



MEDIEN Ansprechpartner:

U.S.A. Lisa Beachy, Tel. +1 617 488 2945

Europa Ulf Santjer, Tel. +49 9132 81 2489

INVESTOREN Ansprechpartner:

Andrew Schmitt, Tel. +49 9132 81 2612

Dieter Bock, Tel. +49 9132 81 2261

Ergebnisse für das 4. Quartal und das Geschäftsjahr 2002

Herzogenaurach, 28. Februar 2003 – Die PUMA AG berichtet über ihre konsolidierten Geschäftsergebnisse für das 4. Quartal und das Geschäftsjahr 2002.

Entwicklung 4. Quartal

- Starkes Wachstum fortgesetzt, konsolidierte Umsätze steigen um 46,5%
- Rohertragsmarge auf 44,3%
- Vorsteuerergebnis €19 Mio., Steigerung um 78,5%
- Gewinn je Aktie 78 Cent

Entwicklung Geschäftsjahr 2002

- Weltweiter Markenumsatz steigt um 36,4%
- Konsolidierte Umsätze wachsen um 52,1%
- Rohertragsmarge mit 43,6% auf hohem Niveau
- Vorsteuerergebnis von €57 Mio. auf €124 Mio. mehr als verdoppelt
- Gewinn je Aktie springt von €2,58 auf €5,44

Ausblick

- Auftragsbestand erreicht mit €531 Mio. neuen Rekord
- Umsatzwachstum für 2003 von über 20% erwartet

In 2002 Erfolgskurs fortgesetzt

Im Geschäftsjahr 2002 hat PUMA seinen Erfolgskurs fortgesetzt und neue Meilensteine für die Zukunft gesetzt. Mit außergewöhnlichen Wachstumsraten bei Umsatz und Ertrag wurde die Phase III der langfristigen Unternehmensentwicklung eingeleitet. Die konsolidierten Umsätze stiegen in 2002 um 52%. Eine weitere Verbesserung der Rohertragsmarge sowie die prozentual zum Umsatz rückläufigen Kosten führten dazu, dass der Vorsteuergewinn mehr als verdoppelt werden konnte. Das Ergebnis pro Aktie erreichte ein neues Rekordhoch von € 5,44. Die PUMA-Aktie erzielte im abgelaufenen Jahr eine Wertsteigerung von 91%. Die weltweiten Markenumsätze, einschließlich der Umsätze der Lizenznehmer, erreichten € 1,4 Milliarden.

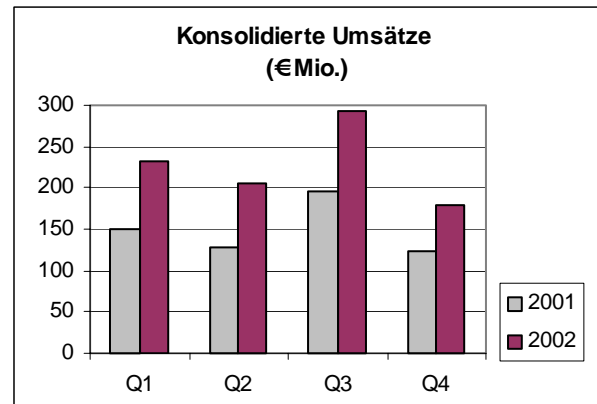
Umsatz- und Ertragslage

Anhaltend starkes Wachstum

Im 4. Quartal konnte das starke Wachstum fortgesetzt werden. Die konsolidierten Umsätze stiegen um 46,5% (währungsbereinigt um 54%) von €122,3 Mio. auf €179,1 Mio. Im Kalenderjahr 2002 verbesserten sich die Umsätze um 52,1% von €598,1 Mio. auf €909,8 Mio. Währungsbereinigt erhöhten sich die Umsätze um 54,8%. Damit erreichten die konsolidierten Umsätze einen neuen Rekord in der Firmengeschichte.

Die Schuhumsätze stiegen im 4. Quartal um 54,9% auf €110,2 Mio. und um 59,6% auf €163,0 Mio. im Geschäftsjahr 2002 gegenüber €384,1 Mio. im Vorjahr. Das Wachstum mit Textilien konnte im 4. Quartal beschleunigt werden. Die Umsätze stiegen um 51,1% auf €58,5 Mio. in Q4 bzw. um 40,7% auf €238,4 Mio. in 2002. Die Umsätze bei Accessoires lagen im letzten Kalendervierteljahr mit €2 Mio. leicht unter dem Vorjahr und erreichten ein kumuliertes Wachstum von 30,9% oder €58,3 Mio. gegenüber €44,5 Mio. in 2001.

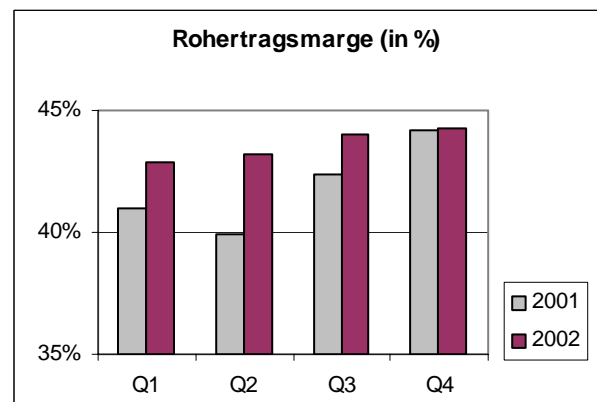
Der strategische Ausbau des eigenen Retail-Geschäftes wurde in 2002 konsequent fortgesetzt. Die Umsätze konnten gegenüber dem Vorjahr um 107,3 % von €36,0 Mio. auf €74,6 Mio. erhöht werden. Damit erreichen die Retail-Umsätze 8,2 % (6,0%) am konsolidierten Umsatz.



Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, bestehend aus konsolidierten sowie Lizenzumsätzen, haben sich deutlich erhöht und stiegen im Geschäftsjahr um 36,4% von €1.011,7 Mio. auf €1.380,0 Mio. Währungsbereinigt stiegen die weltweiten Markenumsätze um 40,1% auf über € 1,4 Mrd. Schuhe verbesserten sich um 44,8% auf €812,3 Mio., Textilien um 20,9% auf € 460,1 Mio. und Accessoires um 53,2% auf €107,6 Mio.

Rohertragsmarge auf Rekordniveau

Die Rohertragsmarge konnte gegenüber dem Vorjahr erneut deutlich gesteigert werden und erreichte ein neues Rekordniveau. Die Marge erreichte im 4. Quartal 44,3% gegenüber 44,2% im Vorjahr. Für das gesamte Jahr 2002 bedeutet das eine Margensteigerung um 170 Basispunkte von 41,9% auf 43,6%. Die Marge bei Schuhen sprang von 42,2% auf 44,3%, Textilien verbesserten sich von 41,2% auf 41,7% und Accessoires erreichten eine Marge von 44,8% gegenüber 41,7% im Vorjahr.



Höhere Lizenz- und Provisionserträge

Die Lizenz- und Provisionserträge konnten im 4. Quartal um 20,3% auf €14,1 Mio. bzw. um 20,5% auf €44,9 Mio. in 2002 deutlich erhöht werden. Die Verbesserung resultiert überwiegend aus höheren Lizenzeinnahmen aus der Region Asien, die durch die Fußballweltmeisterschaft positiv beeinflusst waren.

Minderung der Aufwendungen in Prozent vom Umsatz deutlicher als erwartet

Die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen haben sich unterproportional zum Umsatz entwickelt. Im 4. Quartal wurden 40% vom Umsatz gegenüber 42,8% im Vorjahr ausgegeben. Die Gesamtaufwendungen in 2002 konnten damit erneut deutlich um 350 Basispunkte von 36,9% auf 33,4% vom Umsatz gesenkt werden. Damit wurde die ursprünglich erwartete 35%-Marke deutlich unterschritten.

Für Marketing und Retail wurden in 2002 insgesamt €125,1 Mio. oder 13,8% gegenüber €86,9 Mio. oder 14,5% im Vorjahr ausgegeben. Das entspricht einer Erhöhung markenbildender Investitionen um €38,2 Mio. oder 43,9%. Die Aufwendungen für Produktentwicklung und Design stiegen um 22% von €19,9 Mio. auf €24,2 Mio. In Prozent der Umsatzerlöse reduzierten sich diese Ausgaben von 3,3% auf 2,7%. Die übrigen Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen verminderten sich von 19% auf 17% vom Umsatz.

Abschreibungen bei 1,4 Prozent

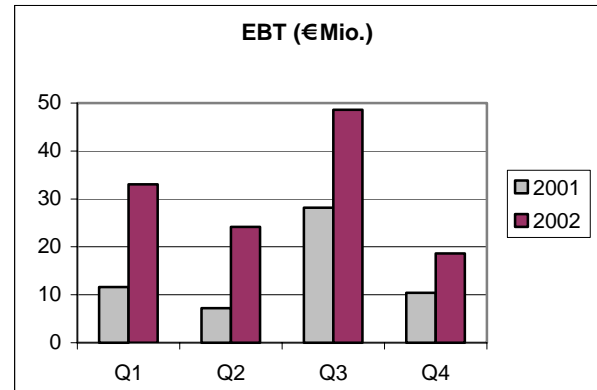
Die Abschreibungen haben sich um 49,5% auf €12,5 Mio. erhöht. Die Erhöhung ist im Wesentlichen auf den Ausbau des Retail-Geschäfts und den damit verbundenen Investitionen zurückzuführen. Die Abschreibungen lagen mit 1,4% auf Vorjahresniveau.

Neuer Rekord beim Betriebsergebnis

Das Betriebsergebnis (EBIT) konnte in Q4 um 72,1% auf €18,1 Mio. verbessert werden. Für 2002 sprang das Betriebsergebnis um 111,8% von €59,0 Mio. auf €125,0 Mio. und konnte damit im zweiten Jahr in Folge mehr als verdoppelt werden. Der hohe Anstieg ist auf ein starkes Umsatzwachstum, eine höhere Rohertragsmarge sowie einen prozentualen Rückgang der Aufwendungen zurückzuführen. Die EBIT-Marge hat sich von 9,9% auf 13,7% vom Umsatz verbessert.

Kräftiger Anstieg beim Ergebnis vor Steuern

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) stieg im 4. Quartal um 78,5% auf €18,6 Mio. bzw. um 116,6% auf €124,4 Mio. im Geschäftsjahr 2002. Die Erwartungen, die während des Jahres mehrfach nach oben revidiert wurden, konnten damit erneut deutlich übertroffen werden. Die Bruttorendite vom Umsatz lag bei 13,7% in 2002 gegenüber 9,6% in 2001.

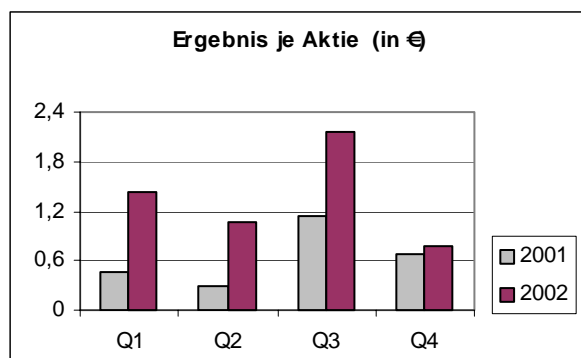


Steuerquote bei 32 Prozent

Der Steueraufwand hat sich in 2002 von €17,3 Mio. auf €39,8 Mio. erhöht. Das entspricht einer Steuerquote von 32% gegenüber 30,1% im Vorjahr.

Gewinnsteigerung von 114 Prozent liegt über Erwartungen

Der Konzerngewinn stieg im 4. Quartal von €10,6 Mio. auf €12,5 Mio. und kumuliert von €39,7 Mio. auf €84,9 Mio. Das entspricht einer Steigerung um 113,8%, was zu einer Nettorendite von 9,3% vom Umsatz gegenüber 6,6% im Vorjahr führt. Der Gewinn je Aktie hat sich im letzten Kalendervierteljahr von 69 Cent auf 78 Cent erhöht. Kumuliert sprang der Gewinn je Aktie um 110,8% von €2,58 auf €5,44 und hat sich damit mehr als verdoppelt. Das verwässerte Ergebnis je Aktie betrug in 2002 €5,34 gegenüber €2,58 im Vorjahr.



Dividende wird erhöht

Der Vorstand schlägt der Hauptversammlung am 16.04.2003 vor, eine Dividende von 0,55 € je Aktie (Vorjahr 0,30 € je Aktie) auszuschütten. Dies bedeutet eine Ausschüttung von insgesamt €8,7 Mio. oder 10,3% des Konzerngewinns.

Bilanz

Eigenkapitalquote bei erhöhter Bilanzsumme verbessert

Die Bilanzsumme hat sich im Jahr 2002 um €130,5 Mio. oder 33,0% auf €525,8 Mio. erhöht. Die Erhöhung resultiert im Wesentlichen aus dem deutlichen Anstieg der liquiden Mittel sowie einem wachstumsbedingten Anstieg der Vorräte und Forderungen. Das Eigenkapital verbesserte sich um 42,7% von € 176,7 Mio. auf € 252,2 Mio. Die Eigenkapitalquote konnte trotz der höheren Bilanzsumme von 44,7% auf 48,0% verbessert werden.

Die flüssigen Mittel erhöhten sich von €35,3 Mio. auf €113,6 Mio. Gleichzeitig konnten die Bankverbindlichkeiten von €43,1 Mio. auf €19,3 Mio. zurückgeführt werden. Die Entwicklung spiegelt einen außergewöhnlich positiven Cash-flow wieder. Die Netto-Cash-Position von PUMA hat sich um €102,1 Mio. erhöht.

Die Vorräte stiegen um 16,2% von €144,5 Mio. auf €167,9 Mio. Die Forderungen aus Lieferungen und die sonstigen Forderungen erhöhten sich um 13,1% auf €136,0 Mio. Die enthaltenen Lieferforderungen stiegen um 14,3% und liegen damit deutlich unter der Umsatzsteigerung im letzten Kalendervierteljahr von 46,5%.

Regionale Highlights

Umsatz in der Region Europa übertrifft Erwartungen

Der Umsatz in Europa lag deutlich über den Erwartungen. Im 4. Quartal stiegen die Umsätze um 56,4% auf €120,2 Mio. und erreichten im Kalenderjahr 2002 insgesamt ein Wachstum von 58,7% oder €634,5 Mio. gegenüber €399,8 Mio. im Vorjahr. Sämtliche Länder dieser Region haben zum Wachstum beigetragen. Bei den Produktgruppen stiegen Schuhe kumuliert um 73,4%, Textilien um 34,9% und Accessoires um 32,7%. Mit einem Anteil von insgesamt 69,7% vom konsolidierten Umsatz ist Europa die größte Region für PUMA.

Starkes Wachstum in der Region Amerika

In der Region Amerika hielt das starke Wachstum trotz der insgesamt schwierigen Marktsituation an und die konsolidierten Umsätze konnten im 4. Quartal um weitere 45% auf €42,9 Mio. erhöht werden. Währungsbereinigt konnte das Wachstum in dieser Region mit nahezu 67% sogar beschleunigt werden. Kumuliert stiegen die Umsätze um 46,8% auf €208,7 Mio.

| Markenumsätze | 1. Januar - 31. Dezember 2002 | | | | | | +/- in % | | |
|--------------------------------|-------------------------------|--------|--------------------|--------|-------------------------|--------|----------|--------------|--------------|
| | Weltweit € Mio. % | | Lizenz € Mio. % | | PUMA Gruppe € Mio. % | | Weltweit | Lizenznehmer | PUMA Gruppe |
| - nach Regionen | | | | | | | | | |
| Europa | 706,6 | 51,2% | 72,1 | 15,3% | 634,5 | 69,7% | 52,6% | 14,2% | 58,7% |
| Amerika | 242,4 | 17,6% | 33,7 | 7,2% | 208,7 | 22,9% | 43,0% | 23,4% | 46,8% |
| Asien/Pazifik | 408,9 | 29,6% | 361,5 | 76,9% | 47,4 | 5,2% | 12,2% | 13,2% | 4,7% |
| Afrika/Mittlerer Osten | 22,2 | 1,6% | 2,9 | 0,6% | 19,2 | 2,1% | 49,5% | -25,9% | 77,0% |
| Total | 1.380,0 | 100,0% | 470,2 | 100,0% | 909,8 | 100,0% | 36,4% | 13,7% | 52,1% |
| - nach Produktsegmenten | | | | | | | | | |
| Schuhe | 812,3 | 58,9% | 199,2 | 42,4% | 613,0 | 67,4% | 44,8% | 12,7% | 59,6% |
| Textil | 460,1 | 33,3% | 221,6 | 47,1% | 238,4 | 26,2% | 20,9% | 5,0% | 40,7% |
| Accessoires | 107,6 | 7,8% | 49,3 | 10,5% | 58,3 | 6,4% | 53,2% | 91,6% | 30,9% |
| Total | 1.380,0 | 100,0% | 470,2 | 100,0% | 909,8 | 100,0% | 36,4% | 13,7% | 52,1% |

Der hohe Anstieg ist fast ausschließlich auf die außergewöhnliche Entwicklung von PUMA in den USA zurückzuführen. Hier verbesserten sich die Umsätze in US Dollar sogar um 69,6% im 4. Quartal bzw. um 61% im Kalenderjahr 2002 und erreichten mit US\$179,3 Mio. einen neuen Höchststand. Dabei legten Schuhe um 48,1%, Textilien um 101% und Accessoires um 55,5% zu. Die Umsätze in Lateinamerika verbesserten sich in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld um 7,2% auf € 18,5 Mio.

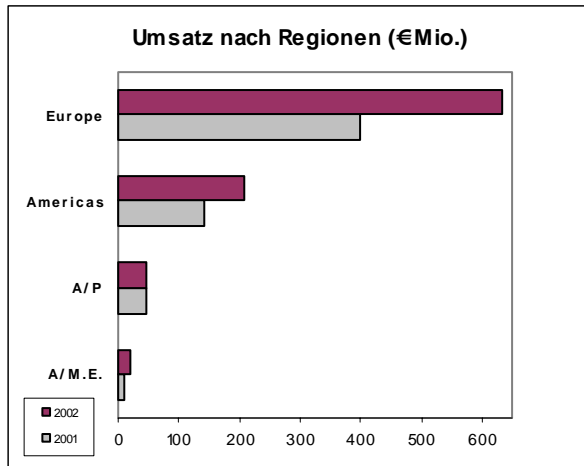
Positive Entwicklung in der Region Asien/Pazifik

In Asien/Pazifik lag der Umsatz mit €12,6 Mio. im 4. Quartal bzw. mit €47,4 Mio. in 2002 um jeweils circa 5% über dem Vorjahr. Die Länder Australien, Neuseeland und die Pazifischen Inseln, die durch eigene Tochtergesellschaften betreut werden, trugen im Wesentlichen zum Umsatz in dieser Region bei. Schuhe stiegen um 7,6%, Textilien um 1,3% und Accessoires um 6,8%.

Die weiteren asiatischen Märkte wie Japan, Korea und Südostasien sind für PUMA reine Lizenzmärkte. Der Lizenzumsatz stieg in dieser Region um 13,2% auf €361,5 Mio.

Starke Umsatzsteigerung in der Region Afrika/Mittlerer Osten

In der Region Afrika/Mittlerer Osten verbesserten sich die konsolidierten Umsätze um 77% auf €19,2 Mio. gegenüber €10,9 Mio. im Vorjahr. Insbesondere die neue Tochtergesellschaft in Südafrika hat sich dabei besser als erwartet entwickelt.

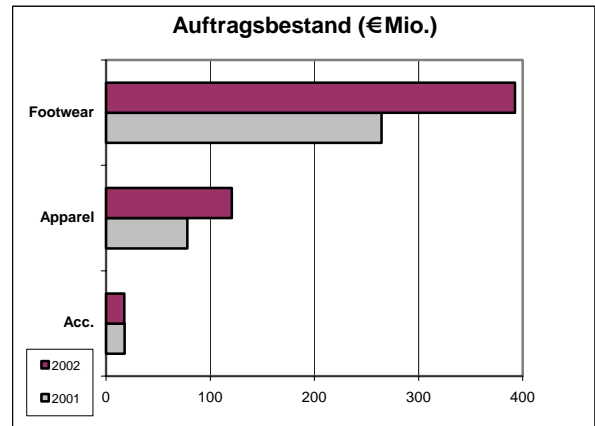


Auftragslage

Hohe Auftragsbestände bestätigen weiteres Wachstum

Der Auftragsbestand stieg gegenüber dem Vorjahr um 47,5% oder von €360,1 Mio. auf einen neuen Rekordstand von €531,1 Mio. Die Aufträge umfassen im Wesentlichen Auslieferungen im ersten und zweiten Quartal des Geschäftsjahres 2003. Währungsbereinigt stiegen die Aufträge um 49,5 %.

Bei Schuhen, der größten Produkt-Kategorie, konnte erneut ein starkes Wachstum erzielt werden. Die Aufträge erhöhten sich signifikant um 48,4 % auf €392,7 Mio. Bei Textilien zeigt sich eine kontinuierliche Steigerung der Auftragslage. Der Auftragsbestand stieg um 55,1% auf €120,7 Mio. Damit erreichte der Bereich Textil die stärkste Zuwachsrate. Bei Accessoires lagen die Aufträge mit €17,6 Mio. auf Vorjahresniveau. Nach Regionen ergibt sich folgende Auftragslage: Europa stieg um 50,7% auf € 390,3 Mio., Amerika um 48% auf €110,9 Mio., Asien/Pazifik um 1,3% auf €17 Mio. und Afrika/Mittlerer Osten um 37,8% auf €13 Mio.



Ausblick

Umsatzwachstum über 20 Prozent erwartet
Nach dem eindrucksvollen Wachstum in 2002 erwartet das Management aus heutiger Sicht für das Jahr 2003 trotz der höheren Basiswerte erneut einen währungsbereinigten Anstieg der Umsätze um mehr als 20%. Damit würde im fünften Jahr in Folge ein Wachstum von über 20% erzielt.

Die Rohertragsmarge sollte zwischen 43% und 44% liegen. Die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen sollten sich mit dem Umsatz bzw. leicht darunter entwickeln. Die Lizenz- und Provisionserlöse sollten im einstelligen Bereich zulegen. Daraus würde sich eine Steigerung des Vorsteuerergebnisses im Verhältnis zum Umsatz ergeben. Die Steuerquote wird zwischen 32% und 35% erwartet.

Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender und CEO: "2002 war ein weiterer Meilenstein für die Marke und das Unternehmen. Auch das Jahr 2003

hat wieder sehr gut begonnen. Wir sind optimistisch, dass auch in 2003 eine deutliche Steigerung bei Umsatz und Ertrag erreicht werden kann. PUMA sollte damit seine Marktanteile und Marktstellung als begehrte Sportlifestylemarke weiter ausbauen können."

Finanzkalender

- Hauptversammlung am 16. April 2003 in Herzogenaurach
- Finanzergebnisse 1.Quartal am 23. April 2003
- Finanzergebnisse 2.Quartal in der 31. Kalenderwoche 2003

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

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.

| Gewinn- und Verlustrechnung PUMA Gruppe | Q4/2002 | Q4/2001 | Abwei- chung | 1-12/2002 | 1-12/2001 | Abwei- chung |
|---|----------------|----------------|-------------------------|------------------|------------------|-------------------------|
| | €Mio. | €Mio. | | €Mio. | €Mio. | |
| Nettoumsatzerlöse | 179,1 | 122,3 | 46,5% | 909,8 | 598,1 | 52,1% |
| Materialeinsatz | -99,8 | -68,3 | 46,2% | -512,9 | -347,5 | 47,6% |
| Rohergebnis | 79,3 | 54,0 | 46,9% | 396,9 | 250,6 | 58,4% |
| - in % der Nettoumsatzerlöse | 44,3% | 44,2% | | 43,6% | 41,9% | |
| Lizenz- und Provisionserträge | 14,1 | 11,7 | 20,3% | 44,9 | 37,2 | 20,5% |
| Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen | 93,4 | 65,7 | 42,1% | 441,8 | 287,9 | 53,5% |
| | -71,7 | -52,3 | 37,1% | -304,3 | -220,5 | 38,0% |
| EBITDA | 21,7 | 13,4 | 62,0% | 137,5 | 67,4 | 104,0% |
| Abschreibungen | -3,5 | -2,8 | 24,4% | -12,5 | -8,4 | 49,5% |
| EBIT | 18,1 | 10,5 | 72,1% | 125,0 | 59,0 | 111,8% |
| - in % der Nettoumsatzerlöse | 10,1% | 8,6% | | 13,7% | 9,9% | |
| Finanzierungskosten | 0,5 | -0,1 | -528,8% | -0,6 | -1,6 | -62,2% |
| EBT | 18,6 | 10,4 | 78,5% | 124,4 | 57,4 | 116,6% |
| - in % der Nettoumsatzerlöse | 10,4% | 8,5% | | 13,7% | 9,6% | |
| Ertragsteuern | -5,9 | 0,6 | | -39,8 | -17,3 | 130,1% |
| - Steuerquote | 31,7% | -5,5% | | 32,0% | 30,1% | |
| Ergebnisanteile anderer Gesellschafter | -0,2 | -0,5 | | 0,2 | -0,5 | |
| Konzerngewinn | 12,5 | 10,6 | 18,9% | 84,9 | 39,7 | 113,8% |
| Ergebnis je Aktie (€) | 0,78 | 0,69 | 13,8% | 5,44 | 2,58 | 110,8% |
| Ergebnis je Aktie (€) - verwässert | 0,76 | 0,69 | 10,9% | 5,34 | 2,58 | 106,9% |
| Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien | | | | 15,611 | 15,392 | |
| Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert | | | | 15,908 | 15,392 | |

| Segmentdaten | Umsätze | | Rohergebnis | |
|---|-----------------------------|------------------|--------------------|------------------|
| | 1-12/2002 | 1-12/2001 | 1-12/2002 | 1-12/2001 |
| | nach Sitz der Kunden | | | |
| | €Mio. | €Mio. | % | % |
| Aufgliederung nach Regionen | | | | |
| Europa | 634,5 | 399,8 | 44,5% | 43,3% |
| Amerika | 208,7 | 142,2 | 44,4% | 41,6% |
| Asien/Pazifik | 47,4 | 45,3 | 37,5% | 35,0% |
| Afrika/Mittlerer Osten | 19,2 | 10,9 | 22,2% | 24,5% |
| | 909,8 | 598,1 | 43,6% | 41,9% |
| | Umsätze | | | |
| | €Mio. | €Mio. | % | % |
| Aufgliederung nach Produkt-Segmenten | | | | |
| Schuhe | 613,0 | 384,1 | 44,3% | 42,2% |
| Textil | 238,4 | 169,5 | 41,7% | 41,2% |
| Accessories | 58,3 | 44,5 | 44,8% | 41,7% |
| | 909,8 | 598,1 | 43,6% | 41,9% |

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

| Konsolidierte Bilanz zum 31. Dezember | 2002 | 2001 | Abwei- |
|--|---------------|---------------|---------------|
| | € Mio. | € Mio. | chung |
| AKTIVA | | | |
| Flüssige Mittel | 113,6 | 35,3 | 221,7% |
| Vorräte | 167,9 | 144,5 | 16,2% |
| Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände | 143,9 | 126,8 | 13,5% |
| Umlaufvermögen | 425,4 | 306,7 | 38,7% |
| Latente Steuern | 23,8 | 17,0 | 39,7% |
| Sachanlagevermögen, netto | 56,8 | 50,0 | 13,6% |
| Goodwill und sonstige langfristige Vermögensgegenstände | 19,8 | 21,7 | -8,7% |
| | 525,8 | 395,4 | 33,0% |
| PASSIVA | | | |
| Kurzfristige Bankdarlehen | 19,3 | 43,1 | -55,3% |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 117,9 | 88,6 | 33,0% |
| Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten | 47,2 | 28,0 | 68,7% |
| Verbindlichkeiten | 184,4 | 159,7 | 15,4% |
| Pensionsrückstellungen | 17,9 | 17,4 | 2,9% |
| Steuerrückstellungen | 25,8 | 2,5 | 931,9% |
| Andere Rückstellungen | 45,1 | 37,1 | 21,6% |
| Langfristige verzinsliche Schulden | 0,1 | 1,1 | -94,7% |
| Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter | 0,4 | 0,8 | -49,9% |
| Eigenkapital | 252,2 | 176,7 | 42,7% |
| | 525,8 | 395,4 | 33,0% |

| Cash Flow Rechnung PUMA Gruppe | 1-12/2002 | 1-12/2001 | Abwei- |
|---|------------------|------------------|---------------|
| | € Mio. | € Mio. | chung |
| Ergebnis vor Ertragsteuern | 124,4 | 57,4 | 116,6% |
| Zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge | 10,7 | 12,2 | -12,8% |
| Cash Flow - Brutto | 135,1 | 69,7 | 93,9% |
| Veränderung Working Capital | 6,4 | -25,7 | -124,9% |
| Zins-, Steuer- und andere Zahlungen | -22,4 | -0,2 | |
| Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit | 119,1 | 43,7 | 172,3% |
| Cash Flow aus der Investitionstätigkeit | -19,0 | -40,8 | 53,3% |
| Free Cash Flow | 100,1 | 3,0 | |
| Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit | -18,2 | -11,0 | -65,9% |
| Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes | -3,6 | 0,4 | |
| Veränderung des Finanzmittelbestandes | 78,3 | -7,6 | |
| Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres | 35,3 | 42,9 | -17,6% |
| Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode | 113,6 | 35,3 | 221,7% |

| Ausgewählte Kennzahlen | 2002 | 2001 | Abwei- |
|--|-------------|-------------|---------------|
| | | | chung |
| Weltweite Umsätze (€ Mio.) | 1.380,0 | 1.011,7 | 36,4% |
| Eigenkapitalquote | 48,0% | 44,7% | |
| Working Capital/Nettoumlaufvermögen (€ Mio.) | 114,0 | 110,3 | 3,3% |
| Auftragsbestand (€ Mio.) | 531,1 | 360,1 | 47,5% |
| Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Werten (€ Mio.) | 22,5 | 24,8 | -9,2% |
| Mitarbeiter (31. Dezember) | 2.387 | 2.012 | 18,6% |