



PRESSEMITTEILUNG

PUMA verzeichnet Rekordumsatz im Zweiten Quartal

27. Juli 2011

Highlights zweites Quartal 2011

- Konsolidierte Umsätze steigen währungsbereinigt um 14,1% auf die Rekordmarke von € 674 Mio.
- Rohertragsmarge verbleibt trotz ungünstiger äußerer Einflüsse mit 49,1% auf hohem Niveau
- Operatives Ergebnis erhöht sich um 3,2% auf € 55,4 Mio.
- Konzerngewinn steigt um 10,6% auf € 37,6 Mio.
- Gewinn je Aktie verbessert sich auf € 2,51 gegenüber € 2,26 im Vorjahr

Highlights erstes Halbjahr 2011

- Konsolidierte Umsätze steigen währungsbereinigt um 11,5% auf die Rekordmarke von € 1,45 Mrd.
- Rohertragsmarge erzielt starke 50,9%
- Operatives Ergebnis erhöht sich um 2,5% auf € 166,4 Mio.
- Konzerngewinn verbessert sich um 8,2% auf € 115,3 Mio.
- Gewinn je Aktie steigt auf € 7,69 gegenüber € 7,07 im Vorjahr

Umsatz auf einen Blick

Umsatz nach Kunden € Mio.	Q2		Wachstumsraten		1-6		Wachstumsraten	
	2011	2010*	Euro	währungs- bereinigt	2011	2010*	Euro	währungs- bereinigt
Aufgliederung nach Regionen								
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%
Gesamt	673,5	615,4	9,4%	14,1%	1.446,9	1.298,7	11,4%	11,5%
Aufgliederung nach Produktsegmenten								
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%
Gesamt	673,5	615,4	9,4%	14,1%	1.446,9	1.298,7	11,4%	11,5%

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

Ausblick 2011

- Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr hält das Management an der Umsatzprognose von 3 Milliarden Euro für das Gesamtjahr 2011 weiterhin fest.
- Preissteigerungen bei Rohstoffen und Löhnen in Asien werden weiterhin die Rohertragsmarge beeinflussen. PUMA wird seinen langfristigen Wachstumsplan „Back on the Attack“ konsequent umsetzen, wodurch die geplanten Investitionen in Marketing, Vertrieb, Produktentwicklung und in die Optimierung operativer Geschäftsprozesse Einfluss auf die Kostenquote haben werden.
- Trotz steigender Beschaffungskosten und anhaltender Investitionen in Marke und Produkt, welche das operative Ergebnis beeinflussen werden, rechnet das Management für das Gesamtjahr weiterhin mit einer Verbesserung des Konzerngewinns im mittleren einstelligen Prozentbereich.

„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.“

Kategorie Running und starkes Wachstum in Lateinamerika und Asien tragen zu Rekordumsatz im zweiten Quartal bei

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.

PUMA Faas kommt in Fahrt

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.

In der Kategorie **Teamsport** gewann PUMA mit dem 15. Sieg von **Uruguay** in der südamerikanischen Fußballmeisterschaft „Copa America“ einen weiteren Meistertitel. Damit setzt Uruguay die Erfolgsgeschichte seines vierten Platzes bei der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2010 fort und qualifiziert sich zum zweiten Mal für den FIFA Confederations Cup, der 2013 in Brasilien ausgetragen wird. Uruguay bezwang Paraguay im Finale am Sonntag mit 3:0 und avanciert damit zum erfolgreichsten Team in der Geschichte des Turniers.

Die **FIFA Frauenfußball-Weltmeisterschaft** in Deutschland bildete eine großartige Plattform für PUMA, um die Markenbekanntheit im Frauenfußball weiter zu steigern. PUMA rüstete acht Spielerinnen der deutschen Nationalmannschaft aus sowie auch internationale Stars aus England, Kanada, Norwegen, Schweden, Frankreich und USA und nicht zuletzt die Markenbotschafterin Marta aus Brasilien. Alle diese Spielerinnen trugen den Fußballschuh PUMA **Speed v1.11**, der mit 16 Toren Torschützenkönig der Schuhe im Turnier wurde.

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%).

Lateinamerika und Asien bleiben Wachstumstreiber

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%).

Rohertragsmarge auf Spitzenplatz der Sportartikelbranche

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.

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 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.

Cashflow/ Investitionen

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.

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 **Rohhertragsmarge** 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.

Zweites Quartal

Gesamtjahr

Gewinn- und Verlustrechnung	Zweites Quartal			Gesamtjahr		
	Q2/2011 € Mio.	Q2/2010 * € Mio.	Abwei- chung	1-6/2011 € Mio.	1-6/2010 * € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	673,5	615,4	9,4%	1.446,9	1.298,7	11,4%
Umsatzkosten	-342,9	-304,2	12,7%	-710,7	-629,3	12,9%
Rohertrag	330,7	311,2	6,3%	736,3	669,4	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%
Operatives Ergebnis vor Sondereffekten	55,4	62,5	-11,5%	166,4	180,1	-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%
Operatives Ergebnis (EBIT)	55,4	53,6	3,2%	166,4	162,3	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%
Gewinn vor Steuern (EBT)	53,8	52,3	2,8%	164,6	159,6	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	
Konzerngewinn	37,6	34,0	10,6%	115,3	106,6	8,2%
Gewinn je Aktie (€)	2,51	2,26	11,2%	7,69	7,07	8,8%
Gewinn je Aktie (€) - verwässert	2,51	2,25	11,6%	7,68	7,04	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

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

Bilanz	30.06.'11 € Mio.	30.06.'10 *	Abwei- chung	31.12.'10 € Mio.	31.12.'09 * € Mio.
AKTIVA					
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
Kurzfristige Vermögenswerte	1.552,9	1.553,6	0,0%	1.547,2	1.294,2
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
Langfristige Vermögenswerte	790,5	731,3	8,1%	819,4	630,8
Summe Aktiva	2.343,4	2.284,8	2,6%	2.366,6	1.925,0
PASSIVA					
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
Kurzfristige Verbindlichkeiten	849,8	757,9	12,1%	799,0	627,5
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
Langfristige Verbindlichkeiten	101,2	188,7	-46,4%	181,2	164,2
Eigenkapital	1.392,5	1.338,3	4,1%	1.386,4	1.133,3
Summe Passiva	2.343,4	2.284,8	2,6%	2.366,6	1.925,0

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

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

Kapitalflussrechnung	1-6/2011	1-6/2010 *	Abwei-
	€ Mio.	€ Mio.	chung
Gewinn vor Steuern (EBT)	164,6	159,6	3,1%
Zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	30,8	31,6	-2,4%
Brutto Cashflow	195,4	191,2	2,2%
Veränderung Nettoumlaufvermögen	-90,8	-82,9	9,5%
Steuer-, Zins- und andere Zahlungen	-85,1	-39,0	118,1%
Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	19,5	69,3	-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%
Mittelzufluss/-abfluss aus der Investitionstätigkeit	-70,2	-114,0	-38,4%
Freier Cashflow	-50,6	-44,7	13,3%
Freier Cashflow (vor Akquisition)	-9,2	57,2	-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%
Mittelzufluss/-abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-64,4	-33,0	94,8%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-13,1	40,4	-132,3%
Veränderung des Finanzmittelbestandes	-128,0	-37,3	243,0%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	479,6	485,6	-1,2%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	351,6	448,3	-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

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

Pressekontakt:

Ulf Santjer - Corporate Communications - PUMA SE - +49 9132 81 2489 – ulf.santjer@puma.com
Kerstin Neuber - Corporate Communications - PUMA SE - +49 9132 81 2984 - kerstin.neuber@puma.com

Investor Relations:

Michael Lämmermann – Finance – PUMA SE - +49 9132 81 2260 – michael.laemmermann@puma.com
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 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