



**HALBJAHRESFINANZBERICHT
JANUAR BIS JUNI 2024**



INHALTSVERZEICHNIS

Kennzahlen

Konzernzwischenlagebericht

- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- Marke und Strategie
- Umsatz- und Ertragslage
- Vermögens- und Finanzlage
- Ausblick

3 - 4

Verkürzter Konzernzwischenabschluss

- Bilanz
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Gesamtergebnisrechnung
- Kapitalflussrechnung
- Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung
- Geschäftssegmente
- Erläuternde Anhangangaben zum Konzernzwischenabschluss

5

5 - 8

9 - 12

13

14

15

16

17

18

19

20 - 21

22 - 28

Vorstand / Aufsichtsrat

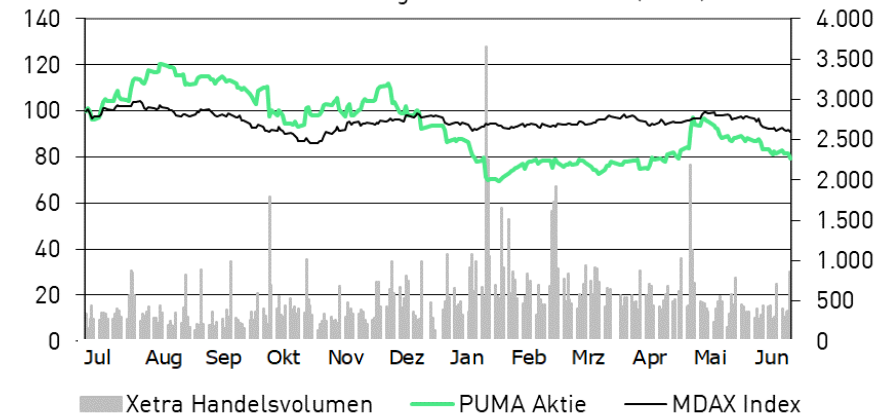
29

Finanzkalender

30

Jahresentwicklung der PUMA Aktie

Indizierte Entwicklung mit Handelsvolumen (Xetra)





Kennzahlen	1-6/2024 € Mio.	1-6/2023 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	4.219,6	4.308,3	-2,1%
Rohertragsmarge	47,2%	45,7%	
Operatives Ergebnis (EBIT)	276,2	290,9	-5,1%
Konzernergebnis	129,3	172,3	-25,0%
- in % der Umsatzerlöse	3,1%	4,0%	
Bilanzsumme	6.966,3	6.899,7	1,0%
Eigenkapitalquote in %	38,1%	37,1%	
Working Capital	1.643,7	1.693,0	-2,9%
Brutto Cashflow	388,1	491,4	-21,0%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-204,4	-341,4	
Ergebnis je Aktie (in €)	0,86	1,15	-25,0%
Brutto Cashflow je Aktie (in €)	2,59	3,28	-21,0%
Freier Cashflow je Aktie (vor Akquisitionen) (in €)	-1,36	-2,28	
Aktienkurs am Ende der Berichtsperiode (in €)	42,87	55,12	-22,2%
Marktkapitalisierung am Ende der Berichtsperiode	6.397	8.255	-22,5%
Investitionen in Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte	125,4	158,0	-20,7%

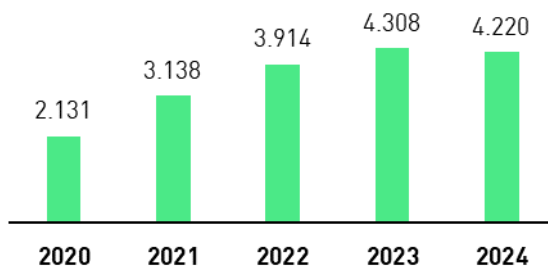
Arne Freundt, CEO:

"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.

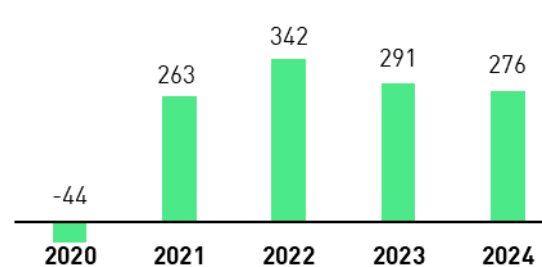
UMSATZERLÖSE

Jan. - Jun. (Mio. €)



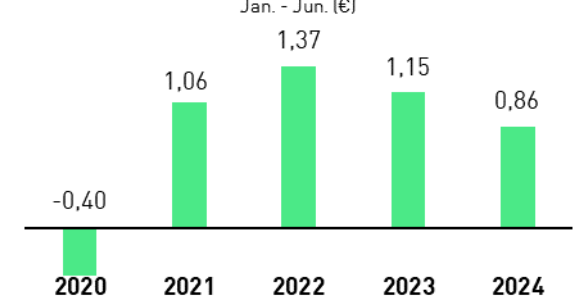
OPERATIVES ERGEBNIS (EBIT)

Jan. - Jun. (Mio. €)



ERGEBNIS JE AKTIE

Jan. - Jun. (€)





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 Alltagssportlern 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.“



Konzernzwischenlagebericht

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Gemäß der Sommerprognose des Kieler Instituts für Weltwirtschaft (ifw Kiel) vom 13. Juni 2024 expandierte die Weltwirtschaft im bisherigen Verlauf des Jahres in einem moderaten Tempo. Maßgeblich war, dass die Produktion in den Schwellenländern – und hier vor allem in China – deutlich stärker zulegte als zuvor. In den fortgeschrittenen Volkswirtschaften setzte sich die wirtschaftliche Expansion insgesamt hingegen in etwas verlangsamtem Tempo fort.

MARKE UND STRATEGIE

Fortschritte bei der Steigerung der Markenbegehrlichkeit

Mit vielen wichtigen Ereignissen wie den Olympischen Spielen, der UEFA Euro 2024 und der CONMEBOL Copa America ist 2024 zweifelsohne ein Jahr des Sports. PUMA hat das zum Anlass genommen, unsere **bisher größte Markenkampagne** zu starten, um die **Markenbegehrlichkeit zu steigern**. Das ist einer der Eckpfeiler unserer Strategie, zusammen mit der **Erhöhung der Produktqualität** und der **Verbesserung unserer Vertriebsqualität**.

Die Kampagne "**FOREVER. FASTER. - See The Game Like We Do**" vermittelt die einzigartige Verbindung der Marke mit Geschwindigkeit und wird über den gesamten Medienmix wie Social Media, TV,

PR, Out of Home Media und Points of Sale weltweit kommuniziert. Nach dem Start der Kampagne im April, bei dem wir sehr positives Feedback erhalten haben, hat **PUMA weitere Kapitel** lanciert, die sich ganz der Euro 2024, der Copa America und unseren besten Athleten bei diesen Events wie Neymar Jr., Xavi Simons, Kai Havertz und Cody Gakpo widmen.

Tolle Leistungen von PUMA-Athlet*innen und Teams

Die großartigen Leistungen unserer gesponserten Teams und Athlet*innen haben unsere Glaubwürdigkeit als Sportmarke auf der ganzen Welt gesteigert. Bei der **Euro 2024** sorgten unsere Spieler und Teams während des gesamten Turniers für eine **fantastische Sichtbarkeit**. Die PUMA-Teams **Österreich** und **Schweiz** zeigten tolle Leistungen und schafften es in die K.-o.-Phase des Turniers.

Auch die Erfolge unserer Vereinstruppen trugen zur Sichtbarkeit unserer Marke bei: **Manchester City** sicherte sich zum vierten Mal in Folge den Titel in der Premier League, während **Borussia Dortmund** das Finale der Champions League, der Königsklasse des europäischen Fußballs, erreichte. Mit dem französischen Verteidiger **Theo Hernández** und dem US-amerikanischen Mittelfeldspieler **Weston McKenny** hat PUMA zwei weitere Spitzenspieler als

Markenbotschafter verpflichtet.

In der Leichtathletik brachen PUMA-Athleten in der ersten Hälfte des Jahres 2024 **drei Weltrekorde** und unterstrichen damit die großartige Performance unserer Spikes. Die ukrainische Hochspringerin **Yaroslava Mahuchickh** zeigte ihre unglaubliche Form vor den Olympischen Spielen, indem sie den 37 Jahre alten Hochsprung-Weltrekord mit einem Sprung von 2,10 m brach. Stabhochspringer **Armand "Mondo" Duplantis** erreichte neue Höhen und verbesserte seinen eigenen Weltrekord zum neunten Mal, auf 6,25 m. Im März stellte **Devynne Charlton** von den Bahamas einen neuen Weltrekord über 60 m Hürden auf. Auch bei den Leichtathletik-Europameisterschaften in Rom glänzten unsere Leichtathleten und gewannen sieben Gold-, zehn Silber- und sieben Bronzemedailen.

Unterstützt durch unsere preisgekrönte NITRO™ Technologie, haben unsere Straßenläufer in diesem Jahr ebenfalls einen großen Sprung nach vorne gemacht. Zum ersten Mal seit Jahrzehnten standen **PUMA-Athlet*innen bei den Marathon Majors auf dem Podium**: Vivian Cheruiyot wurde Dritte in Paris und Edna Kiplagat belegte in Boston den dritten Platz.



Bei den **Olympischen Spielen in Paris** stattet PUMA 17 Verbände und mehr als 350 Athlet*innen in einer Reihe von Sportarten aus. Erst kürzlich wurde PUMA offizieller Ausrüstungspartner des indischen Leichtathletikverbands. Auch bei den Paralympischen Spielen in Paris wird PUMA sieben Verbände ausstatten.

Während des gesamten Sportjahres sicherte PUMA sich mit der auffälligen "Fireglow" Farbgebung der Fußballschuhe und Leichtathletikspikes unserer Athlet*innen **eine großartige Sichtbarkeit**.

Um unser starkes Portfolio an Markenbotschafter*innen im Unterhaltungsbereich weiter auszubauen, haben wir **Rosé**, ein Mitglied des südkoreanischen Musikquartetts BLACKPINK, eine der meistverkauften Girlgroups aller Zeiten, willkommen geheißen. Das K-Pop-Idol hat eine treue Fangemeinde auf der ganzen Welt und wird für unsere Sportstyle-Produkte, wie etwa den Palermo, werben.

Aufschwung in China

PUMA hat sich darauf konzentriert, seine Glaubwürdigkeit als Sportmarke in China zu stärken, zum Beispiel durch das **Sponsoring des Diamond-League-Events in Xiamen** und als Top-10-Marke beim **Wuxi-Marathon**, eines der größten Laufevents der Welt. Um von der Popularität des Basketballs im Land zu profitieren, nahm PUMA seinen NBA-Botschafter **Scout Henderson** mit auf eine Tour durch China.

Auch die Ankündigung unserer Zusammenarbeit mit dem K-Pop-Star Rosé fand Anklang bei chinesischen Kund*innen und sorgte für den größten Social-Media-Hype, den PUMA in den letzten Jahren in China erlebt hat. Der Formel-1-Grand-Prix in China gab uns die Möglichkeit, das Beste der Marke PUMA und der Formel-1-Kollektion in einem **erfolgreichen Live-Event auf der chinesischen E-Commerce-Plattform Tmall** zu präsentieren, das millionenfach gestreamt wurde. PUMA nutzte auch seine Markenbotschafter*innen aus der Welt der Musik und der Unterhaltung, um im Sportstyle weiter Momentum zu generieren. Im Jahr 2024 nahm PUMA den **Singer-Songwriter Henry Lau** unter Vertrag und präsentierte ihn in einer erfolgreichen Tanzkampagne, die auf Social Media für Aufsehen sorgte.

Henry Lau half PUMA auch dabei, die chinesischen Kund*innen auf unsere lokal entworfenen Kollektionen aufmerksam zu machen. Diese Kollektionen hatten auf den chinesischen Markt abgestimmte Passformen und Designs und kamen bei den Kund*innen gut an. Unsere Sneaker Palermo und Speedcat wurden zu Bestsellern, und der Speedcat war bei seiner Einführung sofort ausverkauft. Diese und andere Maßnahmen haben dazu geführt, dass PUMA trotz des schwierigen Umfelds in China **ein gutes Momentum hat** und sich in diesem Markt weiter erholt. Das wurde beim 6/18 Shopping Festival deutlich, bei dem PUMA die Ergebnisse des letzten Jahres übertreffen konnte.

In den USA gewinnen

Als offizieller Partner der CONMEBOL bot das Copa-America-Turnier in den USA eine großartige Gelegenheit, PUMA als Performance-Marke zu positionieren und eine hohe Sichtbarkeit zu genießen. Wir nutzten die Anziehungskraft unserer Fußball-Markenbotschafter **Neymar Jr.** und **Christian Pulisic**, die im Vorfeld Veranstaltungen organisierten, um für Begeisterung für das Turnier zu sorgen.

Im Straßenlauf hat unsere **NITRO™** Technologie Fiona O'Keeffe und Dakotah Lindwurm zu den ersten und dritten Plätzen bei den **US Olympic Marathon Trials** verholfen und damit unsere erfolgreiche Rückkehr zum Performance Running unterstrichen. Unser leichtes NITROFOAM™, das einen außergewöhnlichen Reaktionsfähigkeit bietet, findet sich auch in unserem Basketballschuh **All-Pro NITRO™**, der zum offiziellen Schuh der führenden Amateur-Basketballliga NXTPro Hoops wurde. PUMA nutzte die kulturelle Anziehungskraft des Motorsports, um gemeinsam mit Ferrari eine exklusive Kollektion für den **Grand Prix von Miami** auf den Markt zu bringen, die sofort ausverkauft war.

Wir haben mit unseren **starken Partnerschaften mit Botschafter*innen** aus der Musik- und Unterhaltungsbranche die Begehrlichkeit der Marke gesteigert, insbesondere mit PUMAs Power-Paar **Rihanna** und **A\$AP Rocky**. Rihanna sorgt mit den Back-to-School-Editionen ihrer Sneaker **Creepers** und **Avanti** weiterhin für Furore, während



A\$AP Rocky gemeinsam mit PUMA den Sneaker **Inhale** vorstellte, der sofort ausverkauft war. Mit der Verpflichtung des bahnbrechenden Schuhdesigners **Salehe Bembury**, der die Kategorie der Signature-Schuhe im Basketball neu definieren wird, unterstreicht PUMA seinen „Culture First“ Ansatz im Basketball.

Was die Organisation betrifft, so haben wir Tara McRae als Senior Vice President Marketing and Brand Strategy North America begrüßt. Sie wird alle Elemente der Marketingorganisation von PUMA North America leiten, um profitables Wachstum zu fördern und den Markenwert zu steigern. Tara McRae war zuvor bereits bei PUMA tätig, verbrachte aber die letzten vier Jahre als Chief Marketing Officer & Digital Officer bei Clark's.

Um näher an unseren wichtigsten Botschaftern aus der Unterhaltungs- und Musikbranche zu sein, haben wir angekündigt, dass wir in Los Angeles einen kreativen Raum für die Design- und Marketing Teams eröffnen werden, um Kampagnen und Produkte für den US-Markt zu entwerfen. Um das künftige Wachstum auf dem US-Markt aus operativer Sicht zu unterstützen, eröffnete PUMA ein **neues Vertriebszentrum in Arizona**.

Starkes Momentum bei Performance

Der Erfolg unserer Athlet*innen unterstreicht die Performance unserer Produkte, und unsere Design- und Entwicklungsteams haben in der ersten Hälfte des Jahres 2024 **spannende neue Innovationen** auf den Markt gebracht.

Im Fußball ermöglicht die siebte Generation des FUTURE unseren Athlet*innen wie Neymar Jr., Kai Havertz und Julia Grosso ein neues Maß an Bewegungsfreiheit. PUMA präsentierte außerdem die sechste Auflage des für die schnellsten Spieler*innen gemachten **ULTRA** mit einem neuen High-Performance-Außensohlendesign. Diese neue Version sorgte für ausgezeichnete Abverkäufe.

Die packenden Auftritte der PUMA-Teams Österreich und Schweiz führten zu ausverkauften Trikots, während die Fan-Shirt-Kampagne mit dem Vergleichsportal Check24 für eine fantastische Sichtbarkeit im Sommer des Sports sorgte.

Im Bereich **Running** wurde die dritte Generation von PUMAs preisgekröntem Laufschuh **Deviate NITRO™** mit noch mehr NITROFOAM™ ausgestattet, um eine überragende Dämpfung und Reaktionsfähigkeit zu bieten. Unsere Innovationen werden auch von Laufexperten auf der ganzen Welt anerkannt. So wurde PUMAs ultimativer Race-Day-Laufschuh **FAST-R2** mit dem spanischen CORREDOR-Preis für den besten neuen Schuh des Jahres ausgezeichnet.

Unsere Laufmodelle werden im Rahmen unserer neuen globalen Partnerschaft mit **HYROX**, dem weltweiten Fitness-Rennen, eine wichtige Rolle spielen. Im Rahmen der Vereinbarung wird PUMA eine komplette Palette innovativer HYROX-Produkte und maßgeschneiderter Schuhmodelle entwickeln.

Im Basketball nutzte PUMA das großartige Momentum der Signature-Basketballschuhe mit NBA-Star **LaMelo Ball**, um mit ihm eine Signature-Lifestyle-Kollektion zu entwickeln. Der LaFrancé-Sneaker hat seine Inspiration und seinen Namen von LaMelos offizieller Lifestyle-Marke, die auf Designer-Streetwear spezialisiert ist. PUMA stellte den neuesten Signature-Schuh mit **WNBA-Star Breanna Stewart** vor, den Stewie 3, der neben seinem auffälligen Design auch die neuesten PUMA Performance-Technologien enthält.

Im Golf hat Cobra die neue Driver-Serie DARKSPEED eingeführt. Sie wurde von Luft- und Raumfahrt-Ingenieuren entwickelt und gemacht, um außergewöhnliche Geschwindigkeit und Distanz zu erreichen.



Mit Neuheiten im Sportstyle für starkes Momentum sorgen

PUMA präsentierte großartige Produktneuheiten in seinem Sportstyle-Angebot. Um die aktuellen Terrace- und Skatetrends voll auszuschöpfen, haben wir neue Versionen unserer erfolgreichen **Palermo-** und **Suede XL**-Sneaker auf den Markt gebracht, die bei unseren Kund*innen weiterhin gut ankommen. Auch der klassische Laufschuh **Easy Rider** mit seinem angesagten T-Toe-Style wurde für die nächste Generation neu aufgelegt und stieß auf große Resonanz bei unseren Kund*innen und Handelspartnern. Um den Wiedererkennungswert von PUMAs Classics-Styles zu erhöhen, haben wir die Kommunikationsplattform "Rewrite the Classics" ins Leben gerufen.

PUMA hat auch die nächsten Trends kreiert, wie wir mit dem erfolgreichen Launch unserer Low-Profile-Modelle **Mostro** und **Speedcat** gezeigt haben. Wir glauben, dass wir mit unserem großartigen Archiv an Low-Profile-Sneakern diesen aufkommenden Trend für uns gewinnen und eine führende Position einnehmen können. Wir haben die Low-Profile Styles auch auf den Laufsteg gebracht und sie in Zusammenarbeit mit **A\$AP Rocky**, dem renommierten Modedesigner **Kid Super** und anderen auf der Pariser Modewoche gezeigt. Damit sicherte sich PUMA eine ausführliche Berichterstattung in den renommiertesten Modemagazinen der Welt. Weitere sehr erfolgreiche Kollektionen entstanden in Zusammenarbeit mit dem britischen Rapper **Skepta**, der den Sneaker

Skope Forever und die vom Fußball inspirierte "Más Tiempo"-Kollektion vorstellte, und mit der bekannten Anime-Serie **One Piece**.

Große Fortschritte bei der Nachhaltigkeit

In der ersten Hälfte des Jahres 2024 hat PUMA wichtige Meilensteine auf seinem Weg zur Nachhaltigkeit erreicht. Wir haben unsere **RE:FIBRE**-Technologie, die Textilabfälle in neue Materialien umwandelt, weiterentwickelt und Millionen unserer Replika-Trikots für 35 Vereine und alle Teams der Euro 2024 aus diesem recycelten Material hergestellt.

Bei Schuhen haben wir nach einem erfolgreichen zweijährigen Kompostierungsexperiment eine kommerzielle Version unseres **RE:SUEDE** zum Verkauf angeboten. Dieses Projekt hat gezeigt, dass eine spezielle Version unseres klassischen Suede-Sneakers unter bestimmten industriellen Bedingungen in Kompost verwandelt werden kann.

Wir freuen uns, dass diese und andere Initiativen, die Teil von PUMAs **FOREVER. BETTER. Nachhaltigkeitsstrategie** sind, anerkannt wurden, als das **TIME Magazine** PUMA als einziges Unternehmen unserer Branche in die Liste der "World's Most Sustainable Companies" aufgenommen hat.

Neue Mitglieder im Aufsichtsrat

Im Mai wurden **Harsh Saini** und **Roland Krüger** für drei Jahre als unabhängige Mitglieder in den **PUMA-Aufsichtsrat gewählt**. Harsh Saini ist eine Nachhaltigkeitsexpertin und hat für Marken wie The Body Shop, Nike und die Fung Group gearbeitet. Roland Krüger ist ein Experte auf dem Gebiet des Einzelhandelsmanagements, des Marketings und der Digitalisierung. Derzeit ist er Mitglied des Board of Directors von Dyson Holdings.



Umsatz- und Ertragslage

ZWEITES QUARTAL 2024

Umsatzerlöse

Die währungsbereinigten Umsätze stiegen um 2,1% auf € 2.117,3 Millionen. Währungen stellten weiterhin eine starke Belastung dar und beeinträchtigten die Umsatzerlöse in der Berichtswährung Euro im zweiten Quartal 2024 um rund € 50 Millionen (-0,2% in der Berichtswährung Euro).

Die Umsätze in der Region Amerika stiegen währungsbereinigt um 9,0% auf € 887,5 Millionen, wobei sowohl die USA als auch Lateinamerika zu diesem Wachstum beitrugen und eine sequenzielle Verbesserung aufwiesen. Die Region Asien/Pazifik verzeichnete ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum von 1,9% auf € 411,9 Millionen, getragen vom anhaltenden Wachstum in Großchina und einer sequenziellen Verbesserung im Rest der Region Asien/Pazifik. In der Region EMEA sanken die Umsätze währungsbereinigt um 4,3% auf € 817,9 Millionen, was auf einen Rückgang in der Region EEMEA nach einem starken Vorjahresquartal zurückzuführen ist (EEMEA wuchs währungsbereinigt um +111% in Q2 2023). Die Region Europa hingegen kehrte wieder zum Wachstum zurück.

PUMAs Großhandelsgeschäft sank währungsbereinigt um 3,3% auf € 1.529,6 Millionen, aufgrund des Rückgangs in EEMEA. In allen anderen Regionen verbesserte sich das Großhandelsgeschäft im Vergleich

zum Vorquartal, was auf einen anhaltend guten Durchverkauf und verbesserte Vorratsbestände im Handel zurückzuführen ist. Das Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC) wuchs währungsbereinigt um 19,5% auf € 587,7 Millionen, angetrieben durch eine anhaltende Markendynamik bei reduzierten Verkaufsförderungsmaßnahmen. Die währungsbereinigten Umsätze im eigenen Einzelhandelsgeschäft stiegen um 16,5% und im E-Commerce um 25,6%. Dies führte zu einem höheren DTC-Anteil von 27,8% (Q2 2023: 24,3%), was im Rahmen der Erwartungen lag.

Die währungsbereinigten Umsätze mit Schuhen blieben mit € 1.097,0 Millionen auf dem Niveau des starken Vorjahresquartals (Q2 2023: +18,2% währungsbereinigt), wobei sich alle Performance-Kategorien sowie Sportstyle Core sehr gut entwickelten. Die Umsätze in dem Bereich Textilien wuchsen währungsbereinigt um 9,2% auf € 705,6 Millionen, während die währungsbereinigten Umsätze mit Accessoires um 4,7% auf € 314,8 Millionen sanken.

Rohermargen

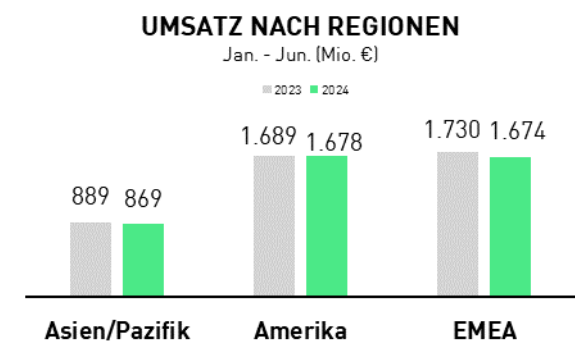
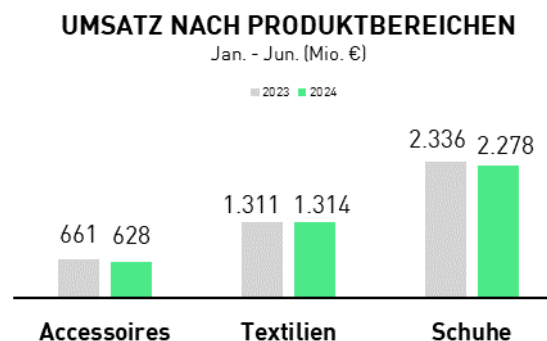
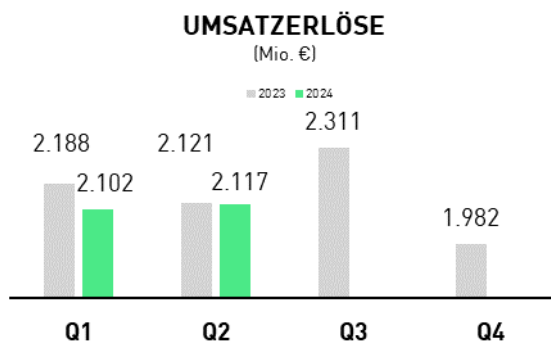
Die Rohermarge verbesserte sich um 200 Basispunkte auf 46,8% (Q2 2023: 44,8%). Währungen stellten eine starke Belastung dar, die durch einen vorteilhaften Produkt- und Vertriebskanal-Mix sowie niedrigere Beschaffungs- und Frachtkosten mehr als kompensiert wurde.

Operative Aufwendungen

Die operativen Aufwendungen (OPEX) stiegen um 4,3% auf € 879,3 Millionen (Q2 2023: € 843,4 Millionen). Der Anstieg ist in erster Linie auf das anhaltende Wachstum unseres DTC-Geschäfts und Anlaufkosten für Lager- und digitale Infrastrukturprojekte zurückzuführen. Alle nicht nachfragegenerierenden Kosten wurden strikt unter Kontrolle gehalten. Darüber hinaus belasteten negative Währungseffekte die Kostenquote, die um 180 Basispunkte auf 41,5% (Q2 2023: 39,8%) anstieg.

Operatives Ergebnis (EBIT)

Das operative Ergebnis (EBIT) stieg trotz negativer Währungseffekte auf Umsätze, Rohermarge und Kostenquote um 1,6% auf € 117,2 Millionen (Q2 2023: € 115,3 Millionen). Folglich verbesserte sich die EBIT-Marge um 10 Basispunkte auf 5,5% (Q2 2023: 5,4%).



**Finanzergebnis**

Das Finanzergebnis verringerte sich aufgrund höherer währungsbedingter Verluste und eines niedrigeren Zinsergebnisses auf € -42,6 Millionen (Q2 2023: € -23,0 Millionen).

Konzernergebnis und Ergebnis je Aktie

Infolgedessen verringerte sich das Konzernergebnis um 23,8% auf € 41,9 Millionen (Q2 2023: € 55,0 Millionen) und das Ergebnis je Aktie belief sich auf € 0,28 (Q2 2023: € 0,37).

Die Entwicklung des operativen Ergebnisses und des Konzernergebnisses entspricht vollständig den Erwartungen, dass das zweite Halbjahr, insbesondere das vierte Quartal, stärker ausfallen wird als das erste Halbjahr. Es wird erwartet, dass sich das Konzernergebnis im Geschäftsjahr 2024 entsprechend dem operativen Ergebnis verbessern wird.



Zweites Quartal

Erstes Halbjahr

Umsatz nach Regionen und Produktbereichen	Q2		Wachstumsraten		1-6		Wachstumsraten	
	2024	2023	Euro	währungs- bereinigt	2024	2023	Euro	währungs- bereinigt
€ Mio.								
Aufgliederung nach Regionen								
EMEA	817,9	846,0	-3,3%	-4,3%	1.673,7	1.729,7	-3,2%	-2,2%
Amerika	887,5	861,5	3,0%	9,0%	1.677,5	1.689,4	-0,7%	5,1%
Asien/Pazifik	411,9	413,3	-0,3%	1,9%	868,5	889,2	-2,3%	1,2%
Gesamt	2.117,3	2.120,7	-0,2%	2,1%	4.219,6	4.308,3	-2,1%	1,3%
Aufgliederung nach Produktbereichen								
Schuhe	1.097,0	1.126,0	-2,6%	0,0%	2.278,4	2.336,4	-2,5%	1,6%
Textilien	705,6	663,3	6,4%	9,2%	1.313,7	1.311,0	0,2%	3,5%
Accessoires	314,8	331,3	-5,0%	-4,7%	627,5	660,9	-5,1%	-4,0%
Gesamt	2.117,3	2.120,7	-0,2%	2,1%	4.219,6	4.308,3	-2,1%	1,3%



ERSTES HALBJAHR 2024

Umsatzerlöse

Die Umsätze stiegen währungsbereinigt um 1,3% auf € 4.219,6 Millionen. Währungen stellten eine starke Belastung dar und beeinträchtigten die Umsatzerlöse in der Berichtswährung Euro im ersten Halbjahr 2024 um rund € 150 Millionen (-2,1% in der Berichtswährung Euro).

Die Region Amerika führte das Wachstum mit einem währungsbereinigten Umsatzanstieg von 5,1% auf € 1.677,5 Millionen an, gefolgt von der Region Asien/Pazifik mit einem währungsbereinigten Umsatzanstieg von 1,2% auf € 868,5 Millionen, während die Umsätze in der Region EMEA währungsbereinigt um 2,2% auf € 1.673,7 Millionen zurückgingen.

PUMAs Großhandelsgeschäft verringerte sich währungsbereinigt um 3,1% auf € 3.137,7 Millionen. Dies war auf disziplinierte Reinverkäufe und den Fokus auf starke Durchverkäufe in Vorbereitung auf ein stärkeres zweites Halbjahr 2024 zurückzuführen. Unser Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC) stieg währungsbereinigt um 16,7% auf € 1.081,9 Millionen. Die Umsätze im eigenen Einzelhandelsgeschäft stiegen währungsbereinigt um 16,0% und im E-Commerce um 18,1%. Dies führte zu einem höheren DTC-Anteil von 25,6% (H1 2023: 22,8%).

Bei den Produktbereichen stiegen die Umsätze mit Schuhen währungsbereinigt um 1,6% auf € 2.278,4 Millionen und mit Textilien währungsbereinigt um 3,5% auf € 1.313,7 Millionen. Die Umsätze mit Accessoires

gingen währungsbereinigt um 4,0% auf € 627,5 Millionen zurück.

Rohrertragsmarge

Die Rohrertragsmarge stieg um 150 Basispunkte auf 47,2% (H1 2023: 45,7%). Starke Belastungen aus Währungseffekten wurden durch einen vorteilhaften Produkt- und Vertriebskanalmix sowie durch niedrigere Beschaffungs- und Frachtkosten mehr als ausgeglichen.

Operative Aufwendungen

Die operativen Aufwendungen (OPEX) stiegen um 1,9% auf € 1.724,6 Millionen (H1 2023: € 1.691,7 Millionen). Das anhaltende Wachstum unseres DTC-Geschäfts und die Anlaufkosten für Infrastrukturprojekte waren die Hauptgründe für diesen Anstieg. Infolgedessen stieg die Kostenquote um 160 Basispunkte auf 40,9% (H1 2023: 39,3%), was auch durch negative Währungseffekte beeinflusst wurde.

Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) sank im ersten Halbjahr 2024 auf € 445,8 Millionen (Vorjahr: € 455,6 Millionen).

Operatives Ergebnis (EBIT)

Das operative Ergebnis (EBIT) verringerte sich um 5,1% auf € 276,2 Millionen (H1 2023: € 290,9 Millionen), hauptsächlich aufgrund negativer Währungseffekte auf Umsätze, Rohrertragsmarge und die Kostenquote. Dies führte zu einer EBIT-Marge von 6,5% (H1 2023: 6,8%).

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis verringerte sich auf € -69,4 Millionen (H1 2023: € -30,8 Millionen) aufgrund eines niedrigeren Zinsergebnisses und höherer währungsbedingter Verluste.

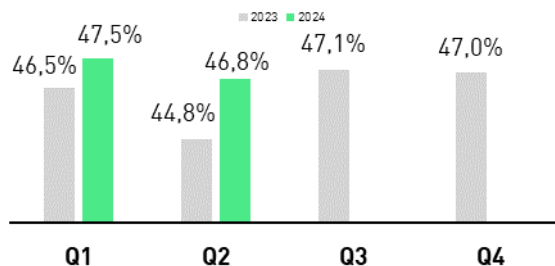
Konzernergebnis und Ergebnis je Aktie

Infolgedessen verringerte sich das Konzernergebnis um 25,0% auf € 129,3 Millionen (H1 2023: € 172,3 Millionen) und das Ergebnis je Aktie belief sich auf € 0,86 (H1 2023: € 1,15).

Die Entwicklung des operativen Ergebnisses und des Konzernergebnisses entspricht vollständig den Erwartungen, dass das zweite Halbjahr, insbesondere das vierte Quartal, stärker ausfallen wird als das erste Halbjahr. Es wird erwartet, dass sich das Konzernergebnis im Geschäftsjahr 2024 entsprechend dem operativen Ergebnis verbessern wird.

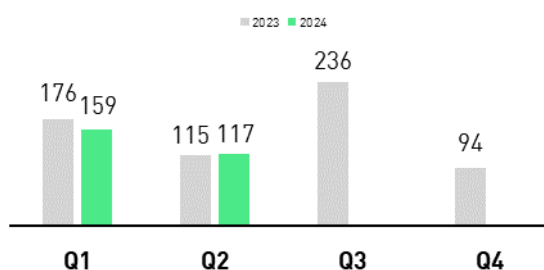
ROHERTRAGSMARGE

(in %)



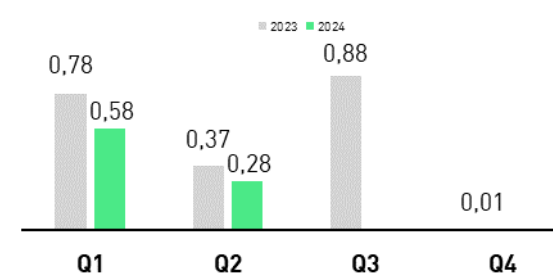
OPERATIVES ERGEBNIS (EBIT)

(Mio. €)



ERGEBNIS JE AKTIE

(€)





Vermögens- und Finanzlage

Working Capital

Das Working Capital sank um 2,9% auf € 1.643,7 Millionen (30. Juni 2023: € 1.693,0 Millionen). Die Vorräte verringerten sich um 8,6% auf € 1.961,1 Millionen € (30. Juni 2023: € 2.145,9 Millionen). Der Anstieg gegenüber dem Vorquartal ist vor allem auf einen höheren Auftragsbestand für die zweite Jahreshälfte zurückzuführen. Die Vorratsbestände befinden sich nach wie vor auf einem gesunden Niveau, während sich die Qualität weiter verbessert hat. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen um 3,4% auf € 1.394,7 Millionen (30. Juni 2023: € 1.348,4 Millionen). Auf der Passivseite stiegen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 13,1% auf € 1.647,9 Millionen (30. Juni 2023: € 1.457,3 Millionen).

Cashflow und Liquiditätslage

Der Freie Cashflow lag im ersten Halbjahr 2024 bei € -204,4 Millionen (H1 2023: € -341,4 Millionen). Zum 30. Juni 2024 verfügte PUMA über Flüssige Mittel in Höhe von € 271,8 Millionen (30. Juni 2023: € 307,9 Millionen). Darüber hinaus standen dem PUMA-Konzern zum 30. Juni 2024 Kreditlinien in Höhe von € 1.411,7 Millionen (30. Juni 2023: € 1.592,5 Millionen) zur Verfügung. Die ungenutzten Kreditlinien beliefen sich zum 30. Juni 2024 auf € 595,4 Millionen (30. Juni 2023: € 846,0 Millionen).



Ausblick 2024

Weltwirtschaft

Gemäß der Sommerprognose des Kieler Instituts für Weltwirtschaft (ifw Kiel) vom 13. Juni 2024 dürfte sich die moderate weltwirtschaftliche Expansion in diesem Jahr fortsetzen. Die Expert*innen des ifw Kiel erwarten für das Gesamtjahr 2024 einen Anstieg der Weltproduktion von rund 3,2%. Dabei bestehen Risiken hinsichtlich einer länger als bislang erwarteten restriktiven Geldpolitik. Weitere Risiken für die Weltkonjunktur sind vor allem geopolitischer Natur und ergeben sich nicht zuletzt aus den Unwägbarkeiten im Zusammenhang mit den US-Präsidentenwahlen.

Investitionen

Für das Jahr 2024 sind Investitionen in das Anlagevermögen in einer Höhe von rund € 300 Millionen geplant. Der wesentliche Teil entfällt dabei auf Investitionen in die Infrastruktur, um die operativen Voraussetzungen für das geplante langfristige Wachstum zu schaffen. Die Investitionen betreffen im Wesentlichen Investitionen in eigene Distributions- und Logistikzentren, Investitionen in den Ausbau und die Modernisierung der eigenen Einzelhandelsgeschäfte und Investitionen in die IT-Infrastruktur.

Ausblick 2024

Die erste Jahreshälfte war geprägt von einem volatilen Umfeld mit anhaltenden negativen Währungseffekten, angespannten Lieferketten und einem weltweit gedämpften Konsumklima. In diesem herausfordernden Umfeld hat PUMA weitere Fortschritte bei der Umsetzung seiner strategischen Prioritäten, nämlich der Stärkung der Marke, Einführung innovativer Produkte und Verbesserung der Vertriebsqualität mit besonderem Fokus in den USA und China erzielt und sich auf einen starken Durchverkauf und den bestmöglichen Service für seine Einzelhandelspartner, Markenbotschafter*innen und Kund*innen konzentriert.

Basierend auf den Ergebnissen der ersten Jahreshälfte und unterstützt durch die wachsende Markenbegehrlichkeit und unseren starken Auftragsbestand für die zweite Jahreshälfte bestätigt PUMA seinen Ausblick für das Geschäftsjahr 2024 mit einem währungsbereinigten Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich. Mit Blick auf die externen Marktbedingungen wie höhere Frachtkosten, veränderte Zölle und ein anhaltend schwaches Konsumentenverhalten, insbesondere in China, präzisieren wir unseren Ausblick für das operative Ergebnis (EBIT) auf € 620 - 670 Millionen (2023: € 621,6 Millionen; vorheriger Ausblick: € 620 - 700 Millionen). Für das Konzernergebnis (2023: € 304,9 Millionen) wird im Jahr 2024 eine Veränderung entsprechend dem operativen Ergebnis erwartet.

Wie in den vergangenen Jahren wird sich PUMA weiterhin darauf konzentrieren, kurzfristige Herausforderungen zu meistern, ohne den mittel- und langfristigen Erfolg der Marke zu beeinträchtigen. Unser Umsatzwachstum und die Steigerung von Marktanteilen werden Vorrang vor kurzfristiger Gewinnoptimierung haben. Das sehr positive Feedback unserer Einzelhandelspartner und Kund*innen zu unserer Produktpalette 2024/2025 und unseren Go-to-Market Strategien stimmt uns sehr zuversichtlich für den mittel- und langfristigen Erfolg und das kontinuierliche Wachstum von PUMA.



Verkürzter Konzernzwischenabschluss (IFRS)

Bilanz	30.06.'24 € Mio.	30.06.'23 € Mio.	Abwei- chung	31.12.'23 € Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	271,8	307,9	-11,7%	552,9
Vorräte *	1.961,1	2.145,9	-8,6%	1.804,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen *	1.394,7	1.348,4	3,4%	1.118,4
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte *	493,8	374,3	31,9%	385,6
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	101,3	77,2	31,3%	69,8
Kurzfristige Vermögenswerte	4.222,7	4.253,6	-0,7%	3.931,1
Latente Steueransprüche	282,8	327,6	-13,7%	296,1
Nutzungsrechte an Vermögenswerten	1.069,2	1.063,2	0,6%	1.087,7
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1.391,6	1.255,3	10,9%	1.325,6
Langfristige Vermögenswerte	2.743,7	2.646,1	3,7%	2.709,3
Summe Aktiva	6.966,3	6.899,7	1,0%	6.640,4
PASSIVA				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	466,6	360,6	29,4%	145,9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen *	1.647,9	1.457,3	13,1%	1.499,8
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten *	558,0	718,3	-22,3%	631,3
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	213,0	197,1	8,1%	212,4
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	15,8	73,5	-78,4%	47,7
Kurzfristige Verbindlichkeiten	2.901,3	2.806,7	3,4%	2.537,2
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	357,8	427,6	-16,3%	426,1
Latente Steuerschulden	18,4	51,5	-64,3%	12,4
Pensionsrückstellungen	24,0	20,1	19,2%	22,5
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	982,2	997,3	-1,5%	1.020,0
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	29,0	34,4	-15,8%	40,0
Langfristige Verbindlichkeiten	1.411,3	1.530,8	-7,8%	1.520,9
Eigenkapital	2.653,7	2.562,2	3,6%	2.582,3
Summe Passiva	6.966,3	6.899,7	1,0%	6.640,4

* im Working Capital beinhaltet



Zweites Quartal

Erstes Halbjahr

Gewinn- und Verlustrechnung	Q2/2024 € Mio.	Q2/2023 € Mio.	Abwei- chung	1-6/2024 € Mio.	1-6/2023 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	2.117,3	2.120,7	-0,2%	4.219,6	4.308,3	-2,1%
Umsatzkosten	-1.126,7	-1.170,9	-3,8%	-2.230,0	-2.341,6	-4,8%
Rohhertrag	990,6	949,8	4,3%	1.989,6	1.966,8	1,2%
- in % der Umsatzerlöse	46,8%	44,8%	+2,0 PP	47,2%	45,7%	+1,5 PP
Lizenz- und Provisionserträge	5,9	8,9	-33,4%	11,2	15,9	-29,5%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-879,3	-843,4	4,3%	-1.724,6	-1.691,7	1,9%
Operatives Ergebnis (EBIT)	117,2	115,3	1,6%	276,2	290,9	-5,1%
- in % der Umsatzerlöse	5,5%	5,4%	+0,1 PP	6,5%	6,8%	-0,2 PP
Finanzergebnis	-42,6	-23,0	85,7%	-69,4	-30,8	>100%
Gewinn vor Steuern (EBT)	74,6	92,4	-19,3%	206,7	260,1	-20,5%
- in % der Umsatzerlöse	3,5%	4,4%	-0,8 PP	4,9%	6,0%	-1,1 PP
Ertragsteuern	-18,4	-23,0	-20,3%	-51,4	-65,0	-20,9%
- Steuerquote	24,6%	24,9%	-0,3 PP	24,9%	25,0%	-0,1 PP
Nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnende Ergebnisse	-14,3	-14,3	-0,1%	-26,1	-22,8	14,2%
Konzernergebnis	41,9	55,0	-23,8%	129,3	172,3	-25,0%
- in % der Umsatzerlöse	2,0%	2,6%	-0,6 PP	3,1%	4,0%	-0,9 PP
Ergebnis je Aktie (€)	0,28	0,37	-23,8%	0,86	1,15	-25,0%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	0,28	0,37	-23,8%	0,86	1,15	-25,0%
Gewichtete durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)				149,79	149,80	0,0%
Gewichtete durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)				149,83	149,81	0,0%



Gesamtergebnisrechnung	1-6/2024	1-6/2023
	€ Mio.	€ Mio.
Konzernjahresüberschuss	155,3	195,1
Differenzen aus der Währungsumrechnung	57,1	-15,4
Nettogewinn/ -verlust aus der Absicherung von Cashflows, netto nach Steuern	42,2	-15,9
Nettogewinn/ -verlust aus Rücklage für Kosten der Absicherung - Optionen, netto nach Steuern	3,9	
Nettogewinn/ -verlust aus Rücklage für Kosten der Absicherung - Termingeschäfte, netto nach Steuern	-10,9	
Bestandteile, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	92,3	-31,3
Neubewertung der Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen, netto nach Steuern	-0,3	1,6
Neutrale Effekte finanzieller Vermögenswerte der FVTOCI-Kategorie, netto nach Steuern	-0,6	3,6
Bestandteile, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	-1,0	5,2
Sonstiges Ergebnis	91,3	-26,1
Gesamtergebnis	246,6	169,1
davon:		
Nicht beherrschende Anteile	27,0	21,6
Anteilseigner der PUMA SE	219,7	147,5



Kapitalflussrechnung	1-6/2024 € Mio.	1-6/2023 € Mio.
Gewinn vor Steuern (EBT)	206,7	260,1
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	181,4	231,3
Brutto Cashflow	388,1	491,4
Veränderung im Netto-Umlaufvermögen	-420,2	-603,9
Zahlungen für Ertragsteuern	-67,4	-96,6
Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-99,5	-209,0
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-125,4	-158,0
Übrige Investitions- und Desinvestitionstätigkeiten inkl. erhaltene Zinsen	20,5	25,6
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-104,9	-132,4
Freier Cashflow	-204,4	-341,4
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-204,4	-341,4
Dividendenzahlung an Anteilseigner PUMA SE	-122,8	-122,8
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Anteile	-27,0	-23,4
Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzverbindlichkeiten	374,0	460,9
Auszahlungen für die Rückzahlung von Finanzverbindlichkeiten	-125,0	0,0
Auszahlungen für die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-110,7	-98,8
Rückerwerb eigener Aktien	-26,5	0,0
Zinszahlungen	-63,8	-38,7
Mittelabfluss/-zufluss aus Finanzierungstätigkeit	-101,9	177,3
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	25,1	8,9
Veränderung des Finanzmittelbestands	-281,1	-155,2
Finanzmittelbestand am Anfang des Geschäftsjahres	552,9	463,1
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	271,8	307,9



Konzerner Eigenkapital- veränderungsrechnung	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Sonstige Rücklagen					Eigene Aktien	Eigenkapital vor Anteile nicht be- herrschender Gesellschafter	Nicht beherr- schende Anteile	Eigen- kapital Gesamt
			Gewinn- rücklagen einschließlich Ergebnisvortrag	Rücklage aus der Fremd- währungs- umrechnung	Cashflow Hedging Rücklage	Rücklage für Kosten der Absicherung - Optionen	Rücklage für Kosten der Absicherung - Termingeschäfte				
in € Mio.											
1. Januar 2023	150,8	90,8	2.496,2	-256,8	14,2	0,0	0,0	-23,5	2.471,7	67,1	2.538,8
Konzernjahresüberschuss			172,3						172,3	22,8	195,1
Sonstiges Ergebnis			5,2	-14,2	-15,9				-24,9	-1,2	-26,1
Gesamtergebnis			177,5	-14,2	-15,9				147,5	21,6	169,1
Dividendenzahlung an Anteilseigner PUMA SE / nicht beherrschende Anteile			-122,8						-122,8	-23,4	-146,2
Aktienbasierte Vergütung sowie Ver- wendung/ Ausgabe von eigenen Aktien		0,3						0,2	0,4		0,4
30. Juni 2023	150,8	91,0	2.551,0	-270,9	-1,7	0,0	0,0	-23,3	2.496,8	65,3	2.562,2
31. Dezember 2023	150,8	93,8	2.677,0	-342,7	-3,9	0,0	0,0	-21,6	2.553,4	28,9	2.582,3
Übergangs-Effekt auf IFRS 9 (Bilanzierung Hedge Accounting), netto nach Steuern			-4,9				-1,3	6,2	0,0		0,0
1. Januar 2024	150,8	93,8	2.672,1	-342,7	-3,9	-1,3	6,2	-21,6	2.553,4	28,9	2.582,3
Konzernjahresüberschuss			129,3						129,3	26,1	155,3
Sonstiges Ergebnis			-1,0	56,1	42,2	3,9	-10,9		90,4	0,9	91,3
Gesamtergebnis			128,3	56,1	42,2	3,9	-10,9		219,7	27,0	246,6
Gewinn und Verlust aus Sicherungsgeschäften, die in die Vorräte umgegliedert worden sind						1,2			1,2		1,2
Dividendenzahlung an Anteilseigner PUMA SE / nicht beherrschende Anteile			-122,8						-122,8	-27,0	-149,8
Aktienbasierte Vergütung sowie Ver- wendung/ Ausgabe von eigenen Aktien		2,9						1,9	4,8		4,8
Rückerwerb eigener Aktien								-31,3	-31,3		-31,3
Änderungen im Konsolidierungskreis				-0,1					-0,1		-0,1
30. Juni 2024	150,8	96,7	2.677,7	-286,7	39,5	2,6	-4,7	-51,0	2.624,9	28,9	2.653,7



Geschäftssegmente 1-6/2024						
Regionen	Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	1-6/2024	1-6/2023	1-6/2024	1-6/2023	1-6/2024	1-6/2023
	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
Europa	1,002.5	1,013.0	131.5	129.5	16.2	9.7
EEMEA*	791.0	868.1	166.2	207.7	11.5	12.6
Nordamerika	1,024.2	1,037.4	117.5	124.3	28.4	47.1
Lateinamerika	628.2	625.9	122.5	142.7	30.3	44.8
Großchina	314.5	305.1	61.2	52.0	3.5	2.6
Asien/ Pazifik (ohne Großchina)*	201.8	215.6	27.9	32.0	2.3	2.7
stichd	244.7	237.1	34.4	46.0	10.8	6.0
Geschäftssegmente insgesamt	4,206.9	4,302.2	661.2	734.1	103.0	125.5
Regionen	Abschreibungen		Vorräte		Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (ggü. Dritten)	
	1-6/2024	1-6/2023	1-6/2024	1-6/2023	1-6/2024	1-6/2023
	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
Europa	33.5	30.4	543.8	613.6	275.9	284.1
EEMEA*	31.4	30.8	426.2	410.6	346.6	325.9
Nordamerika	42.1	42.0	438.8	611.9	275.9	279.5
Lateinamerika	24.5	15.6	379.5	364.4	277.6	272.2
Großchina	14.8	15.4	112.1	116.2	54.1	40.7
Asien/ Pazifik (ohne Großchina)*	11.0	11.5	64.8	82.2	65.9	68.0
stichd	7.0	5.1	127.9	102.8	95.1	73.4
Geschäftssegmente insgesamt	164.2	150.7	2,093.3	2,301.6	1,391.2	1,343.7
Regionen	Langfristige Vermögenswerte					
	1-6/2024	1-6/2023				
	€ Mio.	€ Mio.				
Europa	494.9	470.8				
EEMEA*	217.3	198.0				
Nordamerika	776.6	769.3				
Lateinamerika	264.0	179.1				
Großchina	87.6	84.1				
Asien/ Pazifik (ohne Großchina)*	83.7	97.7				
stichd	230.3	210.6				
Geschäftssegmente insgesamt	2,154.4	2,009.7				

* Vorjahreswerte aufgrund von Änderungen in der Struktur der Regionen EEMEA und Asien/Pazifik (ohne Großchina) angepasst



Produkt	Umsatzerlöse		Rohertragsmarge	
	1-6/2024	1-6/2023	1-6/2024	1-6/2023
	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
Schuhe	2.278,4	2.336,4	46,2%	44,2%
Textilien	1.313,7	1.311,0	48,2%	47,7%
Accessoires	627,5	660,9	48,5%	46,6%
Gesamt	4.219,6	4.308,3	47,2%	45,7%

Überleitungsrechnungen	Umsatzerlöse	
	1-6/2024	1-6/2023
	€ Mio.	€ Mio.
Geschäftssegmente insgesamt	4.206,9	4.302,2
Zentralbereiche	12,7	6,2
Gesamt	4.219,6	4.308,3

	EBIT	
	1-6/2024	1-6/2023
	€ Mio.	€ Mio.
Geschäftssegmente insgesamt	661,2	734,1
Zentralbereiche	-146,9	-193,3
Zentrale Aufwendungen Marketing	-238,0	-249,9
Konsolidierung	0,0	0,0
EBIT	276,2	290,9
Finanzergebnis	-69,4	-30,8
EBT	206,7	260,1

	Investitionen		Abschreibungen	
	1-6/2024	1-6/2023	1-6/2024	1-6/2023
	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
Geschäftssegmente insgesamt	103,0	125,5	164,2	150,7
Zentralbereiche	13,2	22,4	19,9	19,3
Konsolidierung	0,0	0,0	0,0	0,0
Gesamt	116,1	147,9	184,2	170,1

	Vorräte		Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (ggü. Dritten)		Langfristige Vermögenswerte	
	1-6/2024	1-6/2023	1-6/2024	1-6/2023	1-6/2024	1-6/2023
	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
Geschäftssegmente insgesamt	2.093,3	2.301,6	1.391,2	1.343,7	2.154,4	2.009,7
Den Geschäftssegmenten nicht zugeordnet	-132,2	-155,7	3,6	4,7	200,8	217,8
Gesamt	1.961,1	2.145,9	1.394,7	1.348,4	2.355,2	2.227,5



Erläuternde Anhangangaben zum verkürzten Konzernzwischenabschluss (IFRS) zum 30. Juni 2024

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).

RECHNUNGSLEGUNGSGRUNDSÄTZE

Der nicht geprüfte Halbjahresfinanzbericht der PUMA SE und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen der PUMA Konzern) wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 "Zwischenberichterstattung" erstellt und sollte in Verbindung mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2023 gelesen werden. Die darin enthaltenen Angaben zum Konzernabschluss gelten, soweit nicht explizit auf Änderungen eingegangen wird, für die Finanzberichte des Jahres 2024.

Bei der Erstellung des Halbjahresfinanzberichts wurden die zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2023 angewandten und erläuterten Rechnungslegungsgrundsätze mit folgender Ausnahme konsistent angewendet.

PUMA wendet zum 1. Januar 2024 erstmalig die Vorschriften des IFRS 9 für die Phase 3 Hedge Accounting an. Bislang wurde von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, IAS 39 für das Hedge Accounting weiterhin anzuwenden. Aus Wesentlichkeitsgesichtspunkten verzichtet PUMA auf die Anpassung von Vergleichsinformationen für vorhergehende Perioden. Folglich wurde eine Anpassung der Eröffnungsbilanz zum 1. Januar 2024 vorgenommen. Dabei wurde für bestehende Cashflow Hedge Beziehungen der Sicherungskosten-Ansatz retrospektiv verpflichtend für zum Eröffnungstichtag im Bestand befindliche Optionsgeschäfte und freiwillig für die von der Designation ausgeschlossenen Komponenten von Devisentermingeschäften angewendet. Daraus ergab sich eine Korrektur der Eröffnungsbilanz in Höhe eines hohen einstelligen Millionen Euro Betrags, wobei der Betrag den Gewinnrücklagen entnommen und dem sonstigen Ergebnis zugeführt wurde.

Wie unter IAS 39, wird im PUMA Konzern nun auch unter IFRS 9 generell die Kassakomponente von Devisentermingeschäften sowie der innere Wert von Devisen- und Zinsoptionen in eine Sicherungsbeziehung designiert. Die effektiven kumulierten Wertänderungen der beizulegenden Zeitwerte, die sich aus der Kassakomponente bzw. dem inneren

Wert ergeben, werden zunächst erfolgsneutral in der Cashflow Hedge Rücklage im sonstigen Ergebnis erfasst.

Bei der Bilanzierung der Währungssicherungen als Cashflow Hedges werden die Zeitwerte der Optionsgeschäfte sowie die Terminkomponenten und die Währungsbasis-Spreads der Devisentermingeschäfte von der Designation in einer Sicherungsbeziehung ausgeschlossen. Für diese von der Designation ausgeschlossenen Komponenten wird der Sicherungskosten-Ansatz für Optionen verpflichtend, bzw. für Devisentermingeschäfte freiwillig angewendet.

Bei der Bilanzierung der Zinssicherungen als Cashflow Hedges werden die Zeitwerte der Optionsgeschäfte von der Designation in einer Sicherungsbeziehung ausgeschlossen. Für diese von der Designation ausgeschlossenen Komponente wird der Sicherungskosten-Ansatz verpflichtend angewendet.

Die effektiven kumulierten Marktwertveränderungen der nicht designierten Komponenten werden als Sicherungskosten im kumulierten übrigen Eigenkapital als separate Position erfasst.



Generell werden die im kumulierten übrigen Eigenkapital aufgelaufenen Marktwertveränderungen der in Sicherungsbeziehungen designierten Komponenten für Fremdwährungssicherungen bei der Ersterfassung von abgesicherten nichtfinanziellen Vermögenswerten in die Anschaffungskosten einbezogen, oder werden in den übrigen Fällen in der gleichen Periode mit der Ergebniswirkung des Grundgeschäfts in die Umsätze umgegliedert. Die Anpassung von nichtfinanziellen Vermögenswerten wirkt sich dabei auf den Gewinn oder Verlust in gleicher Weise und den gleichen Perioden aus, wie sich die betroffenen nichtfinanziellen Posten auf den Gewinn oder Verlust auswirken. Ein entsprechender Ausweis erfolgt sowohl in der Gesamtergebnisrechnung als auch in der Eigenkapitalveränderungsrechnung. Bei Zinssicherungen werden die im kumulierten übrigen Eigenkapital aufgelaufenen Marktwertveränderungen in den Zinsaufwand umgegliedert. Die von der Designation ausgeschlossenen Komponenten werden aus dem kumulierten übrigen Eigenkapital in das Finanzergebnis umgegliedert.

Im für den PUMA Konzern üblichen Falle, dass derivative Finanzinstrumente nicht in bilanzielle Sicherungsbeziehungen designiert wurden, werden diese weiterhin als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert klassifiziert und bewertet.

Bei der Aufstellung des Finanzberichts sind teilweise Annahmen getroffen und Schätzwerte verwandt worden, die sich auf Höhe und Ausweis der

bilanzierten Vermögenswerte, Schulden und 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 werden zum Zeitpunkt einer besseren Erkenntnis berücksichtigt. Die wesentlichen Schätzungsunsicherheiten und Ermessensentscheidungen sind im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2023 dargestellt. Diesbezüglich wurden unserer Vertriebsstrategie folgend, aufgrund besserer Erkenntnisse im ersten Halbjahr 2024, die Annahmen in Bezug auf die Zuordnung geplanter Zahlungsmittelzuflüsse bei der Bewertung der Nutzungsrechte für Einzelhandelsgeschäfte, angepasst. Dies führte im ersten Halbjahr 2024 zu einer Aufhebung einer in der Vergangenheit erfassten und zum 31. Dezember 2023 zuletzt angepassten Wertminderung in Höhe eines sehr niedrigen 2-stelligen Millionen Euro Betrags. Die Wertaufholung wurde in den sonstigen operativen Erträgen und Aufwendungen erfasst.

SAISONALE EINFLÜSSE

Die Umsätze des Konzerns verlaufen saisonabhängig und führen zu unterschiedlichen Umsätzen und daraus resultierenden Gewinnen während eines Jahres. Tendenziell sind die Umsätze und die daraus resultierenden Gewinne im ersten und im dritten Quartal des Geschäftsjahres am stärksten und die Vorratsbestände tendenziell am niedrigsten. Dies ist jeweils bedingt durch den Start der Kollektionen Frühjahr/Sommer und Herbst/Winter.

STEUERUNGSSYSTEM

Die Veränderung der Umsatzerlöse wird auch durch **Währungseffekte** beeinflusst. Daher geben wir, um entscheidungsrelevante Informationen zur Beurteilung der Umsatzlage zu vermitteln, neben den Umsätzen in der Berichtswährung Euro auch die um Währungseffekte bereinigte Umsatzveränderung an. Die währungsbereinigten Umsatzgrößen dienen Vergleichszwecken und ergeben sich, wenn die Vorjahresbeträge der in den Konzernabschluss einbezogenen Fremdwährungsabschlüsse nicht mit den Durchschnittskursen des Vorjahres, sondern mit den entsprechenden Durchschnittskursen des aktuellen Berichtsjahres umgerechnet werden. Bei Ländern, die sich in einem Hyperinflationsumfeld befinden, werden die Vorjahresbeträge nicht mit den Stichtagskursen des Vorjahres, sondern mit den Stichtagskursen des aktuellen Berichtsjahres umgerechnet. Dabei sind währungsbereinigte Kennzahlen nicht als Ersatz oder höherwertige Finanzkennzahlen, sondern stets als Zusatzinformation anzusehen.

Zur Beurteilung der Finanzlage verwenden wir die Kennzahl **Working Capital**. Im Deutschen oft als Betriebskapital bezeichnet, handelt es sich dabei im Wesentlichen um die Differenz aus den kurzfristigen Vermögenswerten, insbesondere den Vorräten und den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und den kurzfristigen Verbindlichkeiten. Der Bestand an Flüssigen Mitteln, die positiven und negativen



Marktwerte der derivativen Finanzinstrumente und die kurzfristigen Finanz- und Leasingverbindlichkeiten sind nicht im Working Capital enthalten.

Das **Netto-Umlaufvermögen** beinhaltet das Working Capital sowie die kurzfristigen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, welche nicht dem Working Capital zuzurechnen sind. Die kurzfristigen Leasingverbindlichkeiten sind nicht Teil des Netto-Umlaufvermögens.

ANGABEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Die Umsatzerlöse des Konzerns untergliedern sich nach Distributionskanälen wie folgt:

	2024 € Mio.	2023 € Mio.
Großhandelsgeschäft (Wholesale)	3.137,7	3.327,4
Eigene Einzelhandelsaktivitäten (Retail/Direct to Consumer-business)	1.081,9	980,9
Gesamt	4.219,6	4.308,3

ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie wird in Übereinstimmung mit IAS 33 ermittelt, indem das Ergebnis des Berichtszeitraums durch die durchschnittliche Zahl der im Umlauf befindlichen Aktien dividiert wird. Die durchschnittliche Zahl der im Umlauf befindlichen Aktien beinhaltet auch erdiente, noch nicht ausgegebene Aktien. Die im eigenen Bestand gehaltenen Aktien vermindern sowohl die im Umlauf befindliche als auch die verwässerte Anzahl der Aktien. Ausstehende Aktienoptionen aus dem Management Incentive Programm können grundsätzlich zu einer Verwässerung des Ergebnisses je Aktie führen.

	2024	2023
Ergebnis je Aktie	€ 0,86	€ 1,15
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€ 0,86	€ 1,15

MITARBEITER*INNEN

Die Entwicklung der Anzahl der Mitarbeiter*innen auf Basis von Vollzeitäquivalenten (FTE) stellt sich wie folgt dar:

	2024	2023
Mitarbeiter*innen zum 1. Januar	18.681	18.071
Mitarbeiter*innen zum 30. Juni	18.420	17.590
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter*innen	18.292	17.876

DIVIDENDE

Die Hauptversammlung hat am 22 Mai 2024 eine Dividende von € 0,82 je Aktie für das Geschäftsjahr 2023 beschlossen. Der Gesamtbetrag der Ausschüttung beträgt € 122,8 Millionen. Die Dividende wurde in den Tagen nach der Hauptversammlung an die Aktionär*innen ausgezahlt.

EIGENKAPITAL

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital beträgt zum Bilanzstichtag gemäß Satzung € 150.824.640,00 und ist eingeteilt in 150.824.640 stimmberechtigte Stückaktien ohne Nennwert. Dies entspricht einem anteiligen Betrag von € 1,00 je Aktie.

Eigene Aktien

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 7. Mai 2020 (geändert am 5. Mai 2021) wurde die Gesellschaft ermächtigt, bis zum 6. Mai 2025 eigene Aktien bis zu zehn Prozent des Grundkapitals zu erwerben.

Auf Basis der vorgenannten Ermächtigung hat der Vorstand der PUMA SE am 29. Februar 2024 ein Aktienrückkaufprogramm verabschiedet. Die erste Tranche sieht den Rückkauf eigener Aktien mit einem Gesamtkaufpreis von bis zu € 100 Millionen vor und beginnt im März 2024 für den Zeitraum bis zum 6. Mai 2025.



Rückerwerb eigener Aktien im ersten Halbjahr 2024

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 22. Mai 2024 wurde die bestehende Ermächtigung aufgehoben und die Gesellschaft erneut ermächtigt, bis zum 21. Mai 2029 eigene Aktien bis zu zehn Prozent des Grundkapitals zu erwerben.

Die PUMA SE erwarb im Zeitraum von März 2024 bis einschließlich 30. Juni 2024 im Rahmen der ersten Tranche 700.413 Aktien zu einem Gesamtpreis von € 31.291.030,36 (ohne Erwerbsnebenkosten) und einem durchschnittlichen Kaufpreis von ca. € 44,68 je Aktie. Dies entsprach einem Anteil von 0,46% des gezeichneten Kapitals.

Das Unternehmen darf die zurückerworbenen Aktien für sämtliche Zwecke der erteilten Ermächtigung verwenden. Die PUMA SE beabsichtigt jedoch die zurückerworbenen Aktien im 4. Quartal 2024 einzuziehen.

Weitere Angaben zum Rückerwerb eigener Aktien können der folgenden Tabelle entnommen werden.

Monat	Aktienanzahl	Gesamtpreis in €	Durchschnittlicher Kaufpreis je Aktie in €	Anteil am gezeichneten Kapital in €	Anteil am gezeichneten Kapital in %
März	105.713	4.310.868,52	40,78	105.713	0,07%
April	88.714	3.706.587,20	41,78	88.714	0,06%
Mai	85.933	4.120.879,78	47,95	85.933	0,06%
Juni	420.053	19.152.694,86	45,60	420.053	0,28%
Erstes Halbjahr 2024 gesamt	700.413	31.291.030,36	44,68	700.413	0,46%



Zum Ende des zweiten Quartals hält die Gesellschaft insgesamt 1.596.001 Stück PUMA Aktien im eigenen Bestand, was einem Anteil von 1,06% des gezeichneten Kapitals entspricht.

Entwicklung der Anzahl der Aktien

	2024	2023
Anzahl der Aktien zum 1. Januar und zum 30. Juni	150.824.640	150.824.640
davon eigene Aktien	-1.596.001	-1.057.505
Im Umlauf befindliche Aktien zum 30. Juni	149.228.639	149.767.135
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien	149.786.266	149.801.086
Verwässerte Anzahl der durchschnittlich im Umlauf befindlichen Aktien	149.829.651	149.814.188

FINANZINSTRUMENTE

Die Bewertungsmethoden der beizulegenden Zeitwerte nach Level 1 bis 3 sind unverändert und können dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2023 entnommen werden.

Die Finanzinstrumente, die in der Bilanz zum beizulegenden Zeitwert („Fair Value“) bewertet werden, wurden nach der folgenden Hierarchie ermittelt:

Level 1: Verwendung von auf aktiven Märkten für identische Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten notierten Preisen.

Level 2: Verwendung von Inputfaktoren, bei denen es sich nicht um die in Level 1 berücksichtigten notierten Preise handelt, die sich aber für den Vermögenswert oder die Verbindlichkeit entweder direkt (d.h. als Preis) oder indirekt (d.h. in Ableitung von Preisen) beobachten lassen.

Level 3: Verwendung von nicht auf beobachtbaren Marktdaten basierenden Faktoren für die Bewertung des Vermögenswertes oder der Verbindlichkeit.

Der Fair Value der aus strategischen Gründen gehaltenen Beteiligungen betrifft ausschließlich Eigenkapitalinstrumente, die der Kategorie „Fair Value through OCI“ (FVOCI) zugeordnet und gemäß Level 1 ermittelt wurden. Die Marktwerte der derivativen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten wurden gemäß Level 2 ermittelt.



	Bewertungs- kategorien nach IFRS 9	Buchwert		Beizulegender Zeitwert			Buchwert		Beizulegender Zeitwert		
		2024 € Mio.	2024 € Mio.	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	2023 € Mio.	2023 € Mio.	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Aktiva											
Flüssige Mittel	¹⁾ AC	271,8					307,9				
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	AC	1.394,7					1.348,4				
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte											
Derivate mit Hedgebeziehung	n.a.	58,2	58,2		58,2		39,6	39,6		39,6	
Derivate ohne Hedgebeziehung	²⁾ FVPL	25,9	25,9		25,9		21,7	21,7		21,7	
Forderungen aus Leasingverhältnissen	n.a.	15,9					4,3				
Übrige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	AC	54,1					26,7				
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte											
Derivate mit Hedgebeziehung	n.a.	5,7	5,7		5,7		3,4	3,4		3,4	
Beteiligungen	³⁾ FVOCI	20,6	20,6	20,6			25,4	25,4	25,4		
Forderungen aus Leasingverhältnissen	n.a.	24,0					13,8				
Übrige langfristige finanzielle Vermögenswerte	AC	31,0					34,4				
Passiva											
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten											
Bankverbindlichkeiten	AC	396,6					175,6				
Schuldschein	AC	70,0	68,5		68,5		185,0	183,4		183,4	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	AC	1.647,9					1.457,3				
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	n.a.	213,0					197,1				
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten											
Derivate mit Hedgebeziehung	n.a.	10,6	10,6		10,6		45,7	45,7		45,7	
Derivate ohne Hedgebeziehung	²⁾ FVPL	5,2	5,2		5,2		27,6	27,6		27,6	
Übrige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	AC	28,7					35,1				
Langfristige Finanzverbindlichkeiten (Schuldschein)	AC	357,8	357,2		357,2		427,6	419,8		419,8	
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	n.a.	982,2					997,3				
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten											
Derivate mit Hedgebeziehung	n.a.	1,3	1,3		1,3		1,5	1,5		1,5	
Übrige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	AC	2,2					0,2				
Gesamte finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten		1.751,6					1.717,3				
Gesamte finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten		2.503,2					2.280,6				
Gesamte finanzielle Vermögenswerte erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert		25,9					21,7				
Gesamte finanzielle Verbindlichkeiten zum beizulegenden Zeitwert		5,2					27,6				
Gesamte Finanzanlagen erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert		20,6					25,4				

¹⁾ AC (at amortised cost) = fortgeführte Anschaffungskosten

²⁾ FVPL (fair value through PL) = erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert

³⁾ FVOCI (fair value through OCI) = erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert im sonstigen Ergebnis bewertete Eigenkapitalinstrumente



SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung erfolgt gemäß der PUMA-internen Berichtsstruktur nach geographischen Verantwortungsgebieten mit Ausnahme von stichd. Das geographische Verantwortungsgebiet bildet das Geschäftssegment. Die Umsatzerlöse und das operative Ergebnis (EBIT) sowie die übrigen Segmentinformationen werden nach dem Sitz der jeweiligen Konzerngesellschaft den entsprechenden geographischen Verantwortungsgebieten zugewiesen.

Die interne Managementberichterstattung enthält folgende Berichtssegmente: Europa, EEMEA (Osteuropa, Naher Osten, Afrika, Indien, Südostasien, Australien und Neuseeland), Nordamerika, Lateinamerika, Großchina, Übriges Asien/ Pazifik (ohne Großchina, Südostasien, Australien und Neuseeland) und stichd. Diese werden entsprechend der Kriterien des IFRS 8 als berichtspflichtige Geschäftssegmente ausgewiesen.

Die Überleitungsrechnung enthält die Angabe zu den Vermögenswerten, Schulden, Aufwendungen und Erträgen in Zusammenhang mit zentralisierten Funktionen, welche die Definition von IFRS 8 bezüglich Geschäftssegmenten nicht erfüllen. Die zentralen Aufwendungen und Erträge beinhalten insbesondere die weltweite Beschaffung (inkl. Hedging), das zentrale Treasury, das zentrale Marketing, Wertminderungsaufwendungen auf langfristige Vermögenswerte und andere globale Funktionen der Unternehmenszentrale.

Der Hauptentscheidungsträger des Unternehmens ist definiert als der gesamte Vorstand der PUMA SE.

Zwischen den Geschäftssegmenten fallen, mit Ausnahme von Warenverkäufen der stichd in Höhe von € 30,2 Millionen (Vorjahr: € 20,7 Millionen), keine wesentlichen internen Umsätze an, daher werden sie in der Darstellung nicht berücksichtigt.

Das operative Ergebnis (EBIT) der Geschäftssegmente ist definiert als Rohertrag abzüglich der zurechenbaren sonstigen operativen Aufwendungen zuzüglich der Lizenz- und Provisionserträge und der sonstigen operativen Erträge, jedoch ohne Berücksichtigung der Kosten der Zentralbereiche und der zentralen Aufwendungen für Marketing.

Da PUMA nur in einem Geschäftsfeld, der Sportartikelindustrie, tätig ist, erfolgt zusätzlich die Aufgliederung nach Produkten gemäß der internen Berichtsstruktur nach den Produktsegmenten Schuhe, Textilien und Accessoires.

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Es bestehen keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die eine wesentliche Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. Juni 2024 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 7. August 2024

Der Vorstand der PUMA SE



Vorstand

Arne Freundt

(CEO, Chief Executive Officer)

Anne-Laure Descours

(CSO, Chief Sourcing Officer)

Maria Valdes

(CPO, Chief Product Officer)

Hubert Hinterseher

(CFO, Chief Financial Officer)

Aufsichtsrat

Héloïse Temple-Boyer

(Vorsitzende)

Jean-Marc Duplaix

(Stellvertretender Vorsitzender)

Fiona May

Harsh Saini (ab 22. Mai 2024)

Roland Krüger (ab 22. Mai 2024)

Thore Ohlsson (bis 22. Mai 2024)

(Stellvertretender Vorsitzender)

Martin Köppel

(Arbeitnehmersvertreter)

Bernd Illig

(Arbeitnehmersvertreter)



Finanzkalender Geschäftsjahr 2024

27. Februar 2024	Geschäftsergebnisse 2023
8. Mai 2024	Quartalsmitteilung Q1 2024
22. Mai 2024	Hauptversammlung
7. August 2024	Halbjahresfinanzbericht 2024
6. November 2024	Quartalsmitteilung Q3 2024

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

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>

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.

PUMA

PUMA ist eine der weltweit führenden Sportmarken, die Schuhe, Textilien und Accessoires entwirft, entwickelt, verkauft und vermarktet. Seit mehr als 75 Jahren treibt PUMA Sport und Kultur unermüdlich voran, indem es schnelle Produkte für die schnellsten Sportler der Welt entwickelt. PUMA bietet Performance- und sport-inspirierte Lifestyle-Produkte in Kategorien wie Fußball, Running & Training, Basketball, Golf und Motorsport an. PUMA arbeitet mit renommierten Designern und Marken zusammen, um Sporteinflüsse in die Straßenkultur und Mode zu bringen. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra Golf und stichd. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte in mehr als 120 Ländern, beschäftigt weltweit rund 21.000 Mitarbeiter*innen und hat seinen Hauptsitz in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie unter <https://about.puma.com>.