



PRESSEMITTEILUNG

PUMA verzeichnet Umsatzrückgang in Q2 und senkt den Ausblick für das Gesamtjahr 2025

Herzogenaurach, 24. Juli, 2025 – Das Sportunternehmen PUMA hat heute vorläufige Ergebnisse für das zweite Quartal 2025 veröffentlicht und seinen Ausblick für das Gesamtjahr 2025 angepasst. Grund dafür ist eine schwächer als erwartete Umsatzentwicklung sowie die Berücksichtigung der zum 23. Juli 2025 bekannten Auswirkungen der US-Zölle.

Auf Basis vorläufiger Zahlen sind die **Umsätze** im zweiten Quartal währungsbereinigt um 2,0 % auf € 1.942 Millionen gesunken. Währungseffekte belasteten die Umsatzerlöse erheblich und führten in der Berichtswährung Euro zu einem Rückgang von rund 135 Millionen Euro (-8,3 %). Der Umsatzrückgang war vor allem auf die Schlüsselmärkte **Nordamerika** (währungsbereinigt -9,1 %), **Europa** (währungsbereinigt -3,9 %) und **Großchina** (währungsbereinigt -3,9 %) zurückzuführen. Während die Umsätze im Rest der Region **Asien/Pazifik** ebenfalls zurückgingen (währungsbereinigt -2,4 %), verzeichneten **Lateinamerika** (währungsbereinigt +16,1 %) und **EEMEA** (währungsbereinigt +0,5 %) einen Umsatzanstieg. Bei den Vertriebskanälen war der Umsatzrückgang auf ein schwaches Großhandelsgeschäft (währungsbereinigt -6,3 %) zurückzuführen, während das **Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC)** dank eines zweistelligen Wachstums im E-Commerce währungsbereinigt um 9,2 % zulegen konnte. Das

Wachstum bei **Schuhen** (währungsbereinigt +5,1 %) wurde durch einen Rückgang bei **Textilien** (währungsbereinigt -10,7 %) und **Accessoires** (-6,4 %) mehr als ausgeglichen.

Die **Rohermtragsmarge** sank um 70 Basispunkte auf 46,1 %, was in erster Linie auf Verkaufsförderungsmaßnahmen und ungünstige Währungseffekte zurückzuführen ist. Das wurde teilweise durch positive Effekte aus dem Beschaffungs- und Logistikbereich und durch den positiven Einfluss des Vertriebskanalmixes ausgeglichen. Das **bereinigte EBIT** sank im zweiten Quartal, ohne Berücksichtigung von Einmal-Kosten*, auf € -13,2 Millionen. Der Rückgang des bereinigten EBIT war neben der insgesamt schwächeren Umsatzentwicklung vor allem auf eine geringere Rohermtragsmarge zurückzuführen.

PUMA hat im zweiten Quartal Einmal-Kosten* in Höhe von € 84,6 Millionen verbucht. Der Steueraufwand belief sich auf € -94,7 Millionen. Dieser Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ist hauptsächlich auf Abschreibungen latenter Steueransprüche in den USA und China zurückzuführen. Das **Konzernergebnis** belief sich auf € -247,0 Millionen.

Die vorläufigen **Umsätze** im **ersten Halbjahr** 2025 gingen währungsbereinigt um 1,0 % auf € 4.018 Millionen (-4,8 % in der Berichtswährung Euro) zurück. Die **Rohermtragsmarge** sank um 60 Basispunkte auf 46,5 %. Das **bereinigte EBIT**, exklusive Einmal-Kosten*, ging auf € 62,5 Millionen zurück. Im ersten Halbjahr 2025 fielen Einmal-Kosten* in Höhe von € 102,6 Millionen an. Das **Konzernergebnis** belief sich auf € -246,6 Millionen.

Die **Vorräte** stiegen um 9,7 % in der Berichtswährung Euro bzw. 18,3 % währungsbereinigt auf € 2.151 Millionen, was vor allem auf höhere Lagerbestände in unseren wichtigsten Märkten zurückzuführen ist.

Angesichts der anhaltenden, geopolitischen und makroökonomischen Unsicherheiten geht PUMA davon aus, dass sowohl branchenweite als auch unternehmensspezifische Herausforderungen die Geschäftsentwicklung im Jahr 2025 weiterhin erheblich beeinträchtigen werden. Zu den wichtigsten Faktoren zählen ein nachlassendes Markenmomentum, Veränderungen im Vertriebskanalmix und in der Vertriebsqualität, die Auswirkungen der US-Zölle sowie erhöhte Lagerbestände.

Mit Blick auf das Gesamtjahr geht PUMA nicht mehr davon aus, das ursprünglich für den Rest des Jahres 2025 erwartete, währungsbereinigte Umsatzwachstum zu erzielen. Die im zweiten Quartal beobachtete schwächere Umsatzentwicklung dürfte sich für den Rest des Jahres 2025 fortsetzen und zu höheren Lagerbeständen führen. Vor diesem Hintergrund wird PUMA weiterhin aktiv Lagerbestände reduzieren. Trotz laufender Maßnahmen zur Abmilderung der Auswirkungen – wie der Optimierung der Lieferkette, Preisanpassungen und enger Zusammenarbeit mit unseren Partnern – rechnen wir für 2025 mit negativen Effekten der US-Zölle in Höhe von rund € 80 Millionen auf den Rohertrag.

Als Reaktion auf diese Entwicklungen hat PUMA seine Prognose für das Gesamtjahr angepasst. Wir erwarten einen **Rückgang der währungsbereinigten Umsätze im niedrigen zweistelligen Prozentbereich** (bisher: währungsbereinigter Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich).

Beim EBIT erwarten wir für das Gesamtjahr 2025 einen Verlust (bisher: € 445 bis € 525 Millionen), was auf die schwächere Umsatzentwicklung, größere Währungsbelastungen, die Auswirkungen der US-Zölle und zusätzliche Maßnahmen, inklusive Einmal-Kosten, um die Kostenbasis im zweiten Halbjahr weiter anzupassen, zurückzuführen ist. Wir geben einen Ergebnisausblick ausschließlich für das berichtete EBIT.

Als Reaktion auf das Ergebnis des zweiten Quartals und die gedämpften Wachstumsaussichten für das zweite Halbjahr 2025 hat PUMA seine **Investitionspläne** für das Jahr angepasst und rechnet nun mit Investitionen (CAPEX) in Höhe von rund € 250 Millionen im Jahr 2025 (bisher: rund € 300 Millionen).

Die Finanzergebnisse sind vorläufig und nicht testiert.

* Einmal-Kosten umfassen Kosten im Zusammenhang mit dem Kosteneffizienzprogramm „nextlevel“, Goodwill-Wertminderungen und andere Einmal-Kosten.

Pressekontakt:

Kerstin Neuber – Senior Director Corp Comms – PUMA SE – kerstin.neuber@puma.com

Investor Relations:

Oliver Maier – Interim Director Investor Relations - PUMA SE – oliver.maier.ext@puma.com

Hinweise an die Redaktionen:

- Die Finanzberichte finden Sie online auf <https://about.puma.com>
- 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, verkauft und vermarktet. Seit mehr als 75 Jahren treibt PUMA Sport und Kultur voran, indem es die innovativsten Produkte für die schnellsten Sportler*innen der Welt kreiert. Zu unseren Performance- und sportlich-inspirierten Lifestyle-Produktkategorien gehören u.a. Fußball, Running & Training, Basketball, Golf und Motorsport. PUMA kooperiert mit renommierten Designer*innen und Marken, um sportliche Akzente in der Modewelt zu setzen. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra Golf und stichd. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt weltweit ungefähr 20.000 Mitarbeiter*innen. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland.