



PUMA AG Rudolf Dassler Sport

FINANZBERICHT

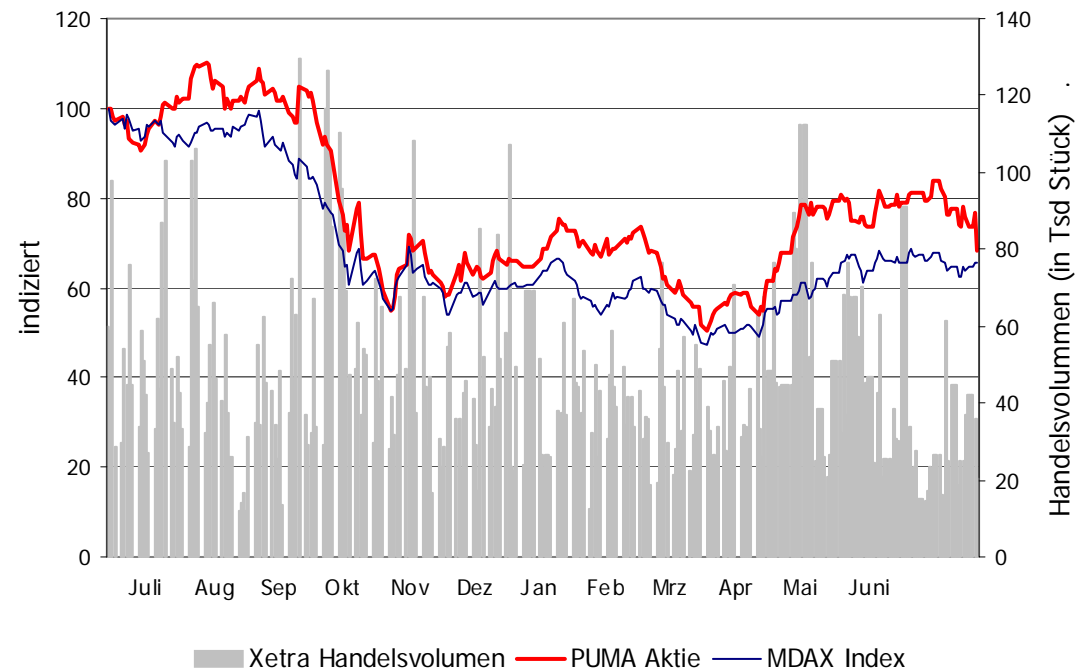
Januar bis Juni 2009



INHALTSVERZEICHNIS

Financial Highlights	3
Konzernlagebericht	
- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	4
- Strategie	4
- Umsatz- und Ertragslage	5 - 7
- Vermögens- und Finanzlage	8
- Regionale Entwicklung	9
- Ausblick	10
Konzernabschluss	
- Bilanz	11
- Gewinn- und Verlustrechnung	12
- Kapitalflussrechnung	13
- Veränderungen im Eigenkapital	14
- Segmentdaten	15
- Erläuterungen zum Finanzbericht	16 – 20
Vorstand und Aufsichtsrat	21
Finanzkalender	22

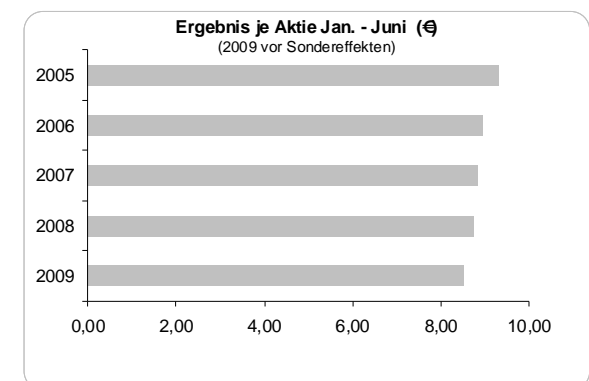
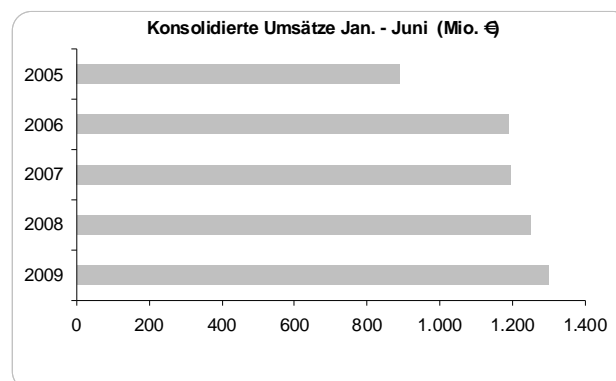
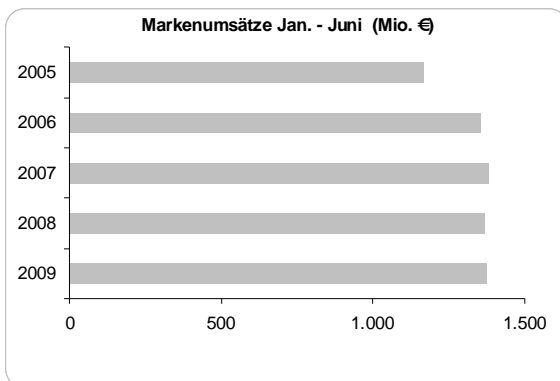
Jahresentwicklung der PUMA Aktie
Indizierte Entwicklung mit Handelsvolumen (Xetra)



Financial Highlights	1-6/2009 € Mio.	1-6/2008 € Mio.	Abwei- chung
Markenumsätze	1.374,1	1.370,0	0,3%
Konsolidierte Umsätze	1.297,7	1.250,1	3,8%
Rohertagsmarge	51,1%	53,0%	
Operatives Ergebnis vor Sondereffekten	177,1	188,1	-5,9%
Sondereffekte	-110,0	0,0	
Konzerngewinn	44,0	135,7	-67,5%
- in %	3,4%	10,9%	
Bilanzsumme	2.047,8	1.780,8	15,0%
Eigenkapitalquote in %	56,6%	60,7%	
Nettoumlaufvermögen (Working Capital)	540,6	552,1	-2,1%
Brutto Cashflow	203,5	222,0	-8,4%
Freier Cashflow (vor Akquisition)	45,1	-23,6	-291,3%
Gewinn je Aktie vor Sondereffekten (in €)	8,51	8,74	-2,6%
Gewinn je Aktie (in €)	2,92	8,74	-66,6%
Brutto Cashflow je Aktie (in €)	13,49	14,30	-5,7%
Freier Cashflow je Aktie (in €) (vor Akquisition)	2,99	-1,52	-296,9%
Aktienkurs am Ende der Periode (in €)	155,97	213,16	-26,8%
Marktkapitalisierung am Ende der Periode	2.352	3.268	-28,0%
Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Werten (ohne Firmenwerte)	24,6	50,6	-51,4%

Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender:

„Trotz eines anhaltend schwierigen Markt- und Konsumumfeldes in Verbindung mit der weltweiten Rezession konnte PUMA im ersten Halbjahr eine solide Geschäftsentwicklung verzeichnen. Das eingeleitete Kostensenkungsprogramm zeigt bereits erste Erfolge und wird konsequent fortgesetzt. Weiterhin sollen durch gezielte Maßnahmen die Begehrtheit der Marke und deren Produkte in den kommenden Quartalen gestärkt werden.“



Konzernlagebericht

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Gemäß eines Gutachtens des „Institut für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 11. Juni 2009 schrumpfte die Weltproduktion im ersten Quartal 2009 nach dem massiven Einbruch der weltwirtschaftlichen Aktivität, zu dem es im Gefolge der dramatischen Zuspitzung der Finanzmarktkrise im Herbst 2008 gekommen war, nochmals sehr kräftig.

Eine Reihe von Indikatoren deutet inzwischen darauf hin, dass sich der Rückgang der weltwirtschaftlichen Aktivität in den vergangenen Monaten merklich verlangsamt hat. So hat sich der Welthandel nach dem dramatischen Einbruch, der in den Monaten November bis Januar verzeichnet wurde, kaum noch verringert; in den Entwicklungs- und Schwellenländern war der Außenhandel sogar in der Tendenz bereits wieder leicht aufwärts gerichtet. Gleichzeitig haben die Rohstoffpreise begonnen, sich von ihren Tiefs zu erholen. Die Industrieproduktion ging zwar in der Tendenz bis zuletzt weiter zurück, das Tempo der Abnahme hat sich jedoch seit Februar spürbar vermindert. Stimmungsindikatoren wie das Geschäftsklima und das Konsumklima haben sich gleichzeitig zumeist verbessert, wenngleich ihr Niveau nach wie vor sehr niedrig ist.

Strategie

Das Ziel von PUMA ist es, „das begehrteste Sportlifestyle-Unternehmen“ zu sein. Auf diesem Weg nutzt PUMA in allen Kategorien und Regionen die sich bietenden Möglichkeiten des Sportlifestyle-Marktes, um die Position als eine der wenigen Multi-Category-Marken zu stärken. Es werden ausgewählte Kategorien und Geschäftsfelder besetzt, um dadurch aufgrund einer einzigartigen Markenpositionierung eine dauerhafte Wertsteigerung zu erzielen. PUMA ist eine Sportlifestylemarke, die im Hinblick auf die Produktkategorien im Sport beginnt und sich über den Bereich Lifestyle bis in die Mode fortsetzt.

Für die ausführliche Beschreibung der strategischen Zielsetzung und deren Potential wird auf den Jahresabschluss (Geschäftsbericht) 2008 verwiesen.

Umsatz- und Ertragslage

Weltweite Markenumsätze

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, die sich aus konsolidierten- sowie Lizenzumsätzen zusammensetzen, erreichten im zweiten Quartal € 636,5 Mio. Das entspricht einem währungsbereinigten Rückgang von 2,6% und einem Anstieg von 1,2% in Euro. Insgesamt ist dies vor dem Hintergrund eines anhaltend schwierigen Marktumfeldes eine solide Geschäftsentwicklung im zweiten Quartal.

Während der ersten sechs Monate waren die weltweiten Markenumsätze währungsbereinigt 2,9% rückläufig. In Euro erhöhten sich die Umsätze um 0,3% auf € 1.374,1 Mio. Die Umsätze bei Schuhen gingen auf vergleichbarer Basis um 1,1% auf € 745,6 Mio. und bei Textilien um 7,0% auf € 460,9 Mio. zurück. Accessoires stiegen um 1,3% auf € 167,7 Mio.

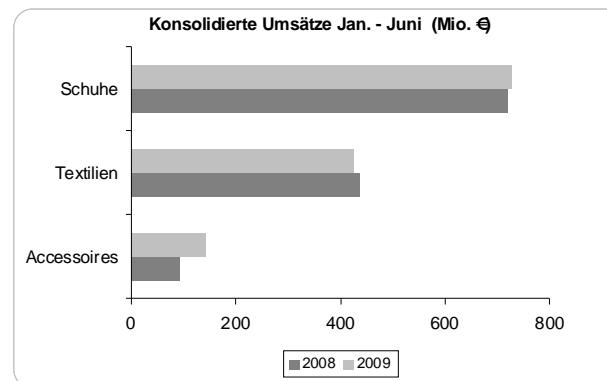
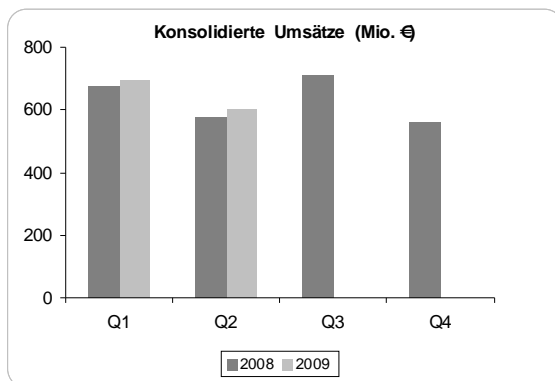
Lizenzgeschäft

Aufgrund der Übernahme eines ehemaligen Lizenzpartners ging der Lizenzumsatz im zweiten Quartal währungsbereinigt um 32,2% auf € 36,2 Mio. und im ersten Halbjahr um 37,5% auf € 76,4 Mio. zurück. Aus den verbleibenden Lizenzumsätzen sind im zweiten Quartal € 5,2 Mio. gegenüber € 6,4 Mio. im Vorjahresquartal beziehungsweise kumuliert € 10,2 Mio. gegenüber € 13,4 Mio. an Lizenz- und Provisionserträgen zugeflossen.

Konsolidierte Umsätze

Die konsolidierten Umsätze lagen im zweiten Quartal währungsbereinigt auf Vorjahresniveau, stiegen hingegen in Euro um 4,1% auf € 600,3 Mio. Umsätze mit Schuhen waren währungsbereinigt um 2,0% auf € 330,0 Mio. rückläufig und Textilien reduzierten sich um 5,7% auf € 203,8 Mio. Accessoires verbesserten sich unterstützt durch Effekte aus der Erstkonsolidierung deutlich um 41,2% auf € 66,4 Mio.

Nach sechs Monaten erhöhten sich die konsolidierten Umsätze währungsbereinigt um 0,4% und in Euro um 3,8% auf € 1.297,7 Mio. Trotz eines anhaltend schwierigen Marktumfeldes verzeichneten die Umsätze in Amerika einen Anstieg, wohingegen EMEA und Asien/Pazifik unter dem Vorjahresniveau lagen. Insgesamt verzeichneten die Umsätze mit Schuhen einen währungsbereinigten Rückgang von 1,4% auf € 727,1 Mio. Der Umsatz mit Textilien reduzierte sich um 7,0% auf € 426,3 Mio., was hauptsächlich auf eine hohe Vorjahresbasis durch das Replika-Geschäft im Zusammenhang mit der Fußball-Europameisterschaft zurückzuführen ist. Umsätze mit Accessoires stiegen um starke 49,1% auf € 144,3 Mio.



Rohhertragsmarge über 51%

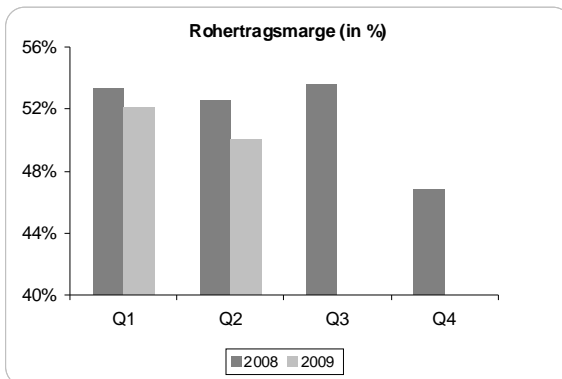
Aufgrund des allgemeinen Marktumfelds und einer Veränderung im regionalen Umsatz-Mix ging die Rohhertragsmarge im zweiten Quartal von 52,5% auf 50,0% zurück. Im ersten Halbjahr verbleibt die Rohhertragsmarge bei 51,1% gegenüber 53,0% im Vorjahr. Bei Schuhen lag die Marge bei 49,7% gegenüber 53,4%, Textilien bei 52,3% verglichen mit 52,5% und Accessoires stiegen von 52,1% auf 54,9%.

Operative Aufwendungen

Das Restrukturierungs- und Kostensenkungsprogramm zeigt bereits erste Erfolge und die operativen Aufwendungen reduzierten sich im zweiten Quartal um 1,8% auf € 242,2 Mio. oder als Prozent vom Umsatz von 42,8% auf 40,3%. Im ersten Halbjahr erhöhten sich die operativen Aufwendungen um nur 1,8% auf € 496,2 Mio., was einer Reduzierung der Kostenquote von 39,0% auf 38,2% entspricht.

Das entspricht einer Verbesserung der Kostenquote von 4,9% auf 4,3%. Abschreibungen, die in den operativen Aufwendungen beinhaltet sind, stiegen um 16,3% auf € 31,0 Mio. Der Anstieg steht im Zusammenhang mit dem Ausbau des Einzelhandelsgeschäfts im vergangenen Jahr.

Die Aufwendungen für Marketing/Retail reduzierten sich um 3,6% auf € 253,1 Mio., nachdem im vergangenen Jahr höhere Aufwendungen für Marketinginitiativen im Rahmen der Olympischen Spiele und der Fußball-Europameisterschaft angefallen waren. In Relation zum Umsatz gingen die Kosten von 21,0% auf 19,5% in diesem Bereich zurück. Die übrigen Vertriebsaufwendungen erhöhten sich insbesondere durch die Erstkonsolidierung sowie Währungseffekte um 14,4% auf € 158,9 Mio. oder von 11,1% auf 12,2% vom Umsatz. Die Aufwendungen für Produktentwicklung und Design stiegen um 14,7% auf € 28,9 Mio. oder von 2,0% auf 2,2% vom Umsatz. Die Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen konnten dagegen deutlich um 9,3% vermindert werden und lagen bei € 55,3 Mio.



Operatives Ergebnis vor Sondereffekten

PUMA erzielte im zweiten Quartal ein solides operatives Ergebnis von € 63,1 Mio. gegenüber € 62,3 Mio. im vergangenen Jahr. In Relation zum Umsatz lag die operative Marge bei 10,5% gegenüber 10,8%.

In der ersten Jahreshälfte reduzierte sich das operative Ergebnis um 5,9% von € 188,1 Mio. auf € 177,1 Mio. Die operative Marge lag bei 13,6% gegenüber 15,0% im Vorjahr.

Sondereffekte - Restrukturierung

Das Restrukturierungsprogramm, das zu Einmalaufwendungen von 110 Mio. im ersten Quartal dieses Jahres geführt hat, wird zum größten Teil Ende 2010 abgeschlossen sein. Das Programm soll PUMA zu einer noch effizienteren Struktur verhelfen und die Kostenstruktur an ein weiterhin schwieriges Marktumfeld in den kommenden Quartalen anpassen.

Nach Berücksichtigung dieser Sondereffekte lag das operative Ergebnis (EBIT) nach sechs Monaten bei € 67,1 Mio. gegenüber € 188,1 Mio. im vergangenen Jahr.

Finanzergebnis

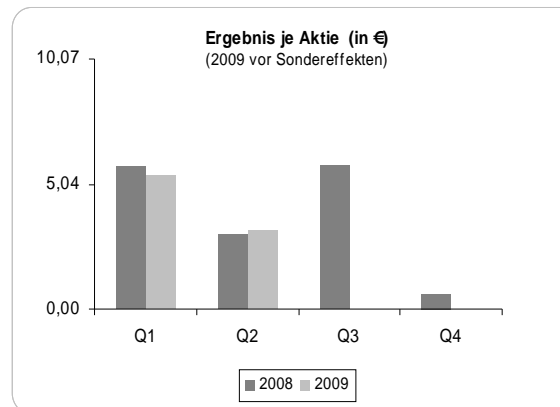
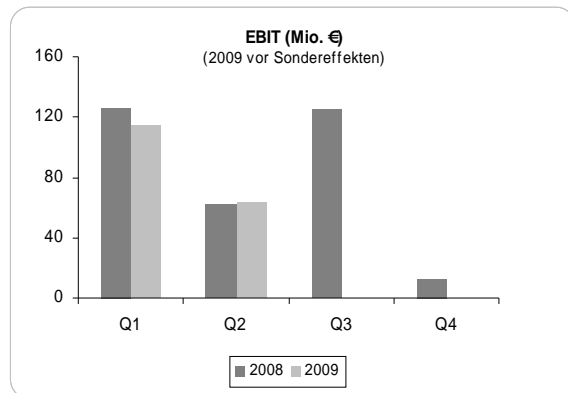
Das Finanzergebnis verzeichnete ein Minus von € 2,1 Mio. im zweiten Quartal, nach einem Ertrag von € 0,1 Mio. im Vorjahresquartal. Nach sechs Monaten lag das Finanzergebnis bei minus € 3,7 Mio. gegenüber einem Ertrag von € 1,0 Mio. im Vorjahr. Das Finanzergebnis wurde durch das deutlich niedrigere Zinsniveau sowie durch den Zinsanteil der Kaufpreisverbindlichkeiten negativ belastet.

Konzerngewinn

Das Vorsteuerergebnis (EBT) erreichte im zweiten Quartal € 61,0 Mio. gegenüber € 62,4 Mio. im Vorjahr. Der Konzerngewinn ging um 15,6% von € 45,6 Mio. auf € 38,5 Mio. zurück. Daraus resultiert im zweiten Quartal ein Gewinn je Aktie von € 2,55 gegenüber € 2,98.

Vor Restrukturierungskosten lag das Vorsteuerergebnis nach sechs Monaten bei € 173,4 Mio. gegenüber € 189,2 Mio. Der Konzerngewinn reduzierte sich um 5,4% von € 135,7 Mio. auf € 128,4 Mio. Daraus ergibt sich ein Gewinn pro Aktie von € 8,51 nach € 8,74 im Vorjahr. Die operative Steuerquote lag bei 26,5% verglichen mit 28,5% im Vorjahr.

Unter Berücksichtigung der Restrukturierungskosten reduzierte sich das Vorsteuerergebnis nach sechs Monaten auf € 63,4 Mio. und der Konzerngewinn ging auf € 44,0 Mio. zurück. Der Gewinn je Aktie lag bei € 2,92 gegenüber € 8,74 im Vorjahr.





Vermögens- und Finanzlage

Eigenkapital

Die Bilanzsumme zum 30. Juni 2009 stieg im Vorjahresvergleich um 15,0% auf € 2.047,8 Mio. Aufgrund der Erhöhung der Bilanzsumme lag die Eigenkapitalquote bei 56,6% gegenüber 60,7% im Vorjahr.

Working Capital

In der Berichtswährung stiegen die Vorräte um 3,0% auf € 432,1 Mio. Auf vergleichbarer Basis reduzierten sich die Vorräte um 0,7% und wiesen damit eine deutliche Verbesserung im Vergleich zum Ende des ersten Quartals auf. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen um 6,2% (3,1% auf vergleichbarer Basis) auf € 502,8 Mio. Das Working Capital lag bei € 540,6 Mio. (ohne Akquisitionen € 524,9 Mio.) gegenüber € 552,1 Mio. im Vorjahr; eine deutliche Verbesserung gegenüber dem ersten Quartal.

Investitionen/Cashflow

Im ersten Halbjahr sind € 24,6 Mio. gegenüber € 50,6 Mio. für Investitionen abgeflossen. Aufgrund der geringeren Investitionen sowie einer deutlichen Verbesserung des Working Capitals konnte ein freier Cashflow von € 45,1 Mio. nach einem Mittelabfluss von € 23,6 Mio. im Vorjahr erwirtschaftet werden. Das entspricht einer deutlichen Verbesserung gegenüber dem Vorjahr.

Darüber hinaus führten Kaufpreiszahlungen für Akquisitionen zum Mittelabfluss in Höhe von € 61,0 Mio. (Vorjahr: € 19,7 Mio.). Unter Berücksichtigung der Akquisitionskosten lag der freie Cashflow bei € -15,8 Mio. gegenüber € -43,3 Mio.

Liquidität

Die flüssigen Mittel Ende Juni betragen € 302,7 Mio. gegenüber € 288,2 Mio. im Vorjahr. Die Bankschulden reduzierten sich von € 65,6 Mio. auf € 44,8 Mio. Die Nettoliquidität verbesserte sich von € 222,6 Mio. auf € 257,9 Mio. und unterstreicht damit PUMAs Fokus auf ein effizientes Cash-Management.



Regionale Entwicklung

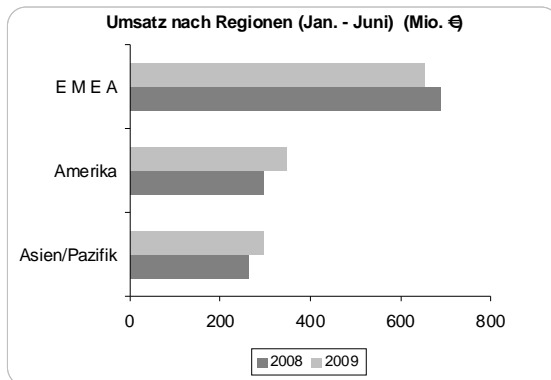
Die Umsätze in der Region **EMEA** erreichten im zweiten Quartal € 288,3 Mio., was einem währungsbereinigten Rückgang von 1,4% entspricht. Kumuliert gingen die Umsätze um 2,3% auf € 654,4 Mio. zurück. Der Anteil am Konzernumsatz liegt bei 50,4%. Die Rohertragsmarge erzielte starke 53,5% gegenüber 54,5% im Vorjahr.

Die Umsätze in **Amerika** erhöhten sich im zweiten Quartal währungsbereinigt um 6,9% auf € 168,6 Mio. Die Umsätze im ersten Halbjahr stiegen um 9,2% auf € 346,7 Mio. Der Anteil am Konzernumsatz beträgt 26,7%. Die Rohertragsmarge lag bei 47,1% gegenüber 48,9% im Vorjahr.

Auf dem **US-Markt** konnten die Umsätze um 4,8% auf \$ 132,7 Mio. im zweiten Quartal und um 4,1% auf \$ 271,4 Mio. nach sechs Monaten gesteigert werden.

Im zweiten Quartal waren die Umsätze in der Region **Asien/Pazifik** währungsbereinigt um 4,5% auf € 143,4 Mio. rückläufig. In der ersten Jahreshälfte reduzierten sie sich um 2,8% auf € 296,7 Mio. Der Anteil am Konzernumsatz lag bei 22,9%. Die Rohertragsmarge erreichte 50,5% gegenüber 53,6% im Vorjahr.

Wachstumsraten	Umsatz			
	Q2/2009		1-6/2009	
	Euro	währungsbereinigt	Euro	währungsbereinigt
	%	%	%	%
Aufgliederung nach Regionen				
EMEA	-3,8	-1,4	-5,3	-2,3
Amerika	14,9	6,9	17,3	9,2
Asien/Pazifik	9,9	-4,5	12,4	-2,8
Gesamt	4,1	0,0	3,8	0,4
Aufgliederung nach Produktsegmenten				
Schuhe	1,5	-2,0	1,1	-1,4
Textilien	-1,2	-5,7	-2,7	-7,0
Accessoires	46,2	41,2	55,7	49,1
Gesamt	4,1	0,0	3,8	0,4



Ausblick 2009

Weltwirtschaft

Gemäß eines Gutachtens des „Institut für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 11. Juni 2009 sprechen die kräftigen wirtschaftspolitischen Impulse und die allmähliche Stabilisierung an den Finanzmärkten dafür, dass sich die Weltkonjunktur im Sommerhalbjahr 2009 allmählich fängt, auch wenn die gesamtwirtschaftliche Produktion im zweiten Quartal in vielen Ländern nochmals gesunken sein dürfte. Häufig war in der Vergangenheit nach Rezessionen eine kräftige Erholung zu beobachten. Da die derzeitige Rezession mit einer Finanzkrise verbunden ist, ist jedoch damit zu rechnen, dass die Rezession länger dauert und schwächer ausfällt als gewöhnlich. Ein sogenannter Aufholeffekt, also eine sehr rasche Erholung nach besonders starken Produktionseinbußen, ist unwahrscheinlich. Die konjunkturelle Talfahrt sollte zu Ende gehen, ein kräftiger Aufschwung ist aber nicht in Sicht.

Marktumfeld bleibt weiterhin schwierig

Aufgrund der soliden Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr und unserem proaktiv eingeleiteten Restrukturierungs- und Kostensenkungsprogramm, das bereits zu ersten Verbesserungen der operativen Aufwendungen, des Working Capitals und des freien Cashflows geführt hat, konnte PUMA seine Position als führendes Unternehmen innerhalb der Branche hinsichtlich der Ertragsfähigkeit sichern.

Da das Restrukturierungsprogramm weiterhin Effizienzsteigerungen und Kosteneinsparungen erzielen wird, sollten weitere Verbesserungen in den kommenden 18 Monaten sichtbar werden. Nichtsdestotrotz sind wir angesichts des derzeit nach wie vor restriktiven Konsumumfelds und der angespannten Weltwirtschaftslage weiterhin vorsichtig und gehen von einem zurückhaltenden Verbraucherverhalten aus, welches sich negativ auf die Umsatzentwicklung im zweiten Halbjahr auswirken kann.

Nach insgesamt 14 Jahren Wachstum in Folge zeichnet sich 2009 als Jahr der Konsolidierung ab. PUMA hat das klare Ziel, die Kostenstruktur den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in einem schwierigen Marktumfeld anzupassen. Erste positive Impulse werden für 2010, dem Jahr der Fußballweltmeisterschaft in Südafrika, erwartet, bei der PUMA erneut eine der führenden Marken sein wird. PUMA ist derzeit Ausrüster von elf afrikanischen Fußball-Nationalmannschaften - darunter der amtierende Afrikameister 2008 Ägypten - sowie Sponsor des amtierenden Weltmeisters Italien.

Darüber hinaus soll das Working Capital deutlich verbessert werden, um die Finanzposition und damit die Rendite für investiertes Kapital bis Jahresende zu stärken.

Mit den eingeleiteten Maßnahmen plant PUMA, seine Marktführerschaft im Hinblick auf Profitabilitäts- und Finanzkennzahlen zu sichern.

Investitionen

Die Investitionen für 2009 wurden ursprünglich in einer Bandbreite zwischen € 65 Mio. und € 75 Mio. erwartet. Aufgrund des eingeleiteten Kostensenkungsprogramms wurde die Investition auf € 55 Mio. reduziert. Investitionen für die neue Firmenzentrale „PUMA Plaza“ in Herzogenaurach sind mit rund € 20 Mio. enthalten. Das neue Verwaltungszentrum „PUMA Plaza“, das sowohl ein Brand-Center sowie jeweils einen neuen Concept und Factory Outlet Store beinhalten wird, wird Ende 2009 bezugsfertig sein.

Aus kurzfristigen Kaufpreisverbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben sowie aus der Erweiterung des Konsolidierungskreises wird zudem ein Mittelabfluss im Jahr 2009 in Höhe von bis zu € 100 Mio. erwartet.

Bilanz	30.06.'09 € Mio.	30.06.'08 € Mio.	Abwei- chung	31.12.'08 € Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	302,7	288,2	5,0%	375,0
Vorräte	432,1	419,5	3,0%	430,8
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	502,8	473,6	6,2%	396,5
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital)	118,0	118,2	-0,2%	124,3
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	5,9	0,4	1554,2%	35,5
Kurzfristige Vermögenswerte	1.361,5	1.299,9	4,7%	1.362,0
Latente Steuern	114,9	77,6	48,0%	80,5
Sonstige langfristige Vermögenswerte	571,4	403,3	41,7%	456,2
Langfristige Vermögenswerte	686,3	481,0	42,7%	536,6
	2.047,8	1.780,8	15,0%	1.898,7
PASSIVA				
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	44,8	65,6	-31,6%	49,7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	271,5	253,8	7,0%	269,1
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital)	240,7	205,5	17,1%	246,1
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	154,3	72,0	114,3%	49,8
Kurzfristige Verbindlichkeiten	711,4	596,8	19,2%	614,8
Latente Steuern	26,5	22,7	16,6%	26,5
Pensionsrückstellungen	20,6	17,7	16,6%	21,3
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	131,1	63,2	107,5%	58,9
Langfristige Verbindlichkeiten	178,2	103,6	72,1%	106,7
Eigenkapital	1.158,3	1.080,5	7,2%	1.177,2
	2.047,8	1.780,8	15,0%	1.898,7

Gewinn- und Verlustrechnung	Q2/2009 € Mio.	Q2/2008 € Mio.	Abwei- chung	1-6/2009 € Mio.	1-6/2008 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	600,3	576,8	4,1%	1.297,7	1.250,1	3,8%
Umsatzkosten	-300,2	-274,2	9,5%	-634,6	-587,8	8,0%
Rohertrag	300,1	302,6	-0,8%	663,1	662,3	0,1%
- in % der konsolidierten Umsätze	50,0%	52,5%		51,1%	53,0%	
Lizenz- und Provisionserträge	5,2	6,4	-18,8%	10,2	13,4	-24,1%
	305,2	308,9	-1,2%	673,3	675,8	-0,4%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen (incl. Abschreibungen)	-242,2	-246,6	-1,8%	-496,2	-487,6	1,8%
Operatives Ergebnis vor Sondereffekten	63,1	62,3	1,2%	177,1	188,1	-5,9%
Sondereffekte	0,0	0,0		-110,0	0,0	
Operatives Ergebnis (EBIT)	63,1	62,3	1,2%	67,1	188,1	-64,3%
- in % der konsolidierten Umsätze	10,5%	10,8%		5,2%	15,0%	
Finanzergebnis	-2,1	0,1		-3,7	1,0	
Gewinn vor Steuern (EBT)	61,0	62,4	-2,3%	63,4	189,2	-66,5%
- in % der konsolidierten Umsätze	10,2%	10,8%		4,9%	15,1%	
Ertragssteuern	-23,0	-17,3	32,9%	-20,3	-53,9	-62,4%
- Steuerquote	37,7%	27,7%		32,0%	28,5%	
Minderheiten zuzurechnende Gewinne	0,5	0,4	9,5%	0,9	0,4	122,1%
Konzerngewinn	38,5	45,6	-15,6%	44,0	135,7	-67,5%
Gewinn je Aktie (€)	2,55	2,98	-14,4%	2,92	8,74	-66,6%
Gewinn je Aktie (€) - verwässert	2,55	2,98	-14,4%	2,92	8,74	-66,6%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				15,082	15,529	-2,9%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				15,082	15,532	-2,9%

Kapitalflussrechnung	1-6/2009 € Mio.	1-6/2008 € Mio.	Abwei- chung
Gewinn vor Steuern (EBT)	63,4	189,2	-66,5%
Abschreibungen	31,0	26,7	16,3%
Sondereffekte	110,0	0,0	
Zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge, netto	-0,9	6,1	-115,4%
Brutto Cashflow	203,5	222,0	-8,4%
Veränderung Nettoumlaufvermögen	-91,8	-152,5	-39,8%
Steuer-, Zins- und andere Zahlungen	-48,1	-49,9	-3,6%
Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	63,5	19,6	223,7%
Zahlung für Akquisitionen	-61,0	-19,7	209,0%
Erwerb von Anlagevermögen	-24,6	-50,6	-51,4%
Erhaltene Zinsen und sonstige Veränderungen	6,2	7,3	-15,9%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Investitionstätigkeit	-79,4	-63,0	26,1%
Freier Cashflow	-15,8	-43,3	-63,5%
Freier Cashflow (vor Akquisition)	45,1	-23,6	
Kapitaleinzahlungen	0,0	0,9	
Dividendenzahlung	-41,5	-42,5	-2,4%
Erwerb von eigenen Anteilen	0,0	-136,7	
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	-14,3	4,2	
Mittelzufluss-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-55,7	-174,0	-68,0%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-0,7	-16,9	-95,9%
Veränderung des Finanzmittelbestandes	-72,3	-234,3	-69,2%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	375,0	522,5	-28,2%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	302,7	288,2	5,0%

Veränderungen im Eigenkapital	Gezeichnetes Kapital	Rücklagen				Bilanzgewinn	Eigene Aktien	Eigenkapital vor Minderheitsanteile	Minderheitsanteile	Eigenkapital
		Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Unterschied aus der Währungs-umrechnung	Cashflow Hedges					
in € Mio.										
31.12.2007	41,0	183,5	69,5	-73,0	-26,1	986,7	-34,7	1.146,8	8,0	1.154,8
Dividendenzahlung						-42,5		-42,5		-42,5
Währungsänderungen				-20,1				-20,1		-20,1
Veränderungen im Konsolidierungskreis								0,0	-7,6	-7,6
Nettoeffekt aus der Absicherung von Cashflows, netto nach Steuern					-3,7			-3,7		-3,7
Kapitalerhöhung	0,0	0,9						0,9		0,9
Konzerngewinn						135,7		135,7	-0,4	135,3
Erwerb eigener Aktien							-136,7	-136,7		-136,7
30.06.2008	41,0	184,4	69,5	-93,1	-29,8	1.079,9	-171,4	1.080,5	0,0	1.080,5
31.12.2008	41,0	185,5	69,5	-92,0	11,1	1.175,6	-216,1	1.174,7	2,5	1.177,2
Dividendenzahlung						-41,5		-41,5		-41,5
Währungsänderungen				-5,7				-5,7	0,3	-5,5
Nettoeffekt aus der Absicherung von Cashflows, netto nach Steuern					-17,4			-17,4		-17,4
Bewertung aus Optionsprogrammen		2,3						2,3		2,3
Konzerngewinn						44,0		44,0	-0,9	43,1
Kapitalherabsetzung durch Einziehung von Aktien	-2,4					-213,7	216,1	0,0		0,0
30.06.2009	38,6	187,8	69,5	-97,8	-6,2	964,5	0,0	1.156,5	1,8	1.158,3

Segmentdaten								
	Umsätze		Rohergebnis		Umsätze		Rohergebnis	
	nach Sitz der Kunden				nach Sitz der Kunden			
	Q2/2009 € Mio.	Q2/2008 € Mio.	Q2/2009 %	Q2/2008 %	1-6/2009 € Mio.	1-6/2008 € Mio.	1-6/2009 %	1-6/2008 %
Aufgliederung nach Regionen								
EMEA	288,3	299,6	51,5%	54,1%	654,4	690,7	53,5%	54,5%
Amerika	168,6	146,7	47,6%	47,6%	346,7	295,5	47,1%	48,9%
- davon USA in US\$	132,7	126,6			271,4	260,8		
Asien/Pazifik	143,4	130,5	49,9%	54,2%	296,7	263,9	50,5%	53,6%
	600,3	576,8	50,0%	52,5%	1.297,7	1.250,1	51,1%	53,0%
	Umsätze		Rohergebnis		Umsätze		Rohergebnis	
	nach Sitz der Kunden				nach Sitz der Kunden			
	Q2/2009 € Mio.	Q2/2008 € Mio.	Q2/2009 %	Q2/2008 %	1-6/2009 € Mio.	1-6/2008 € Mio.	1-6/2009 %	1-6/2008 %
Aufgliederung nach Produkt-Segmenten								
Schuhe	330,0	325,1	48,7%	53,3%	727,1	719,4	49,7%	53,4%
Textil	203,8	206,3	50,7%	51,5%	426,3	438,1	52,3%	52,5%
Accessoires	66,4	45,4	54,2%	50,5%	144,3	92,7	54,9%	52,1%
	600,3	576,8	50,0%	52,5%	1.297,7	1.250,1	51,1%	53,0%



Erläuterungen zum Finanzbericht Januar bis Juni 2009

GRUNDSÄTZLICHES

Die PUMA Aktiengesellschaft Rudolf Dassler Sport (im Folgenden kurz: "PUMA AG" genannt) und ihre Tochtergesellschaften entwickeln und vertreiben unter dem Markennamen "PUMA" ein breites Angebot von Sport- und Sportlifestyle-Artikeln, das Schuhe, Textilien und Accessoires umfasst. Die Gesellschaft ist eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und hat ihren Sitz in Herzogenaurach, Bundesrepublik Deutschland. Das zuständige Registergericht befindet sich in Fürth (Bayern).

PUMA ist ein verbundenes Unternehmen der PPR-Gruppe und wird in deren Konzernabschluss einbezogen.

RECHNUNGSLEGUNGSGRUNDSÄTZE

Der nicht geprüfte Finanzbericht der PUMA AG und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen der PUMA Konzern) wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 "Zwischenberichterstattung" erstellt und sollte in Verbindung mit dem Jahresabschluss zum 31. Dezember 2008 gelesen werden. Die darin enthaltenen Angaben zum Konzernabschluss gelten, soweit nicht explizit auf Änderungen eingegangen wird, für die Finanzberichte des Jahres 2009.

Bei der Erstellung des Finanzberichts wurden die zum Jahresabschluss zum 31. Dezember 2008 angewandten und erläuterten Rechnungslegungsgrundsätze konsistent angewendet.

Bei der Aufstellung des Finanzberichts sind teilweise Annahmen getroffen und Schätzwerte verwandt worden, die sich auf Höhe und Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, der Erträge und Aufwendungen ausgewirkt haben. Die tatsächlichen Werte können zu einem späteren Zeitpunkt in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen. Entsprechende Änderungen würden zum Zeitpunkt einer besseren Erkenntnis berücksichtigt.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Mit Wirkung vom 1. Januar 2009 hat sich PUMA mehrheitlich an dem bisherigen Lizenznehmer „Dobotex International BV“ in den Niederlanden beteiligt. Gemäß den getroffenen Vereinbarungen mit dem „Minderheitsgesellschafter“ im Hinblick auf eine 100%ige Übernahmemöglichkeit während der Vertragsperiode ist Dobotex wirtschaftlich der PUMA-Gruppe mit 100% zuzurechnen. Dobotex hält die internationale PUMA-Lizenz für Socken und Bodywear und ist langjähriger PUMA-Partner.

Zusätzlich hat PUMA mit Wirkung zum 1. Januar 2009 das Corporate Merchandising Unternehmen „Brandon Company AB“ zu 100 Prozent übernommen. Durch die Akquisition des schwedischen Unternehmens stärkt PUMA sein Kerngeschäft und will in neue Geschäftsbereiche wie Merchandising und Event Marketing expandieren.

Außerdem wurde zum 1. Januar 2009 der Vertrieb in Zypern durch das neu gegründete Gemeinschaftsunternehmen „PUMA Cyprus Ltd.“ übernommen. Gemäß den getroffenen Vereinbarungen mit dem „Minderheitsgesellschafter“ ist die Gesellschaft wirtschaftlich der PUMA-Gruppe mit 100% zuzurechnen und wird entsprechend konsolidiert.



SAISONALE EINFLÜSSE

Die Umsätze des Konzerns verlaufen saisonabhängig und führen zu unterschiedlichen Umsätzen und daraus resultierenden Gewinnen während eines Jahres. In der Regel liegen die Umsätze und operativen Gewinne im ersten und dritten Quartal auf ihrem höchsten Niveau, während das zweite und vierte Quartal niedriger ausfallen können.

MITARBEITER

	2009	2008
Mitarbeiter am Anfang der Periode	10.069	9.204
Mitarbeiter am Ende der Periode	9.796	9.311
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter	9.842	9.212

GEWINN JE AKTIE

Der Gewinn je Aktie wird in Übereinstimmung mit IAS 33 ermittelt, indem das Ergebnis des Berichtszeitraums durch die gewichtete Durchschnittszahl der ausstehenden Aktien dividiert wird. Die im eigenen Bestand gehaltenen Aktien vermindern die ausstehende als auch die verwässerte Anzahl der Aktien. Ausstehende Aktienoptionen (SOP) aus dem Management Incentive Programm können grundsätzlich zu einer Verwässerung des Gewinns je Aktie führen.

	2009	2008
Ergebnis je Aktie	€ 2,92	€ 8,74
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€ 2,92	€ 8,74

DIVIDENDE

Die Hauptversammlung hat am 13. Mai 2009 eine Dividende von € 2,75 je Aktie für das Geschäftsjahr 2008 beschlossen. Der Gesamtbetrag der Ausschüttung betrug € 41,5 Mio. und wurde beginnend mit dem 14. April 2009 an die Aktionäre ausgezahlt und entsprechend in der „Konzernkapitalflussrechnung“ als Dividendenzahlung berücksichtigt.



EIGENKAPITAL

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital beträgt zum 30. Juni 2009 € 38,6 Mio. und ist eingeteilt in 15.082.464 stimmberechtigte Stückaktien ohne Nennwert.

Der Vorstand hat mit Zustimmung des Aufsichtsrats beschlossen, die im eigenen Bestand gehaltenen Aktien (950.000 Stück) einzuziehen. Die eigenen Aktien wurden mit Wirkung vom 29. April 2009 eingezogen und das gezeichnete Kapital entsprechend reduziert.

Die SARPADIS S.A., eine 100%-ige Tochtergesellschaft der PPR S.A., Paris, hält derzeit 69,36% des gezeichneten Kapitals.

Eigene Aktien

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 13. Mai 2009 wurde die Gesellschaft ermächtigt, bis zum 12. November 2010 eigene Aktien bis zu zehn Prozent des Grundkapitals zu erwerben. Diese Ermächtigung löst die in der Hauptversammlung vom 22. April 2008 erteilte Ermächtigung ab.

Die Gesellschaft hat keine weiteren Aktien in den ersten sechs Monaten zurückgekauft. Zum Bilanzstichtag hielt die Gesellschaft keine PUMA Aktien im eigenen Bestand.

Die eigenen Aktien wurden mit Wirkung von 29. April 2009 eingezogen (siehe „Gezeichnetes Kapital“).

Entwicklung der Anzahl der Aktien

	2009	2008
Anzahl der Aktien am Anfang der Periode	16.032.464	16.027.964
Einziehung der eigenen Aktien	-950.0000	0
Wandlung aus Management Incentives	0	4.500
Anzahl der Aktien am Ende der Periode	15.082.464	16.032.464
davon eigene Aktien	0	-700.000
Ausstehende Aktien am Ende der Periode	15.082.464	15.332.464
Durchschnittlich ausstehende Aktien	15.082.464	15.529.248
Verwässerte Anzahl der Aktien	15.082.464	15.531.594

Genehmigtes Kapital

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 11. April 2007 ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital bis zum 10. April 2012 wie folgt zu erhöhen:

- durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer Aktien gegen Bareinlagen um bis zu € 7,5 Mio. Den Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht zu (Genehmigtes Kapital I).
- durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer Aktien gegen Bar- oder Sacheinlagen um bis zu € 7,5 Mio. Das Bezugsrecht kann ganz oder teilweise ausgeschlossen werden (Genehmigtes Kapital II).

Bedingtes Kapital

Gemäß § 4 Abs. 5 der Satzung wurde in 2001 ein bedingtes Kapital in Höhe von € 3,9 Mio. („bedingtes Kapital 2001“) zur Finanzierung von insgesamt 1.530.000 Stück Aktienoptionen geschaffen. Die Aktienoptionen wurden im Rahmen des Stock Option Programms in mehreren Tranchen an das Management ausgegeben. Am 31. März 2009 steht noch ein bedingtes Kapital in Höhe von € 0,2 Mio. zur Verfügung.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 22. April 2008 kann das Grundkapital um bis zu € 1,5 Mio. („bedingtes Kapital 2008“) durch Ausgabe von bis zu 600.000 Stück neuer Aktien erhöht werden. Die bedingte Kapitalerhöhung darf ausschließlich zum Zweck der Gewährung von Bezugsrechten (Aktienoptionen) an

Mitglieder des Vorstands sowie weitere Führungskräfte der Gesellschaft sowie nachgeordneter verbundenen Unternehmen verwendet werden.

Management Incentive Programm

Um das Management mit einer langfristigen Anreizwirkung an das Unternehmen zu binden, werden bei PUMA aktienbasierte Vergütungssysteme in Form von Stock-Option-Programmen (SOP) sowie Stock-Appreciation-Rights (SAR) eingesetzt.

Aus den in Vorjahren ausgegebenen Wertsteigerungsrechten standen am Ende der Berichtsperiode aus dem Programm „SAR“ 210.000 Stück Wertsteigerungsrechte aus. Für die Beschreibung der jeweiligen Programme wird auf den Jahresabschluss (Geschäftsbericht) 2008 verwiesen.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 22. April 2008 wurde ein neues Stock-Option-Programm (SOP) in Form eines „Performance Share Programm“ beschlossen. Hierzu wurde – wie oben erwähnt – ein bedingtes Kapital („bedingtes Kapital 2008“) geschaffen und der Aufsichtsrat bzw. Vorstand ermächtigt, bis zum Ablauf von fünf Jahren (nach Eintragung des bedingten Kapitals in das Handelsregister), mindestens aber bis zum Ablauf von drei Monaten nach Beendigung der ordentlichen Hauptversammlung im Jahr 2013 Bezugsrechte an Mitglieder des Vorstands sowie weitere Führungskräfte der Gesellschaft und nachgeordneter verbundener Unternehmen auszugeben.

Für Mitglieder des Vorstands liegt die Zuständigkeit ausschließlich beim Aufsichtsrat. Insgesamt dürfen bis zu 1.200.000 Bezugsrechte (hiervon bis zu 65% auf den Vorstand entfallend) ausgegeben werden. Die Bezugsrechte dürfen innerhalb des Berechtigungszeitraums in jährlichen Tranchen von maximal 30% des Gesamtvolumens ausgegeben werden, wobei die erste Tranche mit insgesamt 113.000 Bezugsrechten am 21. Juli 2008 und die zweite Tranche am 14. April 2009 mit 139.002 Bezugsrechten zugeteilt wurde.

Die ausgegebenen und auszugebenden Bezugsrechte haben jeweils eine Laufzeit von fünf Jahren und können frühestens nach zwei Jahren ausgeübt werden, doch nur soweit ein Kursanstieg von mindestens 20% der PUMA Aktie erreicht ist. Anders als bei einem herkömmlichen Aktienoptionsprogramm haben die Teilnehmer nicht das Recht, Aktien zu einem bestimmten, bevorzugten Preis zu erwerben. Stattdessen erhält das Management bei Erfüllung der Erfolgsziele anstatt eines Cash-Bonus den gleichen Wert in Aktien.

Die Ermächtigung sieht weiterhin vor, dass der Aufsichtsrat in Übereinstimmung mit den Empfehlungen des Corporate Governance Kodex, die den Mitgliedern des Vorstands gewährten Bezugsrechte für den Fall außerordentlicher, nicht vorgesehener Entwicklungen dem Inhalt und dem Umfang nach ganz oder teilweise begrenzen kann. Diese Möglichkeit steht auch dem Vorstand für die betroffenen übrigen Führungskräfte zu.



EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Bei verschiedenen Konzernunternehmen finden derzeit steuerliche Außenprüfungen statt. Daraus sich ergebende Steuernachzahlungen können derzeit nicht quantifiziert werden.

Darüber hinaus bestehen keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. Juni 2009 Auswirkungen haben könnten.

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

"Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage vermittelt und im Zwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind."

Herzogenaurach, den 7. August 2009

Der Vorstand



Vorstand

Jochen Zeitz
(Vorstandsvorsitzender)

Melody Harris-Jensbach
(Stellvertretende Vorstandsvorsitzende)
Produkt

Dieter Bock (bis 31.07.2009)
Finanzen

Klaus Bauer (ab 01.08.2009)
Finanzen, Recht, Operations, Logistik, IT, Personal

Stefano Caroti
Vertrieb

Reiner Seiz
Beschaffung
(Stellvertretendes Vorstandsmitglied)

Antonio Bertone
Marketing
(Stellvertretendes Vorstandsmitglied)

Aufsichtsrat

François-Henri Pinault
(Vorsitzender)

Thore Ohlsson
(Stellvertretender Vorsitzender)

Jean-François Palus

Grégoire Amigues

Erwin Hildel
(Arbeitnehmersvertreter)

Oliver Burkhardt
(Arbeitnehmersvertreter)



Finanzkalender Geschäftsjahr 2009

18. Februar 2009	Endgültige Geschäftsergebnisse 2008
8. Mai 2009	Zwischenbericht Q1/2009 Presse- und Analysten-Conference Call
13. Mai 2009	Hauptversammlung
7. August 2009	Zwischenbericht Q2/2009 Presse- und Analysten-Conference Call
9. November 2009	Zwischenbericht Q3/2009 Presse- und Analysten- Conference Call

Herausgeber

PUMA AG Rudolf Dassler Sport
Würzburger Str. 13
D-91074 Herzogenaurach

Tel.: +49 (0)9132 81-0
Fax: +49 (0)9132 81-2246
email: investor-relations@puma.com
Internet: <http://www.puma.com>

Die Finanzergebnisse und andere Finanzinformationen stehen im Internet unter „about.puma.com“ zur Verfügung.

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, Lifestyle und 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.