

Q1 2026



## **PUMA mit solidem Start ins Geschäftsjahr, unterstützt durch den Abbau von Vorräten – Ausblick für das Übergangsjahr 2026 bestätigt**

Herzogenaurach, 30. April 2026

### **Geschäftsentwicklung im ersten Quartal 2026**

- Umsatz sinkt 1,0% währungsbereinigt auf € 1.863,8 Millionen; im ersten Quartal hat sich der Abbau von Vorratsbeständen positiv auf den Umsatz ausgewirkt; Umsatzrückgang in Euro um 6,3%
- Die Rohertragsmarge steigt um 60 Basispunkte auf 47,7% aufgrund der Auflösung von Wertberichtigungen für Vorratsbestände, niedrigerer Frachtkosten und eines vorteilhaften Vertriebskanalmixes
- Das EBIT steigt aufgrund einer höheren Rohertragsmarge sowie geringerer operativer Aufwendungen (OPEX) um 19,6% auf € 51,9 Millionen, inklusive Einmaleffekte in Höhe von € -12,6 Millionen
- Die Vorräte fallen um 8,6% auf € 1.898,0 Millionen, hauptsächlich aufgrund eines geringeren Einkaufsvolumens; Abbau der Bestände entwickelt sich besser als geplant und PUMA erwartet eine Normalisierung der Vorräte bis Ende 2026
- Freier Cashflow von € -201,4 Millionen saisonal bedingt negativ, liegt aber auf Grund effizienterem Working Capital Management deutlich über dem Vorjahreswert (€ -737,6 Millionen)
- Die Nettoverschuldung steigt saisonal bedingt auf € 1.357,6 Millionen, flüssige Mittel und verfügbare Kreditlinien von € 1.104,7 Millionen bieten ausreichend finanziellen Spielraum für Investitionen in strategische Prioritäten

## **Ausblick für das Geschäftsjahr 2026 bestätigt**

- Währungsbereinigter Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich
- Operatives Ergebnis (EBIT) zwischen € -50 Millionen und € -150 Millionen
- Geplante Investitionen (CAPEX) in Höhe von rund € 200 Millionen

### **Arthur Hoeld, Chief Executive Officer der PUMA SE:**

„Im ersten Quartal haben unsere Athletinnen und Athleten bei den Leichtathletik-Hallenweltmeisterschaften 21 Medaillen gewonnen und nationale Rekorde beim Berliner Halbmarathon aufgestellt. Außerdem haben wir erfolgreich neue Produkte auf den Markt gebracht, etwa unseren ersten Performance-Schuh, der speziell für HYROX entwickelt wurde und die Trikots unserer Verbände für die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft.

Operativ sind wir solide in unser Übergangsjahr 2026 gestartet. Wir konnten unsere Lagerbestände schneller als geplant abbauen, haben unser Produktportfolio und operative Ineffizienzen reduziert. Auch bei der Weiterentwicklung unserer Organisation und unseres operativen Modells haben wir Fortschritte gemacht.

Im verbleibenden Jahr werden wir uns weiterhin auf die Verbesserung unserer Vertriebsqualität, unserer Kosten und unseres Cash Managements fokussieren. Damit schaffen wir die Basis für zukünftiges Wachstum.

Wir sind auf einem guten Weg, PUMA als eine Top-3 Sportmarke weltweit zu etablieren, wieder über dem Branchendurchschnitt zu wachsen und mittelfristig gesunde Gewinne zu erzielen“.

## **Abbau von Vorratsbeständen kompensiert währungsbereinigten Umsatzrückgang teilweise**

Im ersten Quartal gingen die währungsbereinigten Umsätze um 1,0% auf € 1.863,8 Millionen zurück (Q1 2025: € 1.989,8 Millionen). Währungseffekte, insbesondere aus dem US-Dollar, der türkischen Lira und dem argentinischen Peso, wirkten sich negativ aus und führten zu einem Umsatzrückgang in der Berichtswährung Euro von 6,3%. Insgesamt wurde die Umsatzentwicklung durch den Abbau erhöhter Vorratsbestände unterstützt. Dieser Abbau erfolgte vor allem über ausgewählte Großhandelspartner.

In den **Vertriebskanälen** sank das Großhandelsgeschäft von PUMA währungsbereinigt um 2,8% auf € 1.335,7 Millionen (Q1 2025: € 1.443,3 Millionen), ursächlich hierfür war eine geringere Nachfrage der Handelspartner in der Region EMEA. Das Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC) wuchs hingegen währungsbereinigt um 3,8% auf € 528,1 Millionen. Dieser Anstieg war hauptsächlich die Folge eines währungsbereinigten Umsatzwachstums von 5,7% in den eigenen Retail-Stores. Haupttreiber war hier insbesondere der Abverkauf von Vorratsbeständen in eigenen Outlet Stores, unterstützt durch gezielte Verkaufsförderungsmaßnahmen.

Trotz reduzierter Verkaufsförderungsmaßnahmen verzeichneten die Umsätze im E-Commerce ein leichtes währungsbereinigtes Plus von 0,6%, unterstützt durch zusätzliche E-Commerce-Marktplätze in der Region Asien/Pazifik. Der DTC-Anteil am Gesamtumsatz erhöhte sich im ersten Quartal 2026 auf 28,3% (Q1 2025: 27,5%).

Betrachtet man die Entwicklung nach **Regionen**, so sanken die Umsätze in EMEA währungsbereinigt um 10,4% auf € 774,5 Millionen (Q1 2025: € 891,7 Millionen). Der Rückgang war auf eine insgesamt schwächere Nachfrage in EMEA und niedrigere Umsätze im Nahen Osten aufgrund der anhaltenden Konflikte zurückzuführen. Zudem entwickelte sich das Großhandelsgeschäft in der Region EMEA zurückhaltend, da PUMA sein Geschäft in Kanälen, die der Marke langfristig nicht zuträglich sind, reduziert hat. In der Region Amerika stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 6,1% auf € 655,6 Millionen. Deutliche negative Währungseffekte, insbesondere aus dem US-Dollar und dem argentinischen Peso, führten jedoch zu einem Umsatzrückgang in der Berichtswährung Euro von 1,8% (Q1 2025: € 667,6 Millionen).

Lateinamerika, gestützt durch eine insgesamt verbesserte Nachfrage, verzeichnete ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum von 10,5%, während die Umsätze in Nordamerika währungsbereinigt um 2,3 % zulegten. Der Abbau von Vorratsbeständen wirkte sich in beiden Regionen positiv aus und konnte die Effekte aus der Reduzierung des Geschäfts mit Großflächenhändlern im US-Markt mehr als ausgleichen. Die Umsätze in Asien/Pazifik stiegen währungsbereinigt um 7,9% auf € 433,8 Millionen (Q1 2025: € 430,5 Millionen) und profitierten ebenfalls vom Abverkauf erhöhter Vorratsbestände. Die positive Entwicklung in Großchina mit einem währungsbereinigten Wachstum von 9,0% war vor allem auf ein starkes DTC-Wachstum sowohl in den eigenen Retail-Stores als auch im E-Commerce zurückzuführen. Zusätzlich trugen eine sehr gute Entwicklung rund um das chinesische Neujahrsfest sowie eine anhaltend hohe Nachfrage nach Low-Profile-Modellen, insbesondere der Speedcat-Familie, zur positiven Umsatzentwicklung bei. Der übrige Teil der Region Asien/Pazifik verzeichnete ein währungsbereinigtes Umsatzplus von 7,4%, unterstützt durch den Erfolg von Low-Profile-Modellen sowie eine starke DTC-Performance in Südostasien.

Innerhalb der **Produktbereiche** gingen die Umsätze im Segment Schuhe währungsbereinigt um 2,3% auf € 1.089,6 Millionen zurück (Q1 2025: € 1.186,0 Millionen). Running und Training verzeichneten jedoch ein starkes Wachstum, was vor allem auf den Erfolg von NITRO™-Produkten und dem rasanten Wachstum des HYROX-Produktangebots zurückzuführen war. Die Umsätze im Bereich Textilien stiegen währungsbereinigt um 0,9% auf € 546,3 Millionen (Q1 2025: € 568,8 Millionen). Neben den Kategorien Golf und Training zeigte auch Fußball eine robuste Entwicklung, unterstützt durch den Verkauf von Trikots der elf PUMA-Verbände – darunter Portugal – die sich für die anstehende FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ in den USA, Kanada und Mexiko qualifiziert haben. Die Umsätze in den Bereichen Core, Sportstyle und Kids blieben jedoch unter dem Vorjahresniveau.

Die Umsätze im Produktbereich Accessoires waren mit € 227,9 Millionen weitgehend stabil (Q1 2025: € 235,0 Millionen). Die Kategorie Golf verzeichnete eine positive Umsatzentwicklung.

## **EBIT profitiert von höherer Rohertragsmarge und niedrigerer OPEX**

Die **Rohertragsmarge** erhöhte sich um 60 Basispunkte auf 47,7% (Q1 2025: 47,1%). Unterstützt wurde diese Entwicklung durch die Auflösung von Wertberichtigungen für Vorratsbestände, niedrigere Frachtkosten sowie einen höheren DTC-Anteil. Verkaufsförderungsmaßnahmen im Großhandel, Produkt- und Regionenmix sowie Währungseffekte hatten einen negativen Effekt.

Die **Lizenz- und Provisionserträge** stiegen um 13,0% auf € 23,9 Millionen (Q1 2025: € 21,2 Millionen), hauptsächlich bedingt durch eine stärkere Entwicklung des Formel-1-Geschäfts, auch aufgrund eines zusätzlichen Rennens im Vergleich zum ersten Quartal 2025.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)**, bereinigt um Einmaleffekte, sanken um 5,5% auf € 848,5 Millionen (Q1 2025: € 897,9 Millionen). Diese Entwicklung war auf positive Effekte aus dem Kosteneffizienzprogramm sowie auf vorteilhafte Währungseffekte zurückzuführen, die die höheren Kosten im DTC-Geschäft mehr als kompensierten. Die Marketingaufwendungen lagen sowohl absolut als auch relativ zum Umsatz unter dem Vorjahresniveau, was im Wesentlichen auf Timing-Effekte bei Ausgaben für Kampagnen und Partnerschaften zurückzuführen war. Da der Rückgang der OPEX weniger stark ausfiel als der Umsatzrückgang, erhöhte sich die bereinigte OPEX-Quote von 45,1% auf 45,5% im ersten Quartal 2026.

Das **bereinigte EBIT**, ohne Einmaleffekte, stieg auf € 64,4 Millionen (Q1 2025: € 61,3 Millionen), aufgrund einer höheren Rohertragsmarge und niedrigerer operativer Aufwendungen. PUMA verbuchte Einmaleffekte in Höhe von € -12,6 Millionen, die überwiegend im Zusammenhang mit Personalaufwendungen aus dem Kosteneffizienzprogramm standen. Infolgedessen erhöhte sich das **EBIT** auf € 51,9 Millionen, ein Anstieg von 19,6% gegenüber dem Vorjahresquartal (Q1 2025: € 43,4 Millionen), was einer EBIT-Marge von 2,8% entsprach (Q1 2025: 2,2%).

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich deutlich auf € -15,6 Millionen (Q1 2025: € -38,5 Millionen), hauptsächlich aufgrund vorteilhafter Währungseffekte,

insbesondere aus dem US-Dollar und dem mexikanischen Peso. Die Zinsaufwendungen auf Bankverbindlichkeiten lagen leicht über dem Vorjahresniveau. Die **Ertragsteuern** beliefen sich auf € 9,8 Millionen (Q1 2025: € 3,8 Millionen) und spiegelten das höhere Ergebnis vor Steuern wider. Daraus resultierte eine normalisierte Steuerquote von 27,0% (Q1 2025: 78,2%).

Insgesamt belief sich der **Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen** auf € 26,5 Millionen (Q1 2025: € 1,1 Millionen). Das **Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen** lag bei € 0,18 (Q1 2025: € 0,00).

### **Reduzierung des Working Capital spiegelt Vorratsabbau und geringeres Einkaufsvolumen wider**

Das **Working Capital** sank um 9,7% auf € 1.879,2 Millionen (31. März 2025: € 2.081,6 Millionen). Die **Vorräte** gingen um 8,6 % auf berichteter Basis und währungsbereinigt um 4,1% auf € 1.898,0 Millionen zurück (31. März 2025: € 2.076,1 Millionen). Der Rückgang war auf ein reduziertes Einkaufsvolumen zurückzuführen und spiegelte die erwarteten niedrigeren Umsätze im laufenden Geschäftsjahr wider. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** verringerten sich um 20,3% auf € 1.210,2 Millionen (31. März 2025: € 1.517,6 Millionen), hauptsächlich infolge geringerer Umsätze. Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** wurden um 26,2% auf € 1.058,9 Millionen reduziert (31. März 2025: € 1.434,9 Millionen), was das geringere Einkaufsvolumen im ersten Quartal widerspiegelte.

### **Freier Cashflow verbessert sich deutlich, bleibt aber saisonal bedingt negativ**

**Der Freie Cashflow** lag bei € -201,4 Millionen und zeigte eine deutliche Verbesserung gegenüber dem Vorjahr (Q1 2025: € -737,6 Millionen), unterstützt durch verbessertes Management des Working Capital, einen höheren Gewinn vor Steuern sowie niedrigere **Investitionen (CAPEX)** von € 29,6 Millionen (Q1 2025: € 51,8 Millionen). Die Investitionen konzentrierten sich auf den DTC-Kanal von PUMA, mit Schwerpunkt auf E-Commerce und digitale Infrastruktur, um die Wettbewerbsfähigkeit von PUMA langfristig zu stärken.

## **Nettoverschuldung steigt, aber ausreichend finanzieller Handlungsspielraum vorhanden**

Zum 31. März 2026 beliefen sich die **liquiden Mittel** auf € 326,2 Millionen, was einem Anstieg von 14,9 % gegenüber dem Vorjahr entsprach (31. März 2025: € 283,9 Millionen).

Darüber hinaus verfügte PUMA über **Kreditlinien** in Höhe von € 2.462,4 Millionen (31. März 2025: € 1.766,8 Millionen). Die nicht in Anspruch genommenen Kreditlinien beliefen sich auf € 778,5 Millionen, verglichen mit € 498,6 Millionen zum Ende des ersten Quartals 2025.

Die liquiden Mittel sowie die nicht in Anspruch genommenen Kreditlinien stellen einen ausreichenden **finanziellen Handlungsspielraum** von € 1.104,7 Millionen zur Verfügung, um in strategische Prioritäten zu investieren.

Die **Nettoverschuldung** zum Ende des ersten Quartals 2026 stieg saisonal bedingt auf € 1.357,6 Millionen an (Q1 2025: € 994,9 Millionen), hauptsächlich infolge höherer Bankverbindlichkeiten zur Unterstützung des operativen Geschäfts und zur Finanzierung des Working Capital.

## **Ausblick für das Geschäftsjahr 2026 bestätigt**

PUMA geht im Jahr 2026 von anhaltenden geopolitischen sowie makroökonomischen Unsicherheiten aus. Der aktuelle Ausblick berücksichtigt keine potenziellen Auswirkungen, die sich aus den Konflikten im Nahen Osten oder aus der Entscheidung des Obersten Gerichtshofs der USA zu US-Zöllen vom 20. Februar 2026 ergeben könnten. PUMA bestätigt seinen Ausblick für das Gesamtjahr, wie er am 26. Februar 2026 veröffentlicht wurde, gestützt durch eine solide Entwicklung zu Jahresbeginn.

Der erwartete **währungsbereinigte Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich** resultiert überwiegend aus geringeren Umsätzen in Nordamerika infolge von Maßnahmen zur Bereinigung der Vertriebsstruktur, während ein Umsatzwachstum in Lateinamerika und dem Nahen Osten, Afrika & Indien dies nur teilweise kompensieren kann.

Das Unternehmen prognostiziert ein **operatives Ergebnis (EBIT) in der Bandbreite von € -50 Millionen und € -150 Millionen**, einschließlich Einmaleffekte im Zusammenhang mit dem umgesetzten Kosteneffizienzprogramm. PUMA plant für 2026 **Investitionen (CAPEX) von**

**rund € 200 Millionen**, hauptsächlich in digitale Infrastruktur, DTC-Vertriebskanäle und strategische Projekte zur langfristigen Wettbewerbsstärkung.

Während das Jahr 2025 von einem strategischen Neustart geprägt war und 2026 als Übergangsjahr gilt, blickt PUMA mit Zuversicht auf die bisher implementierten und für die nähere Zukunft geplanten Maßnahmen. Ab 2027 sollen die Maßnahmen nachhaltiges Wachstum ermöglichen. Die eingeleiteten Initiativen zielen darauf ab, die Produktivität dauerhaft zu erhöhen und die strategische Ambition des Unternehmens zu unterstützen, sich mittelfristig unter den drei führenden Sportmarken weltweit zu etablieren.

# KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

	Q1 2026	Q1 2025*	
	€ Mio.	€ Mio.	+/-%
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.863,8</b>	<b>1.989,8</b>	<b>-6,3%</b>
Umsatzkosten	-974,9	-1.051,7	-7,3%
<b>Rohertrag</b>	<b>889,0</b>	<b>938,1</b>	<b>-5,2%</b>
- in % vom Umsatz	47,7%	47,1%	0,6 PP
Lizenz- und Provisionserträge	23,9	21,2	13,0%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen (bereinigt)**	-848,5	-897,9	-5,5%
<b>Bereinigtes operatives Ergebnis (bereinigtes EBIT)**</b>	<b>64,4</b>	<b>61,3</b>	<b>5,0%</b>
- in % vom Umsatz	3,5%	3,1%	0,4 PP
Einmaleffekte	-12,6	-18,0	-30,1%
<b>Operatives Ergebnis (EBIT)</b>	<b>51,9</b>	<b>43,4</b>	<b>19,6%</b>
- in % vom Umsatz	2,8%	2,2%	0,6 PP
Finanzergebnis	-15,6	-38,5	-59,6%
<b>Gewinn vor Steuern (EBT)</b>	<b>36,3</b>	<b>4,8</b>	<b>&gt; 100%</b>
- in % vom Umsatz	1,9%	0,2%	1,7 PP
Ertragsteuern	-9,8	-3,8	> 100%
- Steuerquote	27,0%	78,2%	
<b>Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>26,5</b>	<b>1,1</b>	<b>&gt; 100%</b>
<b>Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern</b>	<b>0,0</b>	<b>10,5</b>	<b>-100,0%</b>
Nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnende Ergebnisse	0,0	-11,1	-100,0%
<b>Konzernergebnis</b>	<b>26,5</b>	<b>0,5</b>	<b>&gt; 100%</b>
- in % vom Umsatz	1,4%	0,0%	1,4 PP
Gewichtete durchschn. im Umlauf befindlichen Aktien (Mio. Stück)	147,23	148,08	-0,6%
Gewichtete durchschn. im Umlauf befindlichen Aktien, verwässert (Mio. Stück)	147,38	148,17	-0,5%
<b>Ergebnis je Aktie</b>			
Ergebnis je Aktie (€)	0,18	0,00	> 100%
Ergebnis je Aktie, verwässert (€)	0,18	0,00	> 100%
<b>Ergebnis je Aktie - fortgeführte Geschäftsbereiche</b>			
Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (€)	0,18	0,01	> 100%
Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen, verwässert (€)	0,18	0,01	> 100%

\* Vorjahreszahlen im Zusammenhang mit dem aufgegebenen Geschäftsbereich angepasst (siehe Anmerkungen)

\*\* bereinigt um Einmaleffekte

# KONZERNBILANZ

	31.03.2026	31.03.2025		31.12.2025
	€ Mio.	€ Mio.	+/-%	€ Mio.
<b>Aktiva</b>				
Flüssige Mittel	326,2	283,9	14,9 %	290,0
Vorräte*	1.898,0	2.076,1	-8,6 %	2.060,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen*	1.210,2	1.517,6	-20,3 %	913,4
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte*	445,6	532,8	-16,4 %	456,1
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	59,7	71,4	-16,4 %	50,8
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>3.939,7</b>	<b>4.481,9</b>	<b>-12,1 %</b>	<b>3.770,3</b>
Latente Steueransprüche	212,3	288,6	-26,4 %	211,0
Nutzungsrechte	1.086,9	1.203,7	-9,7 %	1.103,8
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1.346,9	1.428,2	-5,7 %	1.369,5
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>2.646,1</b>	<b>2.920,6</b>	<b>-9,4 %</b>	<b>2.684,3</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>6.585,8</b>	<b>7.402,5</b>	<b>-11,0 %</b>	<b>6.454,6</b>
<b>Passiva</b>				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	1.139,8	978,8	16,4 %	929,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen*	1.058,9	1.434,9	-26,2 %	1.271,4
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	215,4	230,3	-6,5 %	217,6
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten*/**	615,7	610,0	0,9 %	621,5
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	82,6	28,4	> 100 %	156,9
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>3.112,4</b>	<b>3.282,5</b>	<b>-5,2 %</b>	<b>3.196,8</b>
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	544,0	300,0	81,3 %	424,2
Latente Steuerschulden	5,4	10,9	-50,4 %	5,2
Pensionsrückstellungen	25,9	27,6	-6,2 %	25,6
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	993,1	1.084,7	-8,4 %	1.011,2
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten**	30,5	42,6	-28,3 %	30,7
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>1.599,0</b>	<b>1.465,9</b>	<b>9,1 %</b>	<b>1.496,9</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.874,3</b>	<b>2.654,1</b>	<b>-29,4 %</b>	<b>1.760,9</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>6.585,8</b>	<b>7.402,5</b>	<b>-11,0 %</b>	<b>6.454,6</b>
<b>Working Capital</b>	<b>1.879,2</b>	<b>2.081,6</b>	<b>-9,7 %</b>	<b>1.536,6</b>

\* im Working Capital enthalten

\*\* beinhaltet auch die sonstigen kurz- und langfristigen Rückstellungen

# UMSATZERLÖSE

€ Mio.	Q1 2026	Q1 2025*	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
<b>Konzernumsatz</b>	<b>1.863,8</b>	<b>1.989,8</b>	<b>-6,3%</b>	<b>-1,0%</b>
<b>Umsatz nach Regionen</b>				
EMEA	774,5	891,7	-13,1%	-10,4%
Amerika	655,6	667,6	-1,8%	6,1%
Asien/Pazifik	433,8	430,5	0,8%	7,9%
<b>Umsatz nach Produktbereichen</b>				
Schuhe	1.089,6	1.186,0	-8,1%	-2,3%
Textilien	546,3	568,8	-4,0%	0,9%
Accessoires	227,9	235,0	-3,0%	0,3%
<b>Umsatz nach Vertriebskanälen</b>				
Großhandelsgeschäft	1.335,7	1.443,3	-7,5%	-2,8%
Direct-to-Consumer-Geschäft	528,1	546,5	-3,4%	3,8%

\* Vorjahreszahlen im Zusammenhang mit dem angegebenen Geschäftsbereich angepasst (siehe Anmerkungen)

## Finanzkalender:

19. Mai 2026	Hauptversammlung
30. Juli 2026	Halbjahresfinanzbericht 2026 / Q2 2026
29. Oktober 2026	Quartalsbericht Q3 2026

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

## Pressekontakt:

Anne Putz – Senior Director Corp Comms – PUMA SE – anne.putz@puma.com

## Investor Relations:

Manuel Bösing – Director Investor Relations – PUMA SE – manuel.boesing@puma.com

## **Anmerkungen:**

- Am 11. November 2025 wurde bekannt gegeben, dass PUMA und sein langjähriger Partner United Legwear von einer Partnerschaft in eine Lizenzvereinbarung übergehen. Diese Änderung trat am 01. November 2025 in Kraft. Infolge dieser Änderung wird PUMA United in der Finanzberichterstattung von PUMA ab November 2025 als aufgegebenen Geschäftsbereich klassifiziert. Dementsprechend wurden die in dieser Pressemitteilung verwendeten Zahlen der Gewinn- und Verlustrechnung für 2025 angepasst
- Rundungsunterschiede können bei Prozent- und Zahlenwerten in Millionen Euro auftreten, da die zugrundeliegenden Berechnungen auf Tausend Euro basieren
- PUMA SE-Börsenkürzel:  
Reuters: PUMG.DE, Bloomberg: PUM GY,  
Börse Frankfurt: ISIN: DE0006969603 – WKN: 696960

### **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 designt, entwickelt und verkauft. PUMA wurde 1948 gegründet und verhilft den besten Athlet\*innen und Teams der Welt mit innovativen Produkten zu Höchstleistungen. Das Unternehmen, das für sein Logo mit der ikonischen Katze und den Formstrip bekannt ist, bietet Performance-Produkte in Kategorien wie Fußball, Running und Training an. Die Sportstyle-Kollektionen des Unternehmens haben ihre Wurzeln im Sport und begeistern Konsument\*innen durch eine starke Verbindung zur Kultur des Sports. Mit seiner langen Geschichte und seinem starken Erbe ist PUMA stolz auf eines der umfangreichsten Archive der Branche, das viele ikonische Produkte wie den Suede und den Speedcat umfasst. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra Golf und stichd. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und hat mehr als 20.000 Mitarbeitende. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <https://about.puma.com>.