



## **PRESSEMITTEILUNG**

# **PUMA bestätigt den Ausblick für das Gesamtjahr auf Basis starker Umsatzzahlen im 3. Quartal**

Herzogenaurach, den 25. Oktober 2011

### **Highlights drittes Quartal 2011**

- Konsolidierte Umsätze steigen währungsbereinigt um 10,2% auf € 841,6 Mio.
- Rohertragsmarge verbleibt trotz schwankender Beschaffungspreise bei 50,0%
- Operatives Ergebnis erhöht sich um 1,8% auf € 118,6 Mio.
- Konzerngewinn bleibt stabil bei € 81,7 Mio.
- Gewinn je Aktie verbessert sich auf € 5,45 gegenüber € 5,43 im Vorjahr
- PUMA schließt Sponsoring-Verträge mit den Top-Fußballspielern Agüero, Falcao und Fàbregas ab

### **Highlights Januar bis September 2011**

- Konsolidierte Umsätze steigen währungsbereinigt um 11,0% auf € 2,3 Mrd.
- Rohertragsmarge mit 50,6% weiterhin branchenführend
- Operatives Ergebnis erhöht sich um 2,2% auf € 285,0 Mio.
- Konzerngewinn verbessert sich um 4,7% auf € 197,1 Mio.
- Gewinn je Aktie steigt auf € 13,15 gegenüber € 12,51 im Vorjahr

## Umsatz auf einen Blick

Umsatz nach Kunden	Q3		Wachstumsraten		1-9		Wachstumsraten	
€ Mio.	2011	2010*	Euro	währungs- bereinigt	2011	2010*	Euro	währungs- bereinigt
<b>Aufgliederung nach Regionen</b>								
EMEA	410,6	379,0	8,4%	9,5%	1.075,2	998,5	7,7%	7,6%
Amerika	235,0	236,7	-0,7%	6,7%	695,6	639,6	8,7%	14,2%
Asien/Pazifik	196,0	168,7	16,2%	16,4%	517,8	444,8	16,4%	14,3%
<b>Gesamt</b>	<b>841,6</b>	<b>784,3</b>	<b>7,3%</b>	<b>10,2%</b>	<b>2.288,5</b>	<b>2.083,0</b>	<b>9,9%</b>	<b>11,0%</b>
<b>Aufgliederung nach Produktsegmenten</b>								
Schuhe	431,1	417,2	3,3%	7,0%	1.200,8	1.117,3	7,5%	9,5%
Textilien	294,7	263,8	11,7%	13,8%	760,7	699,3	8,8%	8,9%
Accessoires	115,8	103,3	12,2%	13,9%	326,9	266,4	22,7%	22,8%
<b>Gesamt</b>	<b>841,6</b>	<b>784,3</b>	<b>7,3%</b>	<b>10,2%</b>	<b>2.288,5</b>	<b>2.083,0</b>	<b>9,9%</b>	<b>11,0%</b>

\* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010 sowie den Anhang im Zwischenbericht zum 30. September 2011

## Ausblick 2011

- Management bestätigt das Umsatzziel von 3 Milliarden Euro für das Gesamtjahr 2011.
- Angesichts des langfristigen Wachstumsplans „Back on the Attack“ werden Investitionen und Ausgaben auf hohem Niveau verbleiben und die Rohertragsmarge wird weiter unter dem Druck volatiler Beschaffungspreise stehen.
- Management rechnet für das Gesamtjahr weiterhin mit einer Verbesserung des Konzerngewinns im mittleren einstelligen Prozentbereich.

„PUMA erzielte das fünfte Quartal in Folge eine sehr solide Umsatzentwicklung“, sagte **Franz Koch, CEO der PUMA SE**. „Damit werden bereits erste Ergebnisse unseres Fünf-Jahres Wachstumsplans sichtbar. Aufgrund der starken Entwicklung in den ersten neun Monaten in diesem Jahr peilen wir weiterhin das Umsatzziel von € 3 Milliarden für das Gesamtjahr an und bestätigen trotz des anhaltenden Kostendrucks unseren Ausblick auf eine angestrebte Verbesserung des Konzerngewinns im mittleren einstelligen Bereich.“

## **Asien/Pazifik und Lateinamerika tragen zum Umsatzanstieg im dritten Quartal bei – Sport Performance-Geschäft wächst weiter**

Im dritten Quartal stiegen die konsolidierten Umsätze gegenüber dem Vorjahr währungsbereinigt um 10,2% sowie 7,3% auf Euro-Basis auf € 841,6 Mio. Damit erreicht PUMA das erfolgreichste Quartal in der Firmengeschichte. Sowohl Asien als auch Lateinamerika unterstützten mit einem zweistelligen Umsatzwachstum diese hervorragende Entwicklung.

Alle Produktsegmente trugen deutlich zum Wachstum bei. Im Segment **Schuhe** erhöhten sich die Umsätze währungsbereinigt um 7,0% auf € 431,1 Mio., im Segment **Textilien** stiegen die Umsätze um 13,8% auf € 294,7 Mio. und das Segment **Accessoires** verzeichnete einen Zuwachs von 13,9% auf € 115,8 Mio.

Die Kategorie **Running** konnte einen überdurchschnittlichen Anstieg verzeichnen. Unterstützt wurde das Wachstum durch den eindrucksvollen Auftritt von Usain Bolt bei der Leichtathletik-Weltmeisterschaft in Daegu und den Abverkauf des Top-Produkts **PUMA Faas**, einem leichtgewichtigen neutralen Laufschuh. Dieser Schuh verwendet die sogenannte BioRide-Technologie, ein integriertes System, welches einen natürlicheren Laufrhythmus und eine höhere Geschwindigkeit unterstützt. Die Kategorie **Fitness** verzeichnet ebenfalls ein starkes Wachstum, da es gelungen ist, mit einem entsprechenden Kollektionsangebot die weibliche Zielgruppe noch besser anzusprechen. Auch die Kategorie **Segeln** konnte im Vorfeld der erneuten Teilnahme am Volvo Ocean Race 2011-2012 deutlich an Fahrt zulegen. Aufgrund der Dauer dieser längsten und härtesten Segelregatta der Welt und unter Berücksichtigung unseres neuen und erweiterten Sortiments an Outdoor-Produkten erwartet PUMA, dass die erfolgreiche Entwicklung der Kategorie Segeln weiterhin anhält.

### PUMAs Fünf-Jahres Wachstumsplan „Back on the Attack“ trägt erste Früchte

PUMA wird auch weiterhin an der Stärkung seiner Sport Performance-Kategorien arbeiten, ohne dabei die Kategorie Lifestyle aus dem Blick zu verlieren. Wie bei der Präsentation des langfristigen Wachstumsplans „Back on the Attack“ im vergangenen Jahr vorgestellt, sollen die beiden Segmente Sport Performance und Lifestyle stärker fokussiert werden. Um die Markenpräsenz von PUMA im Fußball weiter zu steigern und unsere Position als klare Nummer 3 der führenden Fußballmarken zu unterstreichen, hat PUMA in diesem Quartal drei herausragende Fußballspieler unter Vertrag genommen: Sergio Agüero von Manchester City, Falcao von Atletico Madrid und Cesc Fàbregas vom FC Barcelona.

Darüber hinaus hat PUMA das neue Fußballschuh-Modell für dieses Jahr vorgestellt, den **Powercat 12**. Der Powercat 12 wird unter anderem von Fàbregas, Nemanja Vidic von Manchester United und Gianluigi Buffon, Torwart der italienischen Nationalmannschaft, getragen. Dieser innovative Schuh enthält die neue **PUMA 3D DUO Power Shooting Technology**, welche an der Innenseite des Schuhs angebracht ist.

**Cobra-PUMA-Golf** entwickelte sich ebenfalls gut und das vielfältige Produktsortiment wird von den Verbrauchern verstärkt nachgefragt. Ein außerordentlicher Erfolg gelang der PUMA Markenbotschafterin und Golf-Profi-Spielerin Lexi Thompson, welche im Alter von 16 Jahren als jüngste Spielerin die PGA-Tour der Frauen in Amerika gewonnen hat.

### Asien/Pazifik und Lateinamerika bleiben Wachstumstreiber in diesem Quartal

Im Hinblick auf die Regionen konnte PUMA seine hervorragende Entwicklung in **Asien/Pazifik** fortsetzen und verzeichnete dort eine Umsatzsteigerung von währungsbereinigt 16,4% auf € 196,0 Mio. Leichtgewichtige Laufschuhe (Faas) sowie Women's Fitness (Body Train) waren die wesentlichen Wachstumstreiber in dieser Region.

Die Region **EMEA** zeigte ebenso eine gute Entwicklung und konnte die Umsätze währungsbereinigt um 9,5% auf € 410,6 Mio. steigern. Insbesondere Russland, Türkei, Spanien und Deutschland haben zu diesem Anstieg beigetragen.

Die Umsätze in **Amerika** legten währungsbereinigt um 6,7% auf € 235,0 Mio. zu, jedoch entspricht dies einem Rückgang von 0,7% auf Euro-Basis. Lateinamerika verzeichnete eine hervorragende Umsatzentwicklung mit zweistelligen Wachstumsraten in fast allen Ländern in dieser Region. Dagegen musste Nordamerika gegen die starken zweistelligen Wachstumsraten aus dem Vorjahr ankämpfen.

Im Verlauf der **ersten neun Monate** erhöhten sich die **konsolidierten Umsätze** währungsbereinigt um 11,0% (9,9% auf Euro-Basis) auf € 2,29 Mrd. Die Umsätze in **EMEA** stiegen um 7,7% (währungsbereinigt um 7,6%), in der Region **Amerika** verbesserten sich die Umsätze um überzeugende 8,7% (währungsbereinigt um 14,2%) und die Region **Asien/Pazifik** verzeichnete einen hervorragenden Anstieg um 16,4% (währungsbereinigt um 14,3%).

Die Umsätze haben sich im Verlauf der **ersten neun Monate** in allen Produktkategorien gegenüber dem Vorjahr erhöht. Das Segment **Schuhe** legte um 7,5% (währungsbereinigt um 9,5%) zu, im Segment **Textilien** erhöhten sich die Umsätze um 8,8% (währungsbereinigt um 8,9%) und das Segment **Accessoires** verzeichnete, teilweise aufgrund des Gesamtjahreseffekts aus der Übernahme von Cobra Golf im Vorjahr, einen Anstieg um 22,7% (währungsbereinigt um 22,8%).

Rohhertragsmarge bleibt trotz Kostendruck weiterhin auf Spitzenplatz in der Sportartikelbranche  
PUMAs kontinuierliche Bemühungen, die operative Effizienz zu steigern, haben dazu geführt, dass die **Rohhertragsmarge** mit 50,0% weiterhin den Spitzenplatz in der Sportartikelbranche vorgibt.

Das Produktsegment Schuhe erzielte eine Rohhertragsmarge von 49,8% und verbesserte sich damit gegenüber 49,7% im Vorjahr. Textilien lagen bei 50,3% und verbesserten sich ebenfalls gegenüber 50,0% im Vorjahr. Accessoires erzielten 50,0% und sind aufgrund gestiegener Beschaffungskosten gegenüber dem Vorjahreswert von 51,8% zurückgegangen.

Auf Basis der **ersten neun Monate** ging die Rohertragsmarge in 2011 leicht auf 50,6% gegenüber 51,0% im Vorjahr zurück. Im Segment Schuhe lag die Rohertragsmarge bei 49,8% (Vorjahr 50,4%), im Segment Textilien bei 50,9% (Vorjahr 51,9%) und im Segment Accessoires bei 52,4% (Vorjahr 51,2%).

#### Operative Aufwendungen

Die **operativen Aufwendungen** stiegen im dritten Quartal 2011 um 9,7% auf € 307,0 Mio. In Prozent vom Umsatz entspricht dies einem leichten Anstieg von 35,7% im Vorjahr auf nunmehr 36,5%. Im Verlauf der ersten neun Monate erhöhten sich die operativen Aufwendungen um 13,6% auf € 885,5 Mio. Diese Erhöhung ist sowohl auf die zusätzlichen Investitionen im Rahmen unseres langfristigen Wachstumsplans als auch auf den Ganzjahreseffekt in Folge der Erweiterung des Konsolidierungskreises um die Gesellschaften Cobra und PUMA Spanien zurückzuführen. Der Großteil des mit dem Wachstum verbundenen Anstiegs betrifft die Bereiche Marketing, Produktentwicklung und Verbesserung der Lieferkette.

#### EBIT

Das **operative Ergebnis** verbesserte sich im Rahmen der Erwartungen auf € 118,6 Mio. gegenüber € 116,6 Mio. im Vorjahr. In Prozent vom Umsatz ergibt sich daraus eine **operative Marge** von 14,1% gegenüber dem Vorjahreswert von 14,9%. Mit Blick auf die ersten neun Monate hat sich das operative Ergebnis um 2,2% auf € 285 Mio. verbessert.

#### Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen

Das **Finanzergebnis** sank von € -1,4 Mio. auf € -2,1 Mio. Jedoch verbesserte sich das Finanzergebnis in den ersten neun Monaten von € -4,1 Mio. im Vorjahr auf € -3,9 Mio.

#### Gewinn vor Steuern

Der **Gewinn vor Steuern** erhöhte sich im dritten Quartal von € 115,1 Mio. auf € 116,6 Mio. Mit Blick auf die ersten neun Monate stieg der Gewinn vor Steuern von € 274,8 auf € 281,1 Mio. Der **Steueraufwand** ist im dritten Quartal von € 33,4 Mio. auf € 34,9 Mio. angestiegen und die **Steuerquote** erhöhte sich im dritten Quartal von 29,0% auf 30,0%. Auf Jahresbasis hat sich die Steuerquote jedoch von 31,5% im Vorjahr auf 30,0% verbessert.

### Konzerngewinn

Der **Konzerngewinn** blieb stabil bei € 81,7 Mio. Der **Gewinn pro Aktie** erhöhte sich von € 5,43 auf € 5,45 und der verwässerte Gewinn pro Aktie stieg von € 5,39 auf € 5,45.

Mit Blick auf die ersten neun Monate in 2011 verbesserte sich der Konzerngewinn um 4,7% auf € 197,1 Mio. Der Gewinn pro Aktie stieg um 5,1% auf € 13,15.

## **Vermögens- und Finanzlage**

### Eigenkapital

Zum 30. September 2011 stieg die **Bilanzsumme** um 4,5% von € 2.319,0 Mio. auf € 2.422,5 Mio. Die Erhöhung resultiert im Wesentlichen, bedingt durch die Ausweitung der Geschäftsaktivitäten, aus dem Anstieg der Vorräte sowie der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Die **Eigenkapitalquote** erhöhte sich deutlich von 57,8% auf 62,9% und signalisiert damit die weitere Verbesserung unserer Kapitalausstattung. In absoluten Zahlen konnte das Eigenkapital um 13,7% von € 1.340,2 Mio. auf € 1.524,3 Mio. verbessert werden.

### Working Capital

Das **Working Capital** stieg um 35,0% auf € 668,7 Mio. Auf der Aktivseite sind die **Vorräte** um 18,5% von € 449,2 Mio. auf € 532,4 Mio. angestiegen. Dieser Anstieg resultiert einerseits aus unseren neuen Kollektionen und vielfältigen Produkten und ist andererseits erforderlich, um das anhaltende und zukünftige Umsatzwachstum bedienen zu können. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** erhöhten sich ebenfalls um 13,3% von € 538,9 Mio. auf € 610,5 Mio., was auf unser Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr zurückzuführen ist.

### Cashflow/ Investitionen

Der **freie Cashflow** (vor Akquisitionen) lag bei € -89,4 Mio. gegenüber € 57,9 Mio. im Vorjahr. Der zusätzliche Mittelabfluss resultiert aus Steuerzahlungen und einem höheren Bedarf an Working Capital sowie gestiegenen Investitionen. Die **Investitionen** ins Anlagevermögen betragen € 44,6 Mio. gegenüber € 35,5 Mio. im Vorjahr. Der Anstieg ist bedingt durch Investitionen in die Optimierung der operativen Geschäftsprozesse und in IT-Systeme sowie in die Expansion unseres Einzelhandelsgeschäfts, welche wesentliche Bestandteile unserer Wachstumsstrategie darstellen.

### Liquidität

Der Bestand an **Flüssigen Mitteln** ist zum 30. September 2011 um 30,7% auf € 289,5 Mio. (Vorjahr: € 417,9 Mio.) zurückgegangen. Die **Bankverbindlichkeiten** wurden um 39,9% von € 57,2 Mio. auf € 34,4 Mio. reduziert. Im Ergebnis ist die **Nettoliiquidität** um 29,3% von € 360,7 Mio. auf € 255,1 Mio. gesunken.

### Aktienrückkauf

PUMA hat den Aktienrückkauf im dritten Quartal 2011 nicht fortgesetzt.

## **Ausblick 2011**

Mit Beginn des letzten Quartals bestätigt das Management das Umsatzziel von € 3 Mrd. für das Gesamtjahr 2011. Trotz der gegenwärtig bestehenden Unsicherheit in einzelnen Märkten bleibt der Ausblick insgesamt positiv. Wir antizipieren eine anhaltende Volatilität der Beschaffungspreise, obwohl wir im dritten Quartal unter Beweis stellen konnten, dass wir unsere Rohertragsmarge auf hohem Niveau behaupten können. Wie bereits erläutert, sind die gestiegenen operativen Aufwendungen und Investitionen ein wesentlicher Bestandteil unserer Wachstumsstrategie. Dennoch rechnen wir für das Gesamtjahr mit einer Verbesserung des Konzerngewinns im mittleren einstelligen Prozentbereich.

## Drittes Quartal

## Gesamtjahr

Gewinn- und Verlustrechnung	Drittes Quartal			Gesamtjahr		
	Q3/2011 € Mio.	Q3/2010 * € Mio.	Abwei- chung	1-9/2011 € Mio.	1-9/2010 * € Mio.	Abwei- chung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>841,6</b>	<b>784,3</b>	7,3%	<b>2.288,5</b>	<b>2.083,0</b>	9,9%
Umsatzkosten	-420,8	-391,8	7,4%	-1.131,4	-1.021,1	10,8%
<b>Rohertrag</b>	<b>420,8</b>	<b>392,5</b>	7,2%	<b>1.157,1</b>	<b>1.061,9</b>	9,0%
- in % der konsolidierten Umsätze	50,0%	50,0%		50,6%	51,0%	
Lizenz- und Provisionserträge	4,8	4,0	19,1%	13,4	14,0	-4,3%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-307,0	-279,9	9,7%	-885,5	-779,2	13,6%
<b>Operatives Ergebnis vor Sondereffekten</b>	<b>118,6</b>	<b>116,6</b>	1,8%	<b>285,0</b>	<b>296,7</b>	-3,9%
- in % der konsolidierten Umsätze	14,1%	14,9%		12,5%	14,2%	
Sondereffekte	0,0	0,0		0,0	-17,8	-100,0%
<b>Operatives Ergebnis (EBIT)</b>	<b>118,6</b>	<b>116,6</b>	1,8%	<b>285,0</b>	<b>278,9</b>	2,2%
- in % der konsolidierten Umsätze	14,1%	14,9%		12,5%	13,4%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-2,1	-1,4	46,3%	-3,9	-4,1	-6,1%
<b>Gewinn vor Steuern (EBT)</b>	<b>116,6</b>	<b>115,1</b>	1,2%	<b>281,1</b>	<b>274,8</b>	2,3%
- in % der konsolidierten Umsätze	13,9%	14,7%		12,3%	13,2%	
Ertragssteuern	-34,9	-33,4	4,5%	-84,2	-86,4	-2,6%
- Steuerquote	30,0%	29,0%		30,0%	31,5%	
Minderheiten zuzurechnende Gewinne	0,1	-0,1		0,2	-0,1	
<b>Konzerngewinn</b>	<b>81,7</b>	<b>81,7</b>	0,1%	<b>197,1</b>	<b>188,2</b>	4,7%
<b>Gewinn je Aktie (€)</b>	<b>5,45</b>	<b>5,43</b>	0,5%	<b>13,15</b>	<b>12,51</b>	5,1%
<b>Gewinn je Aktie (€) - verwässert</b>	<b>5,45</b>	<b>5,39</b>	1,1%	<b>13,14</b>	<b>12,43</b>	5,7%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				14,988	15,047	-0,4%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				14,993	15,138	-1,0%

\* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010 sowie den Anhang im Zwischenbericht zum 30. September 2011

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

Bilanz	30.09.'11 € Mio.	30.09.'10 * € Mio.	Abwei- chung	31.12.'10 € Mio.	31.12.'09 * € Mio.
<b>AKTIVA</b>					
Flüssige Mittel	289,5	417,9	-30,7%	479,6	485,6
Vorräte	532,4	449,2	18,5%	439,7	344,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	610,5	538,9	13,3%	447,0	347,4
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	166,8	136,3	22,4%	177,6	115,1
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	17,4	3,7	377,4%	3,3	1,7
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.616,5</b>	<b>1.545,9</b>	4,6%	<b>1.547,2</b>	<b>1.294,2</b>
Latente Steuern	86,2	63,7	35,3%	96,5	64,8
Sonstige langfristige Vermögenswerte	719,7	709,3	1,5%	722,9	566,0
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>805,9</b>	<b>773,0</b>	4,3%	<b>819,4</b>	<b>630,8</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>2.422,5</b>	<b>2.319,0</b>	4,5%	<b>2.366,6</b>	<b>1.925,0</b>
<b>PASSIVA</b>					
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	34,4	57,2	-39,9%	42,8	48,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	390,0	376,5	3,6%	344,3	265,7
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	250,9	252,3	-0,6%	315,5	258,7
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	108,0	86,9	24,2%	96,4	54,8
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>783,2</b>	<b>773,0</b>	1,3%	<b>799,0</b>	<b>627,5</b>
Latente Steuern	50,9	45,9	10,9%	50,7	4,4
Pensionsrückstellungen	25,7	24,7	4,1%	26,1	25,4
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	38,4	135,2	-71,6%	104,4	134,4
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>115,0</b>	<b>205,8</b>	-44,1%	<b>181,2</b>	<b>164,2</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.524,3</b>	<b>1.340,2</b>	13,7%	<b>1.386,4</b>	<b>1.133,3</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>2.422,5</b>	<b>2.319,0</b>	4,5%	<b>2.366,6</b>	<b>1.925,0</b>

\* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010 sowie den Anhang im Zwischenbericht zum 30. September 2011

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

<b>Kapitalflussrechnung</b>	<b>1-9/2011</b> € Mio.	<b>1-9/2010 *</b> € Mio.	<b>Abwei- chung</b>
<b>Gewinn vor Steuern (EBT)</b>	<b>281,1</b>	<b>274,8</b>	2,3%
Zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	49,9	45,4	9,7%
<b>Brutto Cashflow</b>	<b>331,0</b>	<b>320,2</b>	3,4%
Veränderung Nettoumlaufvermögen	-244,9	-176,1	39,1%
Steuer-, Zins- und andere Zahlungen	-133,4	-56,9	134,4%
<b>Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>-47,3</b>	<b>87,2</b>	-154,2%
Zahlung für Akquisitionen	-42,5	-102,4	-58,5%
Erwerb von Anlagevermögen	-44,6	-35,5	25,6%
Erhaltene Zinsen und sonstige Veränderungen	2,5	6,1	-59,3%
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-84,6</b>	<b>-131,8</b>	-35,8%
<b>Freier Cashflow</b>	<b>-131,8</b>	<b>-44,6</b>	195,8%
<b>Freier Cashflow (vor Akquisition)</b>	<b>-89,4</b>	<b>57,9</b>	-254,5%
Dividendenzahlung	-26,8	-27,1	-1,1%
Erwerb von eigenen Anteilen	-26,6	-23,4	14,1%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	-5,4	6,1	-189,7%
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-58,9</b>	<b>-44,4</b>	32,6%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	0,6	21,3	-97,1%
<b>Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>	<b>-190,2</b>	<b>-67,7</b>	180,8%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	479,6	485,6	-1,2%
<b>Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode</b>	<b>289,5</b>	<b>417,9</b>	-30,7%

\* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010 sowie den Anhang im Zwischenbericht zum 30. September 2011

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

**Pressekontakt:**

Ulf Santjer - Corporate Communications - PUMA SE - +49 9132 81 2489 – ulf.santjer@puma.com  
Kerstin Neuber - Corporate Communications - PUMA SE - +49 9132 81 2984 - kerstin.neuber@puma.com

**Investor Relations:**

Carl Baker – Finance - PUMA SE - +49 9132 81 3188 – carl.baker@puma.com

**Hinweise an die Redaktionen:**

- Die Pressemitteilung und Geschäftsberichte finden Sie online auf [www.about.puma.com](http://www.about.puma.com).
- PUMA SE Börsenkürzel:  
Reuters: PUMG.DE, Bloomberg: PUM GY,  
Börse Frankfurt: ISIN: DE0006969603 – WKN: 6969603

**Anmerkungen hinsichtlich zukunftsgerichteter Aussagen:**

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**

---

PUMA ist eines der weltweit führenden Sportlifestyle-Unternehmen, das Schuhe, Textilien und Accessoires designed und entwickelt. PUMA setzt sich dafür ein, Kreativität zu fördern, im Rahmen seines Nachhaltigkeits-Konzeptes SAFE umwelt- und sozialverträglich zu handeln und zum Frieden beizutragen. Gemäß unserer Unternehmensprinzipien wollen wir das fair, ehrlich, positiv und kreativ tun. PUMA ist Sport und Mode. Zu seinen Sport Performance und Lifestyle-Kategorien gehören u.a. Fußball, Running, Motorsport, Golf und Segeln. Im Bereich Sport Fashion kooperiert PUMA mit namhaften Designer-Labels wie Alexander McQueen, Yasuhiro Mihara und Sergio Rossi. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra und Tretorn. Das Unternehmen, das 1948 gegründet wurde, vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt weltweit mehr als 10.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentralen befinden sich in Herzogenaurach, Boston, London und Hongkong. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: [www.puma.com](http://www.puma.com)