



PUMAs anhaltende Markendynamik und operative Flexibilität führen zu starkem Umsatz- und EBIT-Wachstum im dritten Quartal

Herzogenaurach, 27. Oktober 2021

Geschäftsentwicklung im dritten Quartal 2021

- Umsätze steigen währungsbereinigt um 20% auf € 1.900 Millionen (Q3 2020: € 1.583 Millionen)
- Rohertragsmarge verbessert sich auf 47,4% (Q3 2020: 47,0%)
- Operative Aufwendungen (OPEX) steigen auf € 678 Millionen (Q3 2020: € 560 Millionen)
- Operatives Ergebnis (EBIT) verbessert sich auf € 229 Millionen (Q3 2020: € 190 Millionen)
- Konzernergebnis verbessert sich auf € 144 Millionen (Q3 2020: € 114 Millionen)
- PUMA-Athlet*innen gewinnen 75 Medaillen bei den Olympischen und Paralympischen Spielen in Tokio
- PUMA-Athlet Karsten Warholm gewinnt olympisches Gold und stellt neuen Weltrekord über 400 m Hürden auf
- PUMA-Athletin Molly Seidel gewinnt mit dem neuen PUMA DEVIATE NITRO Laufschuh Bronze im Marathon in Tokio
- PUMA-Sportler LaMelo Ball stellt seinen neuen PUMA MB.01 Basketballschuh vor, der im Dezember auf den Markt kommen soll
- PUMA nimmt den französischen NBA-Spieler Killian Hayes unter Vertrag
- PUMA verkündet eine langfristige Partnerschaft mit US-Fußballer Christian Pulisic
- PUMA lanciert erste Lifestyle-Kollektion mit Neymar Jr.
- PUMA führt ein neues Schuhkarton-Design ein, das jedes Jahr 2.800 Tonnen Karton einspart
- PUMA wird in den DAX40 aufgenommen, den deutschen Börsenindex der größten Unternehmen

Geschäftsentwicklung Januar bis September 2021

- Umsätze steigen währungsbereinigt um 39% auf € 5.038 Millionen (9M 2020: € 3.714 Millionen)
- Rohertragsmarge verbessert sich auf 47,8% (9M 2020: 46,5%)
- Operative Aufwendungen (OPEX) steigen auf € 1.930 Millionen (9M 2020: € 1.596 Millionen)
- Operatives Ergebnis (EBIT) verbessert sich auf € 492 Millionen (9M 2020: € 146 Millionen)
- Konzernergebnis verbessert sich auf € 302 Millionen (9M 2020: € 54 Millionen)

Bjørn Gulden, Chief Executive Officer PUMA SE:

“Das dritte Quartal war erneut ein sehr starkes Quartal für uns. Trotz einer Vielzahl an operativen Herausforderungen konnten wir im dritten Quartal unseren Umsatz um 20% und unser EBIT von € 190 Millionen auf € 229 Millionen steigern.

Im dritten Quartal mussten wir vielfältige Herausforderungen wie Produktionsausfälle durch einen COVID-19-Lockdown in Südvietnam, eine problematische Situation im Frachtbereich mit hohen Frachtraten, unzureichenden Kapazitäten und überlasteten Häfen sowie eine sehr schwierige Marktsituation in China bewältigen. Die Nachfrage nach unseren Produkten war weiterhin hoch und unsere Teams auf der ganzen Welt haben hart gearbeitet, um so viele Produkte wie möglich auszuliefern und möglichst flexibel und serviceorientiert für unsere Partner zu agieren.

Während die Beschaffungssituation voraussichtlich bis Ende des Jahres schwierig sein wird, erwarten wir nach wie vor eine hohe Nachfrage nach unseren Produkten.

Wir werden weiterhin die aktuellen operativen Herausforderungen bestmöglich bewältigen, aber gleichzeitig auch Zukunftsinvestitionen in unsere Marke, Produkte und Infrastruktur tätigen.

Der Ausblick für unsere Branche im Allgemeinen und für PUMA im Besonderen ist in meinen Augen sehr positiv.“

Umsatzentwicklung:

Umsatz nach Regionen und Produktbereichen € Mio.	Q3		Wachstumsraten		1-9		Wachstumsraten	
	2021	2020	Euro	währungs- bereinigt	2021	2020	Euro	währungs- bereinigt
Aufgliederung nach Regionen								
EMEA	813,7	664,1	22,5%	22,3%	1.958,4	1.490,8	31,4%	32,7%
Amerika	700,1	546,8	28,0%	31,2%	1.909,6	1.227,7	55,5%	64,8%
Asien/Pazifik	386,6	372,5	3,8%	1,7%	1.170,3	995,8	17,5%	18,6%
Gesamt	1.900,4	1.583,4	20,0%	20,4%	5.038,3	3.714,3	35,6%	39,1%
Aufgliederung nach Produktbereichen								
Schuhe	846,9	700,5	20,9%	21,6%	2.408,6	1.726,6	39,5%	43,9%
Textilien	735,2	607,0	21,1%	21,3%	1.790,0	1.333,1	34,3%	37,0%
Accessoires	318,3	275,9	15,4%	15,2%	839,7	654,6	28,3%	30,9%
Gesamt	1.900,4	1.583,4	20,0%	20,4%	5.038,3	3.714,3	35,6%	39,1%

Drittes Quartal 2021

Die **Umsätze** stiegen währungsbereinigt um 20,4% auf € 1.900,4 Millionen (+20,0% in der Berichtswährung Euro). Die Region Amerika verzeichnete mit einem währungsbereinigten Umsatzzuwachs von 31,2% das stärkste Wachstum, angetrieben durch eine starke Nachfrage nach der Marke PUMA in dem nordamerikanischen und lateinamerikanischen Markt. Die Region EMEA verzeichnete ein währungsbereinigtes Wachstum von 22,3%, das auf eine starke Nachfrage in Europa und in Schwellenländern wie Russland, der Türkei und Südafrika zurückzuführen ist. Die Region Asien/Pazifik wuchs währungsbereinigt um 1,7% trotz eines schwierigen Marktumfelds im Großraum China und COVID-19-bedingter Lockdown-Maßnahmen in Märkten wie Japan, Südostasien und Australien. Bei den Produktbereichen verzeichneten Schuhe ein währungsbereinigtes Umsatzplus von 21,6%, welches auf eine anhaltend starke Nachfrage nach Produkten unserer Performance- und Sportstyle-Kategorien zurückzuführen ist. Textilien (währungsbereinigt +21,3%) und Accessoires (währungsbereinigt +15,2%) verzeichneten im dritten Quartal 2021 ebenfalls ein zweistelliges Wachstum.

Im Vergleich zum dritten Quartal 2019 stieg der Gesamtumsatz währungsbereinigt um 35,4%.

PUMAs **Großhandelsgeschäft** stieg währungsbereinigt um 22,6% auf € 1.470,5 Millionen. Das **Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC)** wuchs währungsbereinigt um 13,3% auf € 429,9 Millionen, mit Zuwächsen sowohl in den eigenen Einzelhandelsgeschäften (währungsbereinigt +18,0%) als auch im E-Commerce (währungsbereinigt +4,0%). Wir haben unsere Strategie, ein guter und verlässlicher Partner für unsere Großhandelskunden zu sein,

fortgeführt und ihnen weiterhin Priorität eingeräumt, selbst wenn die Produktverfügbarkeit begrenzt war.

Die **Rohermargen** verbesserte sich im dritten Quartal um 40 Basispunkte auf 47,4% (Q3 2020: 47,0% / Q3 2019: 49,7%). Die Verbesserung der Rohermarge wurde durch einen besseren Abverkauf und geringere Verkaufsförderungsmaßnahmen erzielt. Demgegenüber hatten Währungseffekte, Regionale- und Vertriebskanal-Mix-Effekte einschließlich Kostensteigerungen für eingehende Frachten einen negativen Einfluss.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)** stiegen um 21,2% auf € 678,0 Millionen (Q3 2020: € 559,6 Millionen / Q3 2019: € 578,5 Millionen) aufgrund höherer Aufwendungen für Marketing, einer höheren Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte sowie höherer umsatzabhängiger Vertriebs- und Lagerhaltungskosten. PUMA war im dritten Quartal aufgrund von COVID-19 weiterhin mit operativen Ineffizienzen, insbesondere in der Lieferkette, konfrontiert. Infolgedessen stieg die Kostenquote von 35,3% im dritten Quartal 2020 auf 35,7% im dritten Quartal 2021 (Q3 2019: 39,2%).

Das **operative Ergebnis (EBIT)** stieg im dritten Quartal auf € 228,9 Millionen (Q3 2020: € 189,5 Millionen / Q3 2019: € 162,2 Millionen), was auf das starke Umsatzwachstum, die höhere Rohermarge und die fortgesetzte Kostenkontrolle zurückzuführen ist. Dies führte zu einer verbesserten EBIT-Marge von 12,0% im dritten Quartal 2021 (Q3 2020: 12,0% / Q3 2019: 11,0%).

Das **Konzernergebnis** stieg von € 113,6 Millionen auf € 143,8 Millionen und das **Ergebnis je Aktie** verbesserte sich von € 0,76 im dritten Quartal 2020 auf € 0,96 im dritten Quartal 2021.

Januar bis September 2021

Die **Umsätze** stiegen währungsbereinigt um 39,1% auf € 5.038,3 Millionen (+35,6% in der Berichtswährung Euro). Die starke Umsatzentwicklung wurde von zweistelligen Wachstumsraten in allen Regionen und Produktbereichen getragen.

Im Vergleich zu den ersten neun Monaten im Jahr 2019 wuchs der Umsatz von PUMA währungsbereinigt um 32,0%.

Das **Großhandelsgeschäft** stieg währungsbereinigt um 42,0% auf € 3.872,5 Millionen, während das **Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC)** währungsbereinigt um 30,3% auf € 1.165,8 Millionen zulegen. Im DTC-Geschäft wurde ein Wachstum sowohl in eigenen Einzelhandelsgeschäften (währungsbereinigt +35,0%) als auch im E-Commerce (währungsbereinigt +22,5%) verzeichnet.

Die **Rohhertragsmarge** verbesserte sich in den ersten neun Monaten im Jahr 2021 um 130 Basispunkte auf 47,8% (9M 2020: 46,5% / 9M 2019: 49,4%). Die Verbesserung wurde durch einen stärkeren Abverkauf und geringere Verkaufsförderungsmaßnahmen erzielt. Demgegenüber hatten Regionale- und Vertriebskanal-Mix-Effekte einschließlich Kostensteigerungen für eingehende Frachten einen negativen Einfluss.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)** stiegen um 20,9% auf € 1.929,5 Millionen (9M 2020: € 1.596,4 Millionen / 9M 2019: € 1.620,7 Millionen). Höhere Aufwendungen für Marketing, eine höhere Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte, höhere umsatzabhängige Vertriebs- und Lagerhaltungskosten sowie operative Ineffizienzen aufgrund von COVID-19 trugen zu diesem Anstieg bei. Die Kostenquote sank dennoch aufgrund des höheren Umsatzwachstums und der fortgesetzten Kostenkontrolle von 43,0% in den ersten neun Monaten im Jahr 2020 auf 38,3% in den ersten neun Monaten im Jahr 2021 (9M 2019: 40,3%).

Das **operative Ergebnis (EBIT)** stieg in den ersten neun Monaten im Jahr 2021 deutlich auf € 492,1 Millionen (9M 2020: € 145,9 Millionen / 9M 2019: € 385,0 Millionen) aufgrund des starken Umsatzwachstums, der höheren Rohhertragsmarge und der fortgesetzten Kostenkontrolle. Dies führte zu einer Verbesserung der EBIT-Marge auf 9,8% in den ersten neun Monaten im Jahr 2021 (9M 2020: 3,9% / 9M 2019: 9,6%).

Das **Konzernergebnis** stieg von € 54,2 Millionen auf € 301,7 Millionen und das **Ergebnis je Aktie** erhöhte sich von € 0,36 in den ersten neun Monaten im Jahr 2020 auf € 2,02 in den ersten neun Monaten im Jahr 2021.

Working Capital

Das **Working Capital** stieg lediglich um 2,3% auf € 719,0 Millionen (30. September 2020: € 703,2 Millionen / 30. September 2019: € 915,7 Millionen). Die **Vorräte**, zu denen auch unterwegs befindliche Waren gehören, stiegen um 11,6% auf € 1.363,9 Millionen. Die COVID-19-bedingten Lockdown-Maßnahmen in Südvietnam und entsprechende Verzögerungen schränkten die Produktverfügbarkeit ein und limitierten folglich die Lagerbestände am Ende des dritten Quartals. Infolge der starken Umsatzentwicklung im dritten Quartal stiegen die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** um 39,0% auf € 1.058,6 Millionen. Auf der Passivseite stiegen die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** um 28,4% auf € 1.202,8 Millionen.

Ausblick 2021

2021 begann mit einem weltweiten Allzeithoch an COVID-19-Fallzahlen und anhaltenden Einschränkungen für unsere Geschäftstätigkeit in zahlreichen Märkten sowie Lieferengpässen aufgrund von Containerknappheit und Hafenüberlastung. Zusätzlich zu den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie hatten auch politische Spannungen in einigen unserer wichtigsten Märkte einen erheblichen Einfluss auf unsere Geschäftstätigkeit. Trotz dieser Unsicherheiten hat sich PUMA in den ersten neun Monaten des Jahres 2021 dank einer anhaltenden Markendynamik, erfolgreichen Produkteinführungen mit hohen Abverkaufsraten und einem starken Fokus auf Flexibilität in unserer Geschäftstätigkeit gut entwickelt.

In Anbetracht der starken Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten des Jahres präzisiert PUMA seinen Ausblick und erwartet nun für das Geschäftsjahr 2021 ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum von mindestens 25% (bisheriger Ausblick: mindestens 20% währungsbereinigtes Umsatzwachstum). Das operative Ergebnis (EBIT) wird nun in einer Bandbreite zwischen € 450 und € 500 Millionen erwartet (bisheriger Ausblick: zwischen € 400 und € 500 Millionen). Wie bisher gibt PUMA weiterhin keinen detaillierten Ausblick auf die Entwicklung der Rohertragsmarge und der Kostenquote. Für das Jahr 2021

wird weiterhin eine deutliche Verbesserung des Konzernergebnisses erwartet.

Infolge der länger als erwartet andauernden Lockdown-Maßnahmen in Südvietnam sowie Lieferengpässen aufgrund von Hafenüberlastung und Containerknappheit kommt es in der Branche zu Verzögerungen, die sich kurzfristig negativ auf die Produktverfügbarkeit von PUMA auswirken werden. PUMA wird diese Herausforderungen weiterhin meistern, indem es auf seiner Markendynamik und operativen Flexibilität aufbaut. Das starke und profitable Wachstum in den ersten neun Monaten des Jahres 2021, eine wettbewerbsfähige Produktpalette sowie das sehr gute Feedback von Handelspartnern und Konsumenten stimmen uns zuversichtlich für den mittelfristigen Erfolg und das Wachstum von PUMA.

Gewinn- und Verlustrechnung	Q3/2021	Q3/2020	Abwei-	1-9/2021	1-9/2020	Abwei-
	€ Mio.	€ Mio.	chung	€ Mio.	€ Mio.	chung
Umsatzerlöse	1.900,4	1.583,4	20,0%	5.038,3	3.714,3	35,6%
Umsatzkosten	-999,6	-838,4	19,2%	-2.631,5	-1.985,8	32,5%
Rohertrag	900,8	745,0	20,9%	2.406,8	1.728,5	39,2%
- in % der konsolidierten Umsätze	47,4%	47,0%		47,8%	46,5%	
Lizenz- und Provisionserträge	6,1	4,2	45,1%	14,8	13,8	7,5%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-678,0	-559,6	21,2%	-1.929,5	-1.596,4	20,9%
Operatives Ergebnis (EBIT)	228,9	189,5	20,8%	492,1	145,9	237,3%
- in % der konsolidierten Umsätze	12,0%	12,0%		9,8%	3,9%	
Finanzergebnis	-10,5	-17,6	-40,2%	-31,8	-38,7	-17,7%
Ergebnis vor Steuern (EBT)	218,3	171,9	27,0%	460,3	107,2	329,3%
- in % der konsolidierten Umsätze	11,5%	10,9%		9,1%	2,9%	
Ertragsteuern	-55,7	-44,7	24,6%	-117,4	-27,9	321,0%
- Steuerquote	25,5%	26,0%		25,5%	26,0%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Ergebnisse	-18,8	-13,6	38,7%	-41,2	-25,1	64,2%
Konzernergebnis	143,8	113,6	26,6%	301,7	54,2	456,4%
Ergebnis je Aktie (€)	0,96	0,76	26,5%	2,02	0,36	456,3%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	0,96	0,76	26,5%	2,02	0,36	456,3%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)				149,58	149,55	0,0%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)				149,58	149,55	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.'21	30.09.'20	Abwei-	31.12.'20
	€ Mio.	€ Mio.	chung	€ Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	749,4	380,9	96,7%	655,9
Vorräte	1.363,9	1.222,4	11,6%	1.138,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.058,6	761,5	39,0%	621,0
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital)	199,3	170,2	17,1%	174,5
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	84,4	33,9	149,2%	23,7
Kurzfristige Vermögenswerte	3.455,6	2.568,9	34,5%	2.613,0
Latente Steuern	278,1	274,6	1,3%	277,5
Nutzungsrechte an Vermögenswerten	934,9	847,2	10,4%	877,6
Sonstige langfristige Vermögenswerte	996,3	898,5	10,9%	916,0
Langfristige Vermögenswerte	2.209,3	2.020,2	9,4%	2.071,0
Summe Aktiva	5.664,9	4.589,1	23,4%	4.684,1
PASSIVA				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	3,9	146,5	-97,3%	121,4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.202,8	937,0	28,4%	941,5
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital)	700,0	513,9	36,2%	526,2
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	166,0	154,4	7,5%	156,5
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	35,6	50,8	-30,0%	127,2
Kurzfristige Verbindlichkeiten	2.108,2	1.802,6	17,0%	1.872,8
Latente Steuern	40,5	51,2	-20,9%	40,6
Pensionsrückstellungen	39,3	33,4	17,5%	38,2
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	840,5	733,7	14,6%	775,2
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	419,7	168,3	149,5%	193,4
Langfristige Verbindlichkeiten	1.340,1	986,6	35,8%	1.047,4
Eigenkapital	2.216,6	1.799,9	23,2%	1.763,9
Summe Passiva	5.664,9	4.589,1	23,4%	4.684,1

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

Finanzkalender:

23. Februar 2022	Geschäftsergebnisse 2021
27. April 2022	Quartalsmitteilung Q1 2022
11. Mai 2022	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 <https://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 14.300 Mitarbeiter. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <https://about.puma.com>.