



MEDIEN Ansprechpartner:

Ulf Santjer, Tel. +49 9132 81 2489
 Kerstin Neuber, Tel. +49 9132 81 2984

INVESTOREN Ansprechpartner:

Klaus Bauer, Tel. +49 9132 81 2375
 Michael Laemmermann, Tel. + 49 9132 81 2375

Herzogenaurach, 15. Februar 2011 – Die PUMA AG berichtet über ihre konsolidierten Geschäftsergebnisse für 4. Quartal und Geschäftsjahr 2010

Highlights 4. Quartal

- Anstieg der konsolidierten Umsätze um 28,2% auf Rekord-Umsatz in Höhe von € 623 Mio.
- Rohertragsmarge schwächt sich aufgrund von Veränderungen im regionalen Mix, Fremdwährungskursen (Hedging) und Beschaffungspreisen auf 45,4% ab
- Operatives Ergebnis vor Sondereffekten steigt um 2,6% auf € 41,1 Mio.
- Gewinn je Aktie verbessert sich auf € 0,93
- PUMAs „Back on the Attack“-Plan vom Oktober gibt zukünftige Wachstumsstrategie des Unternehmens vor

Highlights Januar bis Dezember

- Konsolidierte Umsätze steigen in Euro um 10,6% auf erstmals mehr als € 2,7 Mrd.
- Rohertragsmarge liegt bei starken 49,7%
- Operatives Ergebnis vor Sondereffekten verbessert sich um 12,7% auf € 337,8 Mio.
- Ergebnis vor Steuern mit € 301,5 Mio. mehr als verdoppelt
- Konzerngewinn verbessert sich um 154,0% auf € 202,2 Mio.
- Gewinn je Aktie steigt deutlich auf € 13,45 gegenüber € 5,28 im Vorjahr
- Anhaltend starke Eigenkapitalquote und Cash-Position

Umsatz nach Kunden	Q4		Wachstumsraten		1-12		Wachstumsraten	
	2010	2009 *	Euro	währungs- bereinigt	2010	2009 *	Euro	währungs- bereinigt
Aufgliederung nach Regionen								
EMEA	223,1	193,5	15,3%	8,8%	1.221,7	1.204,2	1,5%	-2,5%
Amerika	216,3	153,0	41,3%	27,8%	855,9	665,1	28,7%	20,0%
Asien/Pazifik	184,0	139,7	31,7%	13,1%	628,8	578,0	8,8%	-2,6%
Gesamt	623,4	486,2	28,2%	16,1%	2.706,4	2.447,3	10,6%	3,6%
Aufgliederung nach Produktsegmenten								
Schuhe	307,5	240,4	27,9%	15,7%	1.424,8	1.321,7	7,8%	1,1%
Textilien	242,0	186,9	29,5%	16,9%	941,3	846,2	11,2%	3,8%
Accessoires	73,9	58,9	25,5%	15,1%	340,3	279,4	21,8%	14,9%
Gesamt	623,4	486,2	28,2%	16,1%	2.706,4	2.447,3	10,6%	3,6%

* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010

Ausblick 2011

- Trotz fehlender herausragender Sportereignisse erwartet das Management ein Umsatzwachstum im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich
- Aufgrund von Investitionen in Marke, Produkt und Prozessoptimierung als Teil unseres „Back on the Attack“-Plans ist mit einem Anstieg der operativen Aufwendungen (OPEX) zu rechnen
- Beim Konzerngewinn wird unter der Annahme moderat steigender Beschaffungskosten hinsichtlich Rohstoffen und Löhnen ein mittlerer einstelliger Anstieg erwartet.



Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender: „Wir haben das Geschäftsjahr mit einem Umsatzrekord im vierten Quartal abgeschlossen, das 2010 insgesamt zu einer äußerst soliden Geschäftsentwicklung geführt hat und damit die Stärke von Marke und Unternehmen in einem sich aufhellenden Konsumklima unterstreicht. Wir freuen uns, dass sich unsere Umsatzerwartungen weiterhin bestätigen und PUMA ein gesundes Wachstum aufweist. Wir sind gut gerüstet, um unser Markenpotenzial mit Hilfe unseres Fünf-Jahres-Wachstumsplans voll auszuschöpfen. Es ist unser Ziel, unsere bestehenden Produktkategorien und strategischen Schlüsselmärkte weiter auszubauen, in die Bereiche Marketing und Produktentwicklung konsequent zu investieren und damit unsere weltweiten Umsätze weiter zu steigern.“

Das Jahr 2010 im Überblick

PUMA ist „back on the Attack“! Im abgelaufenen Geschäftsjahr erzielte PUMA einen Rekordumsatz und konnte seine Profitabilität ebenfalls steigern. Das Unternehmen hat die globale Finanzkrise erfolgreich bewältigt und damit den Grundstein für ein erfolgreiches Wachstum in den kommenden Jahren gelegt.

Die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 auf dem afrikanischen Kontinent, bei der PUMA insgesamt sieben Mannschaften ausrüstete, erwies sich als Höhepunkt für die Marke. Darüber hinaus verlängerten wir die Partnerschaft mit Leichtathletik-Superstar Usain Bolt und feierten zusammen mit Red Bull Racing den jüngsten Weltmeister in der Geschichte der Formel 1, Sebastian Vettel. Doch nicht nur in sportlicher Hinsicht konnten wir Akzente setzen: PUMA führte im Rahmen seines umfassenden Nachhaltigkeitskonzeptes sein innovatives, umweltfreundliches Verpackungskonzept „Clever Little Bag“ ein und unterstrich damit erneut sein Ziel, das begehrteste und nachhaltigste Unternehmen der Sportlifestyle-Branche zu sein.

Im Geschäftsjahr 2010 erhöhten sich die Markenumsätze um währungsbereinigt 3,1% und die konsolidierten Umsätze stiegen währungsbereinigt um 3,6%. Auf Euro-Basis erhöhten sich die Umsätze um 10,6% auf mehr als € 2,7 Milliarden. Der konstante Wachstumstrend, der bedingt durch die Finanzkrise ab 2009 unterbrochen wurde, konnte somit im vergangenen Jahr fortgesetzt werden. Die Rohertragsmarge sank leicht auf 49,7%, womit PUMA dennoch den Spitzenplatz in der Sportartikelbranche behauptet. Das bereits im Vorjahr eingeleitete Restrukturierungs- und Reengineeringprogramm wurde 2010 konsequent fortgesetzt. Aus den Unregelmäßigkeiten bei dem in Griechenland bestehenden Joint Venture resultierten jedoch Einmalaufwendungen in Höhe von € 31 Mio. Die Vergleichszahlen des Jahres 2009 im Jahresabschluss 2010 wurden ebenso angepasst.

Unter Berücksichtigung der Einmalaufwendungen legte das Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) um mehr als das Doppelte von € 146,4 auf € 306,8 Mio. zu und der Gewinn je Aktie stieg auf € 13,45 gegenüber € 5,28 im Vorjahr.

PUMA setzte seine Expansionsstrategie durch die Übernahme der Marke Cobra Golf, mit der wir unsere Produktkategorie Golf um Golfschläger ergänzt haben, erfolgreich fort. Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir außerdem einen Anteil von 20,1% an Wilderness Holdings Ltd. erworben, eines der führenden Unternehmen für verantwortungsbewussten Öko-Tourismus und Naturschutz.

Die PUMA-Aktie notierte zum Jahresende bei € 248,00 und stieg im Jahresvergleich um 7,0%, was zu einer Marktkapitalisierung von rund € 3,7 Mrd. führte.

Umsatz- und Ertragslage im 4. Quartal 2010

Die konsolidierten Umsätze im vierten Quartal 2010 stiegen währungsbereinigt um 16,1% bzw. um 28,2% auf Euro-Basis auf insgesamt € 623,4 Mio. und erreichten damit ein Rekordniveau in der Firmengeschichte von PUMA.

Alle Regionen trugen zu diesem Umsatzanstieg bei. Die Umsätze in der Region EMEA stiegen währungsbereinigt um 8,8%, in Amerika sogar um 27,8% und in Asien/Pazifik um 13,1%. Im Bereich Schuhe stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 15,7% und bei Textilien um 16,9%. Accessoires verbesserten sich um 15,1%. Die Erstkonsolidierungseffekte in dieser Kategorie hatten nur einen geringen Einfluss im vierten Quartal. Die Rohertragsmarge sank gegenüber dem Vorjahresquartal um 500 Basispunkte auf 45,4%. Dieser Rückgang ist teilweise auf die Veränderungen im regionalen Umsatzmix zurückzuführen und auf einen traditionell höheren Anteil von Abverkäufen, sowie auf ungünstigere Fremdwährungskursen (Hedging) und höheren Input-Kosten.

Die operativen Aufwendungen stiegen im Vergleich zum Umsatz unterproportional um 17,6% auf € 246,9 Mio., so dass die Kostenquote von 43,2% auf 39,6% gesenkt werden konnte.

Das operative Ergebnis (vor Sondereffekten) stieg um 2,6% von € 40,0 Mio. auf € 41,1 Mio. Einschließlich Sondereffekten verbesserte sich das operative Ergebnis deutlich von € 6,7 Mio. auf € 27,9 Mio. oder von 1,4% auf 4,5% vom Umsatz. Damit ergibt sich ein Gewinn je Aktie von € 0,93 nach einem Verlust im Vorjahr.

Umsatz- und Ertragslage Januar bis Dezember 2010

Weltweite Markenumsätze

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, bestehend aus Lizenz- sowie konsolidierten Umsätzen, stiegen 2010 währungsbereinigt um 3,1% und in Euro um 9,8% auf € 2.862,1 Mio.

Konsolidierte Umsätze

Im Geschäftsjahr 2010 stiegen die konsolidierten Umsätze währungsbereinigt um 3,6% bzw. auf Euro-Basis um 10,6% auf € 2.706,4 Mio. Damit hat PUMA erstmals in seiner Unternehmensgeschichte die Umsatzmarke von € 2,7 Mrd. überschritten und den 16 Jahre anhaltenden Wachstumskurs, der 2009 durch die Finanzkrise unterbrochen wurde, erfolgreich wieder aufgenommen. Im Segment Schuhe erhöhten sich die Umsätze währungsbereinigt um 1,1% auf € 1.424,8 Mio. Der Anteil am Konzernumsatz lag bei 52,6% gegenüber 54,0% im Vorjahr. Die Umsätze im Segment Textilien stiegen währungsbereinigt von 34,8% im Vergleich zu 34,6% im Vorjahr. Im Segment Accessoires erhöhten sich die Umsätze währungsbereinigt um 14,9% auf € 340,3 Mio. Die Steigerung ist im Wesentlichen durch die Erweiterung des Konsolidierungskreises infolge der Übernahme von Cobra Golf begründet. Der Anteil von Accessories am Konzernumsatz stieg auf 12,6% gegenüber 11,4% im Vorjahr.

Rohertragsmarge

Die Rohertragsmarge sank um 110 Basispunkte auf 49,7%, behauptet damit aber dennoch einen Spitzenplatz in der Sportartikelbranche. Der Rückgang erklärt sich vor allem durch einen veränderten regionalen Mix, einen leichten Anstieg der Beschaffungskosten und ungünstigere Fremdwährungskurse (Hedging) im Vergleich zum Vorjahr. In absoluten Zahlen reduzierte sich die Rohertragsmarge von € 1.243,1 Mio. auf € 1.344,8 Mio. oder 8,2%. Nach Produktsegmenten lag die Rohertragsmarge bei Schuhen bei 48,9% gegenüber 49,8% im Vorjahr. Bei Textilien sank die Marge von 51,3% auf 50,6% und bei Accessoires verzeichnete sie aufgrund der Integration von Cobra Golf einen Rückgang von 54,1% auf 50,6%.

Operative Aufwendungen

Die operativen Aufwendungen vor Sondereffekten stiegen um 6,4% auf € 1.026,1 Mio. und damit im Verhältnis geringer als das Umsatzwachstum. Der Grund dafür sind Währungseffekte und die Erweiterung des Konsolidierungskreises durch die Übernahme von Cobra Golf sowie der neuen Tochtergesellschaft PUMA Spanien. In Prozent vom Umsatz konnte PUMA die Kostenquote von 39,4% im Vorjahr auf 37,9% senken, was auf das eingeleitete Kostensenkungsprogramm von 2009 zurückzuführen ist. Die Aufwendungen für Marketing und Retail blieben nahezu unverändert bei € 501,3 Mio., was einem Rückgang der Kostenquote von 20,5% auf

18,5% entspricht. Die übrigen Vertriebsaufwendungen erhöhten sich um 12,6% auf € 348,8 Mio. oder von 12,7% auf 12,9% vom Umsatz. Die Aufwendungen für Produktentwicklung und Design stiegen von € 58,1 Mio. auf € 63,6 Mio. bzw. sanken in Prozent vom Umsatz von 2,4% auf 2,3%. Die Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen stiegen durch Akquisitionen und Währungseffekte von 11,9% auf € 147,9 Mio. Die Kostenquote erhöhte sich demzufolge leicht von 5,4% auf 5,5% vom Umsatz. Die operativen Erträge beliefen sich auf € 35,5 Mio. gegenüber € 35,7 Mio. im Vorjahr.

Die Abschreibungen summierten sich auf € 55,2 Mio. und fielen damit um 8,4% geringer aus als im Vorjahr, was ein Beleg für die weitsichtige Investitionsplanung von PUMA ist.

Das operative Ergebnis vor Sondereffekten (EBIT)

Das operative Ergebnis vor Sondereffekten verbesserte sich um 12,7% auf € 337,8 Mio. gegenüber € 299,7 Mio. im Vorjahr. In Prozent vom Umsatz entspricht das einer verbesserten operativen Marge von 12,5% gegenüber 12,2% in 2009.

EBIT

Die festgestellten Unregelmäßigkeiten bei dem in Griechenland bestehenden Joint Venture hatten im zurückliegenden Geschäftsjahr Einmalaufwendungen von € 31 Mio. zur Folge. Zusätzlich hat PUMA die Vergleichszahlen vom 31. Dezember 2009 angepasst. Der Ergebnisvortrag zum Stand 31. Dezember 2009 verringerte sich um € 106,5 Mio. Unter Berücksichtigung der Einmalaufwendungen konnte PUMA 2010 mit € 306,8 Mio. ein mehr als doppelt so hohes operatives Ergebnis (EBIT) erzielen als 2009 (€ 146,4 Mio.). Die operative Marge lag in Prozent vom Umsatz bei 11,3% gegenüber 6,0% im Jahr 2009. Nachdem die Vorkommnisse gründlich untersucht und die Auswirkungen behoben wurden, erwartet das Management keine weiteren Belastungen in diesem Zusammenhang. PUMA hat alle strafrechtlichen Ansprüche gegen den Minderheitsgesellschafter des griechischen Joint Ventures und Mitglieder des griechischen Managements geltend gemacht. Darüber hinaus gibt es derzeit keine neuen Erkenntnisse.

Finanzergebnis

Aufgrund des Anteils erwerbs von 20,1% an Wilderness Holdings Ltd., einem auf verantwortungsbewussten Öko-Tourismus und Naturschutz ausgerichteten Unternehmen, beinhaltet das Finanzergebnis für 2010 ein Ergebnis einer Beteiligungsgesellschaft (€ 1,8 Mio.). Das gesamte Finanzergebnis lag bei € -5,3 Mio. gegenüber € -8,0 Mio. im Vorjahr.

Im Finanzergebnis sind Zinserträge in Höhe von € 4,4 Mio. (Vorjahr: € 3,8 Mio.) sowie Zinsaufwendungen von € 5,9 Mio. (Vorjahr: € 6,6 Mio.) enthalten. Das Finanzergebnis enthält darüber hinaus Aufwendungen aus aufgezinnten langfristigen Kaufpreisverbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben in Höhe von € 4,3 Mio. (Vorjahr: € 4,1 Mio.) sowie € 1,3 Mio. (Vorjahr: € 1,1 Mio.) aus der Bewertung von Pensionsplänen.

Gewinn vor Steuern

Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Gewinn vor Steuern (EBT) deutlich von € 138,4 Mio. auf € 301,5 Mio. oder in Prozent vom Umsatz von 5,7% auf 11,1%. Der Anstieg resultiert aus den Umsatzzuwächsen, den erzielten Kostenreduzierungen im Rahmen des Restrukturierungsprogramms und den geringeren Einmalaufwendungen. Der Steueraufwand erhöhte sich von € 61,1 Mio. auf € 99,3 Mio. Die Steuerquote lag 2010 mit 32,9% unter dem Vorjahrswert von 44,1%, und damit immer noch relativ hoch, weil Einmalaufwendungen in den jeweiligen Ländern nur eingeschränkt steuerlich geltend gemacht werden konnten.

Konzerngewinn

Der Konzerngewinn stieg auf € 202,2 Mio. gegenüber € 79,6 Mio. im Vorjahr. Die Nettoendite verbesserte sich deutlich auf 7,5% im Vergleich zu 3,3% im Vorjahr. Der Gewinn pro Aktie erhöhte sich von € 5,28 auf € 13,45, während der verwässerte Gewinn pro Aktie € 13,37 gegenüber € 5,27 im Vorjahr erreichte.

Regionale Entwicklung

Die Umsätze in der Region **EMEA** reduzierten sich währungsbereinigt um 2,5% auf € 1.221,7 Mio. Auf Euro-Basis verzeichneten die Umsätze dagegen ein Wachstum von 1,5% im Vergleich zum Vorjahr. Der Anteil der Region EMEA am Konzernumsatz lag bei 45,1% gegenüber 49,2% im Vorjahr. Nach Produktbereichen gingen die Umsätze mit Schuhen währungsbereinigt um 9,1% zurück. Textilien legten dagegen währungsbereinigt um 2,1% zu, Accessories sogar um 9,9%. Die Rohertragsmarge lag bei 50,6% gegenüber 52,2% im Vorjahr.

In der Region **Amerika** stiegen die Umsätze währungsbereinigt um starke 20,0% auf € 855,9 Mio. Als Wachstumstreiber erwies sich vor allem Lateinamerika. Der Anteil der Region Amerika am Konzernumsatz stieg entsprechend auf 31,6% gegenüber 27,2% im Vorjahr. Die Umsätze bei Schuhen stiegen währungsbereinigt um 16,8% und bei Textilien um 21,8%. Der deutliche Umsatzanstieg bei Accessoires von 53,5% ist vor allem auf die Akquisition von Cobra Golf zurückzuführen. Die Rohertragsmarge lag bei 46,6% gegenüber 48,2% im Vorjahr.

Die Umsätze in der Region **Asien/Pazifik** gingen währungsbereinigt leicht um 2,6% auf € 628,8 Mio. zurück. Auf Euro-Basis wiesen die Umsätze dagegen ein Wachstum von 8,8% auf. Der Anteil am Konzernumsatz blieb mit 23,2% im Vergleich zum Vorjahr mit 23,6% in etwa gleich. Die Umsätze bei Schuhen reduzierten sich währungsbereinigt um 6,1% und bei Textilien um 1,9%, während Accessories einen Anstieg um 5,4% erzielten. Die Rohertragsmarge verbesserte sich von 50,8% im Vorjahr auf 52,0%.

Vermögens- und Finanzlage

Eigenkapital

Zum 31. Dezember 2010 stieg die Bilanzsumme um 22,9% von € 1.925,0 Mio. auf € 2.366,6 Mio. Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die Erhöhung von Lagerbeständen und Forderungen aus Lieferungen - zum Teil währungsbedingt - sowie die Erweiterung des Konsolidierungskreises zurückzuführen. Aufgrund der deutlichen Erhöhung der Bilanzsumme sank die Eigenkapitalquote leicht von 58,9% auf 58,6%. In absoluten Zahlen konnte das Eigenkapital jedoch um 22,3% von € 1.133,3 Mio. auf € 1.386,4 Mio. verbessert werden. Damit verfügt PUMA wie in den zurückliegenden Jahren über eine äußerst solide Kapitalausstattung.

Working Capital

Das Working Capital stieg um 25,2% von € 323,2 Mio. auf € 404,5 Mio., was im Zusammenhang mit Währungs- und Konsolidierungseffekten steht. In Prozent vom Umsatz bedeutet dies einen leichten Anstieg von 13,2% auf 14,9%. Die Erhöhung resultiert im Wesentlichen aus einer deutlichen Aufstockung der Lagerbestände von 27,7% auf € 439,7 Mio., welche notwendig war, um das geplante Umsatzwachstum in diesem Jahr zu bedienen. Forderungen aus Lieferungen stiegen um 28,7% auf € 447,0 Mio., was vor allem auf das umsatzstarke vierte Quartal und Währungseffekte zurückzuführen ist.

Cashflow

Der Brutto-Cashflow erhöhte sich 2010 aufgrund des Anstiegs des Gewinns vor Steuern (EBT) um 28,7% auf € 358,4 Mio. Die Veränderung im Nettoumlaufvermögen weist aufgrund höherer Lagerbestände und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen einen Mittelabfluss von € 97,0 Mio. gegenüber einem Mittelzufluss von € 116,8 Mio. im Vorjahr aus. Steuern, Zinsen und andere Zahlungen blieben konstant bei € 92,0 Mio. Im Ergebnis sanken die Mittel aus dem operativen Geschäft von € 303,9 Mio. auf € 169,4 Mio.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit erhöhte sich von € 136,6 Mio. auf € 152,3 Mio. Dieser Anstieg resultiert vor allem aus Kaufpreisverbindlichkeiten im Zusammenhang mit den Firmenübernahmen von Cobra und dem Erwerb von Anteilen an Wilderness Holdings Ltd. Diese erhöhten sich um 32,5% von € 81,8 Mio. aus dem Vorjahr auf € 108,4 Mio. Ebenfalls enthalten sind insgesamt € 55,2 Mio. gegenüber € 54,5 Mio. im Vorjahr an Investitionen ins Anlagevermögen. Im Ergebnis sank der Freie Cashflow von € 167,3 Mio. auf € 17,1 Mio. Ohne Zahlungen für Akquisitionen fiel der Freie Cashflow von € 249,1 Mio. auf € 125,5 Mio. In Prozent vom Umsatz lag der Freie Cashflow (vor Akquisitionen) bei 4,6% gegenüber 10,2% im Vorjahr.

Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeiten beinhaltet vor allem Dividendenzahlungen von € 27,1 Mio. und Investitionen zum Kauf eigener Aktien in Höhe von € 23,4 Mio.

Zum 31. Dezember 2010 lagen die flüssigen Mittel beinahe unverändert bei € 479,6 Mio.

Dividende

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 14. April 2010 vor, für das Geschäftsjahr 2010 aus dem Bilanzgewinn der PUMA AG eine Dividende in derselben Höhe des Vorjahres von € 1,80 je Aktie auszuschütten. Die unveränderte Dividende entspricht der Verbesserung der diesjährigen konsolidierten Umsätze unter Berücksichtigung der Anpassung der Vergleichszahlen aus dem letzten Jahr. Die Auszahlung der Dividende soll am Tag nach der Hauptversammlung, die über die Ausschüttung beschließt, erfolgen.

Aktienrückkauf

Im Berichtszeitraum 2010 kaufte die PUMA AG 102.219 Stück eigene Aktien zu einem Wert von 23,4 Millionen. Zum Bilanzstichtag hält die Gesellschaft damit 101.593 Stück eigene Aktien im Bestand.

Weitere Ereignisse

Umwandlung der PUMA AG in eine Europäische Aktiengesellschaft (SE)

In ihrer Ad-Hoc Mitteilung vom 18. Oktober 2010 gab die PUMA AG die Absicht bekannt, ihre Rechtsform in eine Europäische Aktiengesellschaft PUMA SE umzuwandeln. Als Teil der Umwandlung plant PUMA seine bisherige zweigliedrige Struktur, bestehend aus Vorstand und Aufsichtsrat, an das flexible und moderne internationale SE-Modell mit einem eingliedrigem Verwaltungsrat anzupassen. Darüber hinaus werden zukünftig geschäftsführende Direktoren das operative Geschäft der PUMA SE verantworten.

Die Umwandlung erfordert die Zustimmung durch die Hauptversammlung im April 2011.

Ausblick 2011

Besonders in der zweiten Hälfte des vergangenen Jahres haben sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gegenüber 2009 verbessert. Trotz fehlender herausragender Sportereignisse erwarten wir in den nächsten zwei Jahren dennoch ein Umsatzwachstum im mittleren bis oberen einstelligen Prozentbereich. Im Rahmen der Investorenkonferenz im vergangenen Oktober veröffentlichte PUMA seinen Fünf-Jahres-Plan „Back on the Attack 2010-2015“, der insbesondere in PUMAs Kernmärkten eine deutliche Umsatzsteigerung vorsieht. Diese soll vor allem in den ersten zwei Jahren des Wachstumsplanes durch gezielte Investitionen in Marke und Produkt sowie optimierte Geschäftsprozesse forciert werden. Die Kostenquote wird sich aus diesem Grund in den ersten Jahren zunächst erhöhen, in den Folgejahren hingegen allmählich sinken. Vor diesem Hintergrund und unter der Annahme, dass die Beschaffungskosten nur geringfügig ansteigen, gehen wir davon aus, in den Jahren 2011 und 2012 eine Verbesserung des Konzerngewinns im mittleren einstelligen Prozentbereich erzielen zu können.

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 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, und Tretorn. Das Unternehmen, das 1948 gegründet wurde, vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt weltweit mehr als 9.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentralen befinden sich in Herzogenaurach, Boston, London und Hongkong. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: www.puma.com

Viertes Quartal
Gesamtjahr

Gewinn- und Verlustrechnung	Q4/2010 € Mio.	Q4/2009 *	Abwei- chung	1-12/2010 € Mio.	1-12/2009 *	Abwei- chung
Umsatzerlöse	623,4	486,2	28,2%	2.706,4	2.447,3	10,6%
Umsatzkosten	-340,5	-241,2	41,2%	-1.361,6	-1.204,2	13,1%
Rohhertrag	282,9	245,0	15,5%	1.344,8	1.243,1	8,2%
- in % der konsolidierten Umsätze	45,4%	50,4%		49,7%	50,8%	
Lizenz- und Provisionserträge	5,1	5,0	0,8%	19,1	20,6	-7,3%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-246,9	-210,0	17,6%	-1.026,1	-964,0	6,4%
Operatives Ergebnis vor Sondereffekten	41,1	40,0	2,6%	337,8	299,7	12,7%
- in % der konsolidierten Umsätze	6,6%	8,2%		12,5%	12,2%	
Sondereffekte	-13,2	-33,3		-31,0	-153,3	
Operatives Ergebnis (EBIT)	27,9	6,7	317,9%	306,8	146,4	109,6%
- in % der konsolidierten Umsätze	4,5%	1,4%		11,3%	6,0%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-1,2	-2,6	-55,2%	-5,3	-8,0	-33,1%
Gewinn vor Steuern (EBT)	26,7	4,1	546,0%	301,5	138,4	117,8%
- in % der konsolidierten Umsätze	4,3%	0,9%		11,1%	5,7%	
Ertragssteuern	-12,8	-11,7	9,4%	-99,3	-61,1	62,5%
- Steuerquote	48,1%	284,0%		32,9%	44,1%	
Minderheiten zuzurechnende Gewinne	0,1	0,4	-78,1%	0,0	2,3	-100,0%
Konzerngewinn	14,0	-7,2	293,5%	202,2	79,6	154,0%
Gewinn je Aktie (€)	0,93	-		13,45	5,28	154,9%
Gewinn je Aktie (€) - verwässert	0,92	-		13,37	5,27	153,5%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				15,031	15,082	-0,3%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				15,123	15,092	0,2%

* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010

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

Bilanz	31.12.'10 € Mio.	31.12.'09 * € Mio.	Abwei- chung
AKTIVA			
Flüssige Mittel	479,6	485,6	-1,2%
Vorräte	439,7	344,4	27,7%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	447,0	347,4	28,7%
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	177,6	115,1	54,3%
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	3,3	1,7	94,1%
Kurzfristige Vermögenswerte	1.547,2	1.294,2	19,5%
Latente Steuern	96,5	64,8	48,9%
Sonstige langfristige Vermögenswerte	722,9	566,0	27,7%
Langfristige Vermögenswerte	819,4	630,8	29,9%
Summe Aktiva	2.366,6	1.925,0	22,9%
PASSIVA			
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	42,8	48,3	-11,4%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	344,3	265,7	29,6%
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	315,5	258,7	22,0%
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	96,4	54,8	75,9%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	799,0	627,5	27,3%
Latente Steuern	50,7	4,4	
Pensionsrückstellungen	26,1	25,4	2,8%
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	104,4	134,4	-22,3%
Langfristige Verbindlichkeiten	181,2	164,2	10,4%
Eigenkapital	1.386,4	1.133,3	22,3%
Summe Passiva	2.366,6	1.925,0	22,9%

* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010

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

Kapitalflussrechnung	1-12/2010 € Mio.	1-12/2009 *	Abwei- chung
		€ Mio.	
Gewinn vor Steuern (EBT)	301,5	138,4	117,8%
Zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	56,9	140,1	-59,4%
Brutto Cashflow	358,4	278,5	28,7%
Veränderung Nettoumlaufvermögen	-97,0	116,8	-183,0%
Steuer-, Zins- und andere Zahlungen	-92,0	-91,4	0,6%
Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	169,4	303,9	-44,3%
Zahlung für Akquisitionen	-108,4	-81,8	32,5%
Erwerb von Anlagevermögen	-55,2	-54,5	1,3%
Erhaltene Zinsen und sonstige Veränderungen	11,3	-0,3	
Mittelzufluss-/abfluss aus der Investitionstätigkeit	-152,3	-136,6	11,5%
Freier Cashflow	17,1	167,3	-89,8%
Freier Cashflow (vor Akquisition)	125,5	249,1	-49,6%
Dividendenzahlung	-27,1	-41,5	-34,7%
Erwerb von eigenen Anteilen	-23,4	0,0	0,0%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	-3,7	-16,4	-77,4%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-54,2	-57,9	-6,4%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	31,1	1,2	
Veränderung des Finanzmittelbestandes	-6,0	110,6	-105,4%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	485,6	375,0	29,5%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	479,6	485,6	-1,2%

* angepasste Vergleichswerte nach IAS 8, siehe Textziffer 3 im Konzernanhang zum 31. Dezember 2010

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