



PUMAs Umsatz und Profitabilität erholen sich im dritten Quartal
PUMA bleibt aufgrund von COVID-19 vorsichtig für das vierte Quartal

Herzogenaurach, 28. Oktober 2020

Geschäftsentwicklung im dritten Quartal 2020

- Umsätze steigen währungsbereinigt um 13,3% auf € 1.583 Millionen (+7,2% in der Berichtswährung Euro)
- Rohertragsmarge verringert sich auf 47,0%, insbesondere aufgrund negativer Währungseffekte, mehr Verkaufsförderungsmaßnahmen und einer ungünstigeren regionalen Umsatzverteilung
- Operative Aufwendungen (OPEX) sinken aufgrund verschiedener Maßnahmen zur Kosteneinsparung um 3,3%
- Operatives Ergebnis (EBIT) erhöht sich um 16,8% auf € 190 Millionen
- PUMA unterzeichnet langfristige Partnerschaft mit dem brasilianischen Fußballstar Neymar Jr
- Erfolgreiche Markteinführung des Fußballschuhs ULTRA und des Basketballschuhs RS DREAMER
- PUMA Basketballspieler Danny Green und Kyle Kuzma gewinnen den NBA 2020 Titel mit den Los Angeles Lakers
- PUMA nimmt mit LaMelo Ball den potenziellen Top-Pick im NBA 2020 Draft unter Vertrag
- PUMA- und Cobra-Golf-Athlet Bryson DeChambeau gewinnt die U.S. Open Championship 2020
- Streubesitz der PUMA-Aktien erhöht sich nach dem Verkauf eines Anteils von 5,9% durch Kering

Geschäftsentwicklung Januar bis September 2020

- Umsätze sinken währungsbereinigt um 5,1% auf € 3.714 Millionen (-7,7% in der Berichtswährung Euro)
- Rohertragsmarge sinkt auf 46,5% (Vorjahr: 49,4%), insbesondere aufgrund negativer Währungseffekte, mehr Verkaufsförderungsmaßnahmen und höherer Wertberichtigung von Vorräten
- Operative Aufwendungen (OPEX) sinken aufgrund verschiedener Kosteneinsparungen im zweiten und dritten Quartal um 1,5% auf € 1.596 Millionen
- Operatives Ergebnis (EBIT) liegt bei einem Gewinn von € 146 Millionen (Vorjahr: € 385 Millionen)
- Konzernergebnis beträgt € 54,2 Millionen und das Ergebnis je Aktie € 0,36
- Um auf die Folgen einer möglicherweise länger andauernden COVID-19 Pandemie vorbereitet zu sein, sichert sich PUMA im Mai eine zusätzliche Kreditlinie in Höhe von € 900 Millionen, die bislang nicht in Anspruch genommen wurde
- PUMA veröffentlicht die neuen Nachhaltigkeitsziele 10FOR25, um seine Ambitionen im Bereich Nachhaltigkeit zu unterstreichen

Bjørn Gulden, Chief Executive Officer PUMA SE:

„Das dritte Quartal entwickelte sich viel besser als ich es erwartet hatte. Einzelhandelsgeschäfte wurden wiedereröffnet, Sportveranstaltungen konnten wieder stattfinden, das Verbrauchervertrauen verbesserte sich und unsere Umsätze stiegen von Woche zu Woche. Ich denke, diese positive Entwicklung bestätigt sowohl die Stärke von PUMA als Marke als auch die der Sportartikelindustrie insgesamt.

Trotz hoher Rabatte im Markt und Währungsentwicklungen, die unsere Margen unter Druck setzten, konnten wir unser EBIT im Vergleich zum Vorjahr sogar verbessern. Dies haben wir durch eine weiterhin starke Kostenkontrolle erreicht, die wir im extrem schwachen zweiten Quartal eingeführt haben, und durch weniger, aber effizientere Marketingaktivitäten.

Der Oktober hat gut begonnen, aber die jüngste Entwicklung von COVID-19 und der Anstieg der Infektionen, die wir weltweit beobachten, lassen uns für den Rest des Jahres vorsichtiger werden.

Wir werden kurzfristig weiterhin durch diese Pandemie steuern, ohne PUMAs mittelfristiges Momentum zu beeinträchtigen. Investitionen in neue Partnerschaften mit Neymar Jr und LaMelo Ball unterstreichen unsere Zuversicht in eine starke Zukunft unserer Marke.“

Umsatzentwicklung:

Umsatz nach Regionen und Produktbereichen € Mio.	Q3		Wachstumsraten		1-9		Wachstumsraten	
	2020	2019	Euro	währungs- bereinigt	2020	2019	Euro	währungs- bereinigt
Aufgliederung nach Regionen								
EMEA	664,1	582,2	14,1%	17,7%	1.490,8	1.533,1	-2,8%	-1,0%
Amerika	546,8	498,6	9,7%	20,7%	1.227,7	1.377,9	-10,9%	-6,5%
Asien/Pazifik	372,5	396,8	-6,1%	-1,9%	995,8	1.112,6	-10,5%	-9,1%
Gesamt	1.583,4	1.477,6	7,2%	13,3%	3.714,3	4.023,6	-7,7%	-5,1%
Aufgliederung nach Produktbereichen								
Schuhe	700,5	660,1	6,1%	13,9%	1.726,6	1.889,4	-8,6%	-5,4%
Textilien	607,0	584,9	3,8%	8,8%	1.333,1	1.485,3	-10,3%	-8,0%
Accessoires	275,9	232,6	18,6%	23,0%	654,6	648,9	0,9%	2,2%
Gesamt	1.583,4	1.477,6	7,2%	13,3%	3.714,3	4.023,6	-7,7%	-5,1%

Drittes Quartal 2020

PUMAs **Umsätze** erholten sich im dritten Quartal 2020 und stiegen währungsbereinigt um 13,3% auf € 1.583,4 Millionen (+7,2% in der Berichtswährung Euro). Unterstützt durch zusätzliche Nachfrage, die auf ein schwaches zweites Quartal folgte (-30,7% währungsbereinigt), beschleunigte sich das Umsatzwachstum im dritten Quartal und entwickelte sich besser als erwartet. Diese Entwicklung wurde insbesondere durch einen starken Umsatzanstieg in Amerika (+20,7%) und EMEA (+17,7%) erzielt. Der Umsatz ging in Asien/Pazifik um 1,9% zurück, aufgrund eines langsameren Wachstums im Großraum China und eines Umsatzrückgangs in Indien, Korea und Südostasien. Schuhe, Textilien und Accessoires zeigten mit einem Umsatzanstieg von 13,9%, 8,8% bzw. 23,0% im dritten Quartal alle ein starkes Wachstum. Performance-Kategorien wie Basketball, Motorsport, Golf und Teamsport wiesen die höchsten Wachstumsraten auf.

Das **Großhandelsgeschäft** stieg währungsbereinigt um 12,3% auf € 1.202,5 Millionen. PUMAs **Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC)**, das sowohl eigene Einzelhandelsgeschäfte als auch den Bereich E-Commerce umfasst, stieg währungsbereinigt um 16,7% auf € 380,9 Millionen, angetrieben durch ein starkes E-Commerce Wachstum von 60,9%.

Die **Rohertagsmarge** verringerte sich um 270 Basispunkte auf 47,0%, insbesondere aufgrund negativer Währungseffekte, mehr Verkaufsförderungsmaßnahmen und einer ungünstigeren regionalen Umsatzverteilung.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)** sanken um 3,3% auf € 559,6 Millionen. Die Fortsetzung verschiedener Kosteneinsparungsmaßnahmen, die am Ende des ersten und während des zweiten Quartals eingeleitet wurden, führte im dritten Quartal zu einem operativen Leverage.

Das **operative Ergebnis (EBIT)** stieg um 16,8% von € 162,2 Millionen im Vorjahr auf € 189,5 Millionen aufgrund des starken Umsatzwachstums in Verbindung mit dem operativen Leverage und trotz einer niedrigeren Rohertragsmarge. Dies entspricht einer Verbesserung der EBIT-Marge von 11,0% im Vorjahr auf 12,0% im dritten Quartal 2020.

Das **Konzernergebnis** stieg um 13,0% von € 100,5 Millionen auf € 113,6 Millionen und das **Ergebnis je Aktie** erhöhte sich entsprechend von € 0,67 im dritten Quartal des Vorjahres auf € 0,76.

Januar bis September 2020

Für PUMA begann das Jahr mit einem sehr positiven Auftragsbestand für das Jahr 2020 und mit einem starken und ausgewogenen Wachstum in allen Regionen. Nachdem China mit einem zweistelligen Umsatzwachstum im Großhandel, E-Commerce und unseren eigenen Einzelhandelsgeschäften einen guten Jahresauftakt hatte, brach der chinesische Markt in der letzten Januarwoche deutlich ein. In den darauffolgenden sechs Wochen kam beinahe das gesamte Geschäft in China - mit Ausnahme von E-Commerce - zum Erliegen. Als sich China ab Mitte März zu erholen begann, verbreitete sich das Virus auf der ganzen Welt. Am Ende des Monats waren nahezu 80% unserer eigenen Einzelhandelsgeschäfte sowie der Geschäfte unserer Einzelhandelspartner geschlossen. Infolgedessen ging der Umsatz im April im Vergleich zum Vorjahr deutlich um 55% zurück. Im Mai öffneten Geschäfte wieder zunehmend - zunächst in EMEA und später in Nordamerika - und der Umsatz im Monat Mai verbesserte sich, blieb aber mit einem Rückgang von 38% immer noch schwach. Weitere Geschäftsöffnungen im Juni und eine allgemein positivere Stimmung führten zu einer erheblichen Verbesserung und einem monatlichen Umsatzrückgang von nur noch 6%. Ende Juni waren 85% von PUMAs eigenen Einzelhandelsgeschäften wieder geöffnet.

Im dritten Quartal hat sich das Geschäftsumfeld weiter verbessert. Die Umsätze stiegen währungsbereinigt um 13,3% und entwickelten sich besser als erwartet, angetrieben von

einer sehr starken Erholung in Amerika und EMEA. Die meisten Geschäfte - sowohl unsere eigenen als auch die unserer Einzelhandelspartner - waren während des gesamten Quartals geöffnet, wurden jedoch weiterhin durch viele lokale Restriktionen beeinträchtigt. Während die Kundenfrequenz in den Geschäften unter dem Niveau des Vorjahres blieb, war der Anteil der Kunden, die tatsächlich etwas gekauft haben, weiterhin hoch und lag über dem Niveau des Vorjahres.

Unser Direct-to-Consumer-Geschäft verbesserte sich im Laufe des Quartals weiter, erneut angetrieben von einem starken E-Commerce-Geschäft, das währungsbereinigt um 60,9% wuchs. Unser Großhandelsgeschäft entwickelte sich im dritten Quartal mit einem währungsbereinigten Umsatzwachstum von 12,3% ebenfalls sehr positiv. Ein guter Abverkauf und erfolgreiche Neueinführungen von PUMA-Produkten in Verbindung mit einem gestiegenen Vertrauen bei unseren Einzelhandelspartnern führten zu dieser positiven Entwicklung.

Insgesamt sanken die **Umsätze** in den ersten neun Monaten des Jahres 2020 währungsbereinigt um 5,1% auf € 3.714,3 Millionen (-7,7% in der Berichtswährung Euro). Trotz des Umsatzwachstums im dritten Quartal verzeichneten alle Regionen auf Neunmonatsbasis einen Umsatzrückgang, wobei der Umsatz in EMEA währungsbereinigt um 1,0%, Amerika um 6,5% und Asien/Pazifik um 9,1% zurückging. Der Umsatz bei Schuhen ging währungsbereinigt um 5,4% und bei Textilien um 8,0% zurück, während der Umsatz bei Accessoires um 2,2% anstieg.

Das **Großhandelsgeschäft** ging währungsbereinigt um 6,8% auf € 2.791,8 Millionen zurück. PUMAs **Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC)**, das sowohl eigene Einzelhandelsgeschäfte als auch den Bereich E-Commerce umfasst, stieg währungsbereinigt um 0,4% auf € 922,5 Millionen. Dies entsprach einem Anteil von 24,8% des Gesamtumsatzes in den ersten neun Monaten des Jahres 2020 (Vorjahr: Anteil von 23,5%). Unterstützt durch einen stärkeren Fokus auf Performance-Marketing und erfolgreiche Werbeaktionen sind die Umsätze in unserem E-Commerce-Geschäft währungsbereinigt um 66,5% stark angestiegen.

Die **Rohhertragsmarge** verringerte sich in den ersten neun Monaten im Jahr 2020 um 280 Basispunkte von 49,4% auf 46,5%, insbesondere aufgrund negativer Währungseffekte, mehr Verkaufsförderungsmaßnahmen und höherer Wertberichtigung von Vorräten aufgrund von COVID-19.

In Folge der Kosteneinsparungen im zweiten und dritten Quartal reduzierten sich die **operativen Aufwendungen (OPEX)** in den ersten neun Monaten des Jahres 2020 um 1,5% auf € 1.596,4 Millionen.

Das **operative Ergebnis (EBIT)** sank aufgrund des negativen Ergebnisses im ersten Halbjahr 2020, bedingt durch COVID-19, von € 385,0 Millionen im Vorjahr auf € 145,9 Millionen in den ersten neun Monaten des Jahres 2020.

Das **Konzernergebnis** verringerte sich auf € 54,2 Millionen (Vorjahr: € 244,6 Millionen) und das **Ergebnis je Aktie** fiel entsprechend auf € 0,36 gegenüber € 1,64 im Vorjahr.

Working Capital

Wir konnten unser **Working Capital** um 23,2% auf € 703,2 Millionen verringern (Vorjahr: € 915,7 Millionen). Trotz der negativen Auswirkungen von COVID-19 auf unsere Umsatzerlöse stiegen unsere **Vorräte** nur um 7,1% auf € 1.222,4 Millionen, während die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** um 4,2% auf € 761,5 Millionen zurückgingen. Auf der Passivseite stiegen die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** aufgrund verlängerter Zahlungsfristen mit unseren Lieferanten um 29,8% auf € 937,0 Millionen.

Ausblick 2020

Das Jahr 2020 war bisher aufgrund der COVID-19-Pandemie ein sehr schwieriges Jahr für die Sportartikelindustrie und wird es auch weiterhin bleiben. Das Mantra von PUMA ist es, diese Krise kurzfristig zu bewältigen, ohne unser positives mittelfristiges Momentum zu beeinträchtigen. Nach einem schwachen zweiten Quartal verzeichneten wir im dritten Quartal eine sehr starke Entwicklung bei Umsatz und EBIT. Wir sehen dies als Bestätigung für die Stärke der Marke PUMA und sind optimistisch hinsichtlich unserer mittel- und langfristigen Perspektive. Auch wenn sich das Geschäft im dritten Quartal besser entwickelt hat als wir es erwartet hatten, bleibt die Unsicherheit für das vierte Quartal sehr hoch. Weltweit ist die Zahl

der COVID-19-Infektionen auf dem höchsten Stand seit dem Ausbruch der Pandemie, viele Regionen führen wieder Beschränkungen ein und die Verbraucherstimmung trübt sich erneut ein.

Da die Entwicklung für die kommenden Wochen weiterhin unvorhersehbar ist, können wir keine zuverlässige Finanzprognose für das Gesamtjahr 2020 abgeben.

Gewinn- und Verlustrechnung	Drittes Quartal			Neun Monate		
	Q3/2020 € Mio.	Q3/2019 € Mio.	Abwei- chung	1-9/2020 € Mio.	1-9/2019 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	1.583,4	1.477,6	7,2%	3.714,3	4.023,6	-7,7%
Umsatzkosten	-838,4	-742,8	12,9%	-1.985,8	-2.036,8	-2,5%
Rohhertrag	745,0	734,8	1,4%	1.728,5	1.986,8	-13,0%
- in % der konsolidierten Umsätze	47,0%	49,7%		46,5%	49,4%	
Lizenz- und Provisionserträge	4,2	5,9	-28,8%	13,8	18,9	-27,2%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-559,6	-578,5	-3,3%	-1.596,4	-1.620,7	-1,5%
Operatives Ergebnis (EBIT)	189,5	162,2	16,8%	145,9	385,0	-62,1%
- in % der konsolidierten Umsätze	12,0%	11,0%		3,9%	9,6%	
Finanzergebnis	-17,6	-11,8	49,8%	-38,7	-16,8	130,2%
Ergebnis vor Steuern (EBT)	171,9	150,4	14,3%	107,2	368,2	-70,9%
- in % der konsolidierten Umsätze	10,9%	10,2%		2,9%	9,2%	
Ertragsteuern	-44,7	-39,1	14,2%	-27,9	-97,9	-71,5%
- Steuerquote	26%	26%		26%	27%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Ergebnisse	-13,6	-10,8	26,1%	-25,1	-25,6	-1,9%
Konzernergebnis	113,6	100,5	13,0%	54,2	244,6	-77,8%
Ergebnis je Aktie (€)	0,76	0,67	13,0%	0,36	1,64	-77,8%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	0,76	0,67	13,0%	0,36	1,64	-77,8%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)				149,55	149,51	0,0%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)				149,55	149,51	0,0%

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

Bilanz	30.09.'20 € Mio.	30.09.'19 € Mio.	Abwei- chung	31.12.'19 € Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	380,9	447,4	-14,9%	518,1
Vorräte	1.222,4	1.140,8	7,1%	1.110,2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	761,5	794,8	-4,2%	611,7
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital)	170,2	208,9	-18,5%	196,0
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	33,9	95,4	-64,5%	45,2
Kurzfristige Vermögenswerte	2.568,9	2.687,3	-4,4%	2.481,2
Latente Steuern	274,6	215,5	27,4%	237,7
Nutzungsrechte an Vermögenswerten	847,2	720,3	17,6%	719,0
Sonstige langfristige Vermögenswerte	898,5	931,7	-3,6%	940,3
Langfristige Vermögenswerte	2.020,2	1.867,5	8,2%	1.897,0
Summe Aktiva	4.589,1	4.554,8	0,8%	4.378,2
PASSIVA				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	146,5	287,9	-49,1%	10,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	937,0	722,1	29,8%	843,7
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital)	513,9	506,7	1,4%	524,9
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	154,4	139,9	10,4%	144,8
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	50,8	37,7	34,7%	35,3
Kurzfristige Verbindlichkeiten	1.802,6	1.694,4	6,4%	1.558,9
Latente Steuern	51,2	49,1	4,2%	53,0
Pensionsrückstellungen	33,4	30,2	10,8%	34,1
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	733,7	607,9	20,7%	600,5
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	168,3	206,7	-18,6%	211,4
Langfristige Verbindlichkeiten	986,6	893,9	10,4%	899,0
Eigenkapital	1.799,9	1.966,6	-8,5%	1.920,3
Summe Passiva	4.589,1	4.554,8	0,8%	4.378,2

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

Finanzkalender:

24. Februar 2021	Geschäftsergebnisse 2020
28. April 2021	Quartalsmitteilung Q1 2021
05. Mai 2021	Hauptversammlung

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

Pressekontakt:

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

Investor Relations:

Gottfried Hoppe – Teamhead Investor Relations & Finance Strategy - PUMA SE - +49 9132 81 3157 – investor-relations@puma.com

Hinweise an die Redaktionen:

- Die Finanzberichte finden Sie online auf www.about.puma.com
- PUMA SE Börsenkürzel:
Reuters: PUMG.DE, Bloomberg: PUM GY
Börse Frankfurt: ISIN: DE0006969603 – WKN: 696960

Anmerkungen hinsichtlich zukunftsgerichteter Aussagen:

Dieses Dokument enthält Aussagen über die künftige Geschäftsentwicklung und die strategische Ausrichtung des Unternehmens. Die zukunftsgerichteten Aussagen basieren auf den aktuellen Erwartungen und Annahmen des Managements. Sie unterliegen gewissen Risiken und Schwankungen wie oben und in anderen Veröffentlichungen beschrieben, insbesondere im Kapitel Risiko- und Chancenmanagement des Konzernlageberichts. Sollten diese Erwartungen und Annahmen nicht zutreffen oder unvorhergesehene Risiken eintreten, können die tatsächlichen Finanzergebnisse von den erwarteten Entwicklungen erheblich abweichen. Wir übernehmen daher keine Gewähr für die Richtigkeit dieser Prognosen.

PUMA

PUMA ist eine der weltweit führenden Sportmarken, die Schuhe, Textilien und Accessoires designt, entwickelt, verkauft und vermarktet. Seit über 70 Jahren stellt PUMA die innovativsten Produkte für die schnellsten Sportler der Welt her. Zu unseren Performance- und sportlich-inspirierten Lifestyle-Produktkategorien gehören u.a. Fußball, Running & Training, Basketball, Golf und Motorsport. PUMA kooperiert mit weltweit bekannten Designer-Labels und bringt damit innovative und dynamische Designkonzepte in die Welt des Sports. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra Golf und stichd. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt weltweit mehr als 13.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <http://www.puma.com>