



PUMA SE

FINANZBERICHT

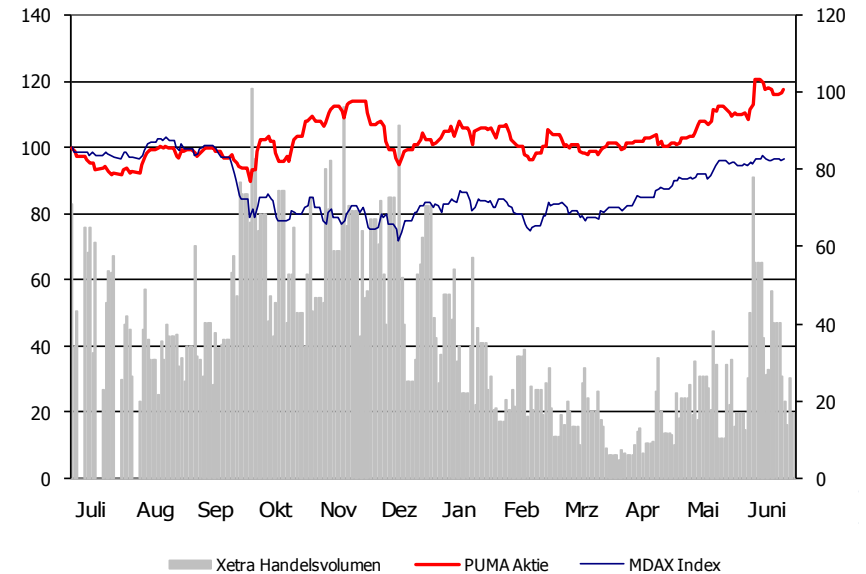
Januar bis Juni 2012



INHALTSVERZEICHNIS

Financial Highlights	3
Konzernlagebericht	
- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	4
- Strategie	4
- Umsatz- und Ertragslage	5 - 8
- Vermögens- und Finanzlage	9
- Ausblick	10 - 11
Konzernabschluss	
- Bilanz	12
- Gewinn- und Verlustrechnung	13
- Gesamtergebnisrechnung	14
- Kapitalflussrechnung	15
- Veränderungen im Eigenkapital	16
- Geschäftssegmente	17 - 18
- Anhang zum Finanzbericht	19 - 22
Geschäftsführende Direktoren / Verwaltungsrat	23
Finanzkalender	24

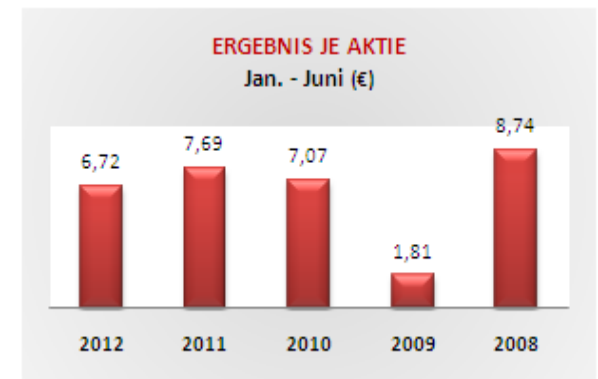
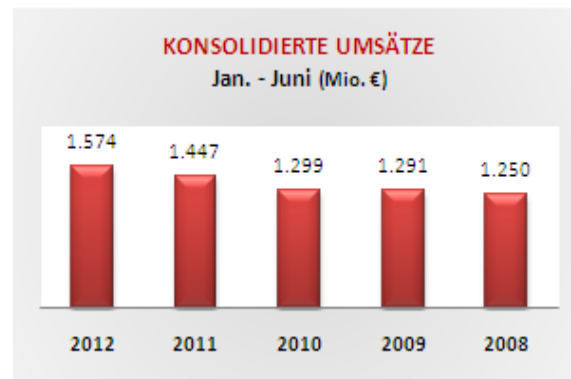
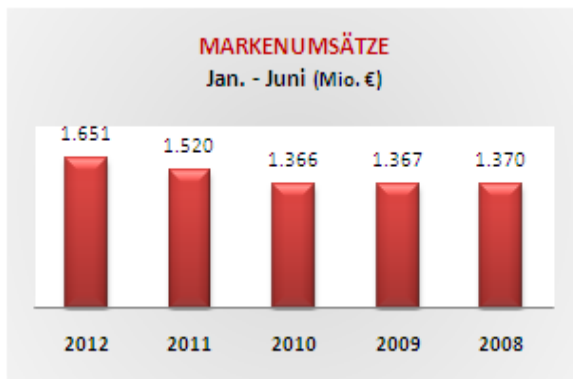
Jahresentwicklung der PUMA Aktie
Indizierte Entwicklung mit Handelsvolumen (Xetra)



Financial Highlights	1-6/2012 € Mio.	1-6/2011 € Mio.	Abwei- chung
Markenumsätze	1.651,3	1.519,7	8,7%
Konsolidierte Umsätze	1.573,8	1.446,9	8,8%
Rohertragsmarge	50,2%	50,9%	
Operatives Ergebnis (EBIT)	149,1	166,4	-10,4%
Konzerngewinn	100,6	115,3	-12,8%
- in %	6,4%	8,0%	
Bilanzsumme	2.579,7	2.343,4	10,1%
Eigenkapitalquote in %	65,7%	59,4%	
Netto-Umlaufvermögen (Working Capital)	707,4	509,0	39,0%
Brutto Cashflow	182,8	195,4	-6,4%
Freier Cashflow (vor Akquisition)	-57,1	-9,2	519,1%
Gewinn je Aktie (in €)	6,72	7,69	-29,0%
Brutto Cashflow je Aktie (in €)	12,21	13,02	-6,3%
Freier Cashflow je Aktie (in €) (vor Akquisition)	-3,81	-0,61	520,3%
Aktienkurs am Ende der Periode (in €)	227,75	218,15	4,4%
Marktkapitalisierung am Ende der Periode	3.402	3.252	4,6%
Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Werten (ohne Firmenwerte)	34,0	29,1	17,1%

Franz Koch, CEO:

„Trotz der vor allem in Europa schwachen Nachfrage und des schwierigen Marktumfelds konnte PUMA im zweiten Quartal und ersten Halbjahr 2012 einen beachtlichen Anstieg der Umsätze verzeichnen“, sagte Franz Koch, CEO PUMA SE. „Allerdings haben der zunehmende Druck auf die Rohertragsmarge, weitere strategische Investitionen im Rahmen unseres „Back on the Attack“-Wachstumsplanes sowie ein schwaches Geschäftsumfeld in Europa unseren Konzerngewinn im zweiten Quartal belastet. Aus diesem Grund haben wir Maßnahmen ergriffen und den Umfang unseres Transformationsprogramms deutlich erweitert, um nachhaltiges und profitables Wachstum sicherzustellen. Das Programm zielt darauf ab, komplexe Strukturen zu vereinfachen und ein effizienteres Geschäftsmodell zu etablieren, das zu deutlichen Kosteneinsparungen führt.“





Konzernlagebericht

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Gemäß der Sommerprognose des „Instituts für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 14. Juni 2012 befindet sich die Weltkonjunktur zur Jahresmitte 2012 in einer Phase sehr verhaltener wirtschaftlicher Expansion. Die Aufhellung der Perspektiven, zu der es Ende 2011 und in den ersten Monaten im laufenden Jahr kam, war offenbar nur von kurzer Dauer. Belastungen gehen zurzeit insbesondere von der erneuten Zuspitzung der Staatsschuldenkrise im Euroraum aus.

Das globale Bruttoinlandsprodukt ist im ersten Quartal 2012 mit einer laufenden Jahresrate von 3,1%, gegenüber einem Anstieg von lediglich 2,3% im letzten Quartal 2011, wieder etwas rascher angestiegen. Allerdings ist auch dieses Tempo der wirtschaftlichen Expansion sehr mäßig verglichen mit dem mittelfristigen Trend von knapp 4%. Auf Monatsbasis verfügbare Indikatoren lassen zudem darauf schließen, dass die Weltkonjunktur zuletzt wieder an Fahrt verloren hat. Der IfW-Indikator für die weltwirtschaftliche Aktivität, der auf Basis von Stimmungsindikatoren aus 41 Ländern berechnet wird, signalisiert für das zweite Quartal 2012 eine neuerliche Abschwächung der wirtschaftlichen Expansion.

STRATEGIE

Unter der Zielsetzung, „das begehrteste und nachhaltigste Sportlifestyle-Unternehmen“ zu sein, soll die Position von PUMA als eine der wenigen, echten Multi-Category-Marken gestärkt und das Potenzial des Sportlifestyle-Marktes in allen Kategorien und Regionen konsequent ausgeschöpft werden. Als Multi-Category-Anbieter ist PUMA in Kategorien und Geschäftsfeldern aktiv, die zur einzigartigen Markenpositionierung passen und in denen sich dauerhafte Wertsteigerungen für das Unternehmen erzielen lassen. PUMA ist positioniert als Sportlifestylemarke, die es versteht, mit Freude, die Einflüsse aus Sport und Lifestyle zu kombinieren und darüber hinaus danach strebt, einen Beitrag zu einer besseren Welt zu leisten. Diese vorgenannte Markenpositionierung soll durch eine selektive Ausweitung der bestehenden Produktkategorien, durch eine regionale Expansion sowie einer Expansion mit Nicht-PUMA-Marken unterstützt werden.

Umsatz- und Ertragslage

Weltweite Markenumsätze

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, bestehend aus Lizenz- sowie konsolidierten Umsätzen, stiegen im zweiten Quartal in Euro um 12,2% (währungsbereinigt um 6,4%) auf € 795,3 Mio. gegenüber € 708,6 Mio. im Vorjahr.

Auf Halbjahresbasis stiegen die PUMA-Markenumsätze in Euro um 8,7% sowie währungsbereinigt um 4,9% auf € 1.651 Mio. im Vergleich zum ersten Halbjahr 2011.

Konsolidierte Umsätze

Die Region Amerika und das Segment Accessoires tragen PUMAs Umsatzwachstum im zweiten Quartal

Im **zweiten Quartal** stiegen die Umsätze von PUMA um 11,8% auf Euro-Basis bzw. währungsbereinigt um 6,0% auf € 752,9 Mio. Das Segment **Schuhe** blieb währungsbereinigt stabil bei € 370,9 Mio., wobei die Kategorien Teamsport und Running die schwächeren Umsätze in den Bereichen Motorsport und Fitness ausgleichen konnten. Das Geschäft mit **Textilien** wuchs dagegen um 7,9% auf € 256,4 Mio., bedingt durch die gestiegene Nachfrage in der Kategorie Teamsport im Rahmen der Fußball-Europameisterschaft 2012.

Das Segment **Accessoires** legte um 24,3% auf € 125,6 Mio. zu. Besonders Cobra Golf-Produkte und das Geschäft mit Socken verzeichneten dabei in allen Regionen starke Umsatzergebnisse.

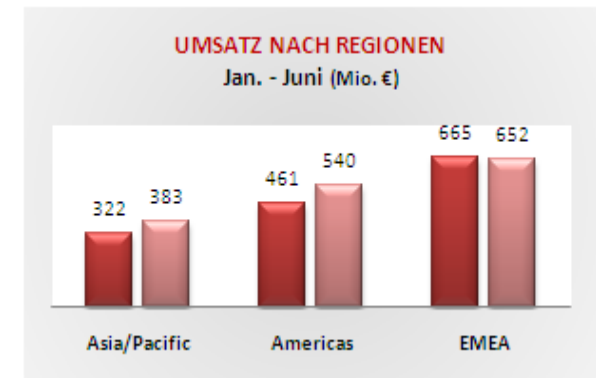
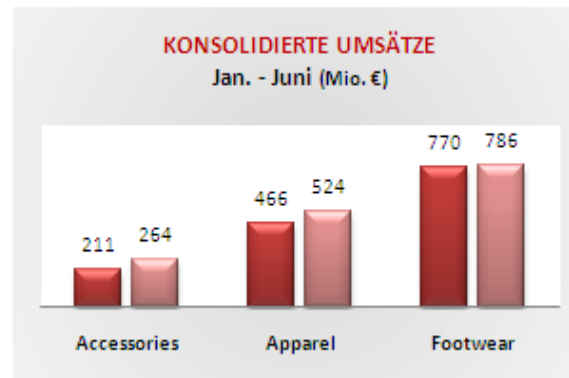
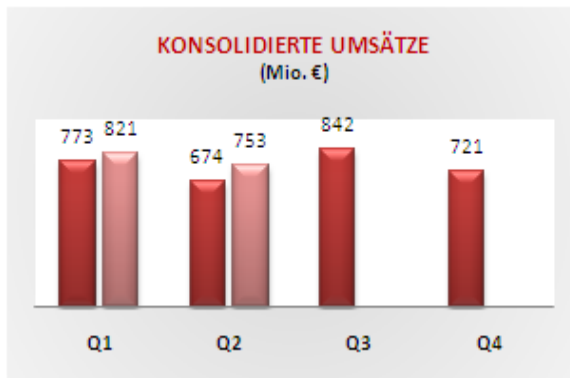
Im **ersten Halbjahr 2012** verbesserten sich die Umsätze um 8,8% auf Euro-Basis bzw. währungsbereinigt um 5,1% auf € 1,57 Milliarden. Das Geschäft mit **Schuhen** gab dabei währungsbereinigt um 1,2% nach, **Textilien** verbesserten sich währungsbereinigt um 8,0% und die Umsätze im Segment **Accessoires** erhöhten sich währungsbereinigt um 21,5%, was hauptsächlich auf die weiterhin sehr erfolgreiche Entwicklung von Cobra Golf und dem neuen Joint Venture für Accessoires auf dem nordamerikanischen Markt zurückzuführen ist.

Wachstum in Amerika und Asien setzt sich fort

Regional konnte PUMA mit einem währungsbereinigten Umsatzwachstum von 15,0% auf € 278,7 Mio. seine außergewöhnlich gute Entwicklung in **Amerika** auch im zweiten Quartal fortsetzen. **Asien/Pazifik** verzeichnete einen Anstieg von 8,6% auf € 190,6 Mio.

Die Umsätze in der Region **EMEA** gingen aufgrund des schwierigen Marktumfelds in Europa und einer schwächeren Entwicklung des Schuhgeschäfts um 3,0% auf € 283,6 Mio. zurück.

Im **ersten Halbjahr 2012** legten die Umsätze in der Region **Amerika** aufgrund guter Ergebnisse in fast allen wichtigen Märkten währungsbereinigt um 11,8% zu. Die Region **Asien/Pazifik** stieg, unterstützt durch eine hervorragende Geschäftsentwicklung in Indien und Japan, währungsbereinigt um 9,4%, während sich die Umsätze in der Region **EMEA** währungsbereinigt um 2,1% reduzierten. Trotz zufriedenstellender Ergebnisse in den Märkten Deutschland und Spanien, lagen die meisten Märkte in der Region EMEA unterhalb der Erwartungen.



Umsatz nach Regionen und Produktsegmenten		Q2		Wachstumsraten		1-6		Wachstumsraten	
€ Mio.	2012	2011	Euro	währungs- bereinigt	2012	2011	Euro	währungs- bereinigt	
Aufgliederung nach Regionen									
EMEA	283,6	290,1	-2,2%	-3,0%	651,6	664,5	-1,9%	-2,1%	
Amerika	278,7	225,6	23,6%	15,0%	539,5	460,6	17,1%	11,8%	
Asien/Pazifik	190,6	157,9	20,7%	8,6%	382,6	321,8	18,9%	9,4%	
Gesamt	752,9	673,5	11,8%	6,0%	1.573,8	1.446,9	8,8%	5,1%	
Aufgliederung nach Produktsegmenten									
Schuhe	370,9	352,6	5,2%	-0,2%	785,5	769,8	2,0%	-1,2%	
Textilien	256,4	224,3	14,3%	7,9%	524,0	466,0	12,4%	8,0%	
Accessoires	125,6	96,7	29,9%	24,3%	264,3	211,1	25,2%	21,5%	
Gesamt	752,9	673,5	11,8%	6,0%	1.573,8	1.446,9	8,8%	5,1%	

Einzelhandelsgeschäft

PUMAs Einzelhandelsgeschäft verzeichnet auch weiterhin ein solides Wachstum. Die **Umsätze im Einzelhandel** betragen im zweiten Quartal € 150 Mio. und lagen damit um 22,3% über dem Vorjahreswert von € 122 Mio. Dies entspricht einem Anteil von 19,9% am Gesamtumsatz. In den ersten sechs Monaten nahmen die Einzelhandelsumsätze um 19% von € 228 Mio. auf € 272 Mio. zu, was 17,3% vom Gesamtumsatz entspricht. Diese zufriedenstellende Entwicklung basiert auf einem gesteigerten Umsatzvolumen in den bestehenden Geschäften, neu eröffneten Einzelhandelsgeschäften sowie einem anhaltenden Wachstum im Bereich E-Commerce.

Rohrertragsmarge

Rohrertragsmarge im zweiten Quartal stabil, aber rückläufig im ersten Halbjahr

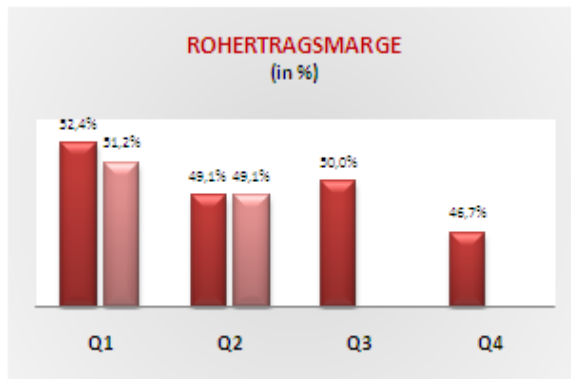
PUMA konnte die Auswirkungen der anhaltend steigenden Beschaffungskosten im zweiten Quartal weitestgehend kompensieren. Unterstützt durch im Vergleich zum Vorjahr vorteilhafte Wechselkurseffekte blieb die Rohrertragsmarge im zweiten Quartal 2012 stabil bei 49,1%. Es kam jedoch nicht zu dem ursprünglich erwarteten leichten Anstieg der Rohrertragsmarge und PUMA konnte höhere Beschaffungskosten und den anhaltenden Margendruck daher nicht ausgleichen. Die Marge im Segment Schuhe konnte dabei von 48,1% auf 48,3% leicht zulegen, bei Textilien verbesserte sie sich von 48,9% auf 49,4%. Accessoires fielen jedoch im Vergleich zum Vorjahr von 53,3% auf 51,1% zurück.

Im Halbjahresvergleich ging die Rohrertragsmarge um 70 Basispunkte von 50,9% auf 50,2% zurück. Im Segment Schuhe reduzierte sie sich von 49,8% auf 48,9%. Textilien konnten von 51,4% auf 51,5% leicht zulegen, während die Marge bei Accessoires aufgrund der Zunahme des Geschäfts mit Golfschlägern, das traditionell niedrigere Margen aufweist, von 53,7% auf 51,5% zurückging.

Operative Aufwendungen

Die operativen Aufwendungen stiegen gemäß PUMAs Wachstumsplan auch im zweiten Quartal 2012. Im Vergleich zu den in der Vorjahresperiode ausgewiesenen € 279,9 Mio. nahmen sie im zweiten Quartal 2012 um 17,0% auf € 327,4 Mio. zu, im Wesentlichen bedingt durch Marketing-initiativen in Verbindung mit der Fußball-Europameisterschaft und den Olympischen Spielen. Gleichzeitig wurden mehr Mittel für Forschung, Design und Entwicklung bereitgestellt, um das Produktangebot zu stärken. Auch die gestiegene Anzahl an eigenen Einzelhandelsgeschäften, Wechselkurseffekte und die Erweiterung des Konsolidierungskreises trugen zum Kostenanstieg bei.

Im ersten Halbjahr 2012 stiegen die operativen Aufwendungen aus denselben Gründen wie im zweiten Quartal um 12,3% bzw. € 71,4 Mio. von € 578,5 Mio. auf € 649,9 Mio. an. Zusätzlich fielen höhere Kosten an, um die erforderliche Basis für das Transformationsprogramm zu schaffen. Dazu gehören standardisierte ERP-IT-Systeme und Verbesserungen entlang der regionalen Beschaffungskette.



Operatives Ergebnis/EBIT

Operatives Ergebnis (EBIT) geht aufgrund von schwächer als erwarteten Umsätzen und höheren Kosten zurück

Das operative Ergebnis (EBIT) verringerte sich um 15,0% auf € 47,1 Mio. im zweiten Quartal 2012. Im Halbjahresvergleich sank das EBIT um 10,4% auf € 149,1 Mio., was einer EBIT-Quote von 9,5% entspricht.

Finanzergebnis/Ergebnis aus assoziierten Unternehmen

Das Finanzergebnis verschlechterte sich von € -1,6 Mio. auf € -3,7 Mio. Dies ist hauptsächlich auf negative Wechselkursveränderungen zurückzuführen. Im ersten Halbjahr ging das Finanzergebnis von € -1,8 Mio. auf € -2,7 Mio. zurück.

Gewinn vor Steuern

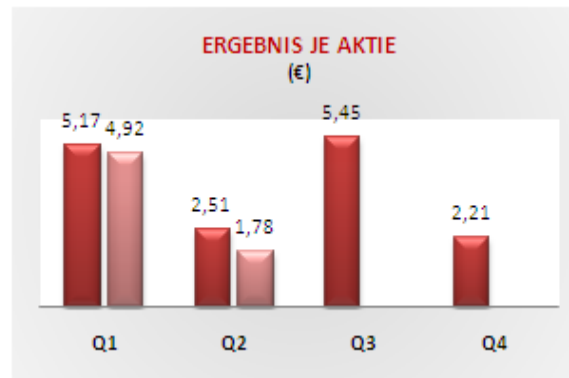
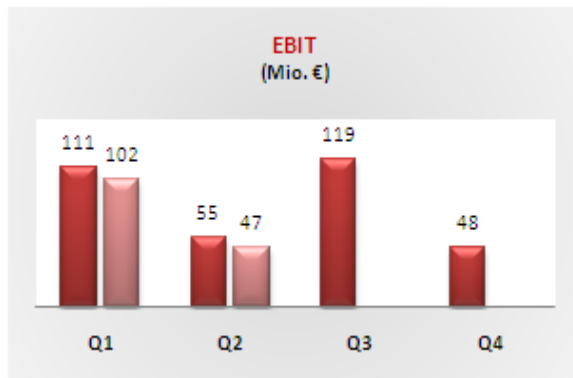
PUMAs Gewinn vor Steuern ging im zweiten Quartal um 19,4% auf € 43,3 Mio. zurück. Die Steuerquote für das vergangene Quartal erhöhte sich von 30,0% auf 33,8%.

Der Gewinn vor Steuern reduzierte sich auch im ersten Halbjahr 2012. Die Entwicklung von € 164,6 Mio. auf € 146,4 Mio. entspricht einem Rückgang von insgesamt 11,0%. Jedoch verzeichnete das Unternehmen eine gegenüber dem Vorjahr verbesserte Steuerquote von 29,1% (2011: 30,0%).

Konzerngewinn

Als Folge eines geringeren Rohertrags und gestiegener Ausgaben verringerte sich der Konzerngewinn um 29,2% auf € 26,7 Mio. und blieb damit hinter den Erwartungen des Managements zurück. Das Ergebnis pro Aktie reduzierte sich um 29,0% auf € 1,78.

Im ersten Halbjahr 2012 ging der Konzerngewinn um 12,8% auf € 100,6 Mio. zurück. Das Ergebnis pro Aktie sank um 12,6% auf € 6,72.



Vermögens- und Finanzlage

Eigenkapital

Zum 30. Juni 2012 stieg die Bilanzsumme, hauptsächlich aufgrund einer Zunahme der Lagerbestände, um 10,1% von € 2.343 Mio. auf € 2.580 Mio. Verglichen mit dem zweiten Quartal 2011 verbesserte sich die Eigenkapitalquote stark von 59,4% auf 65,7%. In absoluten Zahlen erhöhte sich das Eigenkapital um 21,8% von € 1.392 Mio. auf € 1.696 Mio.

Working Capital

Auf der Aktivseite haben sich die Vorräte währungsbereinigt um 26,1% auf € 672,3 Mio. erhöht. Auf Euro-Basis entspricht dies einem Anstieg von 32,3%, was zum großen Teil auf der fortwährenden Erweiterung des Einzelhandelsportfolios und höheren Durchschnittspreisen pro Artikel zurückzuführen ist. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind im Rahmen des Umsatzwachstums währungsbereinigt um 7,0% (11,6% auf Euro-Basis) auf € 582,7 Mio. angestiegen. Auf der Passivseite nahmen die Verbindlichkeiten um 10,4% auf € 469,5 Mio. zu.

Investitionen/Cashflow

Der freie Cashflow (vor Akquisitionen) belief sich auf € -57 Mio., während der Wert in der Vorjahresperiode bei € -9 Mio. lag. Der Mittelabfluss resultiert im Wesentlichen aus dem höheren Bedarf an Working Capital. Die Investitionen für Akquisitionen betreffen den Erwerb der restlichen ausstehenden Anteile an Dobotex zum 1. Januar 2012.

Die Investitionen ins Anlagevermögen erhöhten sich um 17,1% auf € 34 Mio. und betrafen hauptsächlich Investitionen in die Beschaffungskette und IT-Projekte im Rahmen des „Back on the Attack“-Wachstumsplans.

Liquidität

Der Bestand an Flüssigen Mitteln ging aufgrund des Erwerbs der restlichen ausstehenden Anteile an Dobotex zum 30. Juni 2012 um 19,8% von € 352 Mio. auf € 282 Mio. zurück. Zusammen mit den Bankverbindlichkeiten reduzierte sich die Nettoliquidität um 26,6% von € 321 Mio. auf € 236 Mio.

Ausblick 2012

Weltwirtschaft

Gemäß der Sommerprognose des „Instituts für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 14. Juni 2012 haben sich in der jüngsten Zeit die Indikatoren für die Weltkonjunktur spürbar eingetrübt. Diese lassen erwarten, dass die Weltwirtschaft im Sommerhalbjahr abermals an Fahrt verliert. Angesichts der schwachen Konjunktur in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften – der Euroraum befindet sich sogar in einer Rezession – hat sich auch die Dynamik in den Schwellenländern spürbar verringert.

Die Experten des IfW haben ihre Prognose für den Anstieg der Weltproduktion insgesamt seit dem vergangenen März nicht nennenswert nach unten revidiert. Für das Jahr 2012 rechnen diese unverändert mit einem Anstieg des globalen Bruttoinlandsprodukts um 3,4% und für das Jahr 2013 wird eine wieder etwas stärkere, jedoch immer noch moderate Zunahme von 3,8% erwartet (Märzprognose: 3,9%).

Investitionen

Für 2012 sind Investitionen in einer Höhe von € 80 Mio. geplant. Der wesentliche Teil betrifft dabei Investitionen in die Infrastruktur, um die operativen Voraussetzungen für die geplanten Umsatzzuwächse zu schaffen, den Ausbau unserer Kernmärkte sowie selektive Investitionen in Einzelhandelsgeschäfte.

PUMAs Transformationsprogramm soll Geschäftsmodell optimieren und Kostenstruktur verbessern

Angesichts der aktuellen Herausforderungen im Europa-Geschäft und des zunehmenden Drucks auf die Rohertragsmargen sowie der Notwendigkeit anhaltender strategischer Investitionen in Marke, Produkt und Infrastruktur hat das Management beschlossen, die Umsetzung des **Transformationsprogramms**, das 2011 im Rahmen des fünfjährigen Wachstumsplans gestartet wurde, zu forcieren.

Das wichtigste Element dieses Programms ist die Einführung eines **neuen regionalen Geschäftsmodells** als eine robuste Plattform für nachhaltiges und profitables Wachstum. Das Modell wird zunächst in Europa und im Anschluss daran in den übrigen Regionen implementiert werden. Ziel ist es, die Komplexität innerhalb der europäischen Organisationsstruktur zu reduzieren, indem die Anzahl der Organisationseinheiten in Europa von derzeit 23 Ländern auf sieben Ländergruppierungen vermindert wird.

In diesen Ländergruppierungen werden vorwiegend Verwaltungsfunktionen (Back-Office) zentralisiert, während sich die einzelnen Länder künftig weiterhin auf die Bereiche Vertrieb und Marketing konzentrieren, um dadurch einen stärkeren Fokus auf den Verbraucher legen zu können.

Ein weiterer wichtiger Bestandteil des neuen regionalen Geschäftsmodells ist die Schaffung einer **regional organisierten Beschaffungskette**, mit deren Hilfe die Bearbeitungszeit von Kundenaufträgen deutlich verkürzt, der Lagerbestand und der Warenumsatz verbessert und die Produktverfügbarkeit erhöht wird.

Der erweiterte Umfang des Transformationsprogramms beinhaltet auch die anhaltende **Optimierung von PUMAs Einzelhandelsportfolio**, hauptsächlich in Europa und Nordamerika. PUMAs Einzelhandelsstrategie umfasst selektive Neueröffnungen an profitablen Standorten, insbesondere in den Wachstumsmärkten, bei gleichzeitiger Schließung unrentabler Geschäfte.

Außerdem wird PUMAs **Produktportfolio** optimiert, indem die Gesamtzahl der geführten Artikel deutlich reduziert wird. Im Einklang mit dem neuen regionalen Geschäftsmodell will PUMA seine globalen und regionalen Kollektionen stärken und Produktlinien, die speziell für einzelne Märkte kreiert wurden, deutlich verkleinern. Darüber hinaus werden **Sponsoringverträge**, die entweder nicht wirtschaftlich sind oder aber nicht PUMAs langfristiger Marketingstrategie entsprechen, beendet.

Zusätzlich zu den oben beschriebenen Maßnahmen wird PUMAs **Kostenstruktur** verbessert, indem globale Funktionen und Kategorien zentralisiert und die internationale und regionale Organisationsstruktur verschlankt wird.

Das Management geht davon aus, dass diese Veränderungen **einmalige Kosten** von bis zu € 100 Mio. erfordern, die letztendlich aber zu einer deutlichen Kosteneffizienz und Verbesserungen des Working Capital in den kommenden Jahren führen werden.

Geschäftsführende Direktoren

Klaus Bauer (57), Chief Operating Officer, hat den Verwaltungsrat darüber informiert, dass er aufgrund seiner persönlichen Lebensplanung seinen bestehenden Vertrag nicht über das Jahr 2012 hinaus verlängern wird. Sein Nachfolger wird Michael Lämmermann (50), Geschäftsbereichsleiter Finanzen, der mit Wirkung zum 1. Januar 2013 die Position des Chief Financial Officers übernehmen und damit künftig für die Bereiche Finanzen und Recht verantwortlich sein wird.

Klaus Bauer ist seit 1989 bei PUMA und wurde 2009 zum Vorstand ernannt. Als Chief Operating Officer verantwortet er die Bereiche Finanzen, Recht, Personal, IT, Logistik und Operations. Klaus Bauer wird seine Aufgaben bis zu seinem Ausscheiden Ende des Jahres wahrnehmen und somit eine reibungslose Übergabe sowohl an Michael Lämmermann als auch an seinen Nachfolger in der Position des COO gewährleisten, der zu einem späteren Zeitpunkt bekanntgegeben wird.

Michael Lämmermann ist seit 1993 bei PUMA und wurde 1998 Direktor des Bereichs Controlling. Im Anschluss arbeitete er zehn Jahre lang als Chief Financial Officer und Chief Operating Officer bei PUMA North America in Westford, USA. Nach seiner Rückkehr nach Deutschland übernahm er seine jetzige Funktion als Geschäftsbereichsleiter Finanzen.

Antonio Bertone (39), Chief Marketing Officer, wird eine neue berufliche Herausforderung annehmen und das Unternehmen nach 18 Jahren zum Ende des Jahres verlassen. Antonio Bertone wird PUMA nach seinem Ausscheiden weiterhin in beratender Funktion projektbezogen zur Verfügung stehen und damit seine Expertise im Hinblick auf globale Marketingstrategien einbringen. Als Chief Marketing Officer verantwortet er derzeit PUMAs globales Markenmanagement und wird diese Aufgabe bis Ende des Jahres wahrnehmen. Sein Nachfolger wird zu einem späteren Zeitpunkt bekanntgegeben. Antonio Bertone war seit 2008 stellvertretendes Mitglied des Vorstands der PUMA AG.

Ausblick 2012

Die oben beschriebenen einmaligen Kosten von bis zu circa € 100 Mio. werden im zweiten Halbjahr 2012 gebucht.

Das Management geht davon aus, dass PUMAs Umsätze im zweiten Halbjahr weiterhin ansteigen werden, jedoch deutlich verlangsamt. Dies ist auf das zunehmend schwierigere makroökonomische Umfeld und die allgemein hohen Lagerbestände in den Märkten zurückzuführen.

Für das Gesamtjahr 2012 passt das Management sein bisheriges Umsatzziel mit einer Wachstumsrate im hohen einstelligen Prozentbereich an und rechnet jetzt mit einem Zuwachs im mittleren einstelligen Bereich. Aufgrund der oben genannten Einmalaufwendungen wird erwartet, dass der Konzerngewinn 2012 deutlich unter dem Vorjahreswert von € 230,1 Mio. liegen wird.

Bilanz	30.06.'12	30.06.'11	Abwei- chung	31.12.'11
	€ Mio.	€ Mio.		€ Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	281,8	351,6	-19,8%	448,2
Vorräte	672,3	508,0	32,3%	536,8
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	582,7	522,0	11,6%	533,1
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	160,9	170,4	-5,6%	167,6
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	21,0	0,9		28,7
Kurzfristige Vermögenswerte	1.718,7	1.552,9	10,7%	1.714,5
Latente Steuern	92,2	94,3	-2,2%	109,1
Sonstige langfristige Vermögenswerte	768,8	696,2	10,4%	758,2
Langfristige Vermögenswerte	861,1	790,5	8,9%	867,3
Summe Aktiva	2.579,7	2.343,4	10,1%	2.581,8
PASSIVA				
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	46,1	30,3	52,2%	35,1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	469,5	425,3	10,4%	431,4
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	238,9	266,0	-10,2%	272,1
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	4,2	128,1	-96,7%	100,5
Kurzfristige Verbindlichkeiten	758,7	849,8	-10,7%	839,2
Latente Steuern	55,1	42,6	29,5%	63,6
Pensionsrückstellungen	30,8	25,1	22,7%	29,8
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	39,4	33,5	17,8%	44,0
Langfristige Verbindlichkeiten	125,4	101,2	23,9%	137,5
Eigenkapital	1.695,6	1.392,5	21,8%	1.605,2
Summe Passiva	2.579,7	2.343,4	10,1%	2.581,8

Zweites Quartal

Gesamtjahr

Gewinn- und Verlustrechnung	Q2/2012	Q2/2011	Abwei- chung	1-6/2012	1-6/2011	Abwei- chung
	€ Mio.	€ Mio.		€ Mio.	€ Mio.	
Umsatzerlöse	752,9	673,5	11,8%	1.573,8	1.446,9	8,8%
Umsatzkosten	-383,1	-342,9	11,7%	-783,8	-710,7	10,3%
Rohhertrag	369,8	330,7	11,8%	790,0	736,3	7,3%
- in % der konsolidierten Umsätze	49,1%	49,1%		50,2%	50,9%	
Lizenz- und Provisionserträge	4,7	4,6	0,4%	9,0	8,6	4,0%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-327,4	-279,9	17,0%	-649,9	-578,5	12,3%
Operatives Ergebnis (EBIT)	47,1	55,4	-15,0%	149,1	166,4	-10,4%
- in % der konsolidierten Umsätze	6,2%	8,2%		9,5%	11,5%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-3,7	-1,6		-2,7	-1,8	
Gewinn vor Steuern (EBT)	43,3	53,8	-19,4%	146,4	164,6	-11,0%
- in % der konsolidierten Umsätze	5,8%	8,0%		9,3%	11,4%	
Ertragssteuern	-14,6	-16,2	-9,3%	-42,6	-49,3	-13,6%
- Steuerquote	33,8%	30,0%		29,1%	30,0%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Gewinne	-2,0	0,0		-3,3	0,1	
Konzerngewinn	26,7	37,6	-29,2%	100,6	115,3	-12,8%
Gewinn je Aktie (€)	1,78	2,51	-29,0%	6,72	7,69	-12,6%
Gewinn je Aktie (€) - verwässert	1,78	2,51	-29,0%	6,72	7,68	-12,6%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				14,972	15,000	-0,2%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				14,974	15,009	-0,2%

Gesamtergebnisrechnung		Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer	Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer
		2012	2012	2012	2011	2011	2011
		€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
Konzernjahresüberschuss		103,8		103,8	115,3		115,3
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus Pensionszusagen		0,1	0,1	0,0	0,0		0,0
Währungsänderungen		17,4		17,4	-51,4		-51,4
Neutrale Effekte Hedge Accounting		-4,0	1,8	-5,8	-7,7	1,7	-9,4
Sonstiges Ergebnis		13,5	1,8	11,6	-59,1	1,7	-60,8
Gesamtergebnis		117,3	1,8	115,5	56,2	1,7	54,5
davon:							
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter		3,4		3,4	-0,1		-0,1
Anteilseigner Mutterunternehmen		113,9	1,8	112,1	56,2	1,7	54,5

Kapitalflussrechnung	1-6/2012 € Mio.	1-6/2011 € Mio.	Abwei- chung
Gewinn vor Steuern (EBT)	146,4	164,6	-11,0%
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	36,3	30,8	18,1%
Brutto Cashflow	182,8	195,4	-6,4%
Veränderung Netto-Umlaufvermögen	-168,2	-90,8	85,3%
Steuer- und Zinszahlungen	-40,4	-85,1	-52,5%
Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-25,8	19,5	-232,1%
Zahlung für Akquisitionen	-90,1	-41,4	117,6%
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-34,0	-29,1	17,1%
Andere Investitionstätigkeiten	2,8	0,3	812,5%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Investitionstätigkeit	-121,4	-70,2	72,9%
Freier Cashflow	-147,2	-50,6	190,7%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-57,1	-9,2	519,1%
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen	-29,9	-26,8	11,3%
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Gesellschafter	-0,6	0,0	0,0%
Erwerb von eigenen Anteilen	0,0	-26,6	-100,0%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	10,5	-10,9	-197,0%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-19,9	-64,4	-69,1%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	0,6	-13,1	-104,9%
Veränderung des Finanzmittelbestandes	-166,4	-128,0	30,0%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	448,2	479,6	-6,5%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	281,8	351,6	-19,8%

Veränderungen im Eigenkapital in € Mio.	Gezeichnetes Kapital	Rücklagen					Bilanzgewinn	Eigene Aktien	Eigenkapital vor Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	Eigenkapital gesamt
		Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Unterschied aus der Währungs-umrechnung	Cashflow Hedges	At-equity bewertete Unternehmen					
31.12.2010	38,6	198,2	69,5	0,0	-11,1	0,2	1.114,0	-23,2	1.386,2	0,2	1.386,4
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen							-26,8		-26,8		-26,8
Währungsänderungen				-51,4		0,0			-51,4	0,0	-51,4
Nettoeffekt aus der Absicherung von Cashflows, netto nach Steuern					-7,7				-7,7		-7,7
Bewertung aus Optionsprogrammen		3,4							3,4		3,4
Konzerngewinn							115,3		115,3	-0,1	115,3
Erwerb eigener Aktien								-26,6	-26,6		-26,6
Wandlung von Optionen		-11,6						11,6	0,0		0,0
30.06.2011	38,6	190,0	69,5	-51,4	-18,8	0,2	1.202,5	-38,2	1.392,4	0,1	1.392,5
31.12.2011	38,6	187,6	66,7	6,4	19,8	0,8	1.317,3	-32,6	1.604,5	0,7	1.605,2
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen / nicht beherrschende Gesellschafter							-29,9		-29,9	-0,6	-30,4
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus Pensionszusagen			0,1						0,1		0,1
Währungsänderungen				17,9		-0,6			17,3	0,1	17,4
Nettoeffekt aus der Absicherung von Cashflows, netto nach Steuern					-4,0				-4,0		-4,0
Bewertung aus Optionsprogrammen		3,6				0,0			3,6		3,6
Konzerngewinn							100,6		100,6	3,3	103,8
Wandlung von Optionen		-0,8						0,8	0,0		0,0
30.06.2012	38,6	190,3	66,7	24,3	15,7	0,3	1.388,0	-31,8	1.692,1	3,5	1.695,6

Geschäftssegmente Q2/2012

Regionen

	Externe Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	Q2/2012 € Mio.	Q2/2011 € Mio.	Q2/2012 € Mio.	Q2/2011 € Mio.	Q2/2012 € Mio.	Q2/2011 € Mio.
EMEA	266,8	271,1	-13,4	-6,2	13,1	8,5
Amerika	279,9	223,1	27,0	19,0	5,0	5,3
Asien/Pazifik	176,0	147,4	5,3	10,1	2,7	5,1
Zentralbereiche/Konsolidierung	30,1	31,9	28,2	32,5	0,4	2,2
Sondereffekte						
Total	752,9	673,5	47,1	55,4	21,3	21,1

Abschreibungen

	Q2/2012 € Mio.	Q2/2011 € Mio.
EMEA	4,4	4,4
Amerika	3,7	3,1
Asien/Pazifik	2,4	2,0
Zentralbereiche/Konsolidierung	4,7	4,2
Total	15,3	13,7

Produkt

	Externe Umsatzerlöse		Rohertragsmarge	
	Q2/2012 € Mio.	Q2/2011 € Mio.	Q2/2012 € Mio.	Q2/2011 € Mio.
Schuhe	370,9	352,6	48,3%	48,1%
Textilien	256,4	224,3	49,4%	48,9%
Accessoires	125,6	96,7	51,1%	53,3%
Total	752,9	673,5	49,1%	49,1%

Überleitung EBT

	Q2/2012 € Mio.	Q2/2011 € Mio.
EBIT	47,1	55,4
Finanzergebnis	-3,7	-1,6
EBT	43,3	53,8

Geschäftssegmente 1-06/2012

Regionen

	Externe Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	1-06/2012 € Mio.	1-06/2011 € Mio.	1-06/2012 € Mio.	1-06/2011 € Mio.	1-06/2012 € Mio.	1-06/2011 € Mio.
EMEA	619,0	628,4	12,8	37,9	19,8	14,6
Amerika	540,2	456,3	42,6	44,2	11,5	8,5
Asien/Pazifik	347,6	297,0	15,1	19,4	3,5	6,8
Zentralbereiche/Konsolidierung	67,0	65,3	78,6	64,8	0,9	4,7
Total	1.573,8	1.446,9	149,1	166,4	35,8	34,5

	Abschreibungen		Vorräte		Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	
	1-06/2012 € Mio.	1-06/2011 € Mio.	1-06/2012 € Mio.	1-06/2011 € Mio.	1-06/2012 € Mio.	1-06/2011 € Mio.
EMEA	8,7	8,8	351,4	273,5	255,1	252,9
Amerika	7,3	6,3	201,6	147,6	206,3	174,7
Asien/Pazifik	4,8	3,9	116,0	85,4	102,5	73,2
Zentralbereiche/Konsolidierung	9,3	7,4	3,3	1,5	18,9	21,3
Total	30,1	26,5	672,3	508,0	582,7	522,0

Produkt

	Externe Umsatzerlöse		Rohertragsmarge	
	1-06/2012 € Mio.	1-06/2011 € Mio.	1-06/2012 € Mio.	1-06/2011 € Mio.
Schuhe	785,5	769,8	48,9%	49,8%
Textilien	524,0	466,0	51,5%	51,4%
Accessoires	264,3	211,1	51,5%	53,7%
Total	1.573,8	1.446,9	50,2%	50,9%

Überleitung EBT

	1-06/2012 € Mio.	1-06/2011 € Mio.
EBIT	149,1	166,4
Finanzergebnis	-2,7	-1,8
EBT	146,4	164,6

Anhang zum Finanzbericht Januar bis Juni 2012

GRUNDSÄTZLICHES

Die PUMA SE und ihre Tochtergesellschaften (der „PUMA Konzern“) entwickeln und vertreiben unter dem Markennamen "PUMA" ein breites Angebot von Sport- und Sportlifestyle-Artikeln, das Schuhe, Textilien und Accessoires umfasst. Die Gesellschaft hat ihren Sitz in Herzogenaurach, Bundesrepublik Deutschland. Das zuständige Registergericht befindet sich in Fürth (Bayern).

PUMA ist ein verbundenes Unternehmen der PPR-Gruppe und wird in deren Konzernabschluss einbezogen.

RECHNUNGSLEGUNGSGRUNDSÄTZE

Der nicht geprüfte Finanzbericht der PUMA SE und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen der PUMA Konzern) wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 "Zwischenberichterstattung" erstellt und sollte in Verbindung mit dem Jahresabschluss zum 31. Dezember 2011 gelesen werden. Die darin enthaltenen Angaben zum Konzernabschluss gelten, soweit nicht explizit auf Änderungen eingegangen wird, für die Finanzberichte des Jahres 2012.

Bei der Erstellung des Finanzberichts wurden die zum Jahresabschluss zum 31. Dezember 2011 angewandten und erläuterten Rechnungslegungsgrundsätze konsistent angewendet.

Bei der Aufstellung des Finanzberichts sind teilweise Annahmen getroffen und Schätzwerte verwandt worden, die sich auf Höhe und Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, der Erträge und Aufwendungen ausgewirkt haben. Die tatsächlichen Werte können zu einem späteren Zeitpunkt in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen. Entsprechende Änderungen würden zum Zeitpunkt einer besseren Erkenntnis berücksichtigt.

SAISONALE EINFLÜSSE

Die Umsätze des Konzerns verlaufen saisonabhängig und führen zu unterschiedlichen Umsätzen und daraus resultierenden Gewinnen während eines Jahres.

MITARBEITER

	2012	2011
Mitarbeiter am Anfang der Periode	10.836	9.697
Mitarbeiter am Ende der Periode	10.889	9.890
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter	10.745	9.671



GEWINN JE AKTIE

Der Gewinn je Aktie wird in Übereinstimmung mit IAS 33 ermittelt, indem das Ergebnis des Berichtszeitraums durch die gewichtete Durchschnittszahl der ausstehenden Aktien dividiert wird. Die im eigenen Bestand gehaltenen Aktien vermindern die ausstehende als auch die verwässerte Anzahl der Aktien. Ausstehende Aktienoptionen (SOP) aus dem Management Incentive Programm können grundsätzlich zu einer Verwässerung des Gewinns je Aktie führen.

	2012	2011
Ergebnis je Aktie	€ 6,72	€ 7,69
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€ 6,72	€ 7,68

DIVIDENDE

Die Hauptversammlung hat am 24. April 2012 eine Dividende von € 2,00 je Aktie für das Geschäftsjahr 2011 beschlossen. Der Gesamtbetrag der Ausschüttung betrug € 29,9 Mio. und wurde beginnend mit dem 25. April 2012 an die Aktionäre ausgezahlt.

EIGENKAPITAL

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital beträgt zum Bilanzstichtag € 38,6 Mio. und ist eingeteilt in 15.082.464 stimmberechtigte Stückaktien ohne Nennwert.

Der Gesellschaft ist bekannt, dass BlackRock Inc. und Bear Sterns Int. Ltd. die Schwelle von 3% sowie Morgan Stanley die Schwelle von 5% überschritten haben.

Eigene Aktien

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 20. April 2010 wurde die Gesellschaft ermächtigt, bis zum 19. April 2015 eigene Aktien bis zu zehn Prozent des Grundkapitals zu erwerben. Diese Ermächtigung löst die in der Hauptversammlung vom 13. Mai 2009 erteilte Ermächtigung ab.

Die Gesellschaft hat in den ersten sechs Monaten keine Aktien zurückgekauft.

Zum Ende des zweiten Quartals hält die Gesellschaft insgesamt 144.069 Stück PUMA Aktien im eigenen Bestand, was einem Anteil von 0,96% des gezeichneten Kapitals entspricht.

Entwicklung der Anzahl der Aktien

	2012	2011
Anzahl der Aktien am Anfang und am Ende der Periode	15.082.464	15.082.464
davon eigene Aktien	-147.831	-226.792
Wandlung aus Management Incentives (Ausgabe eigener Aktien)	3.762	53.415
Ausstehende Aktien am Ende der Periode	14.938.395	14.909.087
Durchschnittlich ausstehende Aktien	14.972.270	15.000.472
Verwässerte Anzahl der Aktien	14.974.166	15.009.373

Genehmigtes Kapital

Am 10. April 2012 ist das Genehmigte Kapital gemäß § 4 Abs. 3 und 4 der Satzung der PUMA SE durch Zeitablauf erloschen. Die Hauptversammlung hat am 24. April 2012 die Ermächtigung für das Genehmigte Kapital gemäß § 4 Abs. 3 und 4 der Satzung der PUMA SE aufgehoben und ein neues Genehmigtes Kapital gemäß § 4 Abs. 2 und 3 der Satzung der PUMA SE, einschließlich entsprechender Satzungsänderung, beschlossen. Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 24. April 2012 ist der Verwaltungsrat ermächtigt das Grundkapital bis zum 23. April 2017 wie folgt zu erhöhen:

- durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe von bis zu 2.929.687 neuer, auf den Inhaber lautender Stückaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von € 2,56 je Aktie gegen Bareinlagen um bis zu € 7,5 Mio. Die neuen Aktien können auch von einem oder mehreren durch den Verwaltungsrat bestimmten Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten (mittelbares Bezugsrecht). Den Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht zu, wobei das Bezugsrecht der Aktionäre zur Vermeidung von Spitzenbeträgen ausgeschlossen werden kann (Genehmigtes Kapital I).

- durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe von bis zu 2.929.687 neuer, auf den Inhaber lautender Stückaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von € 2,56 je Aktie gegen Bar- oder Sacheinlagen um bis zu € 7,5 Mio. Die neuen Aktien können auch von einem oder mehreren durch den Verwaltungsrat bestimmten Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten (mittelbares Bezugsrecht). Den Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht zu, wobei das Bezugsrecht der Aktionäre ganz oder teilweise einmalig oder mehrmalig ausgeschlossen werden kann (Genehmigtes Kapital II).

Bedingtes Kapital

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 24. April 2012 ist die von der Hauptversammlung am 22. April 2008 beschlossene bedingte Kapitalerhöhung gemäß § 4 Abs. 2 der Satzung der PUMA SE aufgehoben und die Satzung entsprechend geändert worden.

Management Incentive Programm

Um das Management mit einer langfristigen Anreizwirkung an das Unternehmen zu binden, werden bei PUMA aktienbasierte Vergütungssysteme in Form von Stock-Option-Programmen (SOP) eingesetzt.

Für die Beschreibung der jeweiligen Programme wird auf den Jahresabschluss (Geschäftsbericht) 2011 verwiesen.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung erfolgt gemäß der internen Berichtsstruktur nach geografischen Regionen. Die Umsatzerlöse und das Rohergebnis werden nach dem Sitz der jeweiligen Konzerngesellschaft der entsprechenden Region ausgewiesen. Die Innenumsätze der jeweiligen Region werden eliminiert. Die Aufteilung der übrigen Segmentinformationen wird ebenfalls nach dem Sitz der jeweiligen Konzerngesellschaft ermittelt. Die Summen entsprechen jeweils den Beträgen in der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. der Bilanz.

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Neben der Ad hoc-Mitteilung vom 18. Juli 2012 bestehen keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. Juni 2012 Auswirkungen haben könnten.



Versicherung der gesetzlichen Vertreter

"Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage vermittelt und im Zwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind."

Herzogenaurach, den 26. Juli 2012

Die geschäftsführenden Direktoren

Geschäftsführende Direktoren

Franz Koch
(CEO)

Klaus Bauer
(Finanzen, Recht, Operations, Logistik, IT, Personal)

Stefano Caroti
(Vertrieb)

Reiner Seiz
(Beschaffung)

Antonio Bertone
(Marketing)

Verwaltungsrat

Jochen Zeitz
(Vorsitzender)

François-Henri Pinault
(Stellvertretender Vorsitzender)

Thore Ohlsson

Jean-François Palus

Todd Hymel (ab 24. April 2012)

Grégoire Amigues (bis 24. April 2012)

Michel Friocourt

Bernd Illig
(Arbeitnehmersvertreter)

Martin Köppel
(Arbeitnehmersvertreter)

Guy Buzzard (ab 24. April 2012)
(Arbeitnehmersvertreter)

Victor Fernandes (bis 24. April 2012)
(Arbeitnehmersvertreter)

Finanzkalender Geschäftsjahr 2012

15. Februar 2012	Endgültige Geschäftsergebnisse 2011
24. April 2012	Hauptversammlung
25. April 2012	Zwischenbericht Q1/2012 Presse- und Analysten-Conference Call
26. Juli 2012	Zwischenbericht Q2/2012 Presse- und Analysten-Conference Call
24. Oktober 2012	Zwischenbericht Q3/2012 Presse- und Analysten- Conference Call

Herausgeber

PUMA SE
PUMA Way 1
D-91074 Herzogenaurach

Tel.: +49 (0)9132 81-0
email: investor-relations@puma.com
Internet: <http://www.puma.com>

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

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 rund 11.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentralen befinden sich in Herzogenaurach, Boston, London und Hongkong. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: www.puma.com