

Zur sofortigen Veröffentlichung



MEDIEN Ansprechpartner:

Ulf Santjer, Tel. +49 9132 81 2489

INVESTOREN Ansprechpartner:

Dieter Bock, Tel. +49 9132 81 2261

**Herzogenaurach, 19. Februar 2007 – Die PUMA AG berichtet über ihre konsolidierten
Geschäftsergebnisse für das 4. Quartal und Geschäftsjahr 2006**

Highlights 4. Quartal

- Konsolidierte Umsätze steigen um 43%
- Rohertragsmarge bei 48%
- Operatives Ergebnis besser als erwartet
- Gewinn je Aktie bei € 2,03 gegenüber € 2,76

Highlights Januar bis Dezember

- Weltweite Markenumsätze erreichen mit € 2,8 Mrd. neuen Rekord
- Konsolidierte Umsätze steigen um 34% auf nahezu € 2,4 Mrd.
- Rohertragsmarge erreicht mit nahezu 51% weiterhin hohes Niveau
- EBIT Marge mit 15,5% besser als erwartet
- Gewinn je Aktie € 16,39 gegenüber € 17,79

Ausblick 2007

- Auftragsbestände legen um 10% auf über € 1,1 Mrd. zu
 - Management erwartet Rekordjahr bei Umsatz und Ertrag
-



PUMA konnte im Geschäftsjahr 2006 seine Erfolgsgeschichte fortsetzen und das erste Jahr der Phase IV der langfristigen Unternehmensentwicklung besser als erwartet abschließen. Insgesamt wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr sieben Lizenzmärkte - Japan (Textil), Taiwan, China, Hong Kong, Argentinien, Mexiko und Kanada – in den PUMA Konzern integriert und bereits drei der angekündigten sieben neuen Produktkategorien erfolgreich eingeführt.

Die weltweiten Markenumsätze erhöhten sich im Geschäftsjahr 2006 um über 16% und erreichten € 2,8 Mrd. Die konsolidierten Umsätze übersprangen zum ersten Mal die 2 Milliarden Hürde und stiegen mit einem währungsbereinigten Wachstum von 34% auf nahezu € 2,4 Mrd. Die Rohertragsmarge erreichte mit 50,6% weiterhin ein sehr hohes Niveau. Der operative Gewinn lag mit € 366 Mio. deutlich über den ursprünglichen Erwartungen. Das Ergebnis je Aktie lag bei € 16,39 gegenüber € 17,79 im Vorjahr.

Die PUMA Aktie notierte zum Jahresende € 295,67 und erreichte eine erneute Wertsteigerung von 20%. Die Marktkapitalisierung lag bei € 4,8 Mrd.

Wachstumsraten	Umsatz				Auftragsbestand	
	Q4/2006		1-12/2006		1-12/2006	
	berichtet %	währungs- bereinigt %	berichtet %	währungs- bereinigt %	berichtet %	währungs- bereinigt %
Aufgliederung nach Regionen						
EMOA	11,9	12,8	4,9	5,1	4,7	6,2
Amerika	28,4	37,2	52,0	51,8	-5,3	4,6
Asien/Pazifik	142,4	151,7	147,8	154,5	23,1	35,8
Gesamt	37,6	43,3	33,3	34,0	4,7	10,2
Aufgliederung nach Produkt-Segmenten						
Schuhe	23,5	30,3	20,8	21,6	0,4	6,1
Textil	75,7	79,4	67,8	68,1	15,5	20,3
Accessoires	11,2	16,9	19,6	21,5	3,4	9,0
Gesamt	37,6	43,3	33,3	34,0	4,7	10,2

Highlights 4. Quartal

Die konsolidierten Umsätze stiegen im 4. Quartal währungsbereinigt um 43,3% auf € 480,6 Mio. Das Segment Schuhe legte um 30,3% auf € 273,2 Mio., Textilien um 79,4% auf € 177,4 Mio. und Accessoires um 16,9% auf € 29,9 Mio. zu. Alle Regionen haben zum Wachstum beigetragen: EMOA stieg um 12,8%, Amerika um 37,2% und Asien/Pazifik um bemerkenswerte 151,7%. Die Rohertragsmarge lag mit 47,7% erwartungsgemäß um 230 Basispunkte unter dem Vorjahr. Die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen erhöhten sich von 36,7% auf 39,0% der Umsätze. Das Vorsteuerergebnis erreichte € 43,3 Mio. gegenüber € 56,5 Mio. Das Ergebnis je Aktie lag bei € 2,03 gegenüber € 2,76.

Umsatz- und Ertragslage 2006

Weltweite Markenumsätze erreichen mit € 2,8 Mrd. neuen Rekord

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, die sich aus konsolidierten- sowie Lizenzumsätzen zusammensetzen, haben sich deutlich erhöht und stiegen um 15,4% auf € 2,8 Mrd. Das entspricht einem währungsbereinigten Wachstum von 16,1%.

Nach Segmenten verbesserten sich Schuhe um 14,8% auf € 1.512,9 Mio., Textilien um 18,9% auf € 981,9 Mio. und Accessoires um 13,5% auf € 260,3 Mio.

Konsolidierte Umsätze steigen um 34%

PUMA konnte zum zwölften Mal in Folge seine konsolidierten Jahresumsätze deutlich steigern und übertraf zum ersten Mal in der Firmengeschichte die 2 Milliarden-Grenze. Im abgelaufenen Geschäftsjahr stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 34,0% auf eine neue Rekordhöhe von € 2.369,2 Mio. Ohne Neukonsolidierung erhöhten sich die Umsätze währungsbereinigt um 12,9%.

Im Segment Schuhe konnte insgesamt eine Steigerung um 21,6% auf € 1.420,0 Mio., im Segment Textilien um bemerkenswerte 68,1% auf € 795,4 Mio. und im Segment Accessoires um 21,5% auf € 153,8 Mio. erzielt werden.

Lizenzgeschäft

Aufgrund von Übernahmen einiger Lizenzmärkte als Teil der Phase IV Strategie ging der Lizenzumsatz in 2006 auf € 385,9 Mio. zurück. Auf vergleichbarer Basis konnte im verbleibenden Lizenzgeschäft ein Anstieg von 16,8% verzeichnet werden.

Insgesamt sind aus den Lizenzumsätzen € 37,0 Mio. an Lizenz- und Provisionseinnahmen zugeflossen.

Konsequenter Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten

Der Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten wurde im Geschäftsjahr 2006 konsequent fortgesetzt. Insgesamt sind im abgelaufenen Geschäftsjahr weitere 25 Concept Stores eröffnet worden. Damit verfügt PUMA zum Jahresende über 91 Concept Stores. Der Umsatz in den eigenen Einzelhandelsgeschäften konnte 2006 erneut mit 39,5% überdurchschnittlich gesteigert werden. Die Umsätze erhöhten sich insgesamt auf € 344,3 Mio. oder von 13,9% auf 14,5% der konsolidierten Umsätze.

Rohertragsmarge erreicht mit nahezu 51% weiterhin hohes Niveau

Durch die Veränderung im regionalen- und Produktmix hat sich die Rohertragsmarge planmäßig von 52,3% auf 50,6% reduziert. Die Rohertragsmarge verbleibt damit weiterhin auf hohem Niveau und gibt das obere Ende der Sportartikelindustrie vor.

Nach Produktsegmenten verzeichneten Schuhe einen Rückgang von 52,7% auf 50,3% und Textilien von 51,8% auf 50,7%. Accessoires verbesserten sich von 50,4% auf 53,3%.

Kostenstruktur planmäßig erhöht

Die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen erhöhten sich im Geschäftsjahr 2006 um 47,6% auf € 831,8 Mio. Die Kostenquote hat sich planmäßig von 31,7% auf 35,1% erhöht. Der Anstieg steht insbesondere im Zusammenhang mit höheren Marketing- und Retailaufwendungen sowie dem Ausbau der benötigten Infrastruktur für die Umsetzung der Phase IV.

Die Marketing/Retail Aufwendungen erhöhten sich planmäßig um 54,3% und lagen bei € 419,6 Mio. Die Kostenquote stieg von 15,3% auf 17,7% vom Umsatz. Insbesondere die Marketingaufwendungen für die Fußball-Weltmeisterschaft, aber auch andere Marketing- und Retailaufwendungen führten zu diesem Anstieg. Die Aufwendungen für Produktentwicklung und Design erhöhten sich um 35,2% auf € 56,7 Mio. und lagen mit 2,4% vom Umsatz auf Vorjahresniveau. Die übrigen Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen erhöhten sich aufgrund des Ausbaus der globalen Infrastruktur um 42,4% auf € 355,4 Mio. oder von 14,0% auf 15,0% vom Umsatz.

Operatives Ergebnis besser als erwartet

Das operative Ergebnis (EBIT) erreichte € 366,2 Mio. gegenüber € 397,7 Mio. im Vorjahr. In Prozent vom Umsatz reduzierte sich die operative Marge planmäßig von 22,4% auf 15,5%. Der Ergebnsrückgang steht im Zusammenhang mit den angekündigten Investitionen in die Marke sowie der Stärkung der Infrastruktur zur Erreichung der langfristigen Ziele der Phase IV. Insgesamt lag das operative Ergebnis deutlich über den ursprünglichen Erwartungen.

Das Zinsergebnis verbesserte sich um 21,9% auf € 7,9 Mio. Enthalten sind Zinsaufwendungen aus abgezinsten Kaufpreisverbindlichkeiten aus den Unternehmenserwerben mit € 3,1 Mio. Das bereinigte Zinsergebnis entspricht einer durchschnittlichen Rendite von 3,1% gegenüber 1,8% im Vorjahr.

Der Gewinn vor Steuern (EBT) lag bei € 374,0 Mio. gegenüber € 404,1 Mio. im Vorjahr. Der Steueraufwand hat sich von € 117,2 Mio. auf € 108,1 Mio. reduziert. Die durchschnittliche Steuerquote lag mit 28,9% nahezu unverändert zum Vorjahr.

Konzerngewinn über € 263 Mio.

Der Konzerngewinn lag mit € 263,2 Mio. gegenüber € 285,8 Mio. nur um 7,9% unter dem Vorjahr und damit deutlich über den ursprünglichen Erwartungen. Die Nettorendite in Prozent vom Umsatz erreichte 11,1% gegenüber 16,1%. Der Gewinn je Aktie betrug € 16,39 gegenüber € 17,79 und der verwässerte Gewinn pro Aktie € 16,31 gegenüber € 17,68.

Regionale Entwicklung

Die Umsätze in der Region **EMOA** stiegen währungsbereinigt um 5,1% auf € 1.158,7 Mio. Trotz der anhaltenden schwierigen wirtschaftlichen Lage in einigen Märkten entwickelte sich die Region, unterstützt durch die Fußball-Weltmeisterschaft, besser als erwartet. Der Anteil der Region EMOA am Konzernumsatz ging durch die regionale Expansion planmäßig von 62,2% auf 48,9% zurück.

Nach Produktbereichen zeigte sich bei Schuhen ein leichter Rückgang von 1,6%, Textilien legten deutlich um 17,4% und Accessoires um 7,9% zu.

Die Rohertragsmarge ging leicht von 54,3% auf 53,8% zurück. Die operative Marge (EBIT) lag bei 22,0% vom Umsatz gegenüber 27,4% im Vorjahr.



In **Amerika** konnten die Umsätze auf € 724,1 Mio. deutlich erhöht werden. Währungsneutral bedeutet das eine Steigerung von 51,8%. Ohne die erstmalige Konsolidierung von Argentinien, Kanada und Mexiko stiegen die Umsätze um 33,1%. Der Anteil am Konzernumsatz erhöhte sich von 26,8% auf 30,6%.

Nach Produktbereichen konnte das stärkste Wachstum im Bereich Accessoires mit 61,0% erzielt werden. Schuhe legten um 54,3% und Textilien um 41,8% zu. Aufgrund der regionalen Expansion und eines verstärkten Key-Kunden-Geschäfts ging die Rohertragsmarge von 48,9% auf 46,1% zurück. Die operative Marge lag bei 17,4% gegenüber 19,6% im Vorjahr. Der **US**-Markt steuerte mit einem Umsatzwachstum von 31,3% wesentlich zum Gesamterfolg in dieser Region bei. Die Umsätze erhöhten sich deutlich von USD 472,4 Mio. auf USD 620,2 Mio.

In **Asien/Pazifik** lagen die Umsätze bei € 486,5 Mio., was einer währungsbereinigten Steigerung von 154,5% entspricht. Dabei hat insbesondere die regionale Expansion in Japan (Textil), China, Hong Kong und Taiwan zum Wachstum beigetragen. Ohne die erstmalige Konsolidierung betrug das Wachstum auf vergleichbarer Basis 9,3%. Insgesamt erhöhte sich der Anteil am Konzernumsatz von 11,0% auf 20,5%. Nach Produktsegmenten stiegen die Umsätze im Bereich Schuhe um 58,1%. Das größte Wachstum mit 765,4% konnte im Bereich Textilien erzielt werden, was im Wesentlichen aus der erstmaligen Konsolidierung von PUMA Apparel Japan resultiert. Der Bereich Accessoires wuchs um 24,8%.

Die Rohertragsmarge erhöhte sich von 49,5% auf 49,8% und die operative Marge lag bei 21,9% gegenüber 21,0% im Vorjahr.

Vermögens- und Finanzlage

Solide Eigenkapitalquote

Zum 31. Dezember 2006 erreichte die Eigenkapitalquote 61,2% gegenüber 66,3% im Vorjahr. Das Eigenkapital stieg um 19,8% von € 875,4 Mio. auf € 1.049,0 Mio., während sich die Bilanzsumme um 29,8% von € 1.321,0 Mio. auf € 1.714,8 Mio. erhöhte.

Working Capital

Das Working Capital (Nettoumlaufvermögen) erhöhte sich um 57,1% auf € 401,6 Mio. oder von 14,4% auf 16,9% vom Umsatz. Dieser Anstieg resultiert im Wesentlichen aus der regionalen Expansion und der Retail-Expansion. Ohne Erweiterung des Konsolidierungskreises wuchs das Working Capital um 24,9%. Diese Erhöhung ist im Wesentlichen auf eine beschaffungsbedingte Erhöhung der Vorräte um 26,9% zurückzuführen, während die Verbindlichkeiten nur leicht gestiegen sind.

Investitionen/Cashflow

Die Investitionen für den strategischen Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten und für laufende Investitionen betrugen insgesamt € 72,7 Mio. Darüber hinaus sind Zahlungen für Akquisitionen (Unternehmenserwerbe) einschließlich übernommener Vermögenswerte mit € 81,2 Mio. abgeflossen. Durch diese geplanten Investitionen vermindert sich der „Free Cashflow“ auf € 10,4 Mio.

Ohne Investitionen für Akquisitionen verbleibt ein freier Cashflow von € 91,6 Mio. oder 3,9% vom Umsatz.



Dividende

Das Management schlägt der Hauptversammlung am 11. April 2007 vor, eine Dividende von 2,50 € je Aktie (Vorjahr 2,00 € je Aktie) für das Geschäftsjahr 2006 auszuschütten. Das würde einer Ausschüttung von insgesamt € 40,3 Mio. gegenüber € 31,8 Mio. im Vorjahr entsprechen. Bezogen auf den Konzerngewinn wird somit die Ausschüttungsquote von 11,2% auf 15,3% erhöht.

Aktienrückkauf

PUMA hat im Jahr 2006 weitere 230.000 Stück Aktien zurückgekauft und dafür € 66 Mio. aufgewendet. Insgesamt werden am Bilanzstichtag 1.120.000 Stück Aktien oder 6,5% des Grundkapitals im eigenen Bestand gehalten.

Ausblick 2007

Auftragsbestände über € 1,1 Mrd.

Zum Jahresende 2006 konnten die Auftragsbestände im Jahresvergleich zum elften Mal in Folge gesteigert werden. Währungsbereinigt stiegen die Aufträge auf vergleichbarer Basis um 10,2% oder in Euro um 4,7% auf € 1.119,7 Mio. gegenüber € 1.069,1 Mio. im Vorjahr.

Nach Segmenten erhöhten sich die Aufträge bei Schuhen währungsbereinigt um 6,1% auf € 716,8 Mio., Textilien verbesserten sich um 20,3% auf € 340,2 Mio. und Accessoires um 9,0% auf € 62,7 Mio.

Nach Regionen zeigt sich zum Jahresende folgende Entwicklung: Die Auftragsbestände in der Region EMOA erhöhten sich trotz der im Vorjahr enthaltenen Aufträge für die Fußball-Weltmeisterschaft währungsbereinigt um 6,2% auf € 652,7 Mio. In der Region Amerika konnte ein währungsbereinigtes Wachstum von 4,6% auf € 271,2 Mio. erzielt werden. Die Auftragsbestände für den US-Markt lagen bei USD 245,8 Mio. gegenüber USD 261,9 Mio. Dieser Rückgang im Vorjahresvergleich ist im Wesentlichen auf einen höheren Basiseffekt verbunden mit einer geplanten Reduzierung der Umsätze mit einem Kunden zurückzuführen. In der Region Asien/Pazifik erhöhten sich die Aufträge auf € 195,7 Mio., was einer währungsbereinigten Steigerung von 35,8% entspricht.

Für 2007 neues Rekordjahr bei Umsatz und Ertrag erwartet

Wie mit der Phase IV der langfristigen Unternehmensentwicklung angekündigt, erwartet das Management für 2007 neue Rekordergebnisse bei Umsatz und Gewinn.

Nach einem starken Umsatzwachstum von 34% im abgelaufenen Jahr wird ein währungsneutrales Wachstum im mittleren bis höheren einstelligen Bereich für 2007 erwartet.

Die Rothertragsmarge sollte sich auf Vorjahresniveau bzw. zwischen 50% und 51% bewegen. Die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen werden in Prozent vom Umsatz bei circa 34% und damit rückläufig erwartet. Das sollte zu einer Verbesserung der operativen Marge auf circa 16% vom Umsatz und damit zu einem neuen Rekordergebnis führen. Bei einer unveränderten Steuerquote von circa 29% sollte das Konzernergebnis zweistellig und damit um mindestens 10% zulegen.



Phase IV im Plan

Mit den 2006 eingeleiteten Maßnahmen verfügt PUMA über eine solide operative Basis sowie über ein aus dem für PUMA erfolgreichem WM-Jahr und der Einführung neuer Produktkategorien resultierendes Momentum. Dies lässt das Management im Hinblick auf 2007 und die Ziele der Phase IV optimistisch in PUMAs Zukunft blicken.

Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender: "Insgesamt sind wir mit der Geschäftsentwicklung und dem erfolgreichen Start der Phase IV im abgelaufenen Geschäftsjahr sehr zufrieden. Wir hatten uns in allen Bereichen ehrgeizige Ziele gesetzt und haben diese nicht nur erreicht, sondern teilweise sogar übertroffen. Für die zukünftige Entwicklung des Unternehmens haben wir damit eine solide Grundlage geschaffen, um auch unsere langfristig gesteckten Ziele der Phase IV erreichen zu können."

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

	Q4/2006	Q4/2005	Abwei-	1-12/2006	1-12/2005	Abwei-
	€ Mio.	€ Mio.	chung	€ Mio.	€ Mio.	chung
Nettoumsatzerlöse	480,6	349,2	37,6%	2.369,2	1.777,5	33,3%
Materialeinsatz	-251,3	-174,4	44,1%	-1.169,9	-847,8	38,0%
Rohergebnis	229,3	174,7	31,2%	1.199,3	929,8	29,0%
- in % der Nettoumsatzerlöse	47,7%	50,0%		50,6%	52,3%	
Lizenz- und Provisionserträge	12,4	15,5	-19,5%	37,0	55,7	-33,5%
	241,7	190,2	27,1%	1.236,3	985,4	25,5%
Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen	-187,6	-128,2	46,3%	-831,8	-563,5	47,6%
EBITDA	54,2	62,0	-12,7%	404,5	421,9	-4,1%
Abschreibungen	-12,6	-7,0	78,3%	-38,4	-24,3	58,0%
EBIT	41,6	55,0	-24,3%	366,2	397,7	-7,9%
- in % der Nettoumsatzerlöse	8,7%	15,7%		15,5%	22,4%	
Zinsergebnis	1,7	1,5	14,8%	7,9	6,4	21,9%
EBT	43,3	56,5	-23,3%	374,0	404,1	-7,4%
- in % der Nettoumsatzerlöse	9,0%	16,2%		15,8%	22,7%	
Ertragsteuern	-12,1	-15,7	-22,7%	-108,1	-117,2	-7,8%
- Steuerquote	28,1%	27,8%		28,9%	29,0%	
Minderheiten zuzurechnende Gewinne	1,7	3,3	-49,6%	-2,8	-1,1	153,3%
Konzerngewinn	32,8	44,1	-25,5%	263,2	285,8	-7,9%
Ergebnis je Aktie (€)	2,03	2,76	-26,4%	16,39	17,79	-7,8%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	2,03	2,76	-26,4%	16,31	17,68	-7,8%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				16,054	16,066	-0,1%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				16,139	16,163	-0,1%

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

Konzernbilanz

	31.12.'06 € Mio.	31.12.'05 € Mio.	Abwei- chung
AKTIVA			
Flüssige Mittel	459,2	475,5	-3,4%
Vorräte	364,0	238,3	52,7%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	373,8	277,5	34,7%
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	105,8	80,1	32,1%
Kurzfristige Vermögenswerte	1.302,8	1.071,4	21,6%
Latente Steuern	63,3	48,6	30,2%
Sachanlagen	155,1	121,9	27,2%
Immaterielle Vermögenswerte	180,5	59,4	204,1%
Sonstige langfristige Vermögenswerte	13,2	19,8	-33,2%
Langfristige Vermögenswerte	412,1	249,6	65,1%
	1.714,8	1.321,0	29,8%
PASSIVA			
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	65,5	45,1	45,4%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	208,7	178,7	16,8%
Steuerrückstellungen	38,5	24,2	59,4%
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	59,1	51,1	15,6%
Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben	23,6	6,9	239,4%
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	123,3	78,5	57,1%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	518,7	384,5	34,9%
Latente Steuern	13,0	20,0	-35,2%
Pensionsrückstellungen	21,9	22,6	-3,1%
Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben	100,3	10,7	833,2%
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	12,0	7,8	53,6%
Langfristige Verbindlichkeiten	147,2	61,2	140,4%
Eigenkapital	1.049,0	875,4	19,8%
	1.714,8	1.321,0	29,8%

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

Konzernkapitalflussrechnung

	1-12/2006 € Mio.	1-12/2005 € Mio.	Abwei- chung
Ergebnis vor Ertragsteuern	374,0	404,1	-7,4%
Abschreibungen	38,4	24,3	58,0%
Zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge, netto	-16,6	4,6	-465,7%
Brutto Cashflow	395,7	432,9	-8,6%
Veränderung Betriebsvermögen, netto	-116,2	-71,0	63,6%
Steuer-, Zins- und andere Zahlungen	-126,2	-160,2	-21,3%
Mittelabfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	153,4	201,6	-23,9%
Zahlung für Akquisitionen	-81,2	-17,9	353,4%
Erwerb von Anlagevermögen	-72,7	-61,9	17,4%
Erhaltene Zinsen und sonstige Veränderungen	10,9	12,6	-13,1%
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-143,0	-67,3	112,6%
Freier Cashflow	10,4	134,4	-92,3%
Kapitaleinzahlungen	70,7	16,2	337,0%
Dividendenzahlung	-31,8	-16,0	99,2%
Erwerb von eigenen Anteilen	-66,0	-59,4	11,0%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	17,4	18,5	-5,9%
Mittelabfluss /-zufluss aus der Finanzierungstätigkeit	-9,8	-40,8	-76,1%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-17,0	12,6	-235,3%
Veränderung des Finanzmittelbestandes	-16,4	106,2	115,4%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	475,5	369,3	28,7%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	459,2	475,5	-3,4%

Segmentdaten

	Umsätze		Rohergebnis		Umsätze		Rohergebnis	
	Q4/2006	Q4/2005	Q4/2006	Q4/2005	1-12/2006	1-12/2005	1-12/2006	1-12/2005
	nach Sitz der Kunden				nach Sitz der Kunden			
Aufgliederung nach Regionen	€ Mio.	€ Mio.	%	%	€ Mio.	€ Mio.	%	%
EMOA	180,3	161,2	51,3%	50,7%	1.158,7	1.104,9	53,8%	54,3%
Amerika	175,2	136,4	44,0%	51,9%	724,1	476,3	46,1%	48,9%
- davon USA in US\$	141,8	135,0			620,2	472,4		
Asien/Pazifik	125,1	51,6	47,7%	43,1%	486,5	196,3	49,8%	49,5%
	480,6	349,2	47,7%	50,0%	2.369,2	1.777,5	50,6%	52,3%
	Umsätze		Rohergebnis		Umsätze		Rohergebnis	
	Q4/2006	Q4/2005	Q4/2006	Q4/2005	1-12/2006	1-12/2005	1-12/2006	1-12/2005
Aufgliederung nach Produkt-Segmenten	€ Mio.	€ Mio.	%	%	€ Mio.	€ Mio.	%	%
Schuhe	273,2	221,3	46,6%	51,1%	1.420,0	1.175,0	50,3%	52,7%
Textil	177,4	101,0	49,0%	48,8%	795,4	473,9	50,7%	51,8%
Accessoires	29,9	26,9	50,4%	46,2%	153,8	128,6	53,3%	50,4%
	480,6	349,2	47,7%	50,0%	2.369,2	1.777,5	50,6%	52,3%

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