



**PUMA AG Rudolf Dassler Sport**

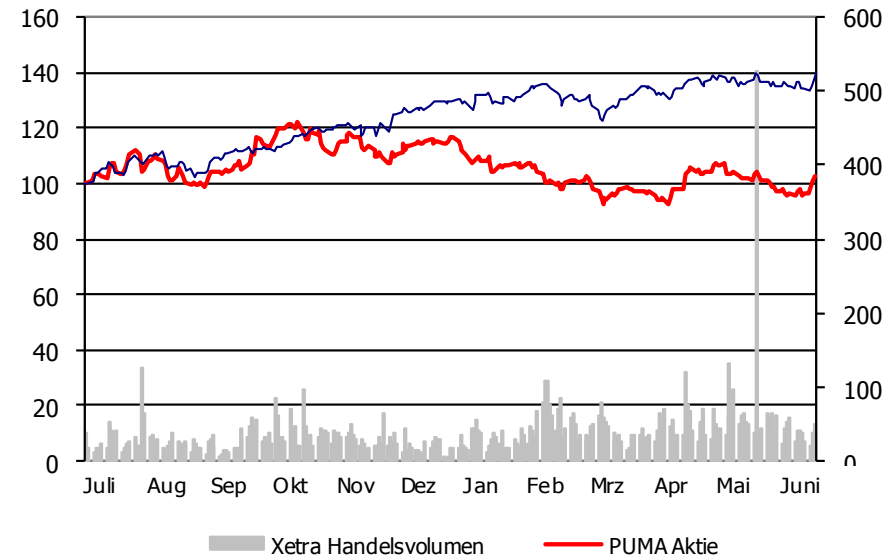
**FINANZBERICHT**

**Januar bis Juni 2011**

## **INHALTSVERZEICHNIS**

<b>Financial Highlights</b>	<b>3</b>
<b>Konzernlagebericht</b>	
- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	4
- Strategie	4
- Umsatz- und Ertragslage	5 - 8
- Vermögens- und Finanzlage	9
- Ausblick	10
<b>Konzernabschluss</b>	
- Bilanz	11
- Gewinn- und Verlustrechnung	12
- Gesamtergebnisrechnung	13
- Kapitalflussrechnung	14
- Veränderungen im Eigenkapital	15
- Geschäftssegmente	16 – 17
- Anhang zum Finanzbericht	18 – 21
- Anlage zum Zwischenbericht	22 – 23
<b>Vorstand und Aufsichtsrat</b>	<b>24</b>
<b>Finanzkalender</b>	<b>25</b>

**Jahresentwicklung der PUMA Aktie**  
Indizierte Entwicklung mit Handelsvolumen (Xetra)

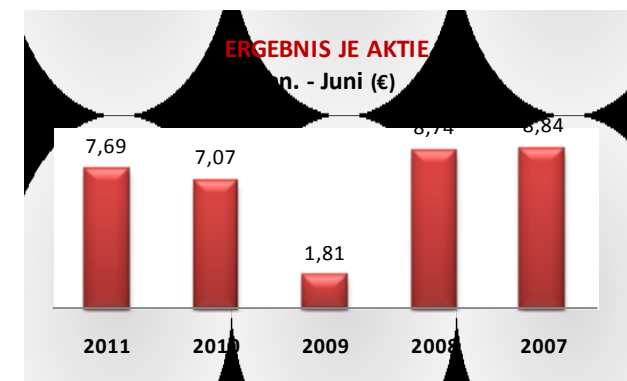
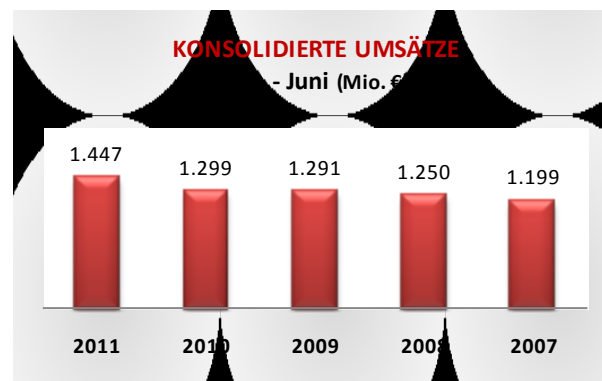
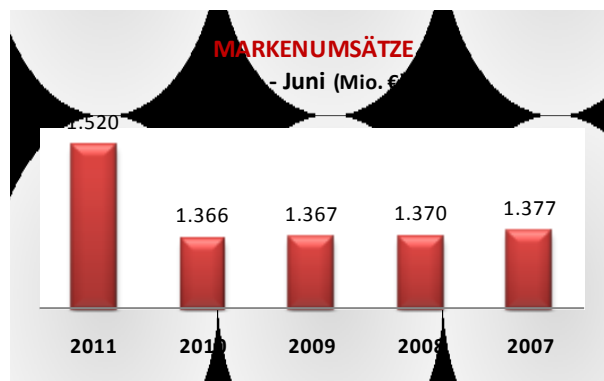


Financial Highlights	1-6/2011 € Mio.	1-6/2010 * € Mio.	Abwei- chung
Markenumsätze	1.519,7	1.365,7	11,3%
Konsolidierte Umsätze	1.446,9	1.298,7	11,4%
Rohertagsmarge	50,9%	51,5%	
Operatives Ergebnis vor Sondereffekten	166,4	180,1	-7,6%
Sondereffekte	0,0	-17,8	-100,0%
Konzerngewinn	115,3	106,6	8,2%
- in %	8,0%	8,2%	
Bilanzsumme	2.343,4	2.284,8	2,6%
Eigenkapitalquote in %	59,4%	58,6%	
Nettoumlaufvermögen (Working Capital)	509,0	450,6	13,0%
Brutto Cashflow	195,4	191,2	2,2%
Freier Cashflow (vor Akquisition)	-9,2	57,2	-116,1%
Gewinn je Aktie (in €)	7,69	7,07	8,8%
Brutto Cashflow je Aktie (in €)	13,02	12,68	2,7%
Freier Cashflow je Aktie (in €) (vor Akquisition)	-0,61	3,79	-116,2%
Aktienkurs am Ende der Periode (in €)	218,15	218,40	-0,1%
Marktkapitalisierung am Ende der Periode	3.252	3.282	-0,9%
Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Werten (ohne Firmenwerte)	29,1	18,5	57,2%

\* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010 sowie den Anhang im Zwischenbericht zum 30. Juni 2011

### Franz Koch, CEO:

„Ich könnte mir keinen besseren Start in meine neue Position als CEO von PUMA vorstellen, als einen Rekordumsatz in diesem zweiten Quartal bekanntgeben zu dürfen. Die erzielten Geschäftsergebnisse unterstreichen unser Ziel, die Umsatzmarke von drei Milliarden Euro in diesem Jahr zu erreichen,“ sagte Franz Koch, CEO der PUMA SE. „Die Investitionen in unsere Kernmärkte im Rahmen unseres langfristigen Wachstumsplans beginnen, sich auszuzahlen und wir werden weiterhin unsere Marke und Produkte stärken mit dem Ziel, das begehrteste und nachhaltigste Sportlifestyle-Unternehmen der Welt zu werden.“





## **Konzernlagebericht**

### **WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN**

Gemäß der Sommerprognose des „Instituts für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 9. Juni 2011 hat sich der Aufschwung der Weltwirtschaft in den ersten Monaten des laufenden Jahres fortgesetzt. Der Welthandel nahm abermals sehr lebhaft zu, vor allem getrieben von der Expansion des Handels in den Entwicklungs- und Schwellenländern. Ebenfalls kräftig gestiegen ist der IfW-Indikator für die weltwirtschaftliche Aktivität, welcher auf Basis von Stimmungsindikatoren aus 41 Ländern berechnet wird. Dieser hat sich allerdings zuletzt wieder verringert.

Die Zunahme der Weltproduktion wurde erneut von der Expansion in den Entwicklungs- und Schwellenländern dominiert, die rund zwei Drittel zum Anstieg des globalen Bruttoinlandsprodukts beitrug. Insgesamt betrachtet ließ die wirtschaftliche Dynamik allerdings etwas nach. In den fortgeschrittenen Volkswirtschaften hat sich die konjunkturelle Erholung in den ersten Monaten in diesem Jahr in dem zuvor verzeichneten Tempo fortgesetzt. Dabei nahm die Produktion in den Vereinigten Staaten merklich verlangsamt zu, während sie in Europa deutlich rascher expandierte als zuvor. In Japan ging das Bruttoinlandsprodukt erneut zurück.

Der Anstieg der Verbraucherpreise hat sich in den vergangenen Monaten weltweit weiter verstärkt. In den fortgeschrittenen Volkswirtschaften ist die Inflationsrate inzwischen auf nahezu 3 Prozent geklettert. Offenbar werden dort die gestiegenen Rohstoffpreise zunehmend in den Preisen von Fertigwaren weitergegeben. In den meisten Schwellenländern haben die rasch steigenden Verbraucherpreise sowie die kräftige Konjunktur bereits dazu geführt, dass die Notenbanken die geldpolitischen Zügel angezogen und ihre Zinsen erhöht haben.

### **STRATEGIE**

Unter der Zielsetzung, „das begehrteste und nachhaltigste Sportlifestyle-Unternehmen“ zu sein, soll die Position von PUMA als eine der wenigen, echten Multi-Category-Marken gestärkt und das Potenzial des Sportlifestyle-Marktes in allen Kategorien und Regionen konsequent ausgeschöpft werden. Als Multi-Category-Anbieter ist PUMA in Kategorien und Geschäftsfeldern aktiv, die zur einzigartigen Markenpositionierung passen und in denen sich dauerhafte Wertsteigerungen für das Unternehmen erzielen lassen. PUMA ist positioniert als Sportlifestylemarke, die es versteht, mit Freude, die Einflüsse aus Sport und Lifestyle zu kombinieren und darüber hinaus danach strebt, einen Beitrag zu einer besseren Welt zu leisten. Diese vorgenannte Markenpositionierung soll durch eine selektive Ausweitung der bestehenden Produktkategorien, durch eine regionale Expansion sowie einer Expansion mit Nicht-PUMA-Marken unterstützt werden.

## Umsatz- und Ertragslage

### Weltweite Markenumsätze

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, bestehend aus Lizenz- sowie konsolidierten Umsätzen, stiegen im zweiten Quartal in Euro um 9,9% (währungsbereinigt um 14,4%) auf € 709 Mio. gegenüber € 645 Mio. im Vorjahr.

Auf Halbjahresbasis stiegen die PUMA-Markenumsätze in Euro und auch währungsbereinigt um 11,3% auf über 1,5 Mrd. im Vergleich zum ersten Halbjahr 2010.

### Konsolidierte Umsätze

Im Rahmen einer weltweiten Verbesserung der konjunkturellen Entwicklung verzeichnete das Sportlifestyle-Unternehmen PUMA einen starken Anstieg der Umsatzerlöse im zweiten Quartal. Die Umsätze stiegen gegenüber dem Vorjahr um währungsbereinigt 14,1% sowie 9,4% auf Euro-Basis auf € 673,5 Mio., wodurch PUMA einen Rekordumsatz im zweiten Quartal verzeichnete.

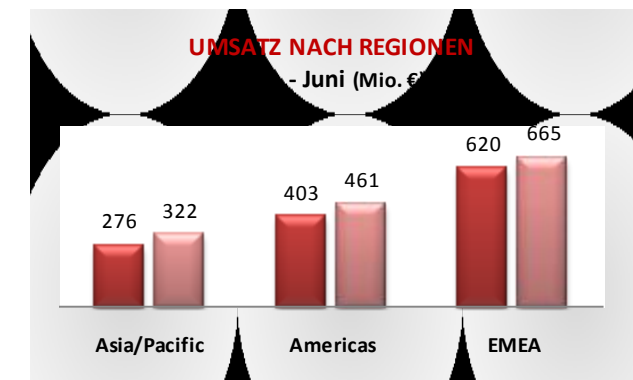
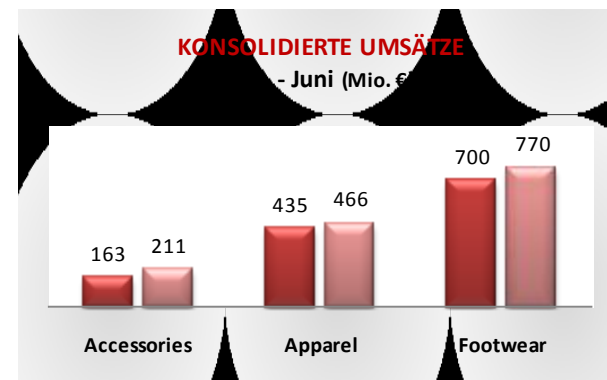
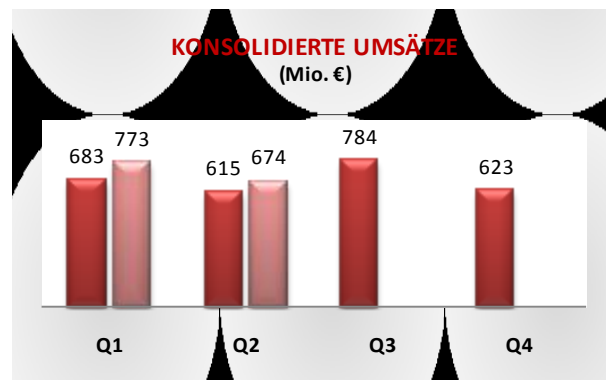
Alle Produktsegmente trugen deutlich zum Wachstum bei. Im Segment Schuhe erhöhten sich die Umsätze währungsbereinigt um 16,2% auf € 352,6 Mio., im Segment Textilien stiegen die Umsätze um 10,7% auf € 224,3 Mio. und das Segment Accessoires verzeichnete erneut einen signifikanten Anstieg um 15,0% auf € 96,7 Mio.

Insbesondere die Kategorie Running ist, gestützt durch den Abverkauf des Top-Produkts PUMA Faas, einem leichtgewichtigen neutralen Laufschuh für Tempoläufe und Wettkämpfe, überdurchschnittlich stark angestiegen. Dieser Schuh verwendet die sogenannte BioRide-Technologie, ein integriertes System, welches einen natürlicheren Laufrhythmus und eine höhere Geschwindigkeit unterstützt. Überdurchschnittliches Wachstum verzeichnete im zweiten Quartal Cobra-PUMA-Golf, was auf Synergieeffekte aus der Integration von Cobra Golf zurückzuführen ist.

Im Verlauf des ersten Halbjahres stiegen die Umsätze in allen Produktkategorien deutlich an. Im Segment Schuhe legten die Umsätze um 9,9% (währungsbereinigt um 10,9%) zu, im Segment Textilien erhöhten sie sich um 7,0% (währungsbereinigt um 6,1%) und das Segment Accessoires verzeichnete, aufgrund des Gesamtjahreseffekts aus der Übernahme von Cobra Golf, einen Anstieg um 29,4% (währungsbereinigt um 28,3%).

PUMA konnte seine bisherige hervorragende Entwicklung in der Region Amerika fortsetzen und verzeichnete dort eine Umsatzsteigerung von 16,9% auf € 226 Mio. Dabei stachen vor allem Lateinamerika und Asien mit zweistelligen

Umsatzzuwächsen hervor, wobei die Kategorien Lifestyle und Motorsport die wesentlichen Wachstumstreiber waren. Die Umsätze in EMEA legten im zweiten Quartal währungsbereinigt um 9,2% auf € 290 Mio. zu, wobei sowohl West- als auch Osteuropa zu dieser überzeugenden Entwicklung beigetragen haben. In Spanien sind die Umsätze deutlich angestiegen, nachdem dort im zweiten Quartal 2010 eine PUMA Tochtergesellschaft gegründet wurde. Die Kategorie Women's Fitness (Bodytrain) wuchs in der Region EMEA zweistellig. Die Region Asien/Pazifik erzielte eine währungsbereinigte Steigerung von 20,1% auf € 158 Mio., da sich die Umsätze in Japan nach den Folgen der Naturkatastrophe mit einem zweistelligen Wachstum deutlich schneller als erwartet erholt hatten. Der Anstieg ist insbesondere auf die Kategorien Lifestyle (PUMA Social), Running (Faas und andere leichtgewichtige Laufschuhe) sowie Fitness (Bodytrain) zurückzuführen. Die Umsätze in EMEA stiegen im ersten Halbjahr um 7,3% (währungsbereinigt um 6,5%), in der Region Amerika erhöhten sie sich um deutliche 14,3% (währungsbereinigt um 18,4%) und die Region Asien/Pazifik verzeichnete einen hervorragenden Anstieg um 16,5% (währungsbereinigt um 13,0%).



Umsatz nach Kunden € Mio.	Q2		Wachstumsraten		1-6		Wachstumsraten	
	2011	2010*	Euro	währungs- bereinigt	2011	2010*	Euro	währungs- bereinigt
<b>Aufgliederung nach Regionen</b>								
EMEA	290,1	267,6	8,4%	9,2%	664,5	619,6	7,3%	6,5%
Amerika	225,6	212,6	6,1%	16,9%	460,6	403,0	14,3%	18,4%
Asien/Pazifik	157,9	135,2	16,8%	20,1%	321,8	276,1	16,5%	13,0%
<b>Gesamt</b>	<b>673,5</b>	<b>615,4</b>	<b>9,4%</b>	<b>14,1%</b>	<b>1.446,9</b>	<b>1.298,7</b>	<b>11,4%</b>	<b>11,5%</b>
<b>Aufgliederung nach Produktsegmenten</b>								
Schuhe	352,6	321,2	9,8%	16,2%	769,8	700,1	9,9%	10,9%
Textilien	224,3	208,6	7,5%	10,7%	466,0	435,4	7,0%	6,1%
Accessoires	96,7	85,6	12,9%	15,0%	211,1	163,1	29,4%	28,3%
<b>Gesamt</b>	<b>673,5</b>	<b>615,4</b>	<b>9,4%</b>	<b>14,1%</b>	<b>1.446,9</b>	<b>1.298,7</b>	<b>11,4%</b>	<b>11,5%</b>

\* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010 sowie den Anhang im Zwischenbericht zum 30. Juni 2011

### Rohertragsmarge

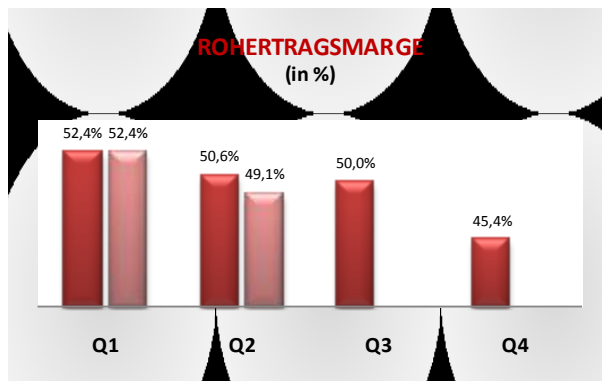
Die Rohertragsmarge erreichte 49,1%, womit PUMA weiterhin seinen Spitzenplatz in der Sportartikelbranche behauptet und seine kontinuierlichen Bemühungen unterstreicht, Ertrag und operative Effizienz zu steigern.

Das Produktsegment Schuhe erzielte eine Rohertragsmarge von 48,1% gegenüber 50,7% im Vorjahr. Das Segment Textilien lag bei 48,9% nach 52,1% im Vorjahr. Beide Segmente wurden durch leicht gestiegene Beschaffungskosten sowie durch negative Auswirkungen der Währungskurse beeinflusst. Das Segment Accessoires erzielte 53,3% und verbesserte sich damit deutlich gegenüber dem Vorjahreswert von 46,3%, welcher in Folge der Übernahme von Cobra Golf 2010 beeinflusst wurde.

Auf Halbjahresbasis ging die Rohertragsmarge leicht auf 50,9% gegenüber 51,5% im Vorjahr zurück. Im Segment Schuhe lag die Rohertragsmarge bei 49,8%, im Segment Textilien bei 51,4% und im Segment Accessoires bei 53,7%.

### Operative Aufwendungen

Die operativen Aufwendungen stiegen im zweiten Quartal 2011 um 10,3% auf € 279,9 Mio. In Prozent vom Umsatz entspricht dies einem leichten Anstieg von 41,2% im Vorjahr auf nunmehr 41,6%. Im Verlauf des ersten Halbjahres 2011 erhöhten sich die operativen Aufwendungen um 15,9% auf € 578,5 Mio. Diese Erhöhung ist sowohl auf die zusätzlichen Investitionen im Rahmen unseres langfristigen Wachstumsplans als auch auf den Ganzjahreseffekt in Folge der Erweiterung des Konsolidierungskreises um die Gesellschaften Cobra und PUMA Spanien zurückzuführen.



### Operatives Ergebnis/EBIT

Das operative Ergebnis verbesserte sich erwartungsgemäß auf € 55,4 Mio. gegenüber € 53,6 Mio. im Vorjahr. In Prozent vom Umsatz ergibt sich daraus eine operative Marge von 8,2%, welche gegenüber dem Vorjahreswert (8,7%) leicht zurückging. Mit Blick auf das erste Halbjahr hat sich das operative Ergebnis leicht auf € 166,4 Mio. verbessert.

### Finanzergebnis/Ergebnis aus assoziierten Unternehmen

Das Finanzergebnis sank von € -1,3 Mio. auf € -1,6 Mio. Jedoch verbesserte sich das Finanzergebnis im gesamten ersten Halbjahr von € -2,7 Mio. im Vorjahr auf € -1,8 Mio.

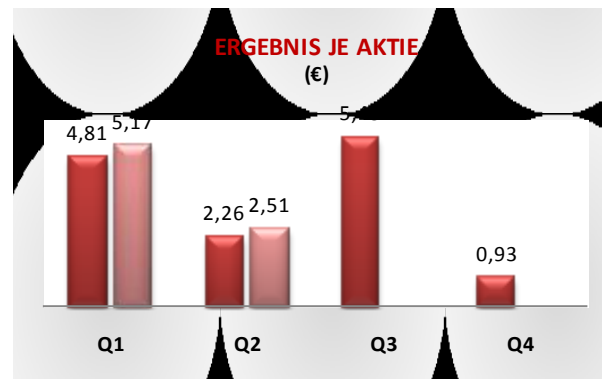
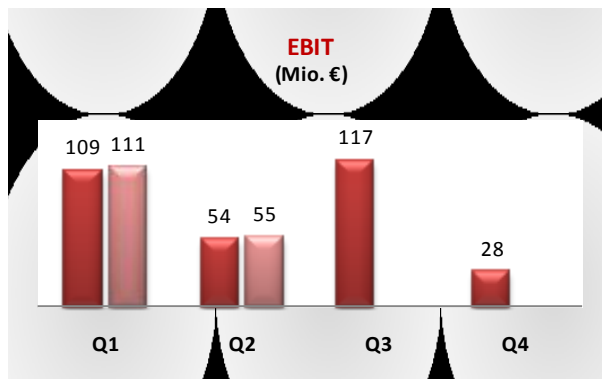
### Gewinn vor Steuern

Der Gewinn vor Steuern erhöhte sich im zweiten Quartal von € 52,3 Mio. auf € 53,8 Mio. Im ersten Halbjahr stieg der Gewinn vor Steuern von € 159,6 auf € 164,6 Mio. Der Steueraufwand ist im zweiten Quartal von € 18,2 Mio. auf € 16,2 Mio. zurückgegangen und die Steuerquote reduzierte sich von 34,9% auf ein normalisiertes Niveau von 30,0%.

### Konzerngewinn

Der Konzerngewinn stieg auf € 37,6 Mio. gegenüber € 34,0 Mio. im zweiten Quartal 2010. Dies entspricht einem Anstieg von 10,6%. Der Gewinn pro Aktie erhöhte sich von € 2,26 auf € 2,51 und der verwässerte Gewinn pro Aktie stieg von € 2,25 auf € 2,51.

Mit Blick auf das erste Halbjahr 2011 verbesserte sich der Konzerngewinn um 8,2% auf € 115,3 Mio. Der Gewinn pro Aktie stieg um 8,8% auf € 7,69.





## **Vermögens- und Finanzlage**

### **Eigenkapital**

Zum 30. Juni 2011 stieg die Bilanzsumme um 2,6% von € 2.284,4 Mio. auf € 2.343,4 Mio. Die Erhöhung resultiert im Wesentlichen aus dem Anstieg der latenten Steuern sowie dem Anstieg der langfristigen Vermögenswerte in Folge unserer anhaltenden Investitionen. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich von 58,6% auf 59,4%. In absoluten Zahlen konnte das Eigenkapital um 4,1% von € 1.338,3 Mio. auf € 1.392,5 Mio. verbessert werden. Damit verfügt PUMA weiterhin über eine äußerst solide Kapitalausstattung.

### **Working Capital**

Das Working Capital stieg um 13,0% auf € 509,0 Mio. Auf der Aktivseite sind die Vorräte um 12,1% von € 453,1 Mio. auf € 508,0 Mio. angestiegen, um das geplante Umsatzwachstum bedienen zu können. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich um 5,0% von € 497,1 Mio. auf € 522,0 Mio., was auf unser Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr zurückzuführen ist. Auf der Passivseite stiegen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 7,6% von € 395,4 Mio. auf € 425,3 Mio.

### **Investitionen/Cashflow**

Der freie Cashflow (vor Akquisitionen) lag bei € -9,2 Mio. gegenüber € 57,2 Mio. im Vorjahr. Der zusätzliche Mittelabfluss resultiert aus Steuerzahlungen und einem höheren Bedarf an Working Capital sowie gestiegenen Investitionen. Der Mittelabfluss für Akquisitionen steht im Zusammenhang mit dem Erwerb der restlichen Anteile an unserem Unternehmen in China. Die Investitionen ins Anlagevermögen betragen € 29,1 Mio. gegenüber € 18,5 Mio. im ersten Halbjahr 2010. Der Anstieg ist bedingt durch Investitionen in die Optimierung der operativen Geschäftsprozesse und in IT sowie in die Expansion unseres Einzelhandelsgeschäfts, welche wesentliche Bestandteile unserer Wachstumsstrategie darstellen.

### **Liquidität**

Der Bestand an liquiden Mitteln ist zum 30. Juni 2011 um 21,6% auf € 351,6 Mio. (Vorjahr: € 448,3 Mio.) zurückgegangen. Die Bankverbindlichkeiten wurden um 41,2% von € 51,5 Mio. auf € 30,3 Mio. reduziert. Im Ergebnis ist die Nettoliquidität um 19,0% von € 396,8 Mio. auf € 321,3 Mio. gesunken.

### **Aktienrückkauf**

PUMA hat den Aktienrückkauf im zweiten Quartal fortgesetzt und 72.853 Stück eigene Aktien für € 15,7 Mio. erworben. PUMA hält zum 30. Juni 2011 173.377 Stück eigene Aktien. Dies entspricht einem Anteil von 1,15% des gezeichneten Kapitals.

## **Ausblick 2011**

### **Weltwirtschaft**

Gemäß der Sommerprognose des „Instituts für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 9. Juni 2011 ist die Weltproduktion im Winterhalbjahr 2010/11 in beschleunigtem Tempo gestiegen. Jedoch deuten die jüngsten Indikatoren auf eine aktuell wieder etwas langsamere konjunkturelle Expansion hin und für den weiteren Prognosezeitraum wird ein moderater Anstieg des globalen Bruttoinlandsprodukts erwartet.

Begünstigend wirkt sich aus, dass einige der derzeit dämpfenden Faktoren an Wirkung verlieren, etwa der kräftige Anstieg der Ölpreise und der Einbruch der Produktion in Japan infolge des Erdbebens. Demgegenüber dämpfen aber andere Faktoren die konjunkturelle Expansion unvermindert oder sogar in zunehmendem Maße. Insbesondere wird die Wirtschaftspolitik in den Schwellenländern, angesichts bereits sehr hoher ausgelasteter Kapazitäten, bestrebt sein das Tempo des Produktionsanstiegs zu verringern. Der Blick auf die fortgeschrittenen Volkswirtschaften zeigt, dass sich die Lage der öffentlichen Haushalte aufgrund von Konjunkturprogrammen und Ausgaben zur Stützung des Finanzsektors drastisch verschlechtert hat. In Folge der mittelfristig erforderlichen Konsolidierung der Staatshaushälter dürfte somit die Finanzpolitik zunehmend restriktiv ausfallen.

Alles in allem rechnen die Experten des IfW mit einem Anstieg der Weltproduktion im laufenden Jahr um 4,5 Prozent und im kommenden Jahr um 4,1 Prozent, dies stellt eine geringfügige Aufwärtskorrektur um jeweils 0,2 Prozent gegenüber der letzten Prognose im Frühjahrsgutachten vom März 2011 dar.

### **Investitionen**

Für 2011 sind Investitionen in einer Höhe von € 80 Mio. geplant. Der wesentliche Teil betrifft dabei Investitionen in die Infrastruktur, um die operativen Voraussetzungen für die geplanten Umsatzzuwächse zu schaffen, den Ausbau unserer Kernmärkte sowie selektive Investitionen in Einzelhandelsgeschäfte.

### **Weitere Ereignisse**

#### **Umwandlung der PUMA AG in eine Europäische Aktiengesellschaft (SE)**

Mit erfolgter Umwandlung zum 25. Juli 2011 ist Franz Koch neuer Vorsitzender Geschäftsführender Direktor der PUMA SE. Jochen Zeitz übernimmt das Amt des Vorsitzenden des Verwaltungsrats. Gleichzeitig führt er den Unternehmensbereich Sport & Lifestyle von PUMAs Mehrheitsaktionär PPR. Damit stellt Jochen Zeitz nicht nur den kontinuierlichen, strategischen Ausbau im Rahmen der nächsten Phase der Unternehmensentwicklung der PUMA SE sicher, sondern unterstützt in seiner Funktion als Chief Sustainability Officer von PPR auch die Nachhaltigkeitsinitiativen von PUMA.

### **Gerichtsurteil in Spanien**

Wie bereits in der Ad hoc Mitteilung vom 17. Juni 2011 mitgeteilt, wurde das Schiedsgerichtsurteil eines spanischen Schiedsgerichts vom 02. Juni 2010 zur Einmalzahlung in Höhe von € 98 Mio. durch das Landgericht Madrid aufgehoben. PUMA ist dadurch nicht länger verpflichtet, die Zahlung von € 98 Mio. zu leisten.

### **Ausblick 2011**

Für das Gesamtjahr 2011 hält PUMA weiterhin an dem Umsatzziel von € 3 Milliarden fest, was eine Fortsetzung der positiven Umsatzentwicklung aus dem ersten Halbjahr bedingt. Steigende Beschaffungskosten für Rohstoffe und Löhne in Asien können jedoch weiterhin die Rohertragsmarge beeinflussen. Dennoch behauptet PUMA in diesem Bereich bislang stets den Spitzenplatz in der Sportartikelbranche. Trotz steigender Ausgaben im Rahmen der langfristigen Wachstumsstrategie erwartet das Management eine Verbesserung des Konzerngewinns im mittleren einstelligen Bereich.

Bilanz	30.06.'11 € Mio.	30.06.'10 * € Mio.	Abwei- chung	31.12.'10 € Mio.	31.12.'09 * € Mio.
<b>AKTIVA</b>					
Flüssige Mittel	351,6	448,3	-21,6%	479,6	485,6
Vorräte	508,0	453,1	12,1%	439,7	344,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	522,0	497,1	5,0%	447,0	347,4
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	170,4	128,4	32,7%	177,6	115,1
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	0,9	26,6	-96,5%	3,3	1,7
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.552,9</b>	<b>1.553,6</b>	0,0%	<b>1.547,2</b>	<b>1.294,2</b>
Latente Steuern	94,3	48,5	94,3%	96,5	64,8
Sonstige langfristige Vermögenswerte	696,2	616,4	12,9%	722,9	566,0
Differenz aus vorläufiger Kaufpreisallokation	0,0	66,3	-100,0%	0,0	0,0
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>790,5</b>	<b>731,3</b>	8,1%	<b>819,4</b>	<b>630,8</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>2.343,4</b>	<b>2.284,8</b>	2,6%	<b>2.366,6</b>	<b>1.925,0</b>
<b>PASSIVA</b>					
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	30,3	51,5	-41,2%	42,8	48,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	425,3	395,4	7,6%	344,3	265,7
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	266,0	232,6	14,3%	315,5	258,7
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	128,1	78,4	63,5%	96,4	54,8
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>849,8</b>	<b>757,9</b>	12,1%	<b>799,0</b>	<b>627,5</b>
Latente Steuern	42,6	4,4		50,7	4,4
Pensionsrückstellungen	25,1	24,6	1,9%	26,1	25,4
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	33,5	159,7	-79,0%	104,4	134,4
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>101,2</b>	<b>188,7</b>	-46,4%	<b>181,2</b>	<b>164,2</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.392,5</b>	<b>1.338,3</b>	4,1%	<b>1.386,4</b>	<b>1.133,3</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>2.343,4</b>	<b>2.284,8</b>	2,6%	<b>2.366,6</b>	<b>1.925,0</b>

\* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010 sowie den Anhang im Zwischenbericht zum 30. Juni 2011

Gewinn- und Verlustrechnung	Zweites Quartal			Gesamtjahr		
	Q2/2011 € Mio.	Q2/2010 * € Mio.	Abwei- chung	1-6/2011 € Mio.	1-6/2010 * € Mio.	Abwei- chung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>673,5</b>	<b>615,4</b>	9,4%	<b>1.446,9</b>	<b>1.298,7</b>	11,4%
Umsatzkosten	-342,9	-304,2	12,7%	-710,7	-629,3	12,9%
<b>Roherttrag</b>	<b>330,7</b>	<b>311,2</b>	6,3%	<b>736,3</b>	<b>669,4</b>	10,0%
- in % der konsolidierten Umsätze	49,1%	50,6%		50,9%	51,5%	
Lizenz- und Provisionserträge	4,6	5,1	-9,0%	8,6	10,0	-13,8%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-279,9	-253,7	10,3%	-578,5	-499,3	15,9%
<b>Operatives Ergebnis vor Sondereffekten</b>	<b>55,4</b>	<b>62,5</b>	-11,5%	<b>166,4</b>	<b>180,1</b>	-7,6%
- in % der konsolidierten Umsätze	8,2%	10,2%		11,5%	13,9%	
Sondereffekte	0,0	-8,9	-100,0%	0,0	-17,8	-100,0%
<b>Operatives Ergebnis (EBIT)</b>	<b>55,4</b>	<b>53,6</b>	3,2%	<b>166,4</b>	<b>162,3</b>	2,5%
- in % der konsolidierten Umsätze	8,2%	8,7%		11,5%	12,5%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-1,6	-1,3	21,4%	-1,8	-2,7	-33,6%
<b>Gewinn vor Steuern (EBT)</b>	<b>53,8</b>	<b>52,3</b>	2,8%	<b>164,6</b>	<b>159,6</b>	3,1%
- in % der konsolidierten Umsätze	8,0%	8,5%		11,4%	12,3%	
Ertragssteuern	-16,2	-18,2	-11,4%	-49,3	-53,0	-7,0%
- Steuerquote	30,0%	34,9%		30,0%	33,2%	
Minderheiten zuzurechnende Gewinne	0,0	-0,1		0,1	0,0	
<b>Konzerngewinn</b>	<b>37,6</b>	<b>34,0</b>	10,6%	<b>115,3</b>	<b>106,6</b>	8,2%
<b>Gewinn je Aktie (€)</b>	<b>2,51</b>	<b>2,26</b>	11,2%	<b>7,69</b>	<b>7,07</b>	8,8%
<b>Gewinn je Aktie (€) - verwässert</b>	<b>2,51</b>	<b>2,25</b>	11,6%	<b>7,68</b>	<b>7,04</b>	9,1%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				15,000	15,077	-0,5%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				15,009	15,138	-0,8%

\* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010 sowie den Anhang im Zwischenbericht zum 30. Juni 2011

Gesamtergebnisrechnung	Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer	Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer
	2011	2011	2011	2010*	2010	2010*
	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
<b>Konzernjahresüberschuss</b>	<b>115,3</b>		<b>115,3</b>	<b>106,6</b>		<b>106,6</b>
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus Pensionszusagen	0,0		0,0	0,0		0,0
Währungsänderungen	-63,1		-63,1	104,1		104,1
Neutrale Effekte Hedge Accounting	-7,7	1,7	-9,4	30,5	-14,1	44,6
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>-70,7</b>	<b>1,7</b>	<b>-72,4</b>	<b>134,5</b>	<b>-14,1</b>	<b>148,6</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>44,5</b>	<b>1,7</b>	<b>42,8</b>	<b>241,1</b>	<b>-14,1</b>	<b>255,2</b>
davon:						
Minderheitsanteile	-0,1		-0,1	0,1		0,1
Anteilseigner Mutterunternehmen	44,6	1,7	42,9	241,1	-14,1	255,2

\* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010 sowie den Anhang im Zwischenbericht zum 30. Juni 2011

Kapitalflussrechnung	1-6/2011 € Mio.	1-6/2010 * € Mio.	Abwei- chung
<b>Gewinn vor Steuern (EBT)</b>	<b>164,6</b>	<b>159,6</b>	3,1%
Zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	30,8	31,6	-2,4%
<b>Brutto Cashflow</b>	<b>195,4</b>	<b>191,2</b>	2,2%
Veränderung Nettoumlaufvermögen	-90,8	-82,9	9,5%
Steuer-, Zins- und andere Zahlungen	-85,1	-39,0	118,1%
<b>Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>19,5</b>	<b>69,3</b>	-71,8%
Zahlung für Akquisitionen	-41,4	-101,9	-59,3%
Erwerb von Anlagevermögen	-29,1	-18,5	57,2%
Erhaltene Zinsen und sonstige Veränderungen	0,3	6,4	-95,2%
<b>Mittelzufluss-/abfluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-70,2</b>	<b>-114,0</b>	-38,4%
<b>Freier Cashflow</b>	<b>-50,6</b>	<b>-44,7</b>	13,3%
<b>Freier Cashflow (vor Akquisition)</b>	<b>-9,2</b>	<b>57,2</b>	-116,1%
Dividendenzahlung	-26,8	-27,1	-1,1%
Erwerb von eigenen Anteilen	-26,6	-12,9	105,9%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	-10,9	7,1	-253,8%
<b>Mittelzufluss-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-64,4</b>	<b>-33,0</b>	94,8%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-13,1	40,4	-132,3%
<b>Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>	<b>-128,0</b>	<b>-37,3</b>	243,0%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	479,6	485,6	-1,2%
<b>Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode</b>	<b>351,6</b>	<b>448,3</b>	-21,6%

\* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010 sowie den Anhang im Zwischenbericht zum 30. Juni 2011

Veränderungen im Eigenkapital	Gezeichnetes Kapital	Rücklagen				Bilanz-gewinn	Eigene Aktien	Eigenkapital vor Minderheitsanteile	Minderheitsanteile	Eigenkapital	
		Kapital-rücklage	Gewinn-rücklagen	Unterschied aus der Währungs-umrechnung	Cashflow Hedges						At-equity bewertete Unternehmen
in € Mio.											
<b>31.12.2009 angepasst *</b>	<b>38,6</b>	<b>190,6</b>	<b>69,5</b>	<b>-91,3</b>	<b>-13,6</b>	<b>0,0</b>	<b>939,3</b>	<b>0,0</b>	<b>1.133,2</b>	<b>0,1</b>	<b>1.133,4</b>
Dividendenzahlung							-27,1		-27,1		-27,1
Währungsänderungen				104,0					104,0	0,0	104,1
Nettoeffekt aus der Absicherung von Cashflows, netto nach Steuern					30,5				30,5		30,5
Bewertung aus Optionsprogrammen		3,9							3,9		3,9
Konzerngewinn angepasst *							106,6		106,6	0,0	106,6
Erwerb eigener Aktien								-12,9	-12,9		-12,9
<b>30.06.2010</b>	<b>38,6</b>	<b>194,5</b>	<b>69,5</b>	<b>12,8</b>	<b>16,9</b>	<b>0,0</b>	<b>1.018,8</b>	<b>-12,9</b>	<b>1.338,1</b>	<b>0,2</b>	<b>1.338,3</b>
<b>31.12.2010</b>	<b>38,6</b>	<b>198,2</b>	<b>69,5</b>	<b>0,0</b>	<b>-11,1</b>	<b>0,2</b>	<b>1.114,0</b>	<b>-23,2</b>	<b>1.386,2</b>	<b>0,2</b>	<b>1.386,4</b>
Dividendenzahlung							-26,8		-26,8		-26,8
Währungsänderungen				-51,4					-51,4	0,0	-51,4
Nettoeffekt aus der Absicherung von Cashflows, netto nach Steuern					-7,7				-7,7		-7,7
Bewertung aus Optionsprogrammen		3,4							3,4		3,4
Konzerngewinn							115,3		115,3	-0,1	115,3
Erwerb eigener Aktien								-26,6	-26,6		-26,6
Wandlung von Optionen		-11,6						11,6	0,0		0,0
<b>30.06.2011</b>	<b>38,6</b>	<b>190,0</b>	<b>69,5</b>	<b>-51,4</b>	<b>-18,8</b>	<b>0,2</b>	<b>1.202,5</b>	<b>-38,2</b>	<b>1.392,4</b>	<b>0,1</b>	<b>1.392,5</b>

\* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010 sowie den Anhang im Zwischenbericht zum 30. Juni 2011

## Geschäftssegmente Q2/2011

Regionen	Externe Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	Q2/2011 € Mio.	Q2/2010* € Mio.	Q2/2011 € Mio.	Q2/2010* € Mio.	Q2/2011 € Mio.	Q2/2010 € Mio.
EMEA	271,1	247,5	-6,2	-0,3	8,5	17,7
Amerika	209,3	199,1	19,9	18,1	4,2	3,1
Asien/Pazifik	147,4	126,2	10,1	2,7	5,1	1,6
Zentralbereiche/Konsolidierung	45,7	42,6	31,6	42,0	3,3	89,5
Sondereffekte				-8,9		
<b>Total</b>	<b>673,5</b>	615,4	<b>55,4</b>	53,6	<b>21,1</b>	111,9

	Abschreibungen	
	Q2/2011 € Mio.	Q2/2010 € Mio.
EMEA	4,4	5,0
Amerika	2,9	3,6
Asien/Pazifik	2,0	2,0
Zentralbereiche/Konsolidierung	4,4	2,7
<b>Total</b>	<b>13,7</b>	13,2

## Produkt

	Externe Umsatzerlöse		Rohertagsmarge	
	Q2/2011 € Mio.	Q2/2010* € Mio.	Q2/2011 € Mio.	Q2/2010* € Mio.
Schuhe	352,6	321,2	48,1%	50,7%
Textilien	224,3	208,6	48,9%	52,1%
Accessoires	96,7	85,6	53,3%	46,3%
<b>Total</b>	<b>673,5</b>	615,4	<b>49,1%</b>	50,6%

## Überleitung EBT

	Q2/2011 € Mio.	Q2/2010* € Mio.
EBIT	55,4	53,6
Finanzergebnis	-1,6	-1,3
<b>EBT</b>	<b>53,8</b>	52,3

\* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010 sowie den Anhang im Zwischenbericht zum 30. Juni 2011



## Geschäftssegmente 1-6/2011

Regionen	Externe Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	1-6/2011 € Mio.	1-6/2010* € Mio.	1-6/2011 € Mio.	1-6/2010* € Mio.	1-6/2011 € Mio.	1-6/2010* € Mio.
EMEA	628,4	582,9	37,9	56,8	14,6	23,2
Amerika	424,5	388,1	44,0	40,9	7,4	4,4
Asien/Pazifik	297,0	254,2	19,4	12,0	6,8	2,7
Zentralbereiche/Konsolidierung	97,1	73,5	65,0	70,4	5,8	90,0
Sondereffekte				-17,8		
<b>Total</b>	<b>1.446,9</b>	1.298,7	<b>166,4</b>	162,3	<b>34,5</b>	120,2

	Abschreibungen		Vorräte		Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	
	1-6/2011 € Mio.	1-6/2010* € Mio.	1-6/2011 € Mio.	1-6/2010* € Mio.	1-6/2011 € Mio.	1-6/2010* € Mio.
EMEA	8,8	10,1	273,5	232,2	252,9	240,6
Amerika	6,1	7,1	135,7	131,2	159,7	151,5
Asien/Pazifik	3,9	3,9	85,4	68,2	73,2	68,4
Zentralbereiche/Konsolidierung	7,7	5,6	13,4	21,5	36,2	36,7
<b>Total</b>	<b>26,5</b>	26,6	<b>508,0</b>	453,1	<b>522,0</b>	497,1

Produkt	Externe Umsatzerlöse		Rohertragsmarge	
	1-6/2011 € Mio.	1-6/2010* € Mio.	1-6/2011 € Mio.	1-6/2010* € Mio.
Schuhe	769,8	700,1	49,8%	50,8%
Textilien	466,0	435,4	51,4%	53,0%
Accessoires	211,1	163,1	53,7%	50,8%
<b>Total</b>	<b>1.446,9</b>	1.298,7	<b>50,9%</b>	51,5%

Überleitung EBT	1-6/2011 € Mio.	1-6/2010* € Mio.
	EBIT	166,4
Finanzergebnis	-1,8	-2,7
<b>EBT</b>	<b>164,6</b>	159,6

\* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010 sowie den Anhang im Zwischenbericht zum 30. Juni 2011



## **Vermögens- und Finanzlage**

### **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 2010 gelesen werden. Die darin enthaltenen Angaben zum Konzernabschluss gelten, soweit nicht explizit auf Änderungen eingegangen wird, für die Finanzberichte des Jahres 2011.

Bei der Erstellung des Finanzberichts wurden die zum Jahresabschluss zum 31. Dezember 2010 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.

### **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**

	<b>2011</b>	<b>2010</b>
Mitarbeiter am Anfang der Periode	9.697	9.646
Mitarbeiter am Ende der Periode	9.890	9.225
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter	9.671	9.172



## 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.

	2011	2010
Ergebnis je Aktie	€ 7,69	€ 7,07
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€ 7,68	€ 7,04

## DIVIDENDE

Die Hauptversammlung hat am 14. April 2011 eine Dividende von € 1,80 je Aktie für das Geschäftsjahr 2010 beschlossen. Der Gesamtbetrag der Ausschüttung betrug € 26,9 Mio. und wurde beginnend mit dem 15. April 2011 an die Aktionäre ausgezahlt.

## EIGENKAPITAL

### Gezeichnetes Kapital

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

Die SARPADIS S.A., eine 100%-ige Tochtergesellschaft der PPR S.A., Paris, hält derzeit 72,6% des gezeichneten Kapitals (entspricht 73,5% der ausstehenden Aktien). Darüber hinaus ist der Gesellschaft bekannt, dass BlackRock Inc., Bear Sterns Int. Ltd. und Amundi S.A. die Schwelle von 3% sowie Morgan Stanley die Schwelle von 5% überschritten haben.

### Eigene Aktien

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 20. April 2010 wurde die Gesellschaft ermächtigt, bis zum 19. April 2015 eigene Aktien bis zu zehn Prozent des Grundkapitals zu erwerben. Diese Ermächtigung löst die in der Hauptversammlung vom 13. Mai 2009 erteilte Ermächtigung ab.

Die Gesellschaft hat 124.573 Stück Aktien zu einem Wert von € 26,6 Mio. in den ersten sechs Monaten zurückgekauft.

Zum Ende des zweiten Quartals hält die Gesellschaft insgesamt 173.377 Stück PUMA Aktien im eigenen Bestand, was einem Anteil von 1,15% des gezeichneten Kapitals entspricht.

## Entwicklung der Anzahl der Aktien

	2011	2010
<b>Anzahl der Aktien am Anfang der Periode</b>	<b>15.082.464</b>	<b>15.082.464</b>
Einziehung der eigenen Aktien	0	0
<b>Anzahl der Aktien am Ende der Periode</b>	<b>15.082.464</b>	<b>15.082.464</b>
davon eigene Aktien	-226.792	55.892
Wandlung aus Management Incentives (Ausgabe eigener Aktien)	53.415	0
<b>Ausstehende Aktien am Ende der Periode</b>	<b>14.909.087</b>	<b>15.026.572</b>
<b>Durchschnittlich ausstehende Aktien</b>	<b>15.000.472</b>	<b>15.076.987</b>
Verwässerte Anzahl der Aktien	15.009.373	15.137.916

### **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 Ziffer 2 der Satzung wurde in 2001 ein bedingtes Kapital geschaffen. Dieses ist im Geschäftsjahr 2009 erloschen.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 22. April 2008 kann das Grundkapital um bis zu € 1,5 Mio. 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 weiterer Führungskräfte der Gesellschaft sowie nachgeordneter verbundener 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“ 187.750 Stück Wertsteigerungsrechte aus. Für die Beschreibung der jeweiligen Programme wird auf den Jahresabschluss (Geschäftsbericht) 2010 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 ein bedingtes Kapital 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, die zweite Tranche am 14. April 2009 mit 139.002 Bezugsrechten, die dritte Tranche am 22. April 2010 mit 126.184 Bezugsrechten und die vierte Tranche am 15. April 2011 mit 151.290 Bezugsrechten zugeteilt wurden.

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.



## **SEGMENTBERICHTERSTATTUNG**

Die Segmentberichterstattung erfolgt gemäß der internen Berichtsstruktur nach geografischen Regionen. Die Umsatzerlöse und das Rohergebnis werden nach dem Sitz der jeweiligen Konzerngesellschaft der entsprechenden Region ausgewiesen. Die Innenumsätze der jeweiligen Region werden eliminiert. Die Aufteilung der übrigen Segmentinformationen wird ebenfalls nach dem Sitz der jeweiligen Konzerngesellschaft ermittelt. Die Summen entsprechen jeweils den Beträgen in der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. der Bilanz.

## **KORREKTUR NACH IAS 8**

In Bezug auf die Anpassungen der Vergleichszahlen zum 31. Dezember 2009 gemäß IAS 8 verweisen wir auf das Kapitel 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010.

Die Anpassungen der Vergleichszahlen zum 30. Juni 2010 gemäß IAS 8 werden in der Anlage zum Zwischenbericht auf den Seiten 22 und 23 dargestellt.

## **UMWANDLUNG DER PUMA AG IN DIE PUMA SE**

PUMA hat sich mit der Eintragung ins Handelsregister am 25. Juli 2011 in eine Europäische Aktiengesellschaft umgewandelt. Geschäftsführende Direktoren in der PUMA SE sind neben Franz Koch (CEO) Klaus Bauer (Operations), Stefano Caroti (Vertrieb), Antonio Bertone (Marketing) und Reiner Seiz (Beschaffung).

## **EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG**

Neben der Umwandlung in die PUMA SE am 25. Juli 2011 bestehen keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. Juni 2011 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 27. Juli 2011

Die Geschäftsführenden Direktoren

## Anlage zum Zwischenbericht

Gewinn- und Verlustrechnung	Zweites Quartal			Gesamtjahr		
	Q2/ 2010	Q2/ 2010	Korrekturen	1-6/ 2010	1-6/ 2010	Korrekturen
	angepasst	bisher ausgewiesen	IAS 8	angepasst	bisher ausgewiesen	IAS 8
	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>615,4</b>	<b>615,4</b>	<b>0,0</b>	<b>1.298,7</b>	<b>1.298,5</b>	<b>0,2</b>
Umsatzkosten	-304,2	-305,9	1,7	-629,3	-632,6	3,3
<b>Rohertrag</b>	<b>311,2</b>	<b>309,5</b>	<b>1,7</b>	<b>669,4</b>	<b>665,9</b>	<b>3,5</b>
- in % der konsolidierten Umsätze	50,6%	50,3%		51,5%	51,3%	
Lizenz- und Provisionserträge	5,1	5,1	0,0	10,0	10,0	0,0
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-253,7	-250,5	-3,2	-499,3	-492,8	-6,5
<b>Operatives Ergebnis vor Sondereffekten</b>	<b>62,5</b>	<b>64,1</b>	<b>-1,6</b>	<b>180,1</b>	<b>183,2</b>	<b>-3,1</b>
- in % der konsolidierten Umsätze	10,2%	10,4%		13,9%	14,1%	
Sondereffekte	-8,9	0,0	-8,9	-17,8	0,0	-17,8
<b>Operatives Ergebnis (EBIT)</b>	<b>53,6</b>	<b>64,1</b>	<b>-10,5</b>	<b>162,3</b>	<b>183,2</b>	<b>-20,9</b>
- in % der konsolidierten Umsätze	8,7%	10,4%		12,5%	14,1%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-1,3	-1,1	-0,2	-2,7	-2,3	-0,4
<b>Gewinn vor Steuern (EBT)</b>	<b>52,3</b>	<b>63,1</b>	<b>-10,8</b>	<b>159,6</b>	<b>180,9</b>	<b>-21,3</b>
- in % der konsolidierten Umsätze	8,5%	10,2%		12,3%	13,9%	
Ertragssteuern	-18,2	-18,2	0,0	-53,0	-53,0	0,0
- Steuerquote	34,9%	28,9%		33,2%	29,3%	
Minderheiten zuzurechnende Gewinne	-0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Konzerngewinn</b>	<b>34,0</b>	<b>44,8</b>	<b>-10,8</b>	<b>106,6</b>	<b>127,9</b>	<b>-21,3</b>
<b>Gewinn je Aktie (€)</b>	<b>2,26</b>	<b>2,97</b>	<b>-0,72</b>	<b>7,07</b>	<b>8,48</b>	<b>-1,42</b>
<b>Gewinn je Aktie (€) - verwässert</b>	<b>2,25</b>	<b>2,96</b>	<b>-0,71</b>	<b>7,04</b>	<b>8,45</b>	<b>-1,41</b>
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				15,077		
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				15,138		

Bilanz	30.06.'10 angepasst € Mio.	30.06.'10 bisher ausgewiesen € Mio.	Korrekturen IAS 8 € Mio.
<b>AKTIVA</b>			
Flüssige Mittel	448,3	453,4	-5,1
Vorräte	453,1	456,8	-3,7
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	497,1	543,4	-46,3
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	128,4	142,0	-13,6
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	26,6	26,6	0,0
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.553,6</b>	<b>1.622,1</b>	<b>-68,5</b>
Latente Steuern	48,5	51,5	-3,0
Sonstige langfristige Vermögenswerte	616,4	637,7	-21,3
Differenz aus vorläufiger Kaufpreisallokation	66,3	66,3	0,0
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>731,3</b>	<b>755,4</b>	<b>-24,1</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>2.284,8</b>	<b>2.377,6</b>	<b>-92,7</b>
<b>PASSIVA</b>			
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	51,5	31,9	19,6
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	395,4	389,3	6,1
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	232,6	231,2	1,4
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	78,4	87,3	-8,9
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>757,9</b>	<b>739,7</b>	<b>18,2</b>
Latente Steuern	4,4	4,4	0,0
Pensionsrückstellungen	24,6	24,5	0,1
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	159,7	142,9	16,8
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>188,7</b>	<b>171,8</b>	<b>16,9</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.338,3</b>	<b>1.466,1</b>	<b>-127,8</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>2.284,8</b>	<b>2.377,6</b>	<b>-92,7</b>

**Vorstand (zum 30.06.2011)**

**Jochen Zeitz**  
(Vorstandsvorsitzender)

**Melody Harris-Jensbach**  
(Stellvertretende Vorstandsvorsitzende)  
Produkt

**Franz Koch**  
Strategie

**Klaus Bauer**  
Finanzen, Recht, Operations, Logistik, IT, Personal

**Stefano Caroti**  
Vertrieb

**Reiner Seiz**  
Beschaffung  
(Stellvertretendes Vorstandsmitglied)

**Antonio Bertone**  
Marketing  
(Stellvertretendes Vorstandsmitglied)

**Aufsichtsrat (zum 30.06.2011)**

**François-Henri Pinault**  
(Vorsitzender)

**Thore Ohlsson**  
(Stellvertretender Vorsitzender)

**Jean-François Palus**

**Grégoire Amigues**

**Erwin Hidel**  
(Arbeitnehmervetreter)

**Oliver Burkhardt**  
(Arbeitnehmervetreter)



## **Finanzkalender Geschäftsjahr 2011**

15. Februar 2011	Endgültige Geschäftsergebnisse 2010
14. April 2011	Hauptversammlung
26. April 2011	Zwischenbericht Q1/2011 Presse- und Analysten-Conference Call
27. Juli 2011	Zwischenbericht Q2/2011 Presse- und Analysten-Conference Call
25. Oktober 2011	Zwischenbericht Q3/2011 Presse- und Analysten- Conference Call

## **Herausgeber**

PUMA SE  
PUMA Way 1  
D-91074 Herzogenaurach

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

Die Finanzergebnisse und andere Finanzinformationen stehen im Internet unter „[about.puma.com](http://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 eines der weltweit führenden Sportlifestyle-Unternehmen, das Schuhe, Textilien und Accessoires designed und entwickelt. PUMA setzt sich dafür ein, Kreativität zu fördern, im Rahmen seines Nachhaltigkeits-Konzeptes SAFE umwelt- und sozialverträglich zu handeln und zum Frieden beizutragen. Gemäß unserer Unternehmensprinzipien wollen wir das fair, ehrlich, positiv und kreativ tun. PUMA ist Sport und Mode. Zu seinen Sport Performance und Lifestyle-Kategorien gehören u.a. Fußball, Running, Motorsport, Golf und Segeln. Im Bereich Sport Fashion kooperiert PUMA mit namhaften Designer-Labels wie Alexander McQueen, Yasuhiro Mihara und Sergio Rossi. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra und Tretorn. Das Unternehmen, das 1948 gegründet wurde, vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt weltweit mehr als 9.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentralen befinden sich in Herzogenaurach, Boston, London und Hongkong. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: [www.puma.com](http://www.puma.com)