



## **PRESSEMITTEILUNG**

# **PUMA übertrifft Gewinnerwartungen für das Gesamtjahr 2011 und verzeichnet Rekordumsatz von 3 Milliarden Euro**

Herzogenaurach, den 15. Februar 2012

### **Highlights viertes Quartal 2011**

- Konsolidierte Umsätze steigen währungsbereinigt um 15,8% auf mehr als € 720 Mio.
- Rohertragsmarge verbessert sich auf 46,7% trotz anhaltendem Druck der Beschaffungskosten
- Operatives Ergebnis erhöht sich um über 72% auf € 48,1 Mio.
- Konzerngewinn von € 33,1 Mio. hat sich mehr als verdoppelt
- Gewinn je Aktie verbessert sich dementsprechend von € 0,93 auf € 2,21
- Langfristiger Ausrüstervertrag mit dem amtierenden deutschen Fußballmeister Borussia Dortmund abgeschlossen
- Mehrjähriger Sponsorenvertrag mit dem Formel-1-Team Mercedes GP unterzeichnet

### **Highlights im Geschäftsjahr 2011**

- PUMA erreicht Umsatzziel von € 3 Milliarden für das Jahr 2011
- Rohertragsmarge mit 49,6% weiterhin branchenführend
- Operatives Ergebnis steigt um 8,6% auf € 333,2 Mio.
- Konzerngewinn verbessert sich um fast 14% auf knapp mehr als € 230 Mio.
- Gewinn je Aktie erhöht sich von € 13,45 auf € 15,36

## Umsatz auf einen Blick

Umsatz nach Kunden	Q4		Wachstumsraten		1-12		Wachstumsraten	
	2011	2010	Euro	währungs- bereinigt	2011	2010	Euro	währungs- bereinigt
<b>Aufgliederung nach Regionen</b>								
EMEA	236,8	223,1	6,1%	8,3%	1.312,0	1.221,7	7,4%	7,7%
Amerika	271,3	216,3	25,4%	27,8%	966,9	855,9	13,0%	17,7%
Asien/Pazifik	212,4	184,0	15,4%	11,0%	730,1	628,8	16,1%	13,3%
<b>Gesamt</b>	<b>720,5</b>	<b>623,4</b>	<b>15,6%</b>	<b>15,8%</b>	<b>3.009,0</b>	<b>2.706,4</b>	<b>11,2%</b>	<b>12,1%</b>
<b>Aufgliederung nach Produktsegmenten</b>								
Schuhe	338,7	307,5	10,1%	11,4%	1.539,5	1.424,8	8,0%	9,9%
Textilien	274,8	242,0	13,6%	12,7%	1.035,6	941,3	10,0%	9,9%
Accessoires	107,0	73,9	44,7%	43,6%	433,9	340,3	27,5%	27,3%
<b>Gesamt</b>	<b>720,5</b>	<b>623,4</b>	<b>15,6%</b>	<b>15,8%</b>	<b>3.009,0</b>	<b>2.706,4</b>	<b>11,2%</b>	<b>12,1%</b>

## Ausblick 2012

- Management rechnet für 2012 mit einem Umsatzwachstum im hohen einstelligen Prozentbereich.
- Im zweiten Jahr des "Back on the Attack"-Plans investiert PUMA weiterhin gezielt in Wachstumstreiber.
- Management geht für das Gesamtjahr von einer Verbesserung des Konzerngewinns im mittleren einstelligen Bereich aus.

"Ich freue mich über unsere Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Jahr 2011, die belegt, dass PUMA wieder angreift und unser strategischer Wachstumsplan bereits positiv zum Geschäftsverlauf beigetragen hat", sagte **Franz Koch, CEO der PUMA SE**. "Mit einem Rekordumsatz von mehr als drei Milliarden Euro haben wir unser Umsatzziel für dieses Jahr übertroffen und auch der Konzerngewinn lag über unseren Prognosen. Aufgrund unseres starken Sportmarketing-Portfolios sind wir optimal vorbereitet, um die Chancen des Sportjahres 2012 bestmöglich zu nutzen und auch unser Umsatzziel von 4 Milliarden Euro im Jahr 2015 zu erreichen. Für das Geschäftsjahr 2012 gehen wir von einem Umsatzwachstum im oberen einstelligen Bereich aus."

## Region Amerika ist Umsatzwachstumstreiber im vierten Quartal

Die **konsolidierten Umsätze** von PUMA sind im **vierten Quartal** währungsbereinigt um 15,8% und in Euro um 15,6% auf über € 720 Mio. angestiegen. Damit verzeichnete PUMA das bisher beste Ergebnis für ein viertes Quartal in seiner Firmengeschichte. Ungeachtet des unsicheren Konjunkturmehrfeldes aufgrund der Schuldenkrise in Europa, das sich auch im letzten Quartal 2011 nicht verbessert hatte, trugen alle Regionen zu dieser herausragenden Geschäftsentwicklung bei.

### Hervorragende Entwicklung in Lateinamerika treibt Wachstum in Amerika

PUMA erzielte in der Region **Amerika** erneut ein ausgezeichnetes Umsatzwachstum von währungsbereinigt 27,8% auf € 271 Mio. Die Märkte in Lateinamerika bleiben weiterhin ein wesentlicher Wachstumstreiber für PUMA. Erfolgreichste Kategorie ist dort nach wie vor Motorsport. In den USA stiegen die Umsätze im vierten Quartal deutlich an, was auf ein verbessertes Geschäftsumfeld zurückzuführen ist. Insbesondere PUMAs Lifestyle-Produkte wurden dort verstärkt nachgefragt.

Trotz der Konsumzurückhaltung aufgrund der Schuldenkrise in Europa stiegen die Umsätze in der Region **EMEA** währungsbereinigt um 8,3% auf € 237 Mio. an. Insbesondere England und Frankreich verzeichneten eine gute Umsatzentwicklung, während sich Russland in Osteuropa an die Spitze setzte. In EMEA waren vor allem Produkte aus den Kategorien Lifestyle und Fitness gefragt. Die Kategorie Segeln konnte im Rahmen unserer Teilnahme am Volvo Ocean Race ebenfalls deutlich an Fahrt gewinnen.

Die Umsätze in der Region **Asien/Pazifik** sind währungsbereinigt um 11% auf € 212 Mio. angestiegen. Vor allem Fußballschuhe, unsere leichtgewichtigen Laufschuhe Faas und Outdoorprodukte wurden in dieser Region verstärkt abverkauft. Japan, Indien und Korea verzeichneten ein sehr gutes Wachstum, während sich China im Rahmen der Erwartungen entwickelte.

Ebenso wie die Regionen haben auch alle Segmente zu dem beträchtlichen Umsatzwachstum beigetragen. Die Umsätze im Segment **Schuhe** sind währungsbereinigt um 11,4% auf € 339 Mio. angestiegen. **Textilien** legten währungsbereinigt um 12,7% auf € 275 Mio. zu und **Accessoires** verzeichneten – bedingt durch Cobra Golf – einen deutlichen Zuwachs von währungsbereinigt 43,6% auf € 107 Mio.

#### Rohermargine verbessert sich

PUMAs **Rohermarge** verbesserte sich im vierten Quartal auf 46,7% gegenüber 45,4% im Vorjahr. Die Rohermarge bei Schuhen stieg von 43,4% auf 46,6%, bei Textilien ging sie von 47,0% auf 45,9% zurück und Accessoires legten von 48,4% auf 49,0% zu. Dieser Anstieg ist auf den allgemeinen Produktmix sowie die vom Markt akzeptierten Preiserhöhungen zurückzuführen, die PUMA bereits angekündigt und im vierten Quartal 2011 durchgesetzt hatte.

Die **operativen Aufwendungen** sind im vierten Quartal gemäß unserer Wachstumsstrategie um 18,4% auf € 292,3 Mio. angestiegen. Dies entspricht einer Kostenquote im Verhältnis zum Umsatz von 40,6% gegenüber 39,6% im Vorjahreszeitraum. Dieser Anstieg resultiert aus den anhaltenden Investitionen im Rahmen unseres strategischen Wachstumsplans. Weitere Investitionen in IT, die Beschaffungskette sowie in Marketing und Produkt erhöhten sich ebenfalls nach Plan.

Das **operative Ergebnis (EBIT)** hat sich im vierten Quartal um 72,6% auf € 48,1 Mio. verbessert. Im Verhältnis zum Umsatz entspricht dies einer Quote von 6,7%, die über dem Vorjahreswert von 4,5% liegt.

Das **Finanzergebnis** hat sich im Wesentlichen durch Währungskurseinflüsse im Zusammenhang mit Finanzierungsaktivitäten von € -1,2 Mio. auf € -8,9 Mio. verschlechtert.

Das **Ergebnis vor Steuern** ist im vierten Quartal um 47% von € 26,7 Mio. auf € 39,3 Mio. angestiegen.

### Konzerngewinn steigt deutlich um 137%

Der **Konzerngewinn** hat sich um € 19 Mio. auf € 33,1 Mio. erhöht, was einem beeindruckenden Anstieg von 137% entspricht. Ebenso hat sich das **Ergebnis je Aktie** von € 0,93 auf € 2,21 verbessert und das verwässerte Ergebnis je Aktie beträgt € 2,21 gegenüber € 0,92 im Vorjahr.

## **PUMA übertrifft Umsatzziel von € 3 Milliarden im Gesamtjahr 2011**

### Fünfjahresplan wirkt sich positiv auf Geschäftsverlauf aus

Ein Großteil von PUMAs Erfolg im Jahr 2011 kann auf den langfristigen, strategischen Wachstumsplan zurückgeführt werden, der im Herbst 2010 vorgestellt wurde und seit Beginn des letzten Geschäftsjahres umgesetzt wird. Die Ergebnisse von PUMA im Gesamtjahr 2011 verdeutlichen, dass sich die Strategie, bis 2015 ein Umsatzpotenzial von € 4 Milliarden auszuschöpfen, bereits positiv auf die Geschäftsentwicklung im vergangenen Jahr ausgewirkt hatte. Ein Kernbereich dieser Strategie ist es, die Begehrtheit von Marke und Produkten zu steigern, indem das Profil der beiden Kategorien Performance und Lifestyle geschärft wird.

Im Jahr 2011 haben wir unsere Position im Bereich Sport, vor allem im Fußball, weiter ausgebaut, indem wir das Sportmarketing-Portfolio an Markenbotschaftern deutlich vergrößert haben. PUMA hat Ausrüsterverträge mit Sergio 'Kun' Agüero und Yaya Touré von Manchester City, Radamel Falcao von Atlético Madrid und Cesc Fàbregas von Barcelona abgeschlossen. Sie alle werden in den kommenden Jahren eine zentrale Rolle in unseren globalen Marketingkampagnen spielen. Darüber hinaus werden wir ab der kommenden Bundesligasaison neuer Ausrüster des aktuellen deutschen Meisters Borussia Dortmund sein. Zudem haben wir mit dem südafrikanischen Fußballverband, dem Gastgeber des nächsten „Africa Cup of Nations“, einen langfristigen Ausrüstervertrag abgeschlossen. Mit einem Portfolio von 11 afrikanischen Mannschaften bleibt PUMA führender Fußballausrüster auf dem afrikanischen Kontinent. All diese strategischen Maßnahmen unterstreichen unser Ziel, die klare Nummer drei im internationalen Fußballgeschäft zu sein.

## Umsatzerlöse

Im **Geschäftsjahr 2011** stiegen die **konsolidierten Umsätze** währungsbereinigt um 12,1% auf knapp über € 3 Mrd. In Euro entspricht dies einem Anstieg von 11,2% im Vergleich zum Vorjahr. Mit diesem Rekordergebnis hat PUMA das Umsatzziel für das Gesamtjahr übertroffen.

## Regionen

Alle Regionen haben zu dieser starken Entwicklung beigetragen. Die Umsätze in **EMEA** erhöhten sich währungsbereinigt um 7,7% auf über € 1,31 Mrd. Damit hat die Region EMEA einen Anteil von 43,6% an den Gesamtumsätzen im Vergleich zu 45,1% im Vorjahr. In der Region **Amerika** sind die Umsätze währungsbereinigt um 17,7% auf € 967 Mio. angestiegen. Dies entspricht einem Anteil von 32,1% am Gesamtumsatz. Alle Länder dieser Region verzeichneten Umsatzzuwächse. In der Region **Asien/Pazifik** erhöhten sich die Umsätze währungsbereinigt um 13,3% auf mehr als € 730 Mio. Dies entspricht einem Anteil von 24,3% am Gesamtumsatz.

## Segmente

Im Segment **Schuhe** stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 9,9% auf € 1,54 Mrd. Das Segment **Textilien** verbesserte sich währungsbereinigt um 9,9% und übertraf erstmalig die Umsatzmarke von € 1 Mrd.

**Accessoires** konnte einen beeindruckenden Anstieg von währungsbereinigt 27,3% auf € 434 Mio. erzielen, nachdem Cobra Golf erstmalig im gesamten Jahr 2011 mit einbezogen war.

## Einzelhandelsumsätze steigen um € 45 Mio.

Die Einzelhandelsumsätze betragen € 515 Mio., was einem Anteil von 17,1% an den Gesamtumsätzen entspricht. In absoluten Zahlen ist dies ein Anstieg von € 45 Mio., in Bezug auf den Anteil am Gesamtumsatz jedoch ein leichter Rückgang im Vergleich von 17,4% im Vorjahr. Im Rahmen unseres Wachstumsplans streben wir weiterhin einen Anteil des Einzelhandelsgeschäftes von 20% der Gesamtumsätze an.

### Rohertragsmarge bleibt nahezu unverändert

Auf Jahresbasis blieb die **Rohertragsmarge** nahezu unverändert bei 49,6% (Vorjahr: 49,7%). Dies konnte ungeachtet steigender beziehungsweise stark schwankender Lohn- und Rohstoffpreise erreicht werden. Nach Produktsegmenten lag die Rohertragsmarge für Schuhe bei 49,1% gegenüber 48,9% im Vorjahr. Bei Textilien ging die Marge von 50,6% auf 49,6% zurück. Bei Accessoires stieg die Marge von 50,6% auf 51,6%.

### Operative Aufwendungen

Die **operativen Aufwendungen** sind im Gesamtjahr 2011 um 14,8% auf € 1.178 Mio. im Rahmen des Wachstumsplans angestiegen. Die Aufwendungen für Marketing und Retail erhöhten sich um 9,8% auf € 550,7 Mio., in Prozent vom Umsatz entspricht dies einem leichten Rückgang auf 18,3%. Die übrigen Vertriebsaufwendungen sind im Einklang mit den Umsätzen auf € 387,1 Mio. angestiegen. Entsprechend den Vorgaben des Wachstumsplans haben sich die Aufwendungen für Produktentwicklung und Design um 21,0% auf € 77,0 Mio. erhöht. Die Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen stiegen um 31,8% auf € 195,3 Mio. Diese Entwicklung ist auf die anhaltenden Investitionen in Infrastruktur und Systeme zurückzuführen, die notwendig sind, um das Geschäftsmodell auf zukünftiges Wachstum auszurichten. Die Kostenquote stieg daraufhin von 5,5% auf 6,5% an. Des Weiteren fielen sonstige betriebliche Erträge von € 35,5 Mio. gegenüber € 32,2 Mio. in 2010 an.

### Ergebnisse

Das **operative Ergebnis (EBIT)** verbesserte sich um 8,6% auf € 333,2 Mio. In Prozent vom Umsatz beträgt das operative Ergebnis 11,1% gegenüber 11,3% in 2010.

Das **Finanzergebnis** beträgt im Jahr 2011 € -12,8 Mio. gegenüber € -5,3 Mio. im Vorjahr. Die Zinserträge haben sich um € 0,8 Mio. auf € 5,2 Mio. erhöht. Jedoch haben Währungskurseinflüsse im Zusammenhang mit Finanzierungsaktivitäten zu einem negativen Beitrag von € 6,9 Mio. geführt, der im Vorjahr nicht zu verzeichnen war. Die übrigen Finanzaufwendungen sind in diesem Jahr um € 1,4 Mio. angestiegen.

Der **Gewinn vor Steuern** hat sich im Gesamtjahr um 6,3% von € 301,5 Mio. auf € 320,4 Mio. erhöht. Der **Steueraufwand** ist im Gesamtjahr um 9,4% auf € 90,0 Mio. zurückgegangen. Die Steuerquote liegt damit auf normalem Niveau und beträgt 28,1% gegenüber 32,9% im Vorjahr.

Der **Konzerngewinn** verbesserte sich im Gesamtjahr um 13,8% von € 202,2 Mio. auf € 230,1 Mio. Das **Ergebnis je Aktie** erhöhte sich deutlich um 14,2% auf € 15,36.

## Vermögens- und Finanzlage

### Eigenkapital

Zum 31. Dezember 2011 stieg die **Bilanzsumme** um 9,1% von € 2.366,6 Mio. auf € 2.581,8 Mio. Die Erhöhung resultiert im wesentlichen aus dem Anstieg der Vorräte sowie der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Die **Eigenkapitalquote** erhöhte sich von 58,6% auf 62,2% und signalisiert damit die weitere Verbesserung unserer Kapitalausstattung. In absoluten Zahlen konnte das Eigenkapital um 15,8% von € 1.386,4 Mio. auf € 1.605,2 Mio. verbessert werden.

### Working Capital

Das **Working Capital** stieg um 32,0% auf € 534,0 Mio. Auf der Aktivseite sind die **Vorräte** um 22,1% von € 439,7 Mio. auf € 536,8 Mio. angestiegen. Dieser Anstieg war notwendig, um unser künftiges Umsatzwachstum zu unterstützen. Ein weiterer Grund für den Zuwachs sind die gestiegenen Beschaffungspreise. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** erhöhten sich ebenfalls um 19,3% von € 447,0 Mio. auf € 533,1 Mio., was auf unser starkes Umsatzwachstum insbesondere im vierten Quartal zurückzuführen ist. Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** erhöhten sich ebenso deutlich um 25,3% auf € 431,4 Mio. und haben teilweise dem Anstieg des Working Capitals entgegengewirkt.

### Cashflow/ Investitionen

Der **freie Cashflow** lag im Gesamtjahr bei € 16,8 Mio. gegenüber € 17,1 Mio. im Vorjahr. Die Mittelabflüsse für die **Investitionen** ins Anlagevermögen sind um 28,9% angestiegen und betragen € 71,1 Mio. Wie bereits erläutert resultiert dieser Anstieg nahezu vollständig aus den Investitionen in die Optimierung der Beschaffungskette, IT-Systeme und die Erweiterung unseres Einzelhandelsportfolios im Rahmen unseres Wachstumsplans.



Die Mittelabflüsse für Akquisitionen sind um nahezu 60% auf € 44,2 Mio. zurückgegangen, nachdem im Vorjahr die Übernahme von Cobra Golf enthalten war. Der Erwerb der ausstehenden Anteile von unserem Joint Venture Partner in China trug den wesentlichen Teil zu den Akquisitionszahlungen im Vorjahr bei.

#### Liquidität

Der Bestand an **Flüssigen Mitteln** ist zum 31. Dezember 2011 um 6,5% auf € 448,2 Mio. zurückgegangen. Die **Bankverbindlichkeiten** wurden um 18,0% auf € 35,1 Mio. reduziert. Im Ergebnis ist die **Nettoliiquidität** um 5,4% von € 436,8 Mio. auf € 413,1 Mio. gesunken.

#### Dividende

Der Verwaltungsrat schlägt den Aktionären in der Hauptversammlung am 24. April 2012 vor, aufgrund der Verbesserung des Konzerngewinns und trotz eines freien Cashflows auf Vorjahresniveau für das Geschäftsjahr 2011 eine erhöhte **Dividende** in Höhe von € 2,00 je Aktie (Vorjahr: € 1,80) auszuschütten.

#### Aktienrückkauf

PUMA hat den Aktienrückkauf im vierten Quartal 2011 nicht fortgesetzt. Zum Bilanzstichtag hält PUMA insgesamt 147.831 Stück eigene Aktien im Bestand. Dies entspricht einem Betrag von € 32,6 Mio.

### **Ausblick**

Das Management geht davon aus, dass PUMA sowohl 2012 als auch 2013 jeweils ein Umsatzwachstum im oberen einstelligen Prozentbereich erzielen kann. Dieser Zuwachs wird getragen von weiteren Investitionen in die Bereiche Marketing, Design und Produktentwicklung, in den Ausbau der Strukturen in den Schwellenländern sowie in die Optimierung der Geschäftsprozesse, Unternehmensorganisation und Systeme. Unter der Annahme, dass die Beschaffungsspreise nur leicht steigen und sich die operativen Aufwendungen erhöhen werden, gehen wir davon aus, dass wir in beiden Jahren jeweils eine Verbesserung des Konzerngewinns im mittleren einstelligen Bereich erzielen können.

Gewinn- und Verlustrechnung	Viertes Quartal			Gesamtjahr		
	Q4/2011 € Mio.	Q4/2010 € Mio.	Abwei- chung	1-12/2011 € Mio.	1-12/2010 € Mio.	Abwei- chung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>720,5</b>	<b>623,4</b>	15,6%	<b>3.009,0</b>	<b>2.706,4</b>	11,2%
Umsatzkosten	-384,2	-340,5	12,8%	-1.515,6	-1.361,6	11,3%
<b>Rohertrag</b>	<b>336,3</b>	<b>282,9</b>	18,9%	<b>1.493,4</b>	<b>1.344,8</b>	11,0%
- in % der konsolidierten Umsätze	46,7%	45,4%		49,6%	49,7%	
Lizenz- und Provisionserträge	4,2	5,1	-17,9%	17,6	19,1	-8,0%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-292,3	-246,9	18,4%	-1.177,8	-1.026,1	14,8%
<b>Operatives Ergebnis vor Sondereffekten</b>	<b>48,1</b>	<b>41,1</b>	17,3%	<b>333,2</b>	<b>337,8</b>	-1,4%
- in % der konsolidierten Umsätze	6,7%	6,6%		11,1%	12,5%	
Sondereffekte	0,0	-13,2	-100,0%	0,0	-31,0	-100,0%
<b>Operatives Ergebnis (EBIT)</b>	<b>48,1</b>	<b>27,9</b>	72,6%	<b>333,2</b>	<b>306,8</b>	8,6%
- in % der konsolidierten Umsätze	6,7%	4,5%		11,1%	11,3%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-8,9	-1,2	650,5%	-12,8	-5,3	141,1%
<b>Gewinn vor Steuern (EBT)</b>	<b>39,3</b>	<b>26,7</b>	47,0%	<b>320,4</b>	<b>301,5</b>	6,3%
- in % der konsolidierten Umsätze	5,4%	4,3%		10,6%	11,1%	
Ertragssteuern	-5,7	-12,8	-55,4%	-90,0	-99,3	-9,4%
- Steuerquote	14,6%	48,1%		28,1%	32,9%	
Minderheiten zuzurechnende Gewinne	-0,5	0,1		-0,3	-0,0	
<b>Konzerngewinn</b>	<b>33,1</b>	<b>14,0</b>	136,9%	<b>230,1</b>	<b>202,2</b>	13,8%
<b>Gewinn je Aktie (€)</b>	<b>2,21</b>	<b>0,93</b>	137,6%	<b>15,36</b>	<b>13,45</b>	14,2%
<b>Gewinn je Aktie (€) - verwässert</b>	<b>2,21</b>	<b>0,92</b>	139,0%	<b>15,36</b>	<b>13,37</b>	14,9%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				14,981	15,031	-0,3%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				14,985	15,123	-0,9%

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

Bilanz	31.12.'11 € Mio.	31.12.'10 € Mio.	Abwei- chung
<b>AKTIVA</b>			
Flüssige Mittel	448,2	479,6	-6,5%
Vorräte	536,8	439,7	22,1%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	533,1	447,0	19,3%
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	167,6	177,6	-5,6%
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	28,7	3,3	770,0%
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.714,5</b>	<b>1.547,2</b>	10,8%
Latente Steuern	109,1	96,5	13,0%
Sonstige langfristige Vermögenswerte	758,2	722,9	4,9%
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>867,3</b>	<b>819,4</b>	5,8%
<b>Summe Aktiva</b>	<b>2.581,8</b>	<b>2.366,6</b>	9,1%
<b>PASSIVA</b>			
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	35,1	42,8	-18,0%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	431,4	344,3	25,3%
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	272,1	315,5	-13,7%
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	100,5	96,4	4,3%
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>839,2</b>	<b>799,0</b>	5,0%
Latente Steuern	63,6	50,7	25,5%
Pensionsrückstellungen	29,8	26,1	14,2%
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	44,0	104,4	-57,8%
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>137,5</b>	<b>181,2</b>	-24,1%
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.605,2</b>	<b>1.386,4</b>	15,8%
<b>Summe Passiva</b>	<b>2.581,8</b>	<b>2.366,6</b>	9,1%

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

<b>Kapitalflussrechnung</b>	<b>1-12/2011</b>	<b>1-12/2010</b>	<b>Abwei-</b>
	<b>€ Mio.</b>	<b>€ Mio.</b>	<b>chung</b>
<b>Gewinn vor Steuern (EBT)</b>	<b>320,4</b>	<b>301,5</b>	6,3%
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	61,2	56,9	7,5%
<b>Brutto Cashflow</b>	<b>381,5</b>	<b>358,4</b>	6,5%
Veränderung Nettoumlaufvermögen	-105,9	-97,0	9,2%
Steuer- und Zinszahlungen	-148,8	-92,0	61,8%
<b>Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>126,8</b>	<b>169,4</b>	-25,2%
Zahlung für Akquisitionen	-44,2	-108,4	-59,2%
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-71,1	-55,2	28,9%
Andere Investitionstätigkeiten	5,3	11,3	-52,9%
<b>Mittelzufluss-/abfluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-110,0</b>	<b>-152,3</b>	-27,8%
<b>Freier Cashflow</b>	<b>16,8</b>	<b>17,1</b>	-2,0%
<b>Freier Cashflow (vor Akquisition)</b>	<b>61,0</b>	<b>125,5</b>	-51,4%
Dividendenzahlung	-26,8	-27,1	-1,1%
Erwerb von eigenen Anteilen	-26,6	-23,4	14,1%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	-5,4	-3,7	43,6%
<b>Mittelzufluss-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-58,8</b>	<b>-54,2</b>	8,6%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	10,7	31,1	-65,6%
<b>Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>	<b>-31,4</b>	<b>-6,0</b>	423,2%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	479,6	485,6	-1,2%
<b>Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode</b>	<b>448,2</b>	<b>479,6</b>	-6,5%

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](http://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 10.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentralen befinden sich in Herzogenaurach, Boston, London und Hongkong. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: [www.puma.com](http://www.puma.com)