

PUMA
Q2 2024
FACT SHEET

**Q2 2024
UMSATZ
NACH
PRODUKT-
BEREICHEN**

in € Millionen | Umsatz-
verteilung in %

 **SCHUHE**

1.097,0 +0,0%* | 52%

 **TEXTILIEN**

705,6 +9,2%* | 33%

 **ACCESSOIRES**

314,8 -4,7%* | 15%

* währungsbereinigtes Umsatzwachstum

**Q2 2024
UMSATZ
NACH
REGIONEN &
VERTRIEBS-
KANÄLEN**

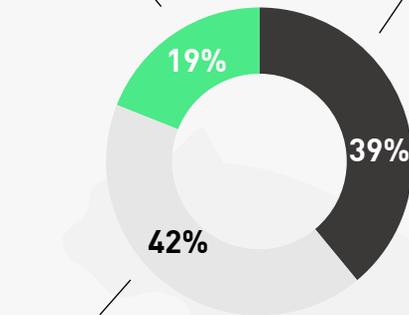
in € Millionen

ASIEN/PAZIFIK

411,9 +1,9%*

EMEA

817,9 -4,3%*



AMERIKA

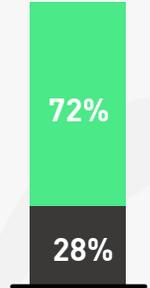
887,5 +9,0%*

**GROßHANDELS-
GESCHÄFT**

1.529,6 -3,3%*

DTC

587,7 +19,5%*



* währungsbereinigtes Umsatzwachstum

**Q2 2024
G&V
FAKTEN**

2.117

€ MILLIONEN
UMSATZERLÖSE

46,8%

ROHERTRAGSMARGE

879

€ MILLIONEN
OPEX

117

€ MILLIONEN
EBIT

5,5%

EBIT-MARGE

+2,1%

UMSATZWACHSTUM
(währungsbereinigt)

+2,0

PROZENTPUNKTE

+4,3%

OPEX-WACHSTUM

+1,6%

EBIT-WACHSTUM

+0,1

PROZENTPUNKTE

**Q2 2024
BILANZ-
KPI'S**

in € Millionen /
Abweichung in %
gegenüber dem Vorjahr

VORRÄTE

1.961/-9%

FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

1.395/+3%

VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

1.648/+13%

WORKING CAPITAL

1.644/-3%

FREIER CASHFLOW

-204/ +40%

**AUSBLICK
2024**

PUMA bestätigt den Ausblick für ein **währungsbereinigtes Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich** und präzisiert den Ausblick für das **operative Ergebnis (EBIT) auf € 620 - € 670 Millionen** (2023: € 621,6 Millionen; vorheriger Ausblick: € 620 - 700 Millionen) für das Geschäftsjahr 2024. Für das Konzernergebnis (2023: € 304,9 Millionen) wird im Jahr 2024 eine Veränderung entsprechend dem operativen Ergebnis erwartet.

„Mit unserer operativen Performance im zweiten Quartal haben wir unsere Erwartungen für das Quartal voll erfüllt und sind auf dem besten Weg unseren Ausblick für das Gesamtjahr zu erreichen. Ich könnte nicht stolzer auf unser Team und unsere starken Partnerschaften mit dem Handel sein, die entscheidend dazu beigetragen haben, dieses Ergebnis in einem volatilen Umfeld mit anhaltendem Gegenwind durch Währungen, angespannten Lieferketten und einer gedämpften Verbraucherstimmung weltweit zu erzielen. Mit Blick auf unser starkes Auftragsbuch für die zweite Jahreshälfte bestätigen wir unseren Ausblick für ein Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich und präzisieren unseren EBIT-Ausblick für das Gesamtjahr zwischen € 620-670 Millionen aufgrund des volatilen Marktumfelds.

Dank unserer anhaltenden Konzentration auf einen guten Sell-Through und einen disziplinierten Sell-In konnten wir unser Großhandelsgeschäft in allen Regionen mit Ausnahme von EEMEA verbessern. Mit unserem starken Auftragsbestand für die zweite Jahreshälfte werden wir in den kommenden Quartalen weitere Verbesserungen in unserem Großhandelsgeschäft sehen. Die robuste Nachfrage nach der Marke PUMA wird nach wie vor von unseren großartigen Produktneuheiten und -innovationen angetrieben, die wir in den vergangenen Monaten auf den Markt gebracht haben. In der zweiten Jahreshälfte werden noch weitere kommen. Auf der Performance-Seite werden der ULTRA, PUMAs schnellster Fußballschuh, der Deviate Nitro Elite 3, PUMAs schnellster Laufschuh, und der MB.04, PUMAs neueste Version des Bestseller-Signature-Schuhs von LaMelo Ball, die wichtigsten Neuheiten und Innovationen für die zweite Jahreshälfte 2024 sein. Gemeinsam mit unserem neuen Designpartner Salehe Bembury werden wir den Basketballmarkt auch im kommenden Jahr mit neuen Designs begeistern.

Im Bereich Sportstyle verzeichnen wir weiterhin ein starkes Momentum mit unseren Sportstyle-Core-Produkten im Schuhfachhandel, während wir bei der Umstellung unseres Sportstyle-Prime-Angebots mit Palermo, Suede XL und Easy Rider gute Fortschritte machen. Wir sind sehr ermutigt durch den Erfolg der ersten Markteinführungen vom Speedcat in selektiven Vertriebskanälen weltweit und durch das großartige Feedback unserer Einzelhandelspartner zu unserer Produktpalette. Wir sind äußerst zuversichtlich über den zukünftigen Erfolg von Low-Profile-Silhouetten und freuen uns, die K-Pop-Star Ikone Rosé als neue Botschafterin für diesen aufkommenden Trend begrüßen zu dürfen.

Wir konzentrieren uns weiterhin darauf, die Markenbegehrlichkeit als Basis für das langfristige Wachstum der Marke PUMA weiter zu steigern. Mit unserer ersten globalen Markenkampagne seit zehn Jahren haben wir die ersten Schritte getan und unsere Markenwahrnehmung bei den Konsumenten verbessert. Großartige Innovationen und Produktneuheiten sind weitere Säulen dieser Strategie. Mit der Euro, der Copa América und nun den Olympischen Spielen haben wir die perfekte Bühne, um mit unseren nicht zu übersehenden Schuhen in der Farbe „Fireglow“ eine große Markensichtbarkeit und Glaubwürdigkeit zu schaffen und die Überlegenheit unserer Nitro-Schaumstofftechnologie zu demonstrieren, die die Leistung von Spitzen- und Alltagsportlern steigert. Wir sind sehr stolz auf die Erfolge unserer Athleten und freuen uns, dass wir diese großartigen Sportereignisse und ikonischen Momente gemeinsam mit ihnen feiern können.“

FINANZKALENDER

06. November 2024 Quartalsmitteilung Q3 2024

KONTAKT

Gottfried Hoppe
Head of Investor Relations
Mobil: +49 9132 81 3157
gottfried.hoppe@puma.com

Anmerkungen hinsichtlich zukunftsgerichteter Aussagen

Dieses Dokument enthält Aussagen über die künftige Geschäftsentwicklung und die strategische Ausrichtung des Unternehmens. Die zukunftsgerichteten Aussagen basieren auf den aktuellen Erwartungen und Annahmen des Managements. Sie unterliegen gewissen Risiken und Schwankungen wie auch in anderen Veröffentlichungen beschrieben, insbesondere im Kapitel Risiko- und Chancenmanagement des zusammengefassten Lageberichts. Sollten diese Erwartungen und Annahmen nicht zutreffen oder unvorhergesehene Risiken eintreten, kann der tatsächliche Geschäftsverlauf von den erwarteten Entwicklungen erheblich abweichen. Wir übernehmen daher keine Gewähr für die Richtigkeit dieser Prognosen.