



PRESSEMITTEILUNG Q4 2017

PUMA übertrifft erstmals die Umsatzmarke von 4 Milliarden Euro Profitabilität verbessert sich 2017 deutlich

Herzogenaurach, 12. Februar 2018

Geschäftsentwicklung im vierten Quartal 2017

- Umsätze steigen währungsbereinigt um 14,5% auf € 1.040 Millionen (+8,6% in der Berichtswährung Euro) mit zweistelligen Wachstumsraten in allen Regionen; Schuhe sind Haupttreiber des Wachstums
- Rohertragsmarge verbessert sich um 250 Basispunkte auf 47,1%
- Operative Aufwendungen (OPEX) steigen um 11,7% aufgrund höherer Aufwendungen für Marketing und Retail
- Operatives Ergebnis (EBIT) hat sich von € 14 Millionen im Vorjahr auf € 30 Millionen mehr als verdoppelt
- Zusammen mit Lewis Hamilton starteten wir die 24/7 Trainingskampagne mit dem neuen IGNITE Flash Schuh
- PUMA gewinnt in den USA den "Marketer of the Year"-Preis des Magazins Footwear News

Geschäftsentwicklung im Gesamtjahr 2017

- Umsätze steigen währungsbereinigt um 15,9% auf € 4.136 Millionen (+14,0% in der Berichtswährung Euro) und überschreiten erstmals die 4-Milliarden-Umsatzmarke, alle Regionen verzeichnen zweistellige Wachstumsraten
- Rohertragsmarge erhöht sich um 160 Basispunkte auf 47,3%
- Anstieg der operativen Aufwendungen um nur 11,7% führt zu einem verbesserten operativen Leverage
- Operatives Ergebnis (EBIT) verbessert sich deutlich von € 128 Millionen auf € 245 Millionen
- Konzernergebnis von € 62 Millionen auf € 136 Millionen mehr als verdoppelt und Ergebnis je Aktie erhöht sich entsprechend von € 4,17 auf € 9,09
- Starke Verbesserung des Freien Cashflows von € 50 Millionen auf € 117 Millionen

- Vorgeschlagene einmalige Dividende von insgesamt € 12,50 je Aktie für das Geschäftsjahr 2017
- Neue Schnürsystem-Technologie NETFIT im Bereich Performance und Sportstyle eingeführt
- Produkteinführung von PUMAs Fußballschuh FUTURE entspricht aufgrund seiner NETFIT-Technologie ideal den Kundenbedürfnissen
- Das Frauengeschäft, unterstützt durch die Schuh-Styles HEART, FIERCE und PLATFORM, bleibt weiterhin stark

Bjørn Gulden, CEO PUMA SE:

"2017 war ein sehr gutes Jahr für PUMA. Wir sind um 16% gewachsen und haben zum ersten Mal in unserer Firmengeschichte einen Umsatz von über € 4 Milliarden erzielt. Unser EBIT haben wir mit € 245 Millionen nahezu verdoppelt und haben in fast allen Bereichen Fortschritte gemacht. Dieses Momentum, verbunden mit der positiven Resonanz unserer Konsumenten und Handelspartner, lässt uns zuversichtlich in das Jahr 2018 blicken. Wir erwarten, unseren Umsatz bei konstanten Wechselkursen im Jahr 2018 um 10% steigern zu können und rechnen mit einem EBIT zwischen € 305 und 325 Millionen (€ 245 Millionen im Jahr 2017). Wir freuen uns ebenfalls über den Vorschlag unseres Anteilseigners Kering, seine Beteiligung an PUMA durch eine Ausschüttung von Sachdividenden an dessen Aktionäre zu reduzieren. PUMA wird dadurch zu einem unabhängigen Unternehmen mit einem viel höheren Streubesitz (55%) und zwei starken Ankeraktionären - Kering (16%) und Artemis (29%) - werden. Damit werden wir unsere positive Entwicklung weiter fortsetzen können und PUMA zur schnellsten Sportmarke der Welt machen."

Umsatzentwicklung:

Umsatz nach Regionen und Produktsegmenten € Mio.	Viertes Quartal				Gesamtjahr			
	Q4		Wachstumsraten		1-12		Wachstumsraten	
	2017	2016	Euro	währungs- bereinigt	2017	2016	Euro	währungs- bereinigt
Aufgliederung nach Regionen								
EMEA	348,0	298,4	16,6%	18,5%	1.646,2	1.382,7	19,1%	19,5%
Amerika	417,1	393,0	6,1%	14,4%	1.494,8	1.339,6	11,6%	14,3%
Asien/Pazifik	275,1	266,8	3,1%	10,1%	994,9	904,5	10,0%	12,7%
Gesamt	1.040,2	958,2	8,6%	14,5%	4.135,9	3.626,7	14,0%	15,9%
Aufgliederung nach Produktsegmenten								
Schuhe	467,3	416,0	12,3%	19,2%	1.974,5	1.627,0	21,4%	23,5%
Textilien	388,5	366,6	6,0%	11,8%	1.441,4	1.333,2	8,1%	10,0%
Accessoires	184,4	175,6	5,0%	9,4%	719,9	666,5	8,0%	9,2%
Gesamt	1.040,2	958,2	8,6%	14,5%	4.135,9	3.626,7	14,0%	15,9%

Viertes Quartal 2017

Umsatzerlöse

PUMA's Umsatzwachstum setzte sich im vierten Quartal 2017 weiter fort. Die **Umsätze** erhöhten sich währungsbereinigt um 14,5% auf € 1.040,2 Millionen (+8,6% in der Berichtswährung Euro) nach € 958,2 Millionen im Vorjahr. Alle Regionen trugen mit zweistelligen Wachstumsraten dazu bei, wobei das Segment Schuhe erneut Haupttreiber des Wachstums war.

Rohertragsmarge und operative Aufwendungen

Die **Rohertragsmarge** erhöhte sich im vierten Quartal um 250 Basispunkte von 44,6% auf 47,1%. Weitere Verbesserungen in der Beschaffung, höhere Umsätze mit neuen Produkten mit einer höheren Marge, ein höherer Anteil eigener Einzelhandelsumsätze und selektive Preisanpassungen trugen zur Verbesserung der Marge bei.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)** erhöhten sich im vierten Quartal um 11,7% auf € 465,3 Millionen. Dies ist hauptsächlich auf höhere Investitionen in Marketing zurückzuführen, um sowohl die Markenbegehrtheit als auch den Abverkauf zu unterstützen. Des Weiteren trugen höhere Investitionen in die Eröffnung neuer Einzelhandelsgeschäfte und die Modernisierung bestehender Einzelhandelsgeschäfte zum Anstieg der Aufwendungen bei.

Operatives Ergebnis und Konzernergebnis

Das **operative Ergebnis** hat sich im vierten Quartal von € 14,1 Millionen auf € 29,8 Millionen mehr als verdoppelt. Die Verbesserung der Profitabilität ist auf ein starkes Umsatzwachstum in Verbindung mit einer verbesserten Rohertragsmarge zurückzuführen.

Das **Konzernergebnis** verbesserte sich im vierten Quartal auf € 2,2 Millionen (Vorjahr: € -4,6 Millionen) und das **Ergebnis je Aktie** erhöhte sich dementsprechend von € -0,31 im Vorjahr auf € 0,14.

Gesamtjahr 2017

Umsatzerlöse

PUMAs **Umsätze** erhöhten sich im Gesamtjahr 2017 währungsbereinigt um 15,9% auf € 4.135,9 Millionen (+14,0% in der Berichtswährung Euro) und übertrafen damit erstmalig in der Unternehmensgeschichte die Umsatzmarke von 4 Milliarden Euro. Damit konnte PUMA auch die ursprüngliche Umsatzprognose für 2017 übertreffen, die einen Anstieg im hohen einstelligen Prozentbereich erwartet hatte.

Die Umsätze in der Region **EMEA** verzeichneten einen besonders starken Anstieg und erhöhten sich währungsbereinigt um 19,5% auf € 1.646,2 Millionen (+19,1% in der Berichtswährung Euro). Frankreich, die Region DACH (Deutschland, Österreich und Schweiz) und Großbritannien sowie Russland und Südafrika erzielten dabei ein zweistelliges Umsatzwachstum.

Die Umsätze in der Region **Amerika** erhöhten sich währungsbereinigt um 14,3% auf € 1.494,8 Millionen (+11,6% in der Berichtswährung Euro) wobei sowohl Nord- als auch Lateinamerika mit zweistelligen Wachstumsraten zum Umsatzanstieg beitrugen.

In der Region **Asien/Pazifik** (APAC) erhöhte sich der Umsatz währungsbereinigt um 12,7% auf € 994,9 Millionen (+10,0% in der Berichtswährung Euro). Die Haupttreiber des Wachstums waren China, gefolgt von Australien mit einem jeweils zweistelligen Umsatzwachstum.

Schuhe waren nach wie vor das Produktsegment mit der stärksten Wachstumsrate und wiesen im vierzehnten Quartal in Folge einen Umsatzanstieg auf. Die Umsätze erhöhten sich währungsbereinigt um 23,5% auf € 1.974,5 Millionen (+21,4% in der Berichtswährung Euro). Die Produkte aus den Kategorien Running & Training sowie Sportstyle erzielten dabei die höchsten Wachstumsraten.

Im Segment **Textilien** stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 10,0% auf € 1.441,4 Millionen (+8,1% in der Berichtswährung Euro). Die Kategorie Sportstyle und insbesondere Produkte für Frauen trugen zum Wachstum bei.

Die Umsätze im Segment **Accessoires** erhöhten sich währungsbereinigt um 9,2% auf € 719,9 Millionen (+8,0% in der Berichtswährung Euro). Dieser Anstieg ist vor allem auf Socken, Unterwäsche, Mützen sowie Taschen und Rucksäcke zurückzuführen, während die Umsätze mit Golfschlägern stabil blieben.

Im Geschäftsjahr 2017 beliefen sich die **Umsätze** aus PUMAs eigenen **Einzelhandelsgeschäften**, inklusive der Aktivitäten aus unserem E-Commerce-Geschäft, auf € 961,0 Millionen. Dies entspricht einem währungsbereinigten Anstieg von 22,9%. Der Anteil am Gesamtumsatz betrug 23,2% im Vergleich zu 21,9% im Vorjahr. Das Wachstum wurde durch einen starken Anstieg der Umsätze auf vergleichbarer Basis in unseren eigenen Einzelhandelsgeschäften, eine gestiegene Anzahl an eigenen Einzelhandelsgeschäften sowie einer starken Verbesserung des E-Commerce-Geschäfts erzielt.

Rohertragsmarge und operative Aufwendungen

Die **Rohertragsmarge** verbesserte sich um 160 Basispunkte von 45,7% im Vorjahr auf 47,3%. Dieser Anstieg ist trotz negativer Währungskurseffekte auf weitere Verbesserungen in der Beschaffung, höhere Umsätze mit neuen Produkten mit einer höheren Marge, einen höheren Anteil an eigenen Einzelhandelsumsätzen sowie selektive Preisanpassungen zurückzuführen. Dies zeigt sich insbesondere im Segment Schuhe, das einen Anstieg der Marge von 42,5% auf 45,5% verzeichnete. Im Segment Textilien stieg die Marge von 48,4% auf 49,0% und bei Accessoires erhöhte sich die Marge von 47,9% auf 48,5%.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)** erhöhten sich 2017 um 11,7% auf € 1.725,6 Millionen. Dieser Anstieg resultiert im Wesentlichen aus verstärkten Marketingaktivitäten sowie den Investitionen in unsere eigenen Einzelhandelsgeschäfte. In Bezug auf den Umsatz verringerte sich die Kostenquote von 42,6% im Vorjahr auf 41,7% und spiegelt den verbesserten operativen Leverage wider.

Operatives Ergebnis und Konzernergebnis

Das **operative Ergebnis (EBIT)** verbesserte sich um 91,7% von € 127,6 Millionen auf € 244,6 Millionen und liegt damit am oberen Ende der angepassten EBIT-Prognose, welche eine Bandbreite von € 235 Millionen bis € 245 Millionen vorsah. Dieses Ergebnis liegt deutlich über der ursprünglichen EBIT-Prognose, welche eine Bandbreite zwischen € 170 Millionen und € 190 Millionen in Aussicht gestellt hatte und spiegelt eine wesentliche

Verbesserung der operativen Entwicklung und Profitabilität, der Rohertragsmarge und des operativen Leverage wider.

Das **Finanzergebnis** verringerte sich aufgrund höherer Finanzierungsaufwendungen im Zusammenhang mit Währungssicherungsgeschäften von € -8,7 Millionen auf € -13,4 Millionen, während das Ergebnis aus assoziierten Unternehmen leicht anstieg.

Die Steuerquote für das Gesamtjahr 2017 belief sich auf 27,4% gegenüber 25,7% im Vorjahr. Der **Steueraufwand** erhöhte sich von € 30,5 Millionen im Vorjahr auf € 63,3 Millionen in 2017.

Das **Konzernergebnis** hat sich von € 62,4 Millionen im Vorjahr auf € 135,8 Millionen in 2017 mehr als verdoppelt. Das **Ergebnis je Aktie** stieg entsprechend von € 4,17 auf € 9,09.

Working Capital

Der anhaltende Fokus auf das Working-Capital-Management und Währungskurseffekte führten zu einem Rückgang des **Working Capital** um 7,9% auf € 493,9 Millionen. Die **Vorräte** erhöhten sich nur um 8,3% auf € 778,5 Millionen und die **Forderungen aus Lieferung und Leistung** stiegen nur leicht um 0,9% auf € 503,7 Millionen an. Die **Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung** erhöhten sich um 11,3% auf € 646,1 Millionen.

Cashflow

Der **Freie Cashflow** verbesserte sich deutlich von € 49,7 Millionen im Vorjahr auf € 116,9 Millionen in 2017. Dieser Erfolg resultiert trotz der Ausweitung des Geschäftsvolumens und den höheren Investitionen in das Anlagevermögen aus dem deutlich höheren Ergebnis vor Steuern (EBT) in Verbindung mit einer verbesserten Entwicklung des Working Capitals. Zum 31. Dezember 2017 betragen die **Flüssigen Mittel** € 415,0 Millionen gegenüber € 326,7 Millionen im Vorjahr.

Vorschlag einer einmaligen Dividende von € insgesamt 12,50

Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung 2017 mit einer deutlichen Verbesserung der Profitabilität und des Cashflows werden die geschäftsführenden Direktoren und der Verwaltungsrat den Aktionären in der Hauptversammlung eine **einmalige Dividende** von insgesamt € 12,50 je Aktie für das Geschäftsjahr 2017 vorschlagen. Im vergangenen Jahr zahlte PUMA eine reguläre Dividende von € 0,75 je Aktie.

Marke und Strategie

2017 war sowohl für unsere Athleten als auch für unser Geschäft ein gutes Jahr. Seitdem wir 2014 unsere neue Strategie umgesetzt haben, sind unsere Umsätze um fast 40% gestiegen. Zum ersten Mal in unserer Firmengeschichte konnten wir im vergangenen Jahr die Marke von vier Milliarden Euro Umsatz übertreffen. Der Durchverkauf unserer Produkte in unseren Einzelhandelsgeschäften und bei unseren wichtigsten Handelspartnern hat sich verbessert. Wir haben eine sehr positive Resonanz auf unsere Produkte erhalten, insbesondere von unseren Handelspartnern. Das alles bestätigt, dass wir uns auf dem richtigen Weg befinden.

Unsere Strategie konzentriert sich weiterhin auf fünf Prioritäten: die Schaffung von **Markenbegehrtheit**, eine wettbewerbsfähige **Produktpalette**, ein führendes Angebot für **Frauen**, eine verbesserte **Vertriebsqualität** und die Beschleunigung von **Organisationsabläufen**.

2017 wurde PUMAs Glaubwürdigkeit als Sportmarke durch Partnerschaften mit Weltklasse-Athleten und -Teams weiter gestärkt. Unser Teamsportgeschäft prägten Mannschaften, die einige der prestigeträchtigsten Titel der Welt gewannen: Borussia Dortmund errang den DFB-Pokal, der Arsenal FC den FA Cup und die mexikanischen Chivas sicherten sich den Titel in der MX-Clausura-Meisterschaft, während das argentinische Top Team Independiente den Sieg bei der Copa Sudamericana feiern konnte. Unsere Einzelspieler standen diesen außergewöhnlichen Leistungen in nichts nach: Arsenals Olivier Giroud hat den FIFA Puskas Award für das Tor des Jahres 2017 gewonnen und Sergio Agüero erzielte den Torrekord für seinen Verein Manchester City. Auf der Produktseite haben wir mit dem PUMA ONE und dem

PUMA FUTURE zwei völlig neue Produktlinien für Fußballschuhe eingeführt, die unseren Status als führende Marke im Leistungssport festigen.

Höhepunkt des Jahres in unserer **Running**-Kategorie waren die Leichtathletik-Weltmeisterschaften 2017 mit dem letzten Rennen von Usain Bolt. Neben ihm standen allerdings auch andere PUMA-Athleten im Rampenlicht wie der Franzose Pierre-Ambroise Bosse, der die Goldmedaille über 800 Meter gewann. PUMAs herausragende Produktinnovationen im Laufschuhbereich umfassten die revolutionäre NETFIT-Kollektion, deren einzigartiges, individualisierbares Schnürsystem verschiedene Trainings- und Stiloptionen bietet. Unsere brandneue JAMMING-Technologie, deren e-TPU-Perlen hohen Komfort und eine hohe Energierückgabe bieten, fand ebenfalls große Beachtung.

Im **Motorsport** feierten wir eine weitere fantastische Formel-1-Saison. Unsere drei Partner-Teams MERCEDES AMG PETRONAS, Scuderia FERRARI und RED BULL RACING dominierten die Konstrukteurs-Weltmeisterschaft und PUMA-Markenbotschafter Lewis Hamilton sicherte sich den vierten WM-Titel in seiner Karriere. Darüber hinaus haben wir unsere langjährige Partnerschaft mit MERCEDES AMG PETRONAS als offizieller Lizenzpartner für MERCEDES AMG PETRONAS Produkte und Ausrüster des Formel 1-Teams verlängert.

2017 war auch ein erfolgreiches Jahr für PUMAs **Golf**-Geschäft, das weiterhin stilvolle und leistungsstarke Golftextilien, Schuhe und Accessoires auf den Markt brachte, während Cobra Golf hochtechnologisierte und innovative Ausrüstung lieferte. Ein echter Durchbruch gelang mit der Markteinführung der KING F7 & F7+ smart driver mit integriertem Sensor, mit dem Golfer die Entfernung und Genauigkeit eines jeden Abschlags automatisch verfolgen können. Rickie Fowler gewann die „Honda Classic“ und siegte bei der Hero World Challenge 2017, während Lexi Thompson zwei LPGA-Turniere zusammen mit der Vare Trophy für den besten Punktedurchschnitt und das Race to the Globe für sich entscheiden konnte.

Unser **Frauengeschäft**, eine weitere Säule unserer Strategie, gehörte im letzten Jahr zu den Besten in der Industrie. Gemeinsam mit starken Markenbotschaftern wie Cara Delevingne und dem New York City Ballet schlugen wir ein ganz neues Kapitel unserer „Do You“ Kampagne auf, die das Selbstvertrauen von Frauen auf der ganzen Welt stärken soll. Unsere Kreativdirektorin für das Frauengeschäft Rihanna präsentierte zwei herausragende, saisonale Kollektionen ihrer „FENTY PUMA by Rihanna“-Linie im Rahmen zweier Modenschauen, die zu den meist erwarteten Shows der Pariser und New Yorker Fashion

Weeks zählten. Und erst kürzlich präsentierte Sängerin, Schauspielerin und Produzentin Selena Gomez die Fitnessschuh-Linien PHENOM und EN POINTE, die auf eine sehr positive Medienresonanz stießen und bereits vielversprechende Ergebnisse im Einzelhandel erzielten. PUMA hat die Qualität seines **Vertriebs** weiter verbessert und seine Präsenz bei wichtigen Sport Performance- und Sportstyle-Kunden auf der ganzen Welt ausgebaut. Wir haben unsere Beziehungen zu den wichtigsten Einzelhändlern weiter gestärkt und bewiesen, dass wir ein zuverlässiger Partner sind, der den Beitrag der Marke zu ihrem Geschäft maximiert. Es ist unser klares Ziel, „Win-Win“-Situationen für unsere Partner und uns selbst zu schaffen, damit unsere Handelspartner mit PUMAs Produkten Geld verdienen können. Durch einen verbesserten Durchverkauf konnte PUMA im Jahr 2017 mehr Verkaufsfläche bei unseren Einzelhandelspartnern hinzugewinnen. Zudem haben wir unser eigenes Einzelhandelsgeschäft durch Neueröffnungen und innovative Inneneinrichtungen weiter ausgebaut. Darüberhinaus haben wir unsere E-Commerce-Präsenz unter www.puma.com in ein moderneres und handyfreundlicheres Format umgewandelt. Diese neue Version war erstmals im Juni in Europa für unsere Kunden verfügbar.

Wir haben unsere **operativen** Prozesse und Systeme weiter beschleunigt, indem wir PUMAs internationale Handelsorganisation, die globale Bestellungen und Rechnungsströme zentral steuert, ausgebaut haben. Wir haben zudem neue Instrumente zur Produktentwicklung eingeführt, ERP-Systeme weiter standardisiert sowie die gesamte IT-Infrastruktur verbessert.

Durch unsere Erfolge auf dem Platz und auch abseits der Arenen haben wir im vergangenen Jahr solide Grundlagen für ein erfolgreiches nächstes Jahr gelegt.

Im Mittelpunkt unserer globalen Marketingaktivitäten stehen wieder unsere Markenbotschafter und die schnellsten Athleten wie die Sprinter André de Grasse, Jimmy Vicaut und Asafa Powell, Topspieler wie Sergio Agüero, Antoine Griezmann und Marco Reus, Formel-1-Champion Lewis Hamilton und die Golfstars Rickie Fowler und Lexi Thompson. Wichtige Botschafter auf der Entertainment-Seite sind Rihanna, Top-Model Cara Delevingne, R&B-Star und Stilikone „The Weeknd“ sowie die neueste Ergänzung unseres Portfolios, die Sängerin, Schauspielerin und Produzentin Selena Gomez.

Wir freuen uns auf die anstehende Fußballweltmeisterschaft in Russland, bei der die drei von uns ausgerüsteten Nationalmannschaften Schweiz, Uruguay und Senegal neben den vielen

Einzelspielern für eine starke Präsenz unserer Marke auf dem Platz sorgen werden. Nicht zu vergessen die zwei neuen Clubs, die PUMA ab der Saison 2018/2019 ausrüsten wird: Olympique Marseille und Borussia Mönchengladbach. Beide Teams sind eine großartige Bereicherung, um unsere Position in der französischen Ligue 1 und in der deutschen Bundesliga zu stärken.

Wir freuen uns auch, dass wir gerade eine offizielle langfristige Partnerschaft mit einem der legendärsten und kultigsten Fußballclubs der Welt verkündet haben: dem AC Mailand. Mit Wirkung zum 1. Juli 2018 wird PUMA zum globalen technischen Ausrüster und offiziellen Lizenzpartner des AC Mailand. In seiner 119-jährigen Vereinsgeschichte gewann der AC Mailand 18 offiziell anerkannte UEFA™- und FIFA™-Titel, darunter 7 UEFA-Europacup- und Champions-League™-Titel. Der AC Mailand ist der erfolgreichste italienische Club auf internationaler Ebene und einer der besten in der Geschichte des Fußballs.

Wir werden auch weiterhin sehr eng mit unseren Handelspartnern zusammenarbeiten. Unser verbessertes Produktangebot beinhaltet die kürzlich eingeführten Produktlinien wie NETFIT, TSUGI, MUSE und PHENOM sowie unsere wichtigsten Markteinführungen 2018: HYBRID, DEFY, MANTRA und RS-0.

Im Jahr 2018 werden wir außerdem zwei wichtige Geburtstage feiern können: PUMA wird 70 Jahre und der legendäre Sneaker Suede 50 Jahre alt. Das besondere Schuh-Jubiläum kommt durch einzigartige Modelle zum Ausdruck, die die verschiedenen Kulturen repräsentieren, in denen der Sneaker eine wichtige Rolle gespielt hat: Musik, Mode, Straßen- und Popkultur.

Ausblick 2018

Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung im Jahr 2017 mit starkem Umsatzwachstum und einer deutlichen Verbesserung der Profitabilität sind wir zuversichtlich, dass 2018 ein weiteres positives Jahr für PUMA sein wird und PUMA gut positioniert ist, um das Momentum der Marke auch im Jahr 2018 fortzusetzen.

Für das Gesamtjahr 2018 erwarten wir einen währungsbereinigten Umsatzzanstieg von rund 10%. In Bezug auf die Rohertragsmarge wird eine leichte Verbesserung prognostiziert (2017: 47,3%). Die operativen Aufwendungen (OPEX) sollen voraussichtlich im mittleren bis

hohen einstelligen Prozentbereich steigen, da PUMA weiterhin in Marketing, Retail und IT investieren wird.

Auf Basis des aktuellen Wechselkursniveaus erwartet das Management, dass sich das operative Ergebnis (EBIT) im Jahr 2018 aufgrund des höheren Umsatzes und einer leicht verbesserten Rohertragsmarge deutlich verbessern wird. Die Prognose für das operative Ergebnis (EBIT) liegt daher in einer Bandbreite zwischen € 305 Millionen und € 325 Millionen (2017: € 244,6 Millionen). Ebenso wird für 2018 eine deutliche Verbesserung des Konzerngewinns erwartet.

Geplante Ausschüttung von PUMA-Aktien in Form einer Sachdividende an Kering Aktionäre

Am 11. Januar schlug der Verwaltungsrat von Kering seinen Aktionären einstimmig vor, rund 70% der ausstehenden PUMA-Aktien, von denen sich 86,3% derzeit im Besitz von Kering befinden, in Form einer Sachdividende zu verteilen.

Nach der Transaktion würde Kering ungefähr 16% der ausstehenden PUMA-Aktien behalten. Artémis, die 40,9% der Kering-Aktien hält, würde mit einem Anteil von rund 29% ein langfristiger strategischer Aktionär von PUMA werden. Der Streubesitz von PUMA würde sich auf ungefähr 55% erhöhen.

PUMA Investorentag

PUMA wird am 20. März 2018 einen Investorentag in London veranstalten. PUMA beabsichtigt, bei dieser Gelegenheit weitere Details zu seiner zukünftigen Strategie zu erläutern.

Gewinn- und Verlustrechnung	Viertes Quartal			Gesamtjahr		
	Q4/2017 € Mio.	Q4/2016 € Mio.	Abwei- chung	1-12/2017 € Mio.	1-12/2016 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	1.040,2	958,2	8,6%	4.135,9	3.626,7	14,0%
Umsatzkosten	-549,9	-531,0	3,6%	-2.181,5	-1.970,3	10,7%
Rohertrag	490,3	427,2	14,8%	1.954,3	1.656,4	18,0%
- in % der konsolidierten Umsätze	47,1%	44,6%		47,3%	45,7%	
Lizenz- und Provisionserträge	4,8	3,6	34,2%	15,8	15,7	1,1%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-465,3	-416,6	11,7%	-1.725,6	-1.544,5	11,7%
Operatives Ergebnis (EBIT)	29,8	14,1	111,1%	244,6	127,6	91,7%
- in % der konsolidierten Umsätze	2,9%	1,5%		5,9%	3,5%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-7,5	-2,0	-	-13,4	-8,7	52,9%
Gewinn vor Steuern (EBT)	22,3	12,2	83,5%	231,2	118,9	94,5%
- in % der konsolidierten Umsätze	2,1%	1,3%		5,6%	3,3%	
Ertragsteuern	-4,2	0,4	-	-63,3	-30,5	107,4%
- Steuerquote	18,7%	-3,2%		27,4%	25,7%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Gewinne	-16,0	-17,2	-6,7%	-32,2	-26,0	23,7%
Konzernergebnis	2,2	-4,6	-147,0%	135,8	62,4	117,7%
Ergebnis je Aktie (€)	0,14	-0,31	-147,0%	9,09	4,17	117,7%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	0,14	-0,31	-147,0%	9,09	4,17	117,7%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)				14,943	14,940	0,0%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)				14,943	14,940	0,0%

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.'17 € Mio.	31.12.'16 € Mio.	Abwei- chung
AKTIVA			
Flüssige Mittel	415,0	326,7	27,0%
Vorräte	778,5	718,9	8,3%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	503,7	499,2	0,9%
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital relevant)	164,0	141,4	15,9%
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	23,6	79,2	-70,2%
Kurzfristige Vermögenswerte	1.884,8	1.765,4	6,8%
Latente Steuern	207,9	229,5	-9,4%
Sonstige langfristige Vermögenswerte	761,1	770,2	-1,2%
Langfristige Vermögenswerte	969,0	999,7	-3,1%
Summe Aktiva	2.853,8	2.765,1	3,2%
PASSIVA			
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	29,0	25,3	14,5%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	646,1	580,6	11,3%
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital relevant)	306,1	242,3	26,3%
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	75,2	46,6	61,3%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	1.056,5	894,9	18,1%
Latente Steuern	37,6	63,1	-40,4%
Pensionsrückstellungen	29,7	31,6	-5,8%
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	73,3	53,3	37,6%
Langfristige Verbindlichkeiten	140,7	148,0	-4,9%
Eigenkapital	1.656,7	1.722,2	-3,8%
Summe Passiva	2.853,8	2.765,1	3,2%

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

Kapitalflussrechnung	1-12/2017 € Mio.	1-12/2016 € Mio.	Abwei- chung
Gewinn vor Steuern (EBT)	231,2	118,9	94,5%
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	99,7	64,1	55,6%
Brutto Cashflow	330,9	182,9	80,9%
Veränderung Netto-Umlaufvermögen	-50,6	-0,2	-
Steuer- und Zinszahlungen	-53,1	-51,6	2,9%
Mittelzufluss/-abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	227,2	131,1	73,3%
Zahlungen für Akquisitionen	0,0	-6,8	-
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-122,9	-84,3	45,7%
Andere Investitionstätigkeiten	12,7	9,8	29,3%
Mittelzufluss/-abfluss aus der Investitionstätigkeit	-110,3	-81,4	35,5%
Freier Cashflow	116,9	49,7	135,2%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	116,9	56,5	106,8%
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen	-11,2	-7,5	50,0%
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Gesellschafter	-13,4	-19,3	-30,8%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	1,2	-34,3	-103,4%
Mittelzufluss/-abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-23,4	-61,1	-61,7%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-5,3	-0,7	-
Veränderung des Finanzmittelbestandes	88,3	-12,1	-
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	326,7	338,8	-3,6%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	415,0	326,7	27,0%

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

Finanzkalender Geschäftsjahr 2018:

12. Februar 2018	Geschäftsergebnisse 2017
12. April 2018	Hauptversammlung
24. April 2018	Quartalsmitteilung Q1 2018
26. Juli 2018	Zwischenbericht Q2 2018
23. Oktober 2018	Quartalsmitteilung Q3 2018

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

Pressekontakt:

Kerstin Neuber - Corporate Communications - PUMA SE - +49 9132 81 2984 - kerstin.neuber@puma.com

Investor Relations:

Johan-Philip Kuhlo - Head of Investor Relations - PUMA SE - +49 9132 81 2589 - investor-relations@PUMA.com

Hinweise an die Redaktionen:

- Die Finanzberichte finden Sie online auf www.about.puma.com.
- PUMA SE Börsenkürzel:
Reuters: PUMG.DE, Bloomberg: PUM GY,
Börse Frankfurt: ISIN: DE0006969603 – WKN: 696960

Anmerkungen hinsichtlich zukunftsgerichteter Aussagen:

Dieses Dokument enthält Aussagen über die künftige Geschäftsentwicklung und die strategische Ausrichtung des Unternehmens. Die zukunftsgerichteten Aussagen basieren auf den aktuellen Erwartungen und Annahmen des Managements. Sie unterliegen gewissen Risiken und Schwankungen wie oben und in anderen Veröffentlichungen beschrieben, insbesondere im Kapitel Risiko- und Chancenmanagement des Konzernlageberichts. Sollten diese Erwartungen und Annahmen nicht zutreffen oder unvorhergesehene Risiken eintreten, können die tatsächlichen Finanzergebnisse von den erwarteten Entwicklungen erheblich abweichen. Wir übernehmen daher keine Gewähr für die Richtigkeit dieser Prognosen.

PUMA

PUMA ist eine der weltweit führenden Sportmarken, die Schuhe, Textilien und Accessoires designt, entwickelt, verkauft und vermarktet. Seit über 65 Jahren stellt PUMA die innovativsten Produkte für die schnellsten Sportler der Welt her. Zu unseren 3 Performance- und sportlich-inspirierten Lifestyle-Produktkategorien gehören u.a. Fußball, Running, Training und Fitness, Golf und Motorsport. PUMA kooperiert mit weltweit bekannten Designer-Labels und bringt damit innovative und dynamische Designkonzepte in die Welt des Sports. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra Golf und Dobotex. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt weltweit mehr als 13.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <http://www.puma.com>