



PRESSEMITTEILUNG

Geschäftsumfeld beeinträchtigt PUMAs Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Quartal

Herzogenaurach, 14. Mai 2013

Ereignisse im ersten Quartal 2013

- Konsolidierte Umsätze fallen währungsbereinigt um 2,3% auf € 782 Millionen
- Gewinn pro Aktie geht von € 4,92 auf € 3,36 zurück
- Transformations- und Kostensenkungsprogramm ist auf Kurs
- Neuer CEO Björn Gulden ernannt
- PUMA-Partner Borussia Dortmund erreicht Champions League-Finale

Umsatz auf einen Blick

Umsatz nach Regionen und Produktsegmenten € Mio.	Q1		Wachstumsraten	
	2013	2012	Euro	währungsbereinigt
Aufgliederung nach Regionen				
EMEA	347,9	368,0	-5,5%	-4,8%
Amerika	260,2	260,8	-0,2%	1,8%
Asien/Pazifik	173,4	192,1	-9,7%	-2,9%
Gesamt	781,6	820,9	-4,8%	-2,3%
Aufgliederung nach Produktsegmenten				
Schuhe	373,1	414,6	-10,0%	-7,8%
Textilien	256,1	267,6	-4,3%	-1,1%
Accessoires	152,4	138,7	9,9%	11,9%
Gesamt	781,6	820,9	-4,8%	-2,3%

Michael Lämmermann, CFO der PUMA SE: "In dem derzeit schwierigen Geschäftsumfeld, vor allem in Europa und in Asien, treiben wir die Umsetzung unseres Transformations- und Kostensenkungsprogramms voran, um effizienter zu werden und unsere Kostenbasis zu verschlanken. Dadurch werden wir PUMAs Profitabilität langfristig steigern. Durch den Einzug von Borussia Dortmund ins Champions League-Finale haben wir nicht nur PUMAs Markenpräsenz und Glaubwürdigkeit als Premium-Fußballmarke weiter gestärkt, sondern auch unseren Fokus auf den Bereich Sport Performance-Bereich geschärft."

Umsatzentwicklung nach Regionen

Geschäftsumfeld in Europa bleibt schwierig

Das Sportlifestyle-Unternehmen PUMA hat im ersten Quartal einen Umsatzrückgang verzeichnet. Belastende Faktoren waren vor allem das anhaltend schwache Konsumumfeld in der Eurozone und die Umsatzentwicklung in Asien, die hauptsächlich durch einen ungewöhnlich langen Winter beeinträchtigt wurde. Die Erlöse fielen im Vergleich zum Vorjahresquartal währungsbereinigt um 2,3% auf € 782 Millionen.

PUMAs Umsätze in der Region **Amerika** verbesserten sich währungsbereinigt um 1,8% auf € 260 Millionen. Starke Umsatzentwicklungen verzeichneten die Tochtergesellschaften in Mexiko und Brasilien, wo der Absatz von Teamsport-Produkten durch unseren Ausrüstervertrag mit dem brasilianischen Fußballclub aus Rio de Janeiro Botafogo beflügelt wurde. Argentinien legte ebenfalls stark zu, nachdem Lifestyle-Kollektionen gute Erlöse erzielten. Der Bereich Cobra PUMA Golf verzeichnete weiterhin hervorragende Ergebnisse, was sich auch in steigenden Umsätzen in Nordamerika widerspiegelte.

Die Umsätze in der Region **EMEA** litten vor allem unter der allgemeinen Konsumschwäche – unter anderem auch hier bedingt durch den ungewöhnlich langen Winter – und gingen währungsbereinigt um 4,8% auf € 348 Millionen zurück. Solide Umsatzentwicklungen in Russland, Türkei und der D-A-CH-Region, wo Retro-Schuhmodelle wie der Suede und neue Textilkollektionen aus unserer Motorsport-Kategorie von den Verbrauchern stark nachgefragt wurden, konnten schwächere Geschäftsentwicklungen in Italien und Frankreich nicht vollständig

ausgleichen. Eine weiter anhaltend hohe Arbeitslosigkeit in den südlichen Regionen der Eurozone nährte das schwierige Konsumumfeld zusätzlich.

In der Region **Asien/Pazifik** gingen die Umsätze währungsbereinigt um 2,9% auf € 173 Millionen zurück. Indien – gestützt durch ein starkes Wachstum der Kategorie Running und Teamsport – und Australien verzeichneten jeweils gute Geschäftsentwicklungen, diese konnten allerdings die weniger zufriedenstellenden Absatzzahlen aus Japan und China nicht ausgleichen. Die Erlöse in Japan wurden vor allem durch einen ungewöhnlich strengen Winter beeinträchtigt, während in China vor allem die Verkäufe für Fitness- & Training-Produkte hinter den Erwartungen zurückblieben.

Zufriedenstellende Entwicklung im Einzelhandelsgeschäft

PUMAs Einzelhandelsumsätze stiegen währungsbereinigt um 13,9% auf € 135 Millionen, was einem Anteil am Gesamtumsatz von 17,3% entspricht. Dieser Umsatzanstieg ergab sich vor allem durch hervorragende Erlöse in PUMA's Ecommerce-Geschäft, insbesondere in Nordamerika.

Umsatzentwicklung nach Produktsegmenten

Das Fehlen von sportlichen Großereignissen beeinträchtigt Umsatzentwicklung im Segment Schuhe; Mobium erfolgreich in den Markt eingeführt

Accessoires legten in den ersten drei Monaten des Jahres währungsbereinigt besonders stark um 11,9% auf € 152 Millionen zu. Diese positive Entwicklung wurde erneut durch die guten Ergebnisse von Cobra PUMA Golf sowie unseren nordamerikanischen Joint-Ventures für Socken und Bodywear gestützt.

Das Geschäft mit **Textilien** war im ersten Quartal währungsbereinigt um 1,1% auf € 256 Millionen leicht rückläufig. Während der Bereich Fundamentals zurückging, verzeichneten Cobra PUMA Golf und die Kategorie Running anhaltend gute Entwicklungen. Im Bereich Teamsport überzeugte vor allem unsere derzeit erfolgreichste Vereinsmannschaft **Borussia Dortmund**, die mit ihrer Qualifikation für das Champions League-Finale die Fußballfans weltweit begeisterte und damit PUMAs Position als eine Premium-Fußballmarke hervorhob.

PUMA hat kürzlich die Performance-Textilien **PUMA ACTV** und **RCVR**, die mit dem ISPO Gold Award ausgezeichnet wurden, erfolgreich in den Markt eingeführt. Beide Konzepte verbinden die Vorteile von Kompressionstextilien mit den Prinzipien des Performance-Tapings. Während PUMA ACTV damit während des Trainings einen schnelleren und effektiveren Energiefluss zu den Muskeln ermöglicht, unterstützt die neu entwickelte RCVR-Technologie die Regeneration nach der Trainingseinheit. PUMA setzt damit neue Maßstäbe im Bereich Performance-Textilien.

Der Umsatz im Segment **Schuhe** sank währungsbereinigt um 7,8% auf € 373 Millionen. Die Entwicklung war teilweise bedingt durch die Kategorie Teamsport, in der aufgrund fehlender sportlicher Großereignisse in diesem Jahr die Verkäufe rückläufig waren. Zudem litt PUMAs Training- & Fitness-Kategorie unter der gedämpften Nachfrage nach Toning-Produkten. Im Bereich **Lifestyle** wurde die neue Schuhkollektion an Suede- und Archive Lite-Modellen im Markt sehr gut angenommen. Hier machte sich außerdem der gute Verkauf unserer erfolgreichen Modelle Future Suede Lite und TX-3 in der Region Asien/Pazifik bemerkbar.

Vor dem Hintergrund der erfolgreichen Einführung unserer neuen Markenplattform „The Nature of Performance“, die unsere Produktinitiativen im Bereich Performance bündelt und stärkt, verzeichnete PUMA **Running**, gestützt durch unseren adaptiven Running-Schuh PUMA Mobium Elite, eine positive Entwicklung. Der Mobium Elite erzielte in vielen Märkten – einschließlich den USA und der Region Asien/Pazifik – einen anhaltend starken Abverkauf.

Umsetzung des Transformationsprogramms auf Kurs

Die Umsetzung von PUMAs Transformationsprogramm wurde im ersten Quartal weiter forciert. Wir haben die Schaffung unserer neuen Business Unit-Struktur, entlang der zwei Säulen Performance und Lifestyle, abgeschlossen. Damit entwickelt sich die Struktur immer mehr zu einer auf den Markt und den Konsumenten ausgerichteten Organisation. Jeder der sechs Geschäftsbereiche wird von einem Business Unit-Manager geleitet, der die komplette Verantwortung trägt. Das Team eines jeden Geschäftsbereichs ist dabei zentral an einem Ort ansässig, um schneller auf Verbrauchertrends reagieren zu können und eine möglichst effektive Zusammenarbeit zu gewährleisten.

Die Konsolidierung der Region Europa von 23 Länderorganisationen zu insgesamt sieben Ländergruppen liegt ebenfalls im Plan, wobei die Ländergruppen D-A-CH und Iberia bereits etabliert sind. Zudem hat PUMA im ersten Quartal 45 unrentable Einzelhandelsgeschäfte geschlossen.

PUMA wird alle Maßnahmen, die im Rahmen des Transformations- und Kostensenkungsprogramms im Jahr 2012 beschlossen wurden, weiter konsequent umsetzen, so dass das Unternehmen mittel- und langfristig davon profitieren wird.

Marge, Aufwendungen und Profitabilität

Rohermtragsmarge sinkt auf 49,1%

PUMAs **Rohermtragsmarge** reduzierte sich von 51,2% auf 49,1% im Vergleich zum Vorjahr. Zwei Gründe waren hauptsächlich für diesen Rückgang verantwortlich: Erhebliche Währungskurseffekte als Folge negativer Hedging-Positionen in den ersten drei Monaten 2013 im Vergleich zum Vorjahr sowie auch ein starker Fokus auf die Vorratsbestände, insbesondere im Bereich Schuhe, im Zusammenspiel mit höheren Beschaffungskosten.

In der Folge sank die Rohermtragsmarge bei Schuhen von 49,5% auf 46,1%. Textilien war von 53,5% auf 51,5% rückläufig, während sich die Marge bei Accessoires von 51,9% auf 52,6% verbesserte.

Operative Aufwendungen sinken aufgrund des Transformations- und Kostensenkungsprogramms

Beide weitreichend angelegten Programme zielen darauf ab, die Kosten zu reduzieren und haben dazu geführt, dass sich die operativen Aufwendungen in nahezu allen Bereichen verringerten und um 3,9% auf € 310 Millionen zurückgegangen sind.

Operatives Ergebnis (EBIT) durch Rückgang der Rohermtragsmarge beeinträchtigt

Trotz der im Rahmen des Kostensenkungsprogramms erzielten Kosteneinsparungen hat sich das **operative Ergebnis** in den ersten drei Monaten von € 102 Millionen auf € 79 Millionen verringert. Diese Entwicklung ist durch den Rückgang in Umsatz und Rohermtragsmarge bedingt. Dadurch reduzierte sich die operative Marge von 12,4% auf 10,1%.

Finanzergebnis rückläufig

Das Finanzergebnis ging im ersten Quartal aufgrund negativer Währungskurseffekte von € 1,1 Millionen auf € -4,0 Millionen zurück.

Gewinn vor Steuern (EBT) sinkt

PUMAs **Gewinn vor Steuern** betrug im ersten Quartal 2013 € 75 Millionen gegenüber € 103 Millionen im Vorjahr. Im Verhältnis zum Umsatz entspricht dies einer Marge von 9,6% verglichen mit 12,6% in 2012. Der **Steueraufwand** reduzierte sich von € 28 Millionen auf € 22 Millionen und die Steuerquote betrug 29,3% gegenüber 27,1% im ersten Quartal 2012.

Konzerngewinn geht zurück

Der **Konzerngewinn** verringerte sich um 32,0% von € 74 Millionen auf € 50 Millionen. Das **Ergebnis pro Aktie** ging ebenfalls von € 4,92 auf € 3,36 im ersten Quartal 2013 zurück.

Vermögens- und Finanzlage

Eigenkapital verbessert sich weiter

PUMAs Eigenkapitalausstattung hat sich weiter verbessert. Die **Eigenkapitalquote** stieg leicht von 66,4% auf 66,7% im Vergleich zum Vorjahr. Das **Eigenkapital** stieg damit von € 1.652 Millionen auf € 1.676 Millionen.

Working Capital steigt an

PUMAs **Working Capital** stieg um 7,0% auf € 775 Millionen, nachdem sich die Verbindlichkeiten reduziert haben. Ein starker Fokus lag weiterhin auf dem Lagerbestandsmanagement und die **Vorräte** blieben mit € 592 Millionen nahezu unverändert. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** verringerten sich um 4,3% auf € 594 Millionen, was auf den Umsatzrückgang im Quartal zurückzuführen ist.

Cashflow / Investitionen

Trotz des Rückgangs des Vorsteuerergebnisses verbesserte sich der **freie Cashflow** bedingt durch niedrigere Zahlungen für Akquisitionen von € -200 Millionen im vergangenen Jahr auf € -154 Millionen in diesem Jahr.

Die **Investitionen ins Anlagevermögen** gingen von € 14 Millionen auf € 9 Millionen zurück und betrafen hauptsächlich die Eröffnung sowie den Umbau einiger ausgewählter Einzelhandelsgeschäfte sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Liquidität verbessert sich

PUMAs **Nettoliiquidität** verbesserte sich zum Stichtag leicht von € 203 Millionen auf € 207 Millionen.

Allgemeines

Neuer Vorsitzender der Geschäftsführung (CEO) bestellt

Der Verwaltungsrat der PUMA SE hat Björn Gulden mit Wirkung zum 1. Juli 2013 zum neuen Vorsitzenden der Geschäftsführung (CEO) von PUMA bestellt. Björn Gulden verfügt über eine fast 20-jährige umfassende internationale Erfahrung in verschiedenen Managementpositionen innerhalb der Sportartikel- und Schuhbranche.

Ausblick 2013

Aufgrund der Geschäftsentwicklung im ersten Quartal und angesichts des anhaltend unsicheren gesamtwirtschaftlichen Umfelds in einigen Schlüsselmärkten geht das Management für das Gesamtjahr von einem währungsbereinigten Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich aus. Dies entspricht einer leichten Anpassung der bisherigen Prognose nach unten.

Das Management bestätigt seine Erwartungen, dass der Druck auf die Rohertragsmarge anhält. Unter diesen Umständen ist es unwahrscheinlich, dass PUMA seine ursprüngliche Prognose eines niedrigen bis mittleren einstelligen prozentualen Anstiegs des operativen Ergebnisses (EBIT) vor Sondereffekten erreichen wird. Das Management bekräftigt allerdings seine Erwartung, dass sich der Konzerngewinn im Vergleich zu 2012 verbessern wird.

Erstes Quartal

Gewinn- und Verlustrechnung	Q1/2013 € Mio.	Q1/2012 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	781,6	820,9	-4,8%
Umsatzkosten	-397,6	-400,7	-0,8%
Rohertrag	384,0	420,1	-8,6%
- in % der konsolidierten Umsätze	49,1%	51,2%	
Lizenz- und Provisionserträge	4,8	4,3	11,9%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-309,8	-322,4	-3,9%
Operatives Ergebnis (EBIT)	79,0	102,0	-22,6%
- in % der konsolidierten Umsätze	10,1%	12,4%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-4,0	1,1	
Gewinn vor Steuern (EBT)	75,0	103,1	-27,2%
- in % der konsolidierten Umsätze	9,6%	12,6%	
Ertragssteuern	-22,0	-27,9	-21,3%
- Steuerquote	29,3%	27,1%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Gewinne	-2,8	-1,2	
Konzerngewinn	50,3	73,9	-32,0%
Gewinn je Aktie (€)	3,36	4,92	-31,8%
Gewinn je Aktie (€) - verwässert	3,36	4,92	-31,8%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien	14,965	15,010	-0,3%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert	14,966	15,017	-0,3%

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

Bilanz	31.03.'13 € Mio.	31.03.'12 € Mio.	Abwei- chung	31.12.'12 € Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	260,0	245,8	5,8%	407,3
Vorräte	591,6	587,1	0,8%	552,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	593,7	620,5	-4,3%	507,0
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	178,3	162,4	9,8%	167,4
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	17,2	15,8	8,5%	8,4
Kurzfristige Vermögenswerte	1.640,7	1.631,5	0,6%	1.642,6
Latente Steuern	139,0	110,3	26,1%	152,0
Sonstige langfristige Vermögenswerte	734,2	744,3	-1,4%	735,7
Langfristige Vermögenswerte	873,2	854,6	2,2%	887,6
Summe Aktiva	2.513,9	2.486,2	1,1%	2.530,3
PASSIVA				
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	53,4	42,6	25,3%	44,1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	376,0	393,5	-4,5%	376,1
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	212,9	252,7	-15,8%	227,2
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	66,9	10,0	571,8%	156,1
Kurzfristige Verbindlichkeiten	709,2	698,8	1,5%	803,5
Latente Steuern	54,6	64,8	-15,7%	54,1
Pensionsrückstellungen	31,1	30,1	3,3%	30,7
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	43,4	40,8	6,3%	44,7
Langfristige Verbindlichkeiten	129,1	135,7	-4,9%	129,4
Eigenkapital	1.675,6	1.651,6	1,5%	1.597,4
Summe Passiva	2.513,9	2.486,2	1,1%	2.530,3

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

Kapitalflussrechnung	1-3/2013 € Mio.	1-3/2012 € Mio.	Abwei- chung
Gewinn vor Steuern (EBT)	75,0	103,1	-27,2%
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	13,7	17,8	-23,3%
Brutto Cashflow	88,7	120,9	-26,6%
Veränderung Netto-Umlaufvermögen	-177,4	-193,9	-8,5%
Steuer- und Zinszahlungen	-38,8	-26,5	46,4%
Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-127,5	-99,5	28,1%
Zahlung für Akquisitionen	-19,5	-88,6	-78,0%
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-8,9	-13,8	-35,4%
Andere Investitionstätigkeiten	2,4	1,8	31,3%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Investitionstätigkeit	-26,1	-100,6	-74,1%
Freier Cashflow	-153,6	-200,1	-23,3%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-134,0	-111,5	20,2%
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Gesellschafter	-0,4	-0,6	-32,6%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	7,8	7,2	8,2%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	7,4	6,6	11,7%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-1,1	-9,0	-87,6%
Veränderung des Finanzmittelbestandes	-147,3	-202,5	-27,3%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	407,3	448,2	-9,1%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	260,0	245,8	5,8%

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

Pressekontakt:

Kerstin Neuber - Corporate Communications - PUMA SE - +49 9132 81 2984 - kerstin.neuber@puma.com

Investor Relations:

Carl Baker – Finance - PUMA SE - +49 9132 81 3188 – carl.baker@puma.com

Hinweise an die Redaktionen:

- Die Pressemitteilung und Geschäftsberichte finden Sie online auf www.about.puma.com.
- PUMA SE Börsenkürzel:
Reuters: PUMG.DE, Bloomberg: PUM GY,
Börse Frankfurt: ISIN: DE0006969603 – WKN: 6969603

Anmerkungen hinsichtlich zukunftsgerichteter Aussagen:

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

PUMA ist eines der weltweit führenden Sportlifestyle-Unternehmen, das Schuhe, Textilien und Accessoires designt und entwickelt. PUMA setzt sich dafür ein, Kreativität zu fördern, im Rahmen seines Nachhaltigkeits-Konzeptes PUMA.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 und Mihara Yasuhiro. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra Golf und Tretorn. Das Unternehmen, das 1948 gegründet wurde, vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt rund 10.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentralen befinden sich in Herzogenaurach, Boston, London und Hongkong. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: www.puma.com