



MEDIEN Ansprechpartner:

U.S.A. Lisa Beachy, Tel. +1 978 698 1124

Europa Ulf Santjer, Tel. +49 9132 81 2489

INVESTOREN Ansprechpartner:

U.S.A. Susana Tapia, Tel. +1 978 698 1066

Europa Dieter Bock, Tel. +49 9132 81 2261

## Ergebnisse für das 4. Quartal und das Geschäftsjahr 2001

Herzogenaurach, 13. März 2002 – Die PUMA AG berichtet über ihre konsolidierten Geschäftsergebnisse für das 4. Quartal und das Geschäftsjahr 2001.

### Highlights 4. Quartal

- Konsolidierte Umsätze steigen um 47%
- Rohertragsmarge bei 44% (38%)
- Ergebnis vor Steuern € 10,4 Mio. (€ 0,8 Mio.)
- Ergebnis pro Aktie springt von € 0,36 auf € 0,69

### Highlights 2001

- Weltweite Markenumsätze erstmals über € 1 Mrd.
- Konsolidierte Umsätze um nahezu 30% gesteigert
- Rohertragsmarge erreicht mit 42% Rekordniveau
- EBIT über 150% gesteigert
- Konzerngewinn mit € 39,7 Mio. auf neuem Allzeithoch
- Gewinn pro Aktie von € 1,14 auf € 2,58 mehr als verdoppelt
- Dividende auf € 0,30 pro Aktie verdreifacht

### Ausblick

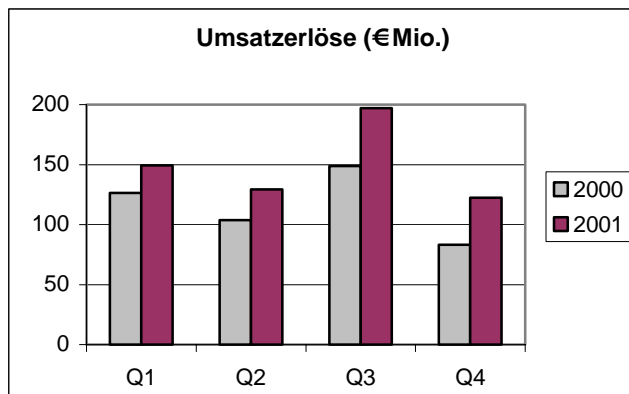
- Auftragsbestand mit +55% im sechsten Jahr in Folge auf Rekordniveau
- PUMA auch für 2002 weiter optimistisch – deutliches Wachstum bei Umsatz und Ertrag erwartet

## Ergebnisse im 4. Quartal 2001

Auch im traditionell schwächeren 4. Quartal konnte PUMA außergewöhnliche Ergebnisse erzielen. Die konsolidierten Umsätze stiegen deutlich um 46,8% auf € 122,3 Mio. Der Umsatz bei Schuhen stieg signifikant um 67,3%, bei Textilien um 10,1% und der Umsatz bei Accessoires konnte mit +120,8% mehr als verdoppelt werden. Nach Regionen trugen Europa und Amerika am stärksten zum Wachstum bei.

Die Rohertragsmarge erreichte im 4. Quartal eine Rekordhöhe von 44,2% verglichen mit 38,4% im Vorjahr. Die Lizenz- und Provisionserträge stiegen um 34,3% auf € 11,7 Mio. Die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen konnten von 44,7% auf 42,8% vom Umsatz reduziert werden.

Das Ergebnis vor Steuern (Vorjahr vor a.o. Posten) erreichte € 10,4 Mio. gegenüber € 0,8 Mio. im Vorjahr. Der Konzerngewinn sprang von € 5,5 Mio. auf € 10,6 Mio. Das Ergebnis pro Aktie stieg von € 0,36 auf € 0,69.



## Januar bis Dezember 2001

### Umsatz- und Ertragslage

Die weltweiten **PUMA-Markenumsätze** einschließlich der Lizenzumsätze haben sich deutlich erhöht und konnten erstmals in der Unternehmensgeschichte die Milliarden Euro-grenze überschreiten. Die weltweiten Umsätze stiegen um 21,7% auf € 1.011,7 Mio. An den weltweiten Markenumsätzen haben Sportschuhe mit +34,5%, Textilien mit +5,5% und Accessoires mit +31,6% zum Wachstum beigetragen.

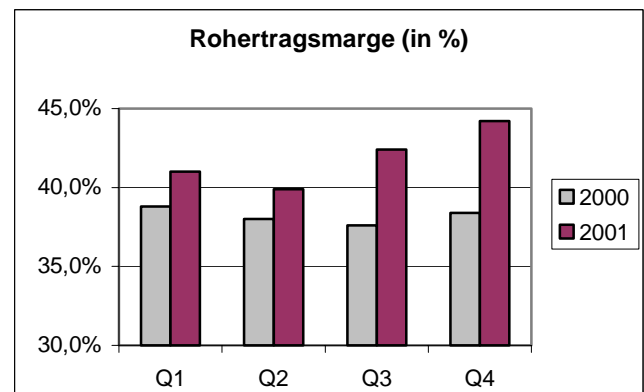
Die **Konzernumsätze** konnten im dritten Jahr in Folge um über 20% gesteigert werden. PUMA behauptet damit weiterhin seine Position als eine der am schnellsten wachsenden Marken der Sportartikelindustrie. Die Umsätze stiegen um 29,3% auf € 598,1 Mio. Währungseinflüsse waren unwesentlich. Das für 2002 angestrebte Umsatzziel von DM 1 Mrd. (€ 511 Mio.) konnte somit bereits ein Jahr früher als erwartet deutlich übersprungen werden. Die Erstkonsolidierung der Tretorn-Gruppe hat mit rund 5% zum Wachstum beigetragen.

### **Starkes Wachstum bei Sportschuhen und Accessoires**

Sportschuhe erzielten mit 41,8% ein starkes Wachstum und erhöhten sich von € 270,9 Mio. auf € 384,1 Mio. Accessoires stiegen um 59,1% von € 28,0 Mio. auf € 44,5 Mio. Die Entwicklung im 2. Halbjahr bei Textilien zeigt gegenüber dem 1. Halbjahr eine positive Tendenz. Die Umsätze konnten im Jahresvergleich um 3,6% verbessert werden.

### **Rohertragsmarge erreicht mit 41,9% Rekordniveau**

Die Rohertragsmarge erreichte im abgelaufenen Jahr ein absolutes Rekordniveau. Die Marge konnte gegenüber dem Vorjahr um 370 Basispunkte signifikant von 38,2% auf 41,9% gesteigert werden. Sportschuhe erreichten eine Steigerung von 38,9% auf 42,2%, Textilien verbesserten sich von 36,7% auf 41,2% und Accessoires erreichten eine Marge von 41,7% gegenüber 39,5% im Vorjahr.



Ein größerer Umsatzanteil im gehobenen Preissegment, ein verändertes Produktmix sowie der strategische Ausbau des Retail-Geschäftes haben zum Erfolg der Margensteigerung beigetragen.

### Lizenz- und Provisionserträge gesteigert

Die Lizenz- und Provisionserträge stiegen um 28,8% von € 28,9 Mio. auf € 37,2 Mio. Die Verbesserung resultiert überwiegend aus der sehr guten Umsatzentwicklung in Asien.

### Aufwendungen in % vom Umsatz deutlich vermindert

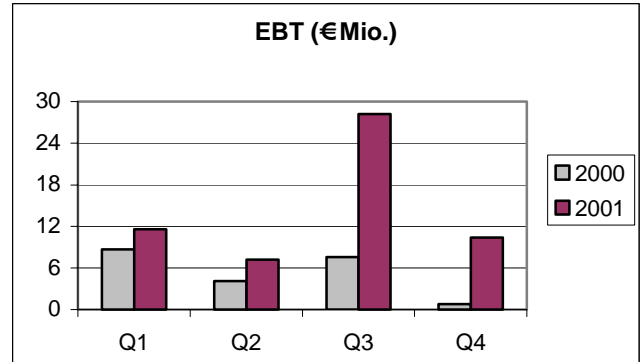
Die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen konnten trotz der anhaltend hohen Investitionen in Marketing und Retail sowie in Produktentwicklung und Design deutlich um 110 Basispunkte von 38,0% auf 36,9% vom Umsatz vermindert werden. Für Marketing und Retail wurden € 86,9 Mio. bzw. wie im Vorjahr 14,5% vom Umsatz aufgewendet. Das entspricht einer Erhöhung um € 19,8 Mio. oder 29,6%. Die Aufwendungen für Produktentwicklung und Design stiegen um 9,4% von € 18,2 Mio. auf € 19,9 Mio. In Prozent der Umsatzerlöse reduzierten sich die Ausgaben von 3,9% auf 3,3%. Die übrigen Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen verminderten sich von 19,6% auf 19,0% vom Umsatz.

### EBIT über 150% gesteigert

Durch die deutliche Verbesserung der Rohertragsmarge und einen prozentualen Rückgang der Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen stieg das Betriebsergebnis (EBIT) um 158,7% von € 22,8 Mio. auf € 59,0 Mio. Die EBIT-Marge hat sich von 4,9% auf 9,9% vom Umsatz signifikant verbessert.

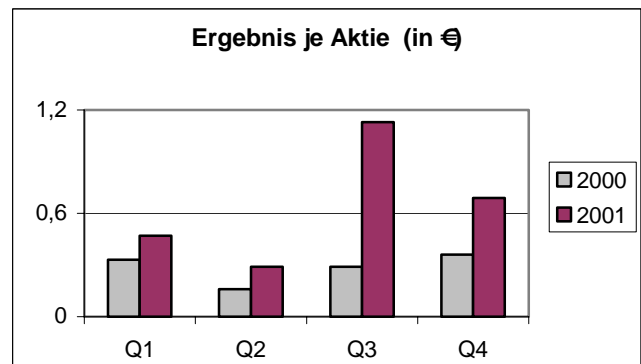
### EBT deutlich über Erwartungen

Das Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) und vor außerordentlichen Posten des Vorjahres stieg um 170,5% von € 21,2 Mio. auf € 57,4 Mio. Die ursprünglichen Erwartungen, die während des Jahres mehrfach nach oben revidiert wurden, konnten damit bei weitem übertroffen werden. Die Bruttorendite vom Umsatz lag bei 9,6% in 2001 gegenüber 4,6% in 2000. Einschließlich der außerordentlichen Posten des Vorjahres stieg das Vorsteuerergebnis um 124,9% von € 25,5 Mio. auf € 57,4 Mio.



### Gewinn je Aktie mehr als verdoppelt

Der Konzerngewinn stieg von € 17,6 Mio. auf € 39,7 Mio. Das bedeutet eine Nettorendite von 6,6% vom Umsatz gegenüber 3,8% im Vorjahr. Der Gewinn je Aktie hat sich mehr als verdoppelt und sprang von € 1,14 auf € 2,58. Das entspricht einer Steigerung um 126%. Bereinigt um die im Vorjahr enthaltenen außerordentlichen Posten verbesserte sich das Ergebnis je Aktie sogar um 172,5%.



### Bilanz

Die Bilanzsumme hat sich zum 31.12.2001 um 26,9% von € 311,5 Mio. auf € 395,4 Mio. erhöht. Die Erhöhung resultiert im Wesentlichen aus dem wachstumsbedingten Anstieg der Vorräte und Forderungen sowie der Erstkonsolidierung der Tretorn-Gruppe. Das Eigenkapital verbesserte sich um 34,6% von € 131,3 Mio. auf € 176,7 Mio. Die Eigenkapitalquote konnte trotz der höheren Bilanzsumme von 42,1% auf 44,7% verbessert werden.

Bei den Vorräten zeigt sich eine Zunahme um 52,1%. Das entspricht einer Erhöhung von € 95,0 Mio. auf € 144,5 Mio. Die Zunahme war erforderlich, um die außerordentlich gute Auftragslage zum Jahresende, für Lieferungen insbesondere im Januar 2002, bedienen zu können.

Die Forderungen aus Lieferungen und sonstige Forderungen erhöhten sich um 10,6% von € 108,7 Mio. auf € 120,2 Mio. Die enthaltenen Lieferforderungen stiegen um 30,4% und liegen damit deutlich unter der Umsatzsteigerung im vierten Kalendervierteljahr von 46,8%.

### Dividende verdreifacht

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 14.05.2002 eine Dividende von € 0,30 je Stückaktie vor. Das entspricht einer Verdreifachung gegenüber dem Vorjahr. Die Ausschüttung beträgt insgesamt € 4,6 Mio. oder rund 12% des Konzerngewinns.

### Regionale Highlights

#### **Stärkstes Wachstum in Europa und Amerika**

Die konsolidierten Umsätze in **Europa** konnten im abgelaufenen Jahr um 38,4% von € 288,8 Mio. auf € 399,8 Mio. außergewöhnlich stark gesteigert werden. Alle Produktkategorien haben ein deutliches Wachstum erreicht.

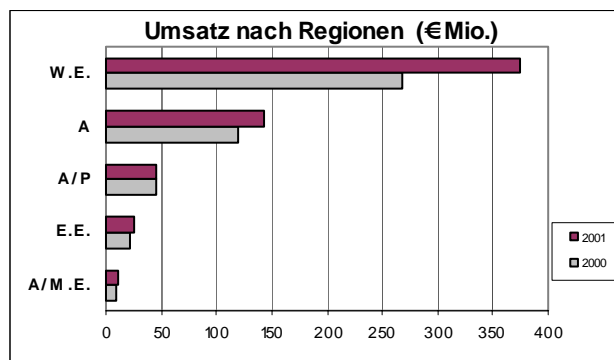
In der Region **Amerika** konnte der konsolidierte Umsatz um 19,5% von € 119,0 Mio. auf € 142,2 Mio. gesteigert werden. Der Erfolg in dieser Region ist entgegen dem allgemeinen Markttrend ausschließlich auf die USA zurückzuführen. In den USA wurde mit USD 111 Mio. erstmals die 100 Millionen Dollar-Schwelle deutlich überschritten. Damit konnten die Umsätze in den letzten vier Jahren mehr als vervierfacht werden. In 2001 verbesserten sich die Umsätze um 28,1%. Das ursprünglich gesteckte Ziel von 10% Wachstum wurde damit deutlich übertroffen. Die Umsätze in Lateinamerika lagen mit € 17,3 Mio. auf Vorjahresniveau.

In **Asien/Pazifik** lag der Umsatz mit € 45,3 Mio. um 1,3% leicht über dem Vorjahr. Bereinigt um Währungseinflüsse stiegen die Umsätze um 9,4%. Die Länder Australien, Neuseeland und die Pazifischen Inseln, die durch eigene

Tochtergesellschaften betreut werden, trugen im Wesentlichen zum Umsatz in dieser Region bei.

Die weiteren asiatischen Märkte wie Japan, Korea und Südostasien sind für PUMA reine Lizenzmärkte. Der Lizenzumsatz hat sich in dieser Region deutlich um 24,1% auf € 319,2 Mio. erhöht.

In der Region **Afrika/Mittlerer Osten** verbesserten sich die konsolidierten Umsätze um 9,4% auf € 10,9 Mio. gegenüber € 9,9 Mio. im Vorjahr.

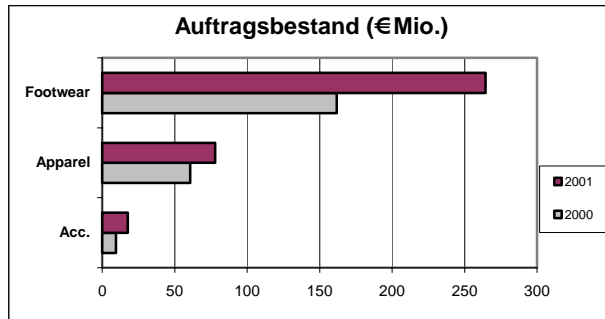


### Ausblick

#### **Auftragsbestand mit +55% wieder auf Rekordniveau**

Der Auftragsbestand stieg gegenüber dem Vorjahr von € 232,1 Mio. auf € 360,1 Mio. Das bedeutet ein Plus von 55,2%. Damit erreichen die Auftragsbestände im sechsten Jahr in Folge ein absolutes Rekordniveau. Die Aufträge umfassen im Wesentlichen Auslieferungen im ersten und zweiten Quartal des Geschäftsjahres 2002. Währungseffekte spielen hierbei keine Rolle.

Bei Schuhen stieg der Auftragsbestand signifikant um 63,5% auf € 264,6 Mio., bei Textilien um 28,2% auf € 77,9 Mio. und bei Accessoires um 86,0% auf € 17,7 Mio. Nach Regionen ergibt sich folgende Auftragslage: Europa +66,7%, Amerika +37,5%, Asien/Pazifik +11,0%, Afrika/Mittlerer Osten +33,4%.



#### Im 4. Jahr in Folge deutliches Wachstum bei Umsatz und Ertrag erwartet

Aufgrund der außerordentlich guten Auftragslage ist das Management optimistisch, dass das Jahr 2002 für PUMA erneut sehr erfolgreich verlaufen und neue Rekordmarken bei Umsatz und Ertrag erreichen wird. PUMA sollte damit seine Marktanteile und Marktstellung als erfolgreiche Sport-Lifestyle Marke weiter ausbauen können.

Das Management erwartet aus heutiger Sicht, dass auch im vierten Jahr in Folge ein Umsatzzanstieg von über 20% erzielt werden wird. Die Rohertragsmarge sollte sich auf dem in 2001 erreichten hohen Niveau stabilisieren. Die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen sollten sich weiter unterdurchschnittlich zum Umsatz entwickeln, wobei die Investitionen in

Marketing/Retail sowie Produktentwicklung und Design konsequent und deutlich über dem Branchendurchschnitt fortgesetzt werden.

Das Vorsteuerergebnis sollte sich im zweistelligen Bereich verbessern. Die Steuerquote wird zwischen 32% und 35% erwartet.

**Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender und CEO:** „Wir sind mit dem außergewöhnlichen Ergebnis des vergangenen Jahres sehr zufrieden. Die weltweit wachsende Dynamik der Marke und der hohe Auftragsbestand bestätigen, dass wir auf dem besten Weg sind, eine der begehrtesten Sportmarken der Welt zu werden.“

#### Finanzkalender

Die Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2001 findet am 14. Mai 2002 in Herzogenaurach statt.

Die Ergebnisse über das 1. Quartal 2002 werden in der Kalenderwoche 18 veröffentlicht.

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 alternative Sportmarke, die erfolgreich die kreativen Einflüsse aus der Welt des Sports, Lifestyle und Mode vereint. Weitere Informationen stehen auf der PUMA-Homepage unter

[www.puma.com](http://www.puma.com) zur Verfügung.

**Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung (IAS)  
für das 4. Quartal und das Geschäftsjahr 2001**

	Q4 `01 € Mio.	Q4 `00 € Mio.	Abwei- chung	1-12/2001 € Mio.	1-12/2000 € Mio.	Abwei- chung
<b>Nettoumsatzerlöse</b>	<b>122,3</b>	<b>83,3</b>	46,8%	<b>598,1</b>	<b>462,4</b>	29,3%
Materialeinsatz	-68,3	-51,3	33,0%	-347,5	-286,0	21,5%
<b>Rohergebnis</b>	<b>54,0</b>	<b>32,0</b>	68,8%	<b>250,6</b>	<b>176,4</b>	42,1%
- in % der Nettoumsatzerlöse	44,2%	38,4%		41,9%	38,2%	
Lizenz- und Provisionserträge	11,7	8,7	34,3%	37,2	28,9	28,8%
Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen	65,7	40,7	61,4%	287,9	205,3	40,2%
	-52,3	-37,3	40,4%	-220,5	-175,7	25,4%
<b>EBITDA</b>	<b>13,4</b>	<b>3,4</b>	289,7%	<b>67,4</b>	<b>29,6</b>	127,7%
Abschreibungen	-2,8	-2,5	11,4%	-8,4	-6,8	23,4%
<b>EBIT</b>	<b>10,5</b>	<b>0,9</b>	1088,9%	<b>59,0</b>	<b>22,8</b>	158,7%
- in % der Nettoumsatzerlöse	8,6%	1,1%		9,9%	4,9%	
Finanzierungskosten	-0,1	-0,1	12,1%	-1,6	-1,6	0,9%
<b>EBT</b>	<b>10,4</b>	<b>0,8</b>	1224,4%	<b>57,4</b>	<b>21,2</b>	170,5%
- in % der Nettoumsatzerlöse	8,5%	0,9%		9,6%	4,6%	
Ertragsteuern - Steuerquote	0,6	1,8		-17,3	-6,7	
				30,1%	31,2%	
Ergebnisanteile anderer Gesellschafter	-0,5	0,0		-0,5	0,0	
Jahresüberschuß vor a.o. Posten	10,6	2,5	314,3%	39,7	14,6	172,6%
Außerordentliche Posten, netto	0,0	3,0		0,0	3,0	
<b>Konzerngewinn</b>	<b>10,6</b>	<b>5,5</b>	91,5%	<b>39,7</b>	<b>17,6</b>	126,0%
Ergebnis je Aktie vor außerordentliche Posten (€)	0,69	0,17	314,2%	2,58	0,95	172,5%
Ergebnis je Aktie (€)	0,69	0,36	91,4%	2,58	1,14	126,0%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien	15,392	15,390		15,392	15,390	

**Segmentdaten**

Aufgliederung nach Regionen	Umsätze		Rohergebnis in %	
	nach Sitz der Kunden			
	2001 T-€	2000 T-€	2001	2000
Europa	399.770	288.834	43,3%	40,7%
Amerika	142.180	118.988	41,6%	32,2%
Asien/Pazifik	45.252	44.677	35,0%	40,3%
Afrika/Mittlerer Osten	10.873	9.938	24,5%	26,4%
	598.075	462.437	41,9%	38,2%

Aufgliederung nach Produkt-Segmente	Umsätze		Rohergebnis in %	
	2001 T-€	2000 T-€	2001	2000
	Schuhe	384.060	270.905	42,2%
Textil	169.498	163.544	41,2%	36,7%
Accessories	44.517	27.988	41,7%	39,5%
	598.075	462.437	41,9%	38,2%

## Konsolidierte Bilanz (IAS) zum 31. Dezember 2001

	2001 € Mio.	2000 € Mio.	Abwei- chung
<b>AKTIVA</b>			
Flüssige Mittel	35,3	42,9	-17,6%
Vorräte	144,5	95,0	52,1%
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	126,8	109,7	15,7%
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>306,7</b>	<b>247,5</b>	23,9%
<b>Latente Steuern</b>	<b>17,0</b>	<b>28,8</b>	-40,8%
<b>Sachanlagevermögen, netto</b>	<b>50,0</b>	<b>30,0</b>	66,8%
<b>Goodwill und sonstige langfristige Vermögensgegenstände</b>	<b>21,7</b>	<b>5,2</b>	318,0%
	<b>395,4</b>	<b>311,5</b>	26,9%
<b>PASSIVA</b>			
Kurzfristige Bankdarlehen	43,1	38,1	13,2%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	88,6	69,9	26,7%
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	67,6	56,9	18,7%
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>199,3</b>	<b>164,9</b>	20,8%
<b>Pensionsrückstellungen</b>	<b>17,4</b>	<b>13,4</b>	29,9%
<b>Langfristige verzinsliche Schulden</b>	<b>1,1</b>	<b>1,9</b>	-39,5%
<b>Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter</b>	<b>0,8</b>	<b>0,0</b>	
<b>Eigenkapital</b>	<b>176,7</b>	<b>131,3</b>	34,6%
	<b>395,4</b>	<b>311,5</b>	26,9%

## Ausgewählte Kennzahlen (IAS)

	1-12/2001	1-12/2000	Abwei- chung
Weltweite Umsätze (€ Mio.)	1.011,7	831,1	21,7%
Eigenkapitalquote	44,7%	42,1%	
Working Capital/Nettoumlaufvermögen (€ Mio.)	110,3	78,8	39,9%
Auftragsbestand (€ Mio.)	360,1	232,1	55,2%
Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Werten (€ Mio.)	45,7	9,4	384,6%
Mitarbeiter (31.12.)	2.012	1.522	32,2%
Anzahl Aktien (Mio. Stück)	15,392	15,390	

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