesen vorausschauenden Prognosen abweichen. Zukünftige Informationen basieren auf den aktuellen Erwartungen und Schätzungen des Managements. Diese Informationen unterliegen dem Risiko, dass Erwartungen bzw. Annahmen anders als erwartet eintreffen können. Bestimmte Faktoren können dazu führen, dass das tatsächliche Ergebnis vom prognostizierten abweicht.

###

PUMA ist die globale Sportmarke, die erfolgreich die Einflüsse aus der Welt des Sports, des Lifestyle und der Mode vereint. Mit seiner einzigartigen Ausrichtung liefert PUMA das Unerwartete in Sportlifestyle bei Schuhen, Textilien und Accessoires durch technische Innovationen und revolutionäres Design. PUMA wurde 1948 in Herzogenaurach gegründet und vertreibt heute Produkte in mehr als 80 Ländern.

Weitere Informationen stehen auf der PUMA-Homepage unter www.puma.com zur Verfügung.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

	Q2/2006	Q2/2005	Abwei-	1-6/2006	1-6/2005	Abwei-
	€ Mio.	€ Mio.	chung	€ Mio.	€ Mio.	chung
Nettoumsatzerlöse	546,6	395,5	38,2%	1.189,5	892,0	33,3%
Materialeinsatz	-265,5	-185,0	43,5%	-571,6	-416,5	37,2%
Rohergebnis	281,1	210,5	33,6%	617,9	475,5	30,0%
- in % der Nettoumsatzerlöse	51,4%	53,2%		51,9%	53,3%	
Lizenz- und Provisionserträge	7,3	13,8	-47,2%	15,8	26,3	-40,2%
Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen	288,4	224,3	28,6%	633,7	501,8	26,3%
	-210,8	-136,5	54,4%	-416,0	-277,6	49,8%
EBITDA	77,6	87,7	-11,6%	217,7	224,2	-2,9%
Abschreibungen	-8,3	-5,9	40,5%	-16,2	-10,9	49,1%
EBIT	69,3	81,9	-15,4%	201,5	213,3	-5,6%
- in % der Nettoumsatzerlöse	12,7%	20,7%		16,9%	23,9%	
Zinsergebnis	2,1	1,7	26,7%	4,0	2,8	43,4%
EBT	71,4	83,5	-14,5%	205,5	216,2	-4,9%
- in % der Nettoumsatzerlöse	13,1%	21,1%		17,3%	24,2%	
Ertragsteuern - Steuerquote	-20,0	-24,2	-17,3%	-59,6	-63,3	-5,9%
	28,1%	29,0%		29,0%	29,3%	
Minderheiten zuzurechnende Gewinne	-1,3	-0,4		-2,7	-3,1	-12,8%
Konzerngewinn	50,1	58,9	-14,9%	143,2	149,8	-4,4%
Ergebnis je Aktie (€)	3,12	3,64	-14,3%	8,95	9,32	-4,0%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	3,03	3,61	-16,2%	8,81	9,24	-4,7%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				16,002	16,066	-0,4%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				16,250	16,207	0,3%

Rundungsdifferenzen können bei den Prozentangaben und den Zahlen auftreten, die in Millionen dargestellt werden, da die Berechnungen immer auf Zahlen in Tausend basieren.

Konzernbilanz

	30.06.'06 € Mio.	30.06.'05 € Mio.	Abwei- chung	31.12.'05 € Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	354,5	369,8	-4,1%	475,5
Vorräte	332,7	241,9	37,5%	238,3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	402,0	318,6	26,2%	277,5
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	95,3	72,8	30,9%	80,1
Kurzfristige Vermögenswerte	1.184,4	1.003,1	18,1%	1.071,4
Latente Steuern	57,1	31,0	84,5%	48,6
Sachanlagen	143,2	101,3	41,3%	121,9
Immaterielle Vermögenswerte	125,9	44,3	184,3%	59,4
Sonstige langfristige Vermögenswerte	15,0	7,3	104,3%	19,8
Langfristige Vermögenswerte	341,1	183,9	85,5%	249,6
	1.525,6	1.187,0	28,5%	1.321,0
PASSIVA				
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	48,5	37,4	29,6%	45,1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	178,2	159,4	11,8%	178,7
Steuerrückstellungen	34,2	42,0	-18,8%	24,2
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	102,7	93,3	10,1%	51,1
Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben	21,2	0,0		6,9
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	78,5	68,9	14,0%	78,5
Kurzfristige Verbindlichkeiten	463,3	401,0	15,5%	384,5
Latente Steuern	20,0	9,6	108,3%	20,0
Pensionsrückstellungen	21,5	21,6	-0,7%	22,6
Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben	50,2	0,0		10,7
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	7,5	4,3	74,0%	7,8
Langfristige Verbindlichkeiten	99,2	35,6	178,9%	61,2
Eigenkapital	963,1	750,4	28,3%	875,4
	1.525,6	1.187,0	28,5%	1.321,0

Rundungsdifferenzen können bei den Prozentangaben und den Zahlen auftreten, die in Millionen dargestellt werden, da die Berechnungen immer auf Zahlen in Tausend basieren.

Konzernkapitalflussrechnung

	1-6/2006 € Mio.	1-6/2005 € Mio.	Abwei- chung
Ergebnis vor Ertragsteuern	205,5	216,2	-4,9%
Abschreibungen	16,2	10,9	49,1%
Zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge, netto	-6,1	-7,8	-21,0%
Brutto Cashflow	215,6	219,3	-1,7%
Veränderung Betriebsvermögen, netto	-180,4	-128,3	40,6%
Steuer-, Zins- und andere Zahlungen	-57,2	-65,1	-12,0%
Mittelabfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-22,1	25,9	-185,2%
Zahlung für Akquisitionen	-47,2	-7,4	540,4%
Erwerb von Anlagevermögen	-34,2	-30,4	12,5%
Erhaltene Zinsen und sonstige Veränderungen	4,3	3,7	17,2%
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-77,1	-34,1	126,2%
Freier Cashflow	-99,1	-8,2	1112,4%
Kapitaleinzahlungen	52,0	14,8	251,7%
Dividendenzahlung	-31,8	-16,0	99,2%
Erwerb von eignen Anteilen	-44,4	-14,9	198,4%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	13,3	13,7	-2,8%
Mittelabfluss /-zufluss aus der Finanzierungstätigkeit	-11,0	-2,4	353,2%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-10,9	11,1	-198,7%
Veränderung des Finanzmittelbestandes	-121,0	0,5	25849,8%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	475,5	369,3	28,8%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	354,5	369,8	-4,1%

Segmentdaten

	Umsätze		Rohergebnis		Umsätze		Rohergebnis	
	Q2/2006	Q2/2005	Q2/2006	Q2/2005	1-6/2006	1-6/2005	1-6/2006	1-6/2005
	nach Sitz der Kunden				nach Sitz der Kunden			
Aufgliederung nach Regionen	€ Mio.	€ Mio.	%	%	€ Mio.	€ Mio.	%	%
EMOA	261,1	239,7	54,7%	54,9%	600,4	598,2	55,0%	55,3%
Amerika	171,7	108,5	47,9%	50,1%	353,6	202,6	47,7%	48,2%
- davon USA in US\$	160,4	109,8			317,0	206,3		
Asien/Pazifik	113,8	47,3	49,3%	51,7%	235,5	91,1	50,6%	51,3%
	546,6	395,5	51,4%	53,2%	1.189,5	892,0	51,9%	53,3%
	Umsätze		Rohergebnis		Umsätze		Rohergebnis	
	Q2/2006	Q2/2005	Q2/2006	Q2/2005	1-6/2006	1-6/2005	1-6/2006	1-6/2005
Aufgliederung nach Produkt-Segmenten	€ Mio.	€ Mio.	%	%	€ Mio.	€ Mio.	%	%
Schuhe	327,9	265,1	51,6%	53,6%	727,0	603,3	51,8%	53,6%
Textil	181,6	100,2	50,7%	53,3%	383,2	223,9	51,8%	53,4%
Accessories	37,1	30,2	53,7%	49,4%	79,2	64,8	53,5%	50,3%
	546,6	395,5	51,4%	53,2%	1.189,5	892,0	51,9%	53,3%

Rundungsdifferenzen können bei den Prozentangaben und den Zahlen auftreten, die in Millionen dargestellt werden, da die Berechnungen immer auf Zahlen in Tausend basieren.