

Zur sofortigen Veröffentlichung



**MEDIEN Ansprechpartner:**

Ulf Santjer, Tel. +49 9132 81 2489

**INVESTOREN Ansprechpartner:**

Dieter Bock, Tel. +49 9132 81 2261

---

**Herzogenaurach, 27. Juli 2005 – Die PUMA AG berichtet über ihre konsolidierten  
Geschäftsergebnisse für das 2. Quartal und das 1. Halbjahr 2005**

---

**Highlights Q2**

- Positive Entwicklung in allen Bereichen
- Wachstum der konsolidierten Umsätze mit 13% besser als erwartet
- Rohertragsmarge über 53%
- EBIT-Marge erreicht 21%
- Ergebnis je Aktie von 3,28 € auf 3,64 € gesteigert

**Highlights 1. Halbjahr**

- Weltweite Markenumsätze bei nahezu €1,2 Mrd.
- Konsolidierte Umsätze erreichen €892 Mio.
- Rohertragsmarge mit 53% auf Rekordniveau
- EBIT-Marge bei 24%
- Ergebnis je Aktie steigt von 8,28 € auf 9,32 €

**Ausblick 2005:**

- Auftragsbestand legt um 7% auf €772 Mio. zu und steigt zum 38. Mal in Folge zum Quartalsende
  - Management erhöht die Wachstumsprognose vom mittleren bis oberen einstelligen Bereich auf bis zu 10%
  - Für 2005 wird das 5. Jahr in Folge mit Rekordergebnissen erwartet
-



## **Umsatz- und Ertragslage**

### **Weltweite Markenumsätze erreichen nahezu €1,2 Mrd. nach sechs Monaten**

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, die sich aus den konsolidierten Umsätzen und den Lizenzumsätzen zusammensetzen, stiegen im 2. Quartal währungsbereinigt um 14,3% oder in Euro um 13,9% auf €529 Mio. Nach den ersten sechs Monaten konnte bei den Markenumsätzen ein währungsbereinigtes Wachstum von 16,4% erzielt werden. In Euro stieg der Umsatz um 15,2% und erreichte €1.168 Mio. Bei Schuhen stiegen die Umsätze um währungsbereinigt 16,3% (in Euro 14,5%) auf €676 Mio., bei Textilien um 14,5% (12,7%) auf €393 Mio. und bei Accessoires um 34,4% (32,6%) auf €99 Mio.

### **Konsolidierte Umsätze über Erwartungen**

Die konsolidierten Umsätze konnten im 2. Quartal 2005 währungsbereinigt um 13,2% und in Euro um 12,3% auf €395 Mio. gesteigert werden und liegen damit deutlich über den Erwartungen. Innerhalb der Segmente stiegen die Umsätze bei Schuhen um 16,7% (in Euro 15,7%), bei Textilien um 1,7% (1,6%) und bei Accessoires um deutliche 23% (22,5%).

In den ersten sechs Monaten stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 13,4% und damit ebenfalls deutlich besser als erwartet. In Euro entspricht das einer Steigerung von 12,1% auf €892 Mio. Schuhe stiegen um 14,1% (12,8% in Euro) auf €603 Mio., Textilien um 7,3% (6,7%) auf €224 Mio. und Accessoires um 27,9% (26,4%) auf €65 Mio.

### **Rohertragsmarge auf Rekordniveau**

Die Rohertragsmarge stieg im 2. Quartal erneut um 220 Basispunkte auf 53,2% verglichen mit 51% im Vorjahr. Damit blieb die Marge im Zeitraum Januar bis Juni auf Rekordniveau und stieg verglichen zum Vorjahr von 51,4% auf 53,3%. Nach Segmenten stieg die Marge bei Schuhen von 52,8% auf 53,6%. Mit einer Verbesserung von 460 Basispunkten auf 53,4% konnte das Segment Textil sehr deutlich zulegen. Auch die Marge bei Accessoires erzielte eine beeindruckende Verbesserung von 46,9% auf 50,3%.

### **Bemerkenswerte Entwicklung im Lizenzgeschäft**

Mit einem starken Wachstum im Lizenzgeschäft erhöhten sich die Lizenzumsätze im 2. Quartal um 19,1% auf €134 Mio. Im ersten Halbjahr stiegen die Lizenzumsätze um 26,7% auf €276 Mio. Insbesondere die Region Asien trägt zu dem hohen zweistelligen Wachstum bei.

Im Ergebnis konnten die Lizenz- und Provisionserträge im 2. Quartal um 28,7% auf €13,8 Mio. und im 1. Halbjahr um 20,5% auf €26,3 Mio. gesteigert werden.

### **Operative Aufwendungen durch Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten erhöht**

Die operativen Aufwendungen (Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen) stiegen im 2. Quartal von €112 Mio. auf €137 Mio. bzw. von 31,7% auf 34,5% vom Umsatz. In den ersten sechs Monaten stiegen die Kosten um 19,9% auf €278 Mio. Die Kostenquote erhöhte sich von 29,1% auf 31,1%, was im Wesentlichen auf den stetigen Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten zurückzuführen ist.

Im 1. Halbjahr betragen die Aufwendungen für Marketing/Retail €128 Mio. und somit 14,4% vom Umsatz verglichen mit 12,5% im Vorjahreszeitraum. Die Aufwendungen für Produktentwicklung und Design erhöhten sich um 8,8% auf €19 Mio. bzw. auf 2,1% vom Umsatz. Die übrigen Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen stiegen um 14,1% auf €130 Mio. oder von 14,3% auf 14,6% vom Umsatz.

Aufgrund höherer Investitionen in die eigenen Einzelhandelsaktivitäten stiegen die Abschreibungen im 2. Quartal um 31,1% auf €6 Mio. bzw. um 27,2% auf €11 Mio. nach sechs Monaten.

### **Hohe Profitabilität beibehalten**

Der operative Gewinn (EBIT) stieg im 2. Quartal von €74 Mio. auf €82 Mio. und von €191 Mio. auf €213 Mio. im 1. Halbjahr. Das entspricht einer EBIT-Marge von 20,7% bzw. 23,9%. Das Vorsteuerergebnis stieg stärker als erwartet um 10,5% auf €84 Mio. im 2. Quartal und um 12,3% auf €216 Mio. nach den ersten sechs Monaten. Gleichzeitig konnte die Steuerquote von 30,9% auf 29,3% in diesem Jahr reduziert werden. Folglich stieg der Konzerngewinn im 2. Quartal von €52 Mio. auf €59 Mio. Das entspricht einer im Vorjahresvergleich unveränderten Nettorendite von 14,9%. Der Konzerngewinn im 1. Halbjahr legte von €132 Mio. auf €150 Mio. zu. Die Nettorendite verbesserte sich von 16,6% auf 16,8%.

### **Gewinn je Aktie**

Im 2. Quartal stieg der Gewinn je Aktie um 11% auf 3,64 € bzw. verwässert auf 3,61 €. Im Zeitraum Januar bis Juni sprang der Gewinn je Aktie um 12,6% auf 9,32 € und auf 9,24 € auf verwässerter Basis.

## **Vermögens- und Finanzlage**

### **Eigenkapitalquote über 60%**

Die Kapitalstruktur verbesserte sich erneut. Trotz eines Anstiegs der Bilanzsumme um 36,6% auf €1.187 Mio. konnte die Eigenkapitalquote mit 63,2% auf ein neues Rekordniveau gesteigert werden. Das unterstreicht die äußerst solide Finanzlage des Unternehmens.

### **Anstieg der Nettoliquidität**

Die flüssigen Mittel stiegen von €225 Mio. auf €370 Mio. zum Ende des ersten Halbjahres 2005. Die Bankdarlehen erhöhten sich von €14 Mio. auf €37 Mio. Damit verbesserte sich die Nettoliquidität um 58,2% von €210 Mio. auf €332 Mio.

### **Regionale Expansion erhöht das Nettoumlaufvermögen**

Die Vorräte erhöhten sich um 15% auf €242 Mio. und die Forderungen um 26,2% auf €319 Mio. Das Nettoumlaufvermögen lag zum 30. Juni mit €320 Mio. um 57% über dem Vorjahreswert von €204 Mio. zum Vorjahresstichtag. Die Erhöhung des Nettoumlaufvermögens ist im Wesentlichen auf die regionale Expansion zurückzuführen.

### **Investitionen/Cashflow**

Die Investitionen ins Anlagevermögen haben sich wie erwartet von €16 Mio. auf €38 Mio. erhöht. Steuerzahlungen sind im 1. Halbjahr €65 Mio. gegenüber €28 Mio. im Vorjahr angefallen. Durch diese höheren Zahlungsströme bzw. Investitionen und eine Verschiebung der Vorräte vom Monat Dezember auf Januar betrug der Mittelabfluss €8 Mio. in der ersten Hälfte 2005.

Zum Bilanzstichtag Ende Juni 2005 hält PUMA insgesamt 685.000 eigene Aktien im Bestand, was einem Anteil von 4,1% am gezeichneten Kapital entspricht.

## Regionale Entwicklung

Die Region **EMOA** (Europa, Mittlerer Osten, Afrika) erzielte im 2. Quartal Umsätze in Höhe von €240 Mio., was eine leichte Verbesserung zum Vorjahr bedeutet. Damit konnten die Erwartungen aufgrund der Auftragslage am Ende des ersten Quartals deutlich übertroffen werden. In den ersten sechs Monaten stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 5,5% (in Euro 5,8%) auf €598 Mio. Das entspricht 67% des konsolidierten Umsatzes. Die Rohertragsmarge erhöhte sich deutlich um 210 Basispunkte auf 55,3% gegenüber 53,2% im Vorjahr. Der Auftragsbestand lag Ende Juni mit €486 Mio. um 7,9% unter dem Vorjahreswert. Dieser Rückgang ist im Wesentlichen zurückzuführen auf höhere und damit besser als erwartete Umsätze im 2. Quartal sowie spätere Auftragseingänge für die Frühjahr-/Sommerkollektion aufgrund einer ca. einmonatigen späteren Terminierung der Verkaufsm Meetings in einigen Schlüsselmärkten gegenüber dem Vorjahr. Bereinigt um diese Effekte lag der Auftragsbestand bei ca. -3%.

Die Region **Amerika** steigerte die Umsätze im 2. Quartal um beeindruckende 55,1% (in Euro 51,2%) auf €108 Mio. Damit konnte das Wachstum seit Jahresbeginn als auch gegenüber dem 1. Quartal weiter beschleunigt werden. Nach sechs Monaten stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 46,3% (40,2%) auf €203 Mio. Die Region steuerte 23% der konsolidierten Umsätze bei. Die Rohertragsmarge konnte um 160 Basispunkte von 46,6% auf 48,2% im ersten Halbjahr verbessert werden. Die Auftragsbestände erhöhten sich deutlich auf €205 Mio., was währungsbereinigt einem Wachstum von 63,1% bzw. 66,3% in Euro entspricht. Auf dem **US**-Markt konnten die Umsätze im 2. Quartal um 42,4% und im 1. Halbjahr um 36,3% deutlich gesteigert werden. Die Aufträge erhöhten sich zum Halbjahresende auf US\$211 Mio. und stiegen somit deutlich um 60,8% im Vergleich zum Vorjahr.

In **Asien/Pazifik** stiegen die Umsätze im 2. Quartal um 16,2% (in Euro 14,3%) auf €47 Mio. und im 1. Halbjahr währungsbereinigt um 9,7% (6,1%) auf €91 Mio. Die Region trägt mit 10% zum Konzernumsatz bei. Die Rohertragsmarge verbesserte sich von 47,6% auf 51,3% und wies somit eine deutliche Verbesserung zum Vorjahr auf. Die Auftragsbestände lagen um 3,9% (in Euro 1,6%) über dem Vorjahr und erreichten €81 Mio.

## Ausblick 2005

Die Auftragsbestände in der PUMA Gruppe lagen zum 30. Juni 2005 währungsbereinigt um 6,2% über dem Vorjahr und konnten somit zum 38. Mal in Folge zum Quartalsende gesteigert werden. In Euro erhöhten sich die Aufträge um 6,7% auf €772 Mio. und beinhalten im Wesentlichen Aufträge für Lieferungen im 2. Halbjahr 2005.

Nach Segmenten legt der Bereich Schuhe um 6,9% (in Euro 7,4%) auf €536 Mio. zu, Textilien stiegen auf €195 Mio., eine Steigerung um 4,6% (5,1%) und Accessoires wuchs 5% (4,8%) und schließt zum Stichtag mit €40 Mio.

Aufgrund der bisher in diesem Jahr erzielten starken Umsätze in Verbindung mit dem aktuellen Auftragsbestand erhöht das Management die bisherige Wachstumsprognose vom mittleren bis oberen einstelligen Bereich auf jetzt bis zu 10%. Die Rohertragsmarge wird ebenfalls am oberen Ende der Bandbreite von 51% und 52% oder leicht darüber erwartet. Bei den Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen sollte sich eine Kostenquote von leicht über 31% ergeben und die operative Marge wird deutlich über 20% erwartet. Mit einer Steuerquote von ca. 29% erwartet das Management einen Konzerngewinn zwischen €264 Mio. und €274 Mio. Dies würde einem Gewinn je Aktie von deutlich über 16 € entsprechen. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet das eine Verbesserung im mittleren bis oberen einstelligen Bereich. Damit wird in 2005 ein neuer Rekord beim Umsatz und das fünfte Jahr in Folge mit Rekordergebnissen erwartet.



Aufgrund der für 2005 erwarteten Ergebnisse wird PUMA die Phase III ein Jahr früher als geplant abschließen, da alle gesteckten Ziele deutlich überschritten werden sollten. Seit Beginn der langfristig orientierten Unternehmensplanung in 1993 würde PUMA somit insgesamt elf Jahre in Folge die Umsätze steigern sowie neun Jahre zweistellige Wachstumsraten und Rekordergebnisse erzielen.

**Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender:** "Wir freuen uns über die erzielten Ergebnisse im ersten Halbjahr, in dem PUMA sein starkes Wachstum fortsetzen konnte. Die Auftragsbestände haben sich gegenüber dem letzten Quartal weiter erhöht, wobei die erneute Verbesserung der Rohertragsmarge die hohe Begehrtheit der Marke widerspiegelt. Auf dieser Grundlage werden wir die derzeitige Phase III ein Jahr früher als geplant erfolgreich abschließen und uns jetzt ganz auf die Phase IV der Unternehmensplanung fokussieren."

---

Die vorstehenden Aussagen beinhalten Prognosen über die künftige Geschäftsentwicklung im Hinblick auf Umsatzerlöse, Rohergebnis, Aufwendungen, Erträge, Auftragsbestände, Forecasts, Strategien und Zielsetzungen. Jede dieser Aussagen unterliegt gewissen Risiken und Schwankungen, die dazu führen können, dass die aktuellen Ergebnisse von diesen vorausschauenden Prognosen abweichen. Zukünftige Informationen basieren auf den aktuellen Erwartungen und Schätzungen des Managements. Diese Informationen unterliegen dem Risiko, dass Erwartungen bzw. Annahmen anders als erwartet eintreffen können. Bestimmte Faktoren können dazu führen, dass das tatsächliche Ergebnis vom prognostizierten abweicht.

###

PUMA ist die globale Sportmarke, die erfolgreich die Einflüsse aus der Welt des Sports, Lifestyle und Mode vereint. Mit seiner einzigartigen Ausrichtung liefert PUMA das Unerwartete in Sportlifestyle bei Schuhen, Textilien und Accessoires durch technische Innovationen und revolutionäres Design. PUMA wurde 1948 in Herzogenaurach gegründet und vertreibt heute Produkte in mehr als 80 Ländern.

Weitere Informationen stehen auf der PUMA-Homepage unter [www.puma.com](http://www.puma.com) zur Verfügung.

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

	Q2/2005 € Mio.	Q2/2004 € Mio. *	Abwei- chung	1-6/2005 € Mio.	1-6/2004 € Mio. *	Abwei- chung
<b>Nettoumsatzerlöse</b>	<b>395,5</b>	<b>352,3</b>	12,3%	<b>892,0</b>	<b>796,1</b>	12,1%
Materialeinsatz	-185,0	-172,5	7,2%	-416,5	-387,1	7,6%
<b>Rohergebnis</b>	<b>210,5</b>	<b>179,8</b>	17,1%	<b>475,5</b>	<b>409,0</b>	16,3%
- in % der Nettoumsatzerlöse	53,2%	51,0%		53,3%	51,4%	
Lizenz- und Provisionserträge	13,8	10,7	28,7%	26,3	21,9	20,5%
	224,3	190,5	17,7%	501,8	430,8	16,5%
Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen	-136,5	-111,6	22,3%	-277,6	-231,5	19,9%
<b>EBITDA</b>	<b>87,7</b>	<b>78,9</b>	11,2%	<b>224,2</b>	<b>199,3</b>	12,5%
Abschreibungen	-5,9	-4,5	31,1%	-10,9	-8,5	27,2%
<b>EBIT</b>	<b>81,9</b>	<b>74,4</b>	10,0%	<b>213,3</b>	<b>190,8</b>	11,8%
- in % der Nettoumsatzerlöse	20,7%	21,1%		23,9%	24,0%	
Zinsergebnis	1,7	1,2	39,0%	2,8	1,8	59,0%
<b>EBT</b>	<b>83,5</b>	<b>75,6</b>	10,5%	<b>216,2</b>	<b>192,5</b>	12,3%
- in % der Nettoumsatzerlöse	21,1%	21,5%		24,2%	24,2%	
Ertragsteuern - Steuerquote	-24,2 29,0%	-23,4 30,9%	3,5%	-63,3 29,3%	-59,6 30,9%	6,3%
Ergebnisanteile anderer Gesellschafter	-0,4	0,1	-498,1%	-3,1	-0,5	461,7%
<b>Konzerngewinn</b>	<b>58,9</b>	<b>52,3</b>	12,6%	<b>149,8</b>	<b>132,4</b>	13,1%
<b>Ergebnis je Aktie (€)</b>	<b>3,64</b>	<b>3,28</b>	11,0%	<b>9,32</b>	<b>8,28</b>	12,6%
<b>Ergebnis je Aktie (€) - verwässert</b>	<b>3,61</b>	<b>3,18</b>	13,5%	<b>9,24</b>	<b>8,06</b>	14,6%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				16,066	16,000	0,4%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				16,207	16,427	-1,3%

\* Restated durch die erstmalige Anwendung von IFRS 2

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

## Konzernbilanz

	30.06.'05 € Mio.	30.06.'04 € Mio. *	Abwei- chung	31.12.'04 € Mio. *
<b>AKTIVA</b>				
Flüssige Mittel	369,8	224,6	64,7%	369,3
Vorräte	241,9	210,4	15,0%	201,1
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	391,4	291,6	34,2%	189,9
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>1.003,1</b>	<b>726,6</b>	38,1%	<b>760,3</b>
<b>Latente Steuern</b>	<b>31,0</b>	<b>36,9</b>	-16,1%	<b>51,6</b>
<b>Sachanlagevermögen, netto</b>	<b>101,3</b>	<b>74,3</b>	36,3%	<b>84,7</b>
<b>Goodwill und sonstige langfristige Vermögensgegenstände</b>	<b>51,6</b>	<b>31,2</b>	65,6%	<b>33,0</b>
	<b>1.187,0</b>	<b>869,0</b>	36,6%	<b>929,6</b>
<b>PASSIVA</b>				
Kurzfristige Bankdarlehen	37,4	14,4	158,9%	12,9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	159,4	160,3	-0,6%	136,9
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	94,3	73,8	27,8%	124,0
<b>Verbindlichkeiten</b>	<b>291,1</b>	<b>248,5</b>	17,1%	<b>273,9</b>
<b>Pensionsrückstellungen</b>	<b>21,6</b>	<b>18,7</b>	15,9%	<b>21,2</b>
<b>Steuerrückstellungen</b>	<b>42,0</b>	<b>56,6</b>	-25,7%	<b>33,7</b>
<b>Andere Rückstellungen</b>	<b>72,2</b>	<b>70,0</b>	3,0%	<b>53,8</b>
<b>Langfristige verzinsliche Schulden</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>		<b>0,0</b>
<b>Latente Steuern</b>	<b>9,6</b>	<b>3,2</b>	201,4%	<b>9,6</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>750,4</b>	<b>471,9</b>	59,0%	<b>537,5</b>
	<b>1.187,0</b>	<b>869,0</b>	36,6%	<b>929,6</b>

\* Restated durch die erstmalige Anwendung von IFRS 2

## Konzernkapitalflussrechnung

	1-6/2005 € Mio.	1-6/2004 € Mio. *	Abwei- chung
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>216,2</b>	<b>192,5</b>	<b>12,3%</b>
Abschreibungen	10,9	8,5	27,2%
Zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge, netto	-7,8	0,8	-1122,6%
<b>Brutto Cashflow</b>	<b>219,3</b>	<b>201,8</b>	<b>8,6%</b>
Veränderung Betriebsvermögen, netto	-128,3	-70,5	82,1%
Steuer-, Zins- und andere Zahlungen	-65,1	-27,9	133,6%
<b>Mittelabfluss /-zufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>25,9</b>	<b>103,5</b>	<b>-75,0%</b>
Zahlung für Akquisitionen	-7,4	0,0	
Erwerb von Anlagevermögen	-30,4	-16,1	88,1%
Erhaltene Zinsen und sonstige Veränderungen	3,7	4,6	-19,8%
<b>Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-34,1</b>	<b>-11,6</b>	<b>194,5%</b>
<b>Freier Cashflow</b>	<b>-8,2</b>	<b>91,9</b>	<b>-108,9%</b>
Kapitaleinzahlungen	14,8	17,3	-14,4%
Dividendenzahlung	-16,0	-11,2	43,3%
Erwerb von eigenen Anteilen	-14,9	-63,7	-76,6%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	13,7	-1,8	-861,7%
<b>Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-2,4</b>	<b>-59,4</b>	<b>-95,9%</b>
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	11,1	1,5	645,8%
<b>Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>	<b>0,5</b>	<b>34,0</b>	<b>98,6%</b>
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	369,3	190,6	93,8%
<b>Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode</b>	<b>369,8</b>	<b>224,6</b>	<b>64,7%</b>

\* Restated durch die erstmalige Anwendung von IFRS 2

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

## Segmentdaten

	Umsätze		Rohergebnis		Umsätze		Rohergebnis	
	Q2/2005	Q2/2004	Q2/2005	Q2/2004	1-6/2005	1-6/2004	1-6/2005	1-6/2004
	nach Sitz der Kunden				nach Sitz der Kunden			
<b>Aufgliederung nach Regionen</b>	€ Mio.	€ Mio.	%	%	€ Mio.	€ Mio.	%	%
EMEA	239,7	239,2	54,9%	52,4%	598,2	565,7	55,3%	53,2%
Amerika	108,5	71,8	50,1%	48,5%	202,6	144,5	48,2%	46,6%
- davon USA in US\$	109,8	77,1			206,3	151,4		
Asien/Pazifik	47,3	41,4	51,7%	47,3%	91,1	85,9	51,3%	47,6%
	395,5	352,3	53,2%	51,0%	892,0	796,1	53,3%	51,4%
	Umsätze		Rohergebnis		Umsätze		Rohergebnis	
	1-6/2005	1-6/2004	1-6/2005	1-6/2004	1-6/2005	1-6/2004	1-6/2005	1-6/2004
<b>Aufgliederung nach Produkt-Segmenten</b>	€ Mio.	€ Mio.	%	%	€ Mio.	€ Mio.	%	%
Schuhe	265,1	229,0	53,6%	52,6%	603,3	534,9	53,6%	52,8%
Textil	100,2	98,6	53,3%	48,1%	223,9	209,9	53,4%	48,8%
Accessories	30,2	24,6	49,4%	47,8%	64,8	51,3	50,3%	46,9%
	395,5	352,3	53,2%	51,0%	892,0	796,1	53,3%	51,4%