

Zur sofortigen Veröffentlichung



MEDIEN Ansprechpartner:
U.S.A.: Lisa Beachy, Tel. +1 617 488 2945
Europa: Ulf Santjer, Tel. +49 9132 81 2489

INVESTOREN Ansprechpartner:
Dieter Bock, Tel. +49 9132 81 2261

Herzogenaurach, 27. Juli 2004 – Die PUMA AG gibt heute ihre konsolidierten Geschäftsergebnisse für das 2. Quartal und 1. Halbjahr 2004 bekannt

Finanzielle Highlights:

- Steigerung der Markenumsätze um 20% in Q2 und 21% im 1. Halbjahr
- Konsolidierte Umsätze steigen um 17% bzw. um 24%
- Rohertragsmarge bleibt mit 51% auf hohem Niveau
- Vorsteuergewinn verbessert sich um 41% in Q2 und um 53% im 1. Halbjahr
- Gewinn je Aktie erhöht sich um 47% auf €3,43 bzw. um 56% auf €8,45

Ausblick:

- Starker Auftragseingang führt zu einer Verbesserung der Auftragsbestände um 22% Ende Juni
- Neue Rekorde in 2004 erwartet: Umsatzwachstum jetzt von cirka 20% und Gewinnwachstum von über 30% prognostiziert

Umsatz und Gewinn

Umsatzdynamik hält an

Im 2. Quartal stiegen die konsolidierten Umsätze um 17,1% auf €352 Mio. Im Textilbereich wurde mit 26,3% das stärkste Wachstum realisiert und erreichte €99 Mio. Das Segment Schuhe stieg um 13,3% auf €229 Mio. und Accessoires verbesserten sich um 19,2% auf €25 Mio. Währungsbereinigt stieg der Umsatz im 2. Quartal um 18,3%. PUMA Japan wurde erstmals im 2. Quartal des Vorjahres konsolidiert. Somit zeigt sich, beginnend mit dem 2. Quartal des laufenden Jahres, kein Konsolidierungseffekt mehr.

Die Umsätze im 1. Halbjahr 2004 stiegen um 23,6% auf €796 Mio. oder währungsbereinigt um 26,2%. Der Umsatz bei Schuhen wuchs um 18,5% auf €535 Mio., Textilien um 32,8% auf €210 Mio. und Accessoires sprangen um 48,1% auf €51 Mio.



Weltweite Markenumsätze überschreiten €1 Milliarde im 1. Halbjahr

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, die sich aus dem Konzernumsatz und den Lizenzumsätzen zusammensetzen, erreichten €465 Mio. im 2. Quartal und lagen damit um 20,4% (währungsbereinigt 20,9%) über dem Vorjahr. In den ersten sechs Monaten konnte eine Wachstumsrate von 21,1% (währungsbereinigt 23,1%) realisiert werden, was den Umsatz auf über €1 Milliarde ansteigen ließ. Schuhe stiegen um 14,7% auf €590 Mio., Textilien um 29,9% auf €349 Mio. und Accessoires um 38,7% auf €75 Mio. Im 1. Halbjahr entfielen auf Schuhe 58,2% (Vorjahr: 61,5%), Textilien 34,4% (Vorjahr: 32,1%) und Accessoires 7,4% (Vorjahr: 6,4%) der weltweiten Markenumsätze.

Starke Entwicklung des Lizenzgeschäfts

Das Lizenzgeschäft zeigte insgesamt eine äußerst positive Entwicklung. Im 2. Quartal stieg der Lizenzumsatz deutlich um 32% auf €112 Mio. Dieser Anstieg ist im Wesentlichen auf die Umsätze in Asien zurückzuführen. Akkumuliert stiegen die Umsätze im 1. Halbjahr um 12,9% auf €218 Mio. oder um 34,2% bereinigt um die Sondereffekte aus der Erstkonsolidierung vom 1. Quartal.

Die Lizenz- und Provisionserträge erreichten im 2. Quartal €11 Mio. Trotz der Konsolidierungseffekte von Japan stiegen die Lizenz- und Provisionserträge in den ersten sechs Monaten auf €22 Mio. gegenüber €21 Mio. im Vorjahr. Bereinigt um die Sondereffekte aus der Erstkonsolidierung stiegen die Lizenz- und Provisionserträge um ca. 23%.

Rohhertragsmarge bleibt mit 51% auf hohem Niveau

Die positive Entwicklung in der Rohhertragsmarge konnte im 2. Quartal fortgesetzt werden. Die Marge stieg um 220 Basispunkte und erreichte 51% gegenüber 48,8% im Vorjahresquartal. Im 1. Halbjahr stieg die Marge um 340 Basispunkte von 48% auf 51,4% gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres. Diese Verbesserung ist auf drei Faktoren zurückzuführen: ein verbesserter Produktmix, ein höherer Anteil der eigenen Retail-Umsätze sowie positive Währungseffekte. Die Marge bei Schuhen stieg von 48,6% auf 52,8%, bei Textilien von 46,6% auf 48,8% und die Marge bei Accessoires verbesserte sich von 45,7% auf 46,9%.

Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen auf niedrigem Niveau

Insgesamt stiegen die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen erneut geringer als der Umsatz. Dadurch konnte die Kostenquote im 2. Quartal von 31,9% auf 30,9% und im 1. Halbjahr von 30,4% auf 28,7% reduziert werden. Kumuliert stiegen die Aufwendungen von €196 Mio. auf €229 Mio.

In Marketing/Retail wurden insgesamt €100 Mio. oder 12,5% vom Umsatz verglichen mit €83 Mio. oder 12,9% im Vorjahr investiert. Die Kosten für Produktentwicklung und Design erhöhten sich um 14,9% auf €18 Mio. oder 2,2% (Vorjahr €15 Mio. oder 2,4%) vom Umsatz. Insgesamt erhöhten sich die Ausgaben in markenbildende Investitionen um €19 Mio. auf €118 Mio. im 1. Halbjahr 2004. Die sonstigen Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen stiegen um 14,1% auf €111 Mio. und reduzierten sich in Prozent vom Umsatz von 15,2% auf 14%.

Die Abschreibungen erhöhten sich um 24,6% auf €4,5 Mio. bzw. um 25,6% auf €8,5 Mio. Die Erhöhung ist im Wesentlichen auf das PUMA-Retailgeschäft und den damit verbundenen Investitionen zurückzuführen.

Anhaltend hohe Profitabilität

Der operative Gewinn (EBIT) verbesserte sich von €55 Mio. auf €77 Mio. im 2. Quartal und von €127 Mio. auf €194 Mio. im 1. Halbjahr. Dadurch konnte das operative Ergebnis erneut stärker als der Umsatz gesteigert werden. Die EBIT-Marge verbesserte sich von 18,4% auf 21,8% im 2. Quartal bzw. von 19,8% auf 24,3% im 1. Halbjahr. Das Finanzergebnis erhöhte sich deutlich von €0,2 Mio. auf €1,8 Mio. in den ersten sechs Monaten. Folglich stieg der Vorsteuergewinn um 53,3% auf 195 Mio. Die Steuerquote reduzierte sich von 32,5% auf 30,5%.

Der Konzerngewinn stieg von €37 Mio. auf €55 Mio. im 2. Quartal und von €86 Mio. auf €135 Mio. im ersten Halbjahr. Die Nettorendite lag im 2. Quartal bei 15,6% und im 1. Halbjahr bei 17% vom Umsatz. Der Gewinn je Aktie erhöhte sich von €2,34 auf €3,43 im 2. Quartal und von €5,42 auf €8,45 im 1. Halbjahr 2004. Der verwässerte Gewinn je Aktie betrug €3,33 gegenüber €2,26 und €8,23 gegenüber €5,28.

Bilanz

Starke Finanzlage

Die Bilanzsumme erhöhte sich um 31,9% auf €869 Mio. verglichen mit €659 Mio. im Vorjahr. Dabei konnte die Eigenkapitalquote von 48,6% auf 54,3% verbessert werden, was die hohe Profitabilität des Geschäfts widerspiegelt. Diese Entwicklung, verbunden mit hohen liquiden Mitteln, stellt die äußerst starke Finanzlage von PUMA erneut unter Beweis.

Anstieg der Nettoliquidität

Die flüssigen Mittel stiegen von €79 Mio. auf €225 Mio., wohingegen die Bankschulden von €31 Mio. auf €14 Mio. zurückgeführt werden konnten. Dadurch erhöhte sich die Nettoliquidität von €49 Mio. auf €210 Mio.

Verbesserung des Umlaufvermögens

Während sich die Vorräte lediglich um 5,4% auf €210 Mio. erhöhten, stiegen die Forderungen um 14,7% auf €292 Mio. Das Netto-Umlaufvermögen Ende Juni 2004 betrug €204 Mio. verglichen mit €224 Mio im Vorjahr. Dies bedeutet einen Rückgang um 8,8%.

Deutliche Steigerung des Free Cash Flow

Eine deutliche Steigerung des Vorsteuergewinns (von €127 Mio. auf €195 Mio.) in Verbindung mit einer Verbesserung im Working Capital und nur einem leichten Anstieg der Investitionen (€16 Mio. verglichen mit €14 Mio. im Vorjahr), haben den Cash Flow von €-4 Mio. (vor Akquisitionskosten) auf €92 Mio. erhöht. Damit konnte im Free Cash Flow eine deutliche Steigerung realisiert werden.

Aktienrückkauf

PUMA setzte sein Aktienrückkaufprogramm im 2.Quartal weiter fort. In diesem Zeitraum stockte das Unternehmen seinen Bestand an eigenen Aktien um weitere 225.000 Stück auf. Die hierfür erforderliche Investition von €45 Mio. wurde aus den liquiden Mitteln finanziert. Am Quartalsende hält das Unternehmen insgesamt 525.000 Stück eigene Aktien zu einem Anschaffungswert von €85 Mio. Dies entspricht 3,2% des Aktienkapitals.

Regionale Entwicklung

Gutes Ergebnis in allen Regionen

In **Europa** stiegen die Umsätze im 2. Quartal um 23,7% auf €232 Mio. und um 23,2% auf €546 Mio. in den ersten sechs Monaten. Alle Länder erzielten ein zweistelliges Wachstum und bestätigten damit die starke Marktposition von PUMA. Europa trug 68,5% zum Konzernumsatz bei. Wie erwartet, wurde das stärkste Wachstum im 1. Halbjahr im Textilbereich mit 38,2% erzielt. Auch Schuhe und Accessoires erreichten mit jeweils 18,1% ein sehr gutes Ergebnis. Die Rohertragsmarge stieg von 52% auf 54%. Aufgrund guter Auftragseingänge im 2. Quartal schlossen die Auftragsbücher Ende Juni mit €503 Mio. auf hohem Niveau. Das entspricht einem Wachstum von 20,4% gegenüber Vorjahr.



In der Region **Amerika** konnte ein Umsatz von €72 Mio. im 2. Quartal und €145 Mio. im 1. Halbjahr 2004 realisiert werden. Währungsbereinigt bedeutet dies ein Wachstum von 16,1% bzw. 20,3%. In Euro entspricht das einem Anstieg um jeweils 9%. Der Anteil am Konzernumsatz erreichte damit 18,2% in den ersten sechs Monaten. In US\$ trugen alle Produktsegmente mit einer zweistelligen Steigerung zum Umsatz bei: Schuhe stiegen um 17,4%, Textilien um 24,8% und Accessoires um 59,6%. Die Rohertragsmarge konnte um 300 Basispunkte in den ersten sechs Monaten verbessert werden und erreichte 46,6% verglichen mit 43,6% im Vorjahr. Bedingt durch einen starken Auftragseingang im 2. Quartal lagen die währungsbereinigten Aufträge Ende Juni um 39,4% über dem Vorjahr. In Euro stiegen die Aufträge um 25,4% auf €119 Mio. Die **USA** verzeichneten ein Umsatzwachstum von 13,9% im 2. Quartal und 15,2% im 1. Halbjahr. Der Auftragsbestand nahm seit Jahresbeginn deutlich zu und erreichte mit US\$ 131 Mio. eine Wachstumsrate von 35,8% zum Ende des ersten Halbjahres.

In der Region **Asien/Pazifik** lagen die Umsätze im 2. Quartal 2004 mit €41 Mio. leicht über dem Vorjahr. Wie bereits veröffentlicht, erfolgte in Japan eine Anpassung der Produktpalette und der Distribution. In den ersten sechs Monaten stiegen die Umsätze um 60,2% auf €86 Mio. (währungsneutral 51,7%) oder um 20,1% (währungsneutral 10%) ohne Effekte aus der Erstkonsolidierung. Diese Region trägt 10,8% zum Konzernumsatz bei. Alle Produktsegmente erreichten gute Wachstumsraten. Die Rohertragsmarge verbesserte sich von 44% auf 47,6%. Die positive Auftragsentwicklung im zweiten Quartal, insbesondere in Japan, führte zu einer signifikanten Verbesserung des Auftragsbestandes. Zum 30. Juni 2004 lagen die Auftragsbestände um 15% über dem Vorjahr.

In der Region **Afrika / Mittlerer Osten** verbesserten sich die Umsätze um 9,5% auf €7 Mio. im 2. Quartal und um 32,4% auf €20 Mio. in den ersten sechs Monaten. Alle Produktsegmente weisen zweistellige Wachstumsraten auf. Insgesamt trug die Region 2,5% zum Konzernumsatz bei. Eine bemerkenswerte Verbesserung wurde bei der Rohertragsmarge erzielt, die von 24% auf 30% sprang. Die positiven Impulse setzen sich fort und die Aufträge bleiben mit einem Wachstum von 77,1% weiter auf hohem Niveau.

Auftragsentwicklung

Starker Auftragseingang stärkt Auftragsbestände

Ein starker Auftragseingang im 2. Quartal in allen Regionen stärkt die Auftragsbestände. Zum Quartalsende stiegen die Auftragsbestände um 21,9% von €593 Mio. auf €723 Mio. Währungsbereinigt bedeutet dies eine Steigerung um 23,8%. Im Wesentlichen enthalten die Aufträge Lieferungen für das 3. und 4. Quartal 2004 sowie erste Aufträge für das 1. Quartal 2005. Die enthaltenen Aufträge für die Frühjahr/Sommer Kollektion 2005 zeigen weiterhin eine äußerst positive Tendenz.

Nach Produktsegmenten stieg der Auftragsbestand bei Schuhen um 19,7% auf €499 Mio. (währungsbereinigt um 21,7%), Textilien stiegen um 24,4% (währungsbereinigt 26,3%) auf €185 Mio. und Accessoires um 41,9% (währungsbereinigt 42,3%) auf €39 Mio. Aufgeteilt nach Regionen stellt sich der Auftragsbestand wie folgt dar: Europa stieg um 20,4% auf €503 Mio. und Amerika um 25,4% (währungsbereinigt 39,4%) auf €119 Mio. Wie erwartet, zeigt die Region Asien/Pazifik deutliche Verbesserungen und die Aufträge stiegen um 15% (währungsbereinigt 11,2%) von €67 Mio. auf €77 Mio. Die Region Afrika/Mittlerer Osten stieg um 77,1% (währungsbereinigt 72,5%) auf €23 Mio.

Ausblick

Neue Rekorde für 2004 erwartet

Nach einem starken ersten Halbjahr und einer bemerkenswerten Zunahme der Auftragslage Ende Juni erwartet das Management für das 2. Halbjahr ein Umsatzwachstum zwischen 15% und 20%. Dies hätte zur Folge, dass sich für das Gesamtjahr 2004 nun ein Wachstum von cirka 20% gegenüber der früheren Erwartung von 15%-20% ergeben würde. Dies wäre das sechste Jahr mit zweistelligen Wachstumsraten in Folge. Aufgrund der Begehrlichkeit der Marke PUMA, unterstützt durch die selektive Distributionsstrategie, sollte die Profitabilität mit einer Rohertragsmarge zwischen 50% und 51% auf hohem Niveau verbleiben.

Wie bereits veröffentlicht, wird ein weiterer Rückgang der Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen auf 29% vom Umsatz erwartet. Die Lizenz- und Provisionserträge sollten sich trotz der Konsolidierungseffekte im ersten Quartal leicht über dem Vorjahr bewegen. Für das sechste Jahr in Folge würde dies wiederum zu einem stärkeren Wachstum beim Vorsteuergewinn gegenüber dem Umsatz führen. Mit einer Steigerung von mehr als 30% wird ein neues Rekordergebnis erwartet. Die Steuerquote wird voraussichtlich bei 31% liegen und der Gewinn je Aktie sollte die €15 Hürde überspringen.

Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender: "Wir freuen uns über die äußerst positive Entwicklung im ersten Halbjahr 2004. Das überdurchschnittliche Wachstum und die derzeitige Auftragslage bestätigen das anhaltende Momentum und die Begehrtheit der Marke. Mit seiner kreativen Ausrichtung stößt PUMA weiterhin auf eine sehr gute Akzeptanz bei seinen Verbrauchern. Diese Faktoren, zusammen mit PUMA's einzigartiger Positionierung als Sportlifestyle Marke, machen uns zuversichtlich, dass Marke und Unternehmen auch in der Zukunft erfolgreich sein werden."

Finanzkalender

44. KW 2004	Finanzergebnisse 3. Quartal 2004 Analysten Conference Call
5. KW 2005	Vorläufige Finanzergebnisse GJ 2004
9. KW 2005	Endgültige Finanzergebnisse GJ 2004 Bilanz-Pressekonferenz Analysten Conference Call
April 2005	Hauptversammlung über das GJ 2004
17. KW 2005	Finanzergebnisse 1. Quartal 2005 Analysten Conference Call
30. KW 2005	Finanzergebnisse 2. Quartal 2005 Analysten Conference Call

Die vorstehenden Aussagen beinhalten Prognosen über die künftige Geschäftsentwicklung im Hinblick auf Umsatzerlöse, Rohergebnis, Aufwendungen, Erträge, Auftragsbestände, Forecasts, Strategien und Zielsetzungen. Jede dieser Aussagen unterliegt gewissen Risiken und Schwankungen, die dazu führen können, dass die aktuellen Ergebnisse von diesen vorausschauenden Prognosen abweichen. Zukünftige Informationen basieren auf den aktuellen Erwartungen und Schätzungen des Managements. Diese Informationen unterliegen dem Risiko, dass Erwartungen bzw. Annahmen anders als erwartet eintreffen können. Bestimmte Faktoren können dazu führen, dass das tatsächliche Ergebnis vom prognostizierten abweicht.

###

PUMA ist die globale Sportmarke, die erfolgreich die Einflüsse aus der Welt des Sports, Lifestyle und Mode vereint. Mit seiner einzigartigen Ausrichtung liefert PUMA das Unerwartete in Sportlifestyle bei Schuhen, Textilien und Accessoires durch technische Innovationen und revolutionäres Design. PUMA wurde 1948 in Herzogenaurach gegründet und vertreibt heute Produkte in mehr als 80 Ländern.

Weitere Informationen stehen auf der PUMA-Homepage unter www.puma.com zur Verfügung.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

	Q2/2004 €Mio.	Q2/2003 €Mio.	Abwei- chung	1-6/2004 €Mio.	1-6/2003 €Mio.	Abwei- chung
Nettoumsatzerlöse	352,3	300,9	17,1%	796,1	644,0	23,6%
Materialeinsatz	-172,5	-154,1	11,9%	-387,1	-335,1	15,5%
Rohergebnis	179,8	146,8	22,5%	409,0	308,9	32,4%
- in % der Nettoumsatzerlöse	51,0%	48,8%		51,4%	48,0%	
Lizenz- und Provisionserträge	10,7	8,2	30,9%	21,9	21,2	2,9%
Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen	-109,0	-96,0	13,6%	-228,7	-196,0	16,6%
EBITDA	81,5	59,0	38,2%	202,1	134,1	50,7%
Abschreibungen	-4,5	-3,6	24,6%	-8,5	-6,8	25,6%
EBIT	77,0	55,4	39,0%	193,6	127,3	52,1%
- in % der Nettoumsatzerlöse	21,8%	18,4%		24,3%	19,8%	
Zinsergebnis	1,2	0,0	3900,0%	1,8	0,2	839,9%
EBT	78,2	55,4	41,1%	195,4	127,5	53,3%
- in % der Nettoumsatzerlöse	22,2%	18,4%		24,5%	19,8%	
Ertragsteuern - Steuerquote	-23,4 29,9%	-18,4 33,2%	27,4%	-59,6 30,5%	-41,4 32,5%	43,8%
Ergebnisanteile anderer Gesellschafter	0,1	-0,0	-500,0%	-0,5	-0,2	131,4%
Konzerngewinn	54,9	37,0	48,3%	135,2	85,8	57,6%
Ergebnis je Aktie (€)	3,43	2,34	46,6%	8,45	5,42	55,9%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	3,33	2,26	47,3%	8,23	5,28	55,9%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				16,000	15,846	1,0%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				16,427	16,260	1,0%

Konzernbilanz

	30.06.2004 €Mio.	30.06.2003 €Mio.	Abwei- chung	31.12.2003 €Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	224,6	79,3	183,3%	190,6
Vorräte	210,4	199,6	5,4%	196,2
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	291,6	254,3	14,7%	177,5
Umlaufvermögen	726,6	533,2	36,3%	564,3
Latente Steuern	36,9	32,1	15,1%	36,5
Sachanlagevermögen, netto	74,3	60,2	23,4%	66,5
Goodwill und sonstige langfristige Vermögensgegenstände	31,2	33,5	-7,1%	32,9
	869,0	659,0	31,9%	700,1
PASSIVA				
Kurzfristige Bankdarlehen	14,4	30,6	-52,8%	16,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	160,3	135,3	18,4%	132,6
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	72,9	57,2	27,5%	69,0
Verbindlichkeiten	247,6	223,1	11,0%	218,5
Pensionsrückstellungen	18,7	18,4	1,5%	18,5
Steuerrückstellungen	56,6	32,2	75,7%	27,1
Andere Rückstellungen	70,0	64,5	8,6%	49,0
Langfristige verzinsliche Schulden	0,0	0,1	-31,5%	0,0
Latente Steuern	3,2	0,0		3,2
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	1,4	0,7	94,9%	0,8
Eigenkapital	471,4	320,0	47,3%	383,0
	869,0	659,0	31,9%	700,1

Rundungsdifferenzen können bei den Prozentangaben und den Zahlen auftreten, die in Millionen dargestellt werden, da die Berechnungen immer auf Zahlen in Tausend basieren.

Konzernkapitalflussrechnung

	1-6/2004 €Mio.	1-6/2003 €Mio.	Abwei- chung
Ergebnis vor Ertragsteuern	195,4	127,5	53,3%
Abschreibungen	8,5	6,8	25,6%
Andere zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge, netto	-1,2	8,8	
Brutto Cash flow	202,7	143,1	41,7%
Veränderung Betriebsvermögen, netto	-71,4	-87,9	-18,7%
Steuer-, Zins- und andere Zahlungen	-27,9	-44,1	-36,9%
Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	103,5	11,1	833,0%
Zahlung für Akquisitionen	0,0	-30,3	
Erwerb von Anlagevermögen	-16,1	-14,3	13,2%
Erhaltene Zinsen und sonstige Veränderungen	4,6	-0,9	-614,2%
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-11,6	-45,5	74,6%
Freier Cash flow vor Akquisitionen	91,9	-4,1	
Kapitaleinzahlungen	17,3	0,1	
Dividendenzahlung	-11,2	-8,7	28,0%
Erwerb von eigenen Anteilen	-63,7	0,0	
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	-1,8	11,7	-115,4%
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-59,4	3,0	
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	1,5	-2,9	150,6%
Veränderung des Finanzmittelbestandes	34,0	-34,3	199,2%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	190,6	113,6	67,8%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	224,6	79,3	183,3%

Segmentdaten

	Umsätze		Rohergebnis	
	1-6/2004	1-6/2003	1-6/2004	1-6/2003
nach Sitz der Kunden				
Aufgliederung nach Regionen	€ Mio.	€ Mio.	%	%
Europa	545,6	442,8	54,0%	52,0%
Amerika	144,5	132,5	46,6%	43,6%
- davon USA in US\$	151,4	131,4		
Asien/Pazifik	85,9	53,6	47,6%	44,0%
Afrika/Mittlerer Osten	20,1	15,2	30,0%	24,0%
	796,1	644,0	51,4%	48,0%
nach Produkt-Segmenten				
Aufgliederung nach Produkt-Segmenten	€ Mio.	€ Mio.	%	%
Schuhe	534,9	451,4	52,8%	48,6%
Textil	209,9	158,0	48,8%	46,6%
Accessories	51,3	34,6	46,9%	45,7%
	796,1	644,0	51,4%	48,0%

Rundungsdifferenzen können bei den Prozentangaben und den Zahlen auftreten, die in Millionen dargestellt werden, da die Berechnungen immer auf Zahlen in Tausend basieren.