



**PUMA AG Rudolf Dassler Sport**

**FINANZBERICHT**

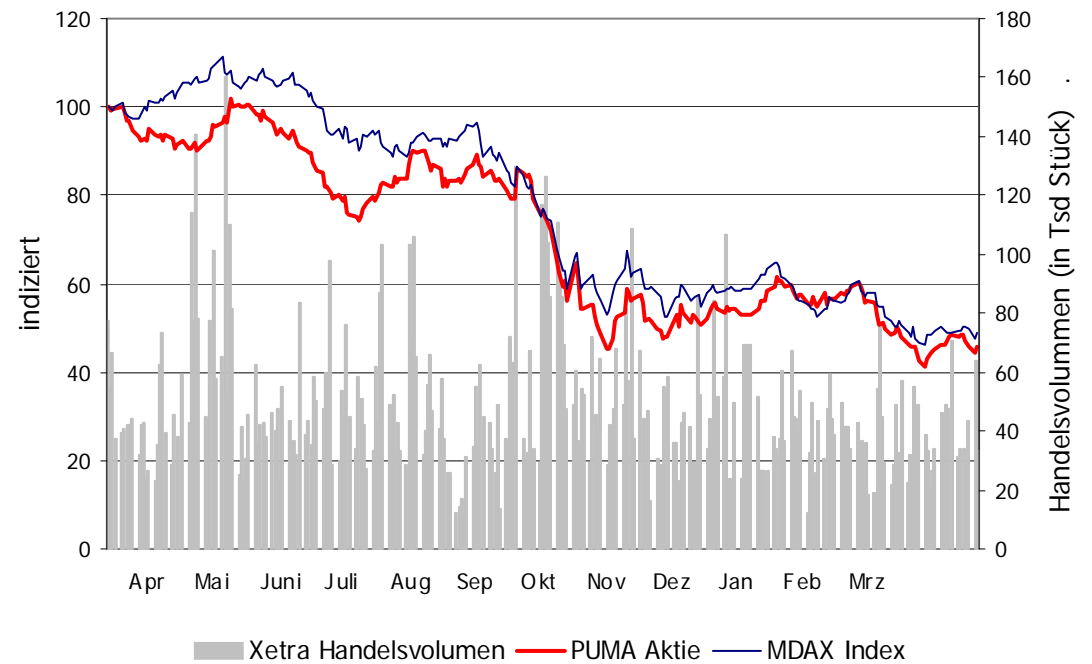
**Januar bis März 2009**



## INHALTSVERZEICHNIS

<b>Financial Highlights</b>	<b>3</b>
<b>Konzernlagebericht</b>	
- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	4
- Strategie	4
- Umsatz- und Ertragslage	5 - 6
- Vermögens- und Finanzlage	7
- Aktienrückkauf	7
- Regionale Entwicklung	8
- Ausblick	9
<b>Konzernabschluss</b>	
- Bilanz	10
- Gewinn- und Verlustrechnung	11
- Kapitalflussrechnung	12
- Veränderungen im Eigenkapital	13
- Segmentdaten	14
- Erläuterungen zum Finanzbericht	15 – 19
<b>Vorstand und Aufsichtsrat</b>	<b>20</b>
<b>Finanzkalender</b>	<b>21</b>

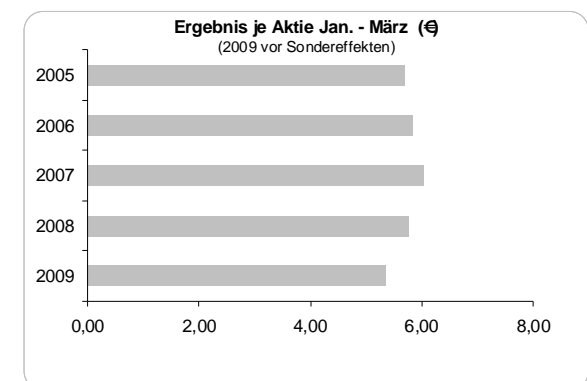
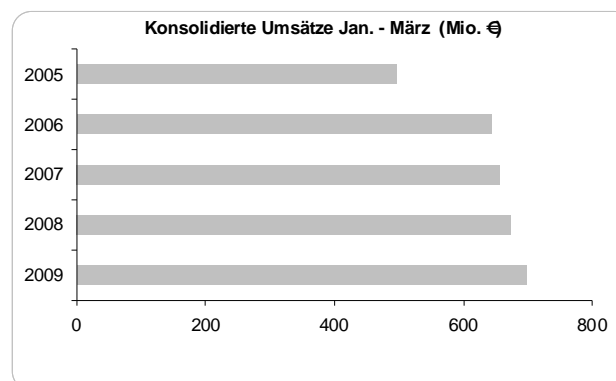
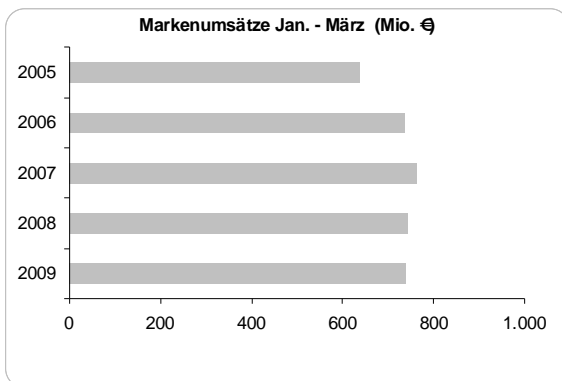
**Jahresentwicklung der PUMA Aktie**  
Indizierte Entwicklung mit Handelsvolumen (Xetra)



Financial Highlights	1-3/2009 € Mio.	1-3/2008 € Mio.	Abwei- chung
Markenumsätze	737,7	741,2	-0,5%
Konsolidierte Umsätze	697,4	673,3	3,6%
Rohertragsmarge	52,1%	53,4%	
Operatives Ergebnis vor Sondereffekten	114,0	125,8	-9,4%
Sondereffekte	110,0	0,0	
Konzerngewinn	5,6	90,1	-93,8%
- in %	0,8%	13,4%	
Bilanzsumme	2.108,0	1.811,5	16,4%
Eigenkapitalquote in %	56,6%	60,4%	
Nettoumlaufvermögen (Working Capital)	596,9	521,1	14,5%
Brutto Cashflow	129,0	132,1	-2,4%
Freier Cashflow (vor Akquisition)	-63,3	-33,0	91,5%
Gewinn je Aktie vor Sondereffekten (in €)	5,36	5,76	-6,9%
Gewinn je Aktie (in €)	0,37	5,76	-93,6%
Brutto Cashflow je Aktie (in €)	8,55	8,45	1,3%
Freier Cashflow je Aktie (in €) (vor Akquisition)	-4,19	-2,11	98,6%
Aktienkurs am Ende der Periode (in €)	114,27	243,94	-53,2%
Marktkapitalisierung am Ende der Periode	1.723	3.770	-54,3%
Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Werten (ohne Firmenwerte)	11,6	24,3	-52,3%

**Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender:**

“Trotz eines weiterhin schwachen weltweiten Konsumumfelds konnte PUMA im ersten Quartal ein solides Ergebnis bei Umsatz und Ertrag vor Sondereffekten erzielen. Aufgrund der weltweiten Rezession gehen wir davon aus, dass das Geschäft im weiteren Jahresverlauf schwierig bleiben wird. Wir haben daher weitere Maßnahmen eingeleitet, um unsere Kostenstruktur an die derzeitigen Marktbedingungen anzupassen. Dadurch stellen wir sicher, dass PUMA auch in Zukunft über eine solide Basis für profitables Wachstum verfügt. Die Maßnahmen zielen darauf ab, unsere operativen Prozesse zu beschleunigen, als Organisation noch effizienter zu werden und den Produktentwicklungszyklus weiter zu verkürzen. Unser Fokus liegt dabei neben den Chancen in den unterschiedlichen Sportlifestyle Segmenten insbesondere auf dem Bereich Fußball, bei dem wir unseren Marktanteil mit Hilfe der erstmals auf afrikanischem Boden stattfindenden Weltmeisterschaft ausbauen und damit die sich bietenden Wachstumschancen des Marktes konsequent ausschöpfen wollen.“





## Konzernlagebericht

### Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Gemäß eines Gutachtens des „Institut für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 12. März 2009 befindet sich die Weltwirtschaft im Winter 2008/09 auf einer konjunkturellen Talfahrt historischer Dimension. Die Produktion ist inzwischen nahezu überall stark abwärts gerichtet. Das reale Bruttoinlandsprodukt der Welt lag im vierten Quartal nur noch leicht höher als im selben Zeitraum des Vorjahres. Zu Beginn dieses Jahres hat sich die Talfahrt offenbar fortgesetzt. Im Vergleich zum Vorjahr dürfte das Weltbruttoinlandsprodukt zum ersten Mal seit den 1930er Jahren gesunken sein. Insbesondere die Industrieproduktion wurde weltweit massiv reduziert, um einer schrumpfenden Nachfrage und gestiegenen Lagerbeständen zu begegnen. Auch der Welthandel ist drastisch eingebrochen.

In zahlreichen Ländern wurden Konjunkturprogramme von häufig beträchtlicher Größenordnung aufgelegt, allerdings ist der tatsächliche Nachfrageimpuls der Konjunkturprogramme in vielen Fällen erheblich kleiner, als das in der Öffentlichkeit kommunizierte Volumen suggeriert.

### Strategie

Das Ziel von PUMA ist es, „das begehrteste Sportlifestyle-Unternehmen“ zu sein. Auf diesem Weg nutzt PUMA in allen Kategorien und Regionen die sich bietenden Möglichkeiten des Sportlifestyle-Marktes, um die Position als eine der wenigen Multi-Category-Marken zu stärken. Es werden ausgewählte Kategorien und Geschäftsfelder besetzt, um dadurch aufgrund einer einzigartigen Markenpositionierung eine dauerhafte Wertsteigerung zu erzielen. PUMA ist eine Sportlifestylemarke, die im Hinblick auf die Produktkategorien im Sport beginnt und sich über den Bereich Lifestyle bis in die Mode fortsetzt.

Für die ausführliche Beschreibung der strategischen Zielsetzung und deren Potential wird auf den Jahresabschluss (Geschäftsbericht) 2008 verwiesen.

## Umsatz- und Ertragslage

### Weltweite Markenumsätze

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, die sich aus konsolidierten- sowie Lizenzumsätzen zusammensetzen, lagen währungsbereinigt um 3,1% unter dem Vorjahr. In Euro gingen die Umsätze in einem schwierigen Marktumfeld nur leicht um 0,5% auf € 737,7 Mio. gegenüber € 741,2 Mio. im Vorjahresquartal zurück.

Währungsbereinigt gingen die Umsätze bei Schuhen um 0,8% auf € 407,1 Mio. und bei Textilien um 8,1% auf € 237,4 Mio. zurück. Accessoires stiegen um 0,6% auf € 93,2 Mio.

### Lizenzgeschäft

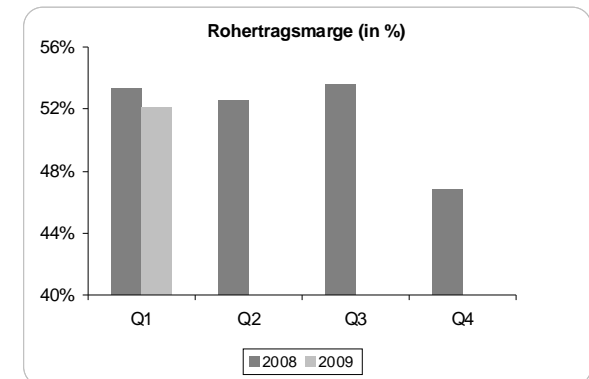
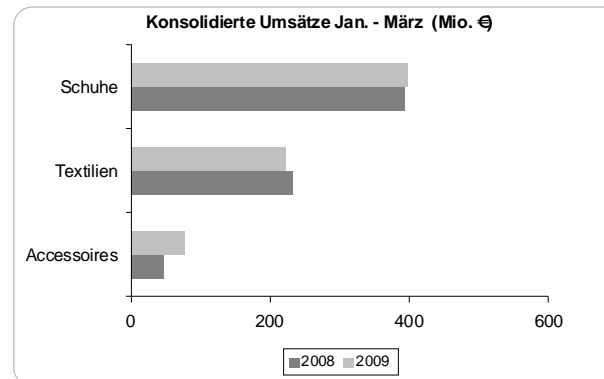
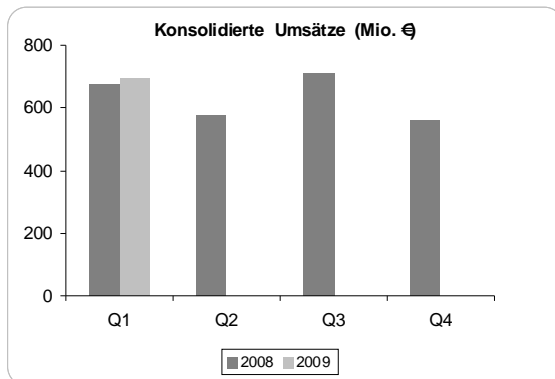
Der Lizenzumsatz war aufgrund der Übernahme eines ehemaligen Lizenznehmers währungsbereinigt um 41,6% rückläufig. Insgesamt sind aus den verbleibenden Lizenzumsätzen im ersten Quartal € 5,0 Mio. gegenüber € 7,1 Mio. im Vorjahr an Lizenz- und Provisionseinnahmen zugeflossen.

### Anstieg der konsolidierten Umsätze

Im ersten Quartal stiegen die konsolidierten Umsätze währungsbereinigt um 0,8% und in Euro um 3,6% auf € 697,4 Mio. Die Umsätze in Amerika stiegen im zweistelligen Prozentbereich, wohingegen EMEA und Asien/Pazifik unter Vorjahr lagen. Währungsbereinigt waren die Schuhumsätze um 0,8% leicht rückläufig und lagen bei € 397,1 Mio. Der Umsatz bei Textilien reduzierte sich um 8,1% auf € 222,4 Mio., was auf eine starke Vorjahresbasis durch das Replika-Geschäft im Zusammenhang mit der Fußball-Europameisterschaft zurückzuführen ist. Umsätze mit Accessoires sind bedingt durch die Erstkonsolidierung um starke 56,7% auf € 77,9 Mio. gestiegen.

### Rohertragsmarge über 52%

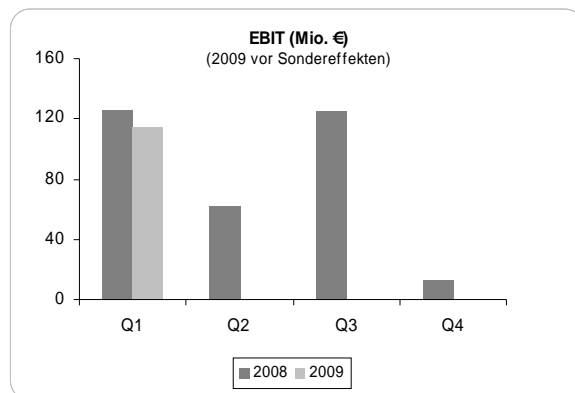
Die Rohertragsmarge lag im ersten Quartal bei 52,1% verglichen mit 53,4% im Vorjahr. Der Rückgang resultiert im Wesentlichen aus dem regionalen Mix. Bei Schuhen lag die Marge bei 50,4% gegenüber 53,4%, Textilien bei 53,7% verglichen mit 53,4% und Accessoires verzeichneten 55,6% gegenüber 53,7% im Vorjahr.



### Sonstige operative Aufwendungen

Die sonstigen operativen Aufwendungen erhöhten sich im ersten Quartal um 5,4% von € 241,0 Mio. auf € 254,1 Mio. oder in Prozent vom Umsatz von 35,8% auf 36,4%.

Die Aufwendungen für Marketing/Retail lagen mit € 127,2 Mio. auf Vorjahresniveau, wobei Marketing-Aufwendungen unter Vorjahr und Retail-Aufwendungen aufgrund von Jahres-Effekten über Vorjahr lagen. Die Kostenquote ging von 19,0% auf 18,2% vom Umsatz zurück. Die übrigen Vertriebsaufwendungen erhöhten sich hauptsächlich durch die Erstkonsolidierungen und Währungseffekte um 20,0% auf € 84,5 Mio. oder von 10,5% auf 12,1% vom Umsatz. Die Aufwendungen für Produktentwicklung und Design stiegen um 23,9% auf € 14,6 Mio. oder in Prozent vom Umsatz von 1,8% auf 2,1%. Dieser Anstieg ist im Wesentlichen auf den starken US-Dollar im Jahresvergleich zurückzuführen, da wesentliche Entwicklungskosten in US-Dollar anfielen. Die Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen reduzierten sich um 10,5% und lagen bei € 27,8 Mio. oder in Prozent vom Umsatz bei 4,0% gegenüber 4,6% im Vorjahr. Abschreibungen sind in den jeweiligen Kosten mit insgesamt € 15,8 Mio. enthalten und lagen um 19,9% über dem Vorjahr.



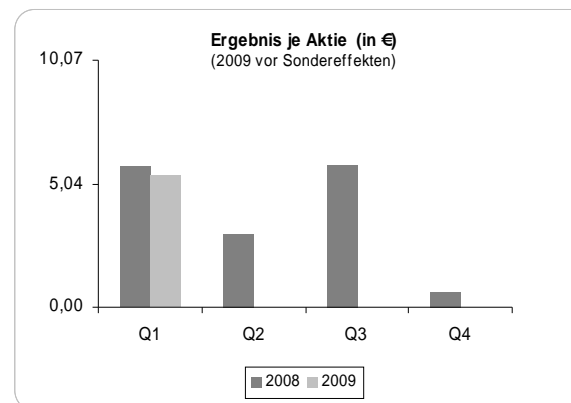
### Operatives Ergebnis

Das operative Ergebnis vor Sondereffekten (Restrukturierungsaufwendungen) lag bei € 114,0 Mio. gegenüber € 125,8 Mio. im Vorjahr. Das entspricht einem Rückgang um 9,4%. In Prozent vom Umsatz betrug die operative Marge 16,3% gegenüber 18,7%.

### Sondereffekte - Restrukturierung

PUMA hat aufgrund des derzeitigen Marktumfelds und eines äußerst schwierig zu prognostizierenden Ausblicks weitere Maßnahmen ergriffen, um ein langfristiges und profitables Wachstum in Zukunft zu sichern. Das Management hat ein Kostensenkungsprogramm aufgelegt, das die bisher geplanten Kosten jährlich reduziert und zu Einsparungen von bis zu € 150 Mio. im Jahr 2011 führt.

Mit den erforderlichen Einmalaufwendungen von € 110 Mio. (nach Abzug von Steuern € 75,2 Mio.) im ersten Quartal sollen das Portfolio an Einzelhandelsgeschäften, die globale Organisationsstruktur sowie die operativen Prozesse optimiert werden. Das Unternehmen geht davon aus, dass die Anzahl der weltweit Beschäftigten im Vergleich zum Vorjahr konstant bleiben wird, während die verfügbaren Ressourcen gezielt in sich bietende Geschäftsmöglichkeiten eingesetzt werden sollen. Bei dem Programm handelt es sich um eine



proaktive Maßnahme, die PUMA zu einer noch schlankeren und effizienteren Struktur verhelfen soll, um sich auf die vielfältigen Möglichkeiten des Sportlifestyle-Marktes in einem herausfordernden Marktumfeld entsprechend noch stärker fokussieren zu können.

Nach Berücksichtigung der Sondereffekte lag das operative Ergebnis (EBIT) bei € 4,0 Mio. gegenüber € 125,8 Mio. im vergangenen Jahr.

### Konzerngewinn

Vor Restrukturierungskosten erreichte das Vorsteuerergebnis € 112,4 Mio. gegenüber € 126,8 Mio. und der Konzerngewinn € 80,8 Mio. verglichen mit € 90,1 Mio., ein Rückgang um 10,3%. Dies führt zu einem Gewinn je Aktie von € 5,36 gegenüber € 5,76. Die operative Steuerquote lag bei 28,5% verglichen mit 28,9% im Vorjahr.

Unter Berücksichtigung der Restrukturierungskosten reduzierte sich das Vorsteuerergebnis von € 126,8 Mio. im Vorjahr auf € 2,4 Mio. Der Konzerngewinn lag bei € 5,6 Mio. gegenüber € 90,1 Mio. Der Gewinn je Aktie (unverwässert und verwässert) lag bei € 0,37 gegenüber € 5,76 im Vorjahr.



## Vermögens- und Finanzlage

### **Eigenkapital**

Die Bilanzsumme zum 31. März 2009 stieg im Vorjahresvergleich um 16,4% auf € 2.108,0 Mio. und die Eigenkapitalquote lag bei 56,6% gegenüber 60,4% im Vorjahr.

### **Working Capital**

Die Vorräte stiegen um 22,6% auf € 446,7 Mio. und die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 5,3% auf € 533,1 Mio. Bereinigt um Akquisitionen und Währungseffekte stiegen die Vorräte um 16,6% und die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 1,3%. Aufgrund geringerer Verbindlichkeiten zum Ende März errechnete sich ein Working Capital von € 596,9 Mio. (ohne Akquisitionen € 581,2 Mio.) gegenüber € 521,1 Mio. im Vorjahr.

### **Investitionen/Cashflow**

Im ersten Quartal sind € 11,6 Mio. gegenüber € 24,3 Mio. für Investitionen abgeflossen. Darüber hinaus führten Kaufpreiszahlungen für Akquisitionen zum Mittelabfluss in Höhe von € 54,7 Mio. (Vorjahr: € 16,6 Mio.).

Aufgrund der genannten Investitionen und des höheren Working Capitals lag der freie Cashflow bei € -118,0 Mio. gegenüber € -49,7 Mio. im Vorjahr. Ohne Akquisitionen lag der freie Cashflow bei € -63,3 Mio. verglichen mit € -33,0 Mio. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr resultiert im Wesentlichen aus den niedrigen Verbindlichkeiten.

### **Liquidität**

Die flüssigen Mittel Ende März betragen € 267,6 Mio. gegenüber € 357,2 Mio. im Vorjahr. Die Bankschulden reduzierten sich von € 67,1 Mio. auf € 63,2 Mio. Die Nettoliquidität reduzierte sich bedingt durch die getätigten Akquisitionen und einen geringeren freien Cashflow von € 290,0 Mio. auf € 204,5 Mio.

### Aktienrückkauf

PUMA hat in den ersten drei Monaten keine Aktien zurückgekauft. Zum Quartalsende wurden insgesamt 950.000 Stück Aktien oder 5,9% des Grundkapitals im eigenen Bestand gehalten.

Mit Wirkung vom 29. April 2009 wurden alle eigenen Aktien eingezogen und das Grundkapital entsprechend reduziert. Derzeit ist das Grundkapital in 15.082.464 Stück Aktien eingeteilt und beträgt € 38,6 Mio.



## Regionale Entwicklung

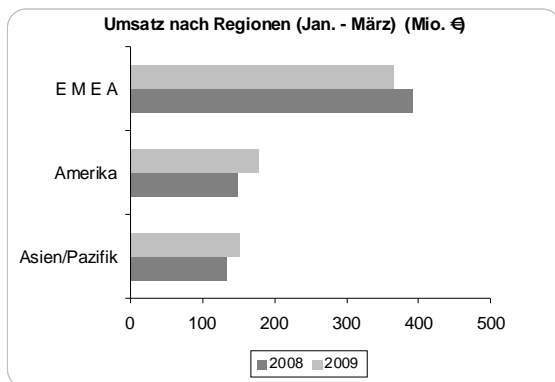
Die Umsätze in der Region **EMEA** reduzierten sich währungsbereinigt um 3,0% auf € 366,1 Mio. gegenüber € 391,1 Mio. im Vorjahr. Das Vorjahresquartal war positiv beeinflusst durch sportliche Großereignisse. Der Anteil am Konzernumsatz liegt bei 52,5%. Die Rohertragsmarge stieg auf 55,1% gegenüber 54,7% im Vorjahr.

In **Amerika** stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 11,5% auf € 178,1 Mio. Der Anteil am Konzernumsatz beträgt 25,5%. Die Rohertragsmarge lag bei 46,7% gegenüber 50,4% im Vorjahr. Auf dem **US**-Markt konnten die Umsätze um 3,4% auf \$ 138,7 Mio. im 1. Quartal gesteigert werden.

Die Umsätze in **Asien/Pazifik** gingen währungsbereinigt um 1,2% zurück, erhöhten sich jedoch in Euro um 14,8% auf € 153,3 Mio. Der Anteil am Konzernumsatz lag bei 22,0%. Die Rohertragsmarge erreichte 51,0% gegenüber 53,0% im Vorjahr.

Wachstumsraten	Umsatz	
	Q1/2009	
	Euro	währungsbereinigt
	%	%
<b>Aufgliederung nach Regionen</b>		
EMEA	-6,4	-3,0
Amerika	19,7	11,5
Asien/Pazifik	14,8	-1,2
<b>Gesamt</b>	<b>3,6</b>	<b>0,8</b>

<b>Aufgliederung nach Produktsegmenten</b>		
Schuhe	0,7	-0,8
Textilien	-4,0	-8,1
Accessoires	64,9	56,7
<b>Gesamt</b>	<b>3,6</b>	<b>0,8</b>







## **Ausblick 2009**

### **Weltwirtschaft**

Gemäß eines Gutachtens des „Institut für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 12. März 2009 ist ein Ende der Talfahrt der Weltkonjunktur derzeit noch nicht in Sicht. Nach den vorliegenden Indikatoren muss davon ausgegangen werden, dass die Weltrezession sich mindestens noch bis zur Jahresmitte fortsetzen wird. Es scheint als wenig wahrscheinlich, dass sich dann bereits eine deutliche Erholung der Weltwirtschaft anschließt. Eine Reihe von Faktoren, die sich zum Teil gegenseitig verstärken, belastet die Perspektiven bis auf weiteres. Ein Kernproblem bleibt die anhaltende Verunsicherung an den Finanzmärkten. Es wird allerdings erwartet, dass die Weltkonjunktur gegen Ende des laufenden Jahres wieder anzieht. Allerdings wird das Expansionstempo angesichts der weiter bestehenden retardierenden Faktoren wohl mäßig sein.

### **Marktumfeld bleibt weiterhin schwierig**

Die Umsätze entwickelten sich im ersten Quartal besser als dies die Auftragsbestände zum Ende des vierten Quartals 2008 widerspiegeln.

Aufgrund einer saisonbedingten Volatilität, der derzeit marktbedingten Verlagerung vom Vorordergeschäft hin zum Sofortgeschäft, sowie des eigenen Einzelhandelsgeschäft, das sich nicht in den Auftragsbüchern niederschlägt, haben Auftragsbestände keine zuverlässige Aussagekraft für Umsatzprognosen. Aus diesem Grund wird PUMA seine Auftragsbestände, beginnend mit dem ersten Quartal, nicht mehr veröffentlichen.

Nach insgesamt 14 Jahren Wachstum in Folge zeichnet sich 2009 als Jahr der Konsolidierung ab. PUMA hat das klare Ziel, die Kostenstruktur den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in einem schwierigen Marktumfeld anzupassen. Erste positive Impulse werden für 2010, dem Jahr der Fußballweltmeisterschaft in Südafrika, erwartet, bei der PUMA erneut eine der führenden Marken sein wird. PUMA ist derzeit Ausrüster von elf afrikanischen Fußball-Nationalmannschaften - darunter der amtierende Afrikameister 2008 Ägypten - sowie Sponsor des amtierenden Weltmeisters Italien.

Darüber hinaus soll das Working Capital deutlich verbessert werden, um die Finanzposition und damit die Rendite für investiertes Kapital bis Jahresende zu stärken.

Mit den eingeleiteten Maßnahmen plant PUMA, seine Marktführerschaft im Hinblick auf Profitabilitäts- und Finanzkennzahlen zu sichern.

### **Investitionen**

Die Investitionen für 2009 werden in einer Bandbreite zwischen € 65 Mio. und € 75 Mio. erwartet. Investitionen für die neue Firmenzentrale „PUMA Plaza“ in Herzogenaurach sind mit rund € 20 Mio. enthalten. Das neue Verwaltungszentrum „PUMA Plaza“, das sowohl ein Brand-Center sowie jeweils einen neuen Concept und Factory Outlet Store beinhalten wird, wird Ende 2009 bezugsfertig sein.

Aus kurzfristigen Kaufpreisverbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben sowie aus der Erweiterung des Konsolidierungskreises wird zudem ein Mittelabfluss im Jahr 2009 in Höhe von bis zu € 100 Mio. erwartet.

Bilanz	31.03.'09 € Mio.	31.03.'08 € Mio.	Abwei- chung	31.12.'08 € Mio.
<b>AKTIVA</b>				
Flüssige Mittel	267,6	357,2	-25,1%	375,0
Vorräte	446,7	364,5	22,6%	430,8
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	533,1	506,2	5,3%	396,5
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital)	114,5	111,2	2,9%	124,3
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	35,1	0,3		35,5
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.397,0</b>	<b>1.339,4</b>	<b>4,3%</b>	<b>1.362,0</b>
Latente Steuern	111,1	80,9	37,3%	80,5
Sonstige langfristige Vermögenswerte	599,9	391,2	53,3%	456,2
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>711,0</b>	<b>472,1</b>	<b>50,6%</b>	<b>536,6</b>
	<b>2.108,0</b>	<b>1.811,5</b>	<b>16,4%</b>	<b>1.898,7</b>
<b>PASSIVA</b>				
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	63,2	67,1	-5,9%	49,7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	247,8	239,7	3,4%	269,1
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital)	253,2	227,2	11,4%	246,1
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	156,6	80,8	93,9%	49,8
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>720,7</b>	<b>614,8</b>	<b>17,2%</b>	<b>614,8</b>
Latente Steuern	26,6	22,7	17,3%	26,5
Pensionsrückstellungen	21,4	18,0	19,2%	21,3
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	145,5	61,9	135,0%	58,9
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>193,5</b>	<b>102,6</b>	<b>88,7%</b>	<b>106,7</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.193,7</b>	<b>1.094,1</b>	<b>9,1%</b>	<b>1.177,2</b>
	<b>2.108,0</b>	<b>1.811,5</b>	<b>16,4%</b>	<b>1.898,7</b>

Gewinn- und Verlustrechnung	1-3/2009 € Mio.	1-3/2008 € Mio.	Abwei- chung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>697,4</b>	<b>673,3</b>	3,6%
Umsatzkosten	-334,4	-313,6	6,6%
<b>Rohhertrag</b>	<b>363,1</b>	<b>359,8</b>	0,9%
- in % der konsolidierten Umsätze	52,1%	53,4%	
Lizenz- und Provisionserträge	5,0	7,1	-28,9%
	368,1	366,8	0,3%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen (incl. Abschreibungen)	-254,1	-241,0	5,4%
Operatives Ergebnis vor Sondereffekten	114,0	125,8	-9,4%
Sondereffekte	-110,0	0,0	
Operatives Ergebnis (EBIT)	4,0	125,8	-96,8%
- in % der konsolidierten Umsätze	0,6%	18,7%	
Finanzergebnis	-1,6	1,0	-272,4%
Gewinn vor Steuern (EBT)	2,4	126,8	-98,1%
- in % der konsolidierten Umsätze	0,3%	18,8%	
Ertragssteuern - Steuerquote	2,7 -114,6%	-36,6 28,9%	-107,4%
Minderheiten zuzurechnende Gewinne	0,5	0,0	
<b>Konzerngewinn</b>	<b>5,6</b>	<b>90,1</b>	-93,8%
<b>Gewinn je Aktie (€)</b>	<b>0,37</b>	<b>5,76</b>	-93,6%
<b>Gewinn je Aktie (€) - verwässert</b>	<b>0,37</b>	<b>5,76</b>	-93,6%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien	15,082	15,641	-3,6%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert	15,082	15,644	-3,6%

Kapitalflussrechnung	1-3/2009 € Mio.	1-3/2008 € Mio.	Abwei- chung
<b>Gewinn vor Steuern (EBT)</b>	<b>2,4</b>	<b>126,8</b>	<b>-98,1%</b>
Abschreibungen	15,8	13,2	19,9%
Sondereffekte	110,0	0,0	
Zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge, netto	0,8	-7,8	-110,7%
<b>Brutto Cashflow</b>	<b>129,0</b>	<b>132,1</b>	<b>-2,4%</b>
Veränderung Nettoumlaufvermögen	-154,3	-115,4	33,7%
Steuer-, Zins- und andere Zahlungen	-29,4	-28,8	2,0%
<b>Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>-54,7</b>	<b>-12,1</b>	<b>351,0%</b>
Zahlung für Akquisitionen	-54,7	-16,6	228,6%
Erwerb von Anlagevermögen	-11,6	-24,3	-52,3%
Erhaltene Zinsen und sonstige Veränderungen	3,0	3,4	-11,4%
<b>Mittelzufluss-/abfluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-63,3</b>	<b>-37,6</b>	<b>68,5%</b>
<b>Freier Cashflow</b>	<b>-118,0</b>	<b>-49,7</b>	<b>137,4%</b>
<b>Freier Cashflow (vor Akquisition)</b>	<b>-63,3</b>	<b>-33,0</b>	<b>91,5%</b>
Erwerb von eigenen Anteilen	0,0	-107,7	-100,0%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	4,6	5,8	-21,0%
<b>Mittelzufluss-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>4,6</b>	<b>-101,8</b>	<b>-104,5%</b>
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	6,0	-13,8	-143,4%
<b>Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>	<b>-107,4</b>	<b>-165,3</b>	<b>-35,0%</b>
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	375,0	522,5	-28,2%
<b>Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode</b>	<b>267,6</b>	<b>357,2</b>	<b>-25,1%</b>



Veränderungen im Eigenkapital in € Mio.	Gezeichnetes Kapital	Rücklagen				Bilanzgewinn	Eigene Aktien	Eigenkapital vor Minderheitsanteile	Minderheitsanteile	Eigenkapital
		Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Unterschied aus der Währungs-umrechnung	Cashflow Hedges					
<b>31.12.2007</b>	<b>41,0</b>	<b>183,5</b>	<b>69,5</b>	<b>-73,0</b>	<b>-26,1</b>	<b>986,7</b>	<b>-34,7</b>	<b>1.146,8</b>	<b>8,0</b>	<b>1.154,8</b>
Währungsänderungen				-20,4				-20,4		-20,4
Veränderungen im Konsolidierungskreis								0,0	-8,0	-8,0
Nettoeffekt aus der Absicherung von Cashflows, netto nach Steuern					-14,8			-14,8		-14,8
Bewertung aus Optionsprogrammen						90,1		0,0		0,0
Konzerngewinn								90,1		90,1
Erwerb eigener Aktien							-107,7	-107,7		-107,7
<b>31.03.2008</b>	<b>41,0</b>	<b>183,5</b>	<b>69,5</b>	<b>-93,4</b>	<b>-40,8</b>	<b>1.076,8</b>	<b>-142,4</b>	<b>1.094,1</b>	<b>0,0</b>	<b>1.094,1</b>
<b>31.12.2008</b>	<b>41,0</b>	<b>185,5</b>	<b>69,5</b>	<b>-92,0</b>	<b>11,1</b>	<b>1.175,6</b>	<b>-216,1</b>	<b>1.174,7</b>	<b>2,5</b>	<b>1.177,2</b>
Währungsänderungen				4,0				4,0	0,2	4,2
Nettoeffekt aus der Absicherung von Cashflows, netto nach Steuern					6,5			6,5		6,5
Bewertung aus Optionsprogrammen		0,7						0,7		0,7
Konzerngewinn						5,6		5,6	-0,5	5,1
<b>31.03.2009</b>	<b>41,0</b>	<b>186,2</b>	<b>69,5</b>	<b>-88,0</b>	<b>17,7</b>	<b>1.181,2</b>	<b>-216,1</b>	<b>1.191,5</b>	<b>2,2</b>	<b>1.193,7</b>

Segmentdaten				
	Umsätze		Rohergebnis	
	nach Sitz der Kunden			
	1-3/2009 € Mio.	1-3/2008 € Mio.	1-3/2009 %	1-3/2008 %
<b>Aufgliederung nach Regionen</b>				
EMEA	366,1	391,1	55,1%	54,7%
Amerika	178,1	148,7	46,7%	50,4%
- davon USA in US\$	138,7	134,1		
Asien/Pazifik	153,3	133,5	51,0%	53,0%
	697,4	673,3	52,1%	53,4%
	Umsätze		Rohergebnis	
	nach Sitz der Kunden			
	1-3/2009 € Mio.	1-3/2008 € Mio.	1-3/2009 %	1-3/2008 %
<b>Aufgliederung nach Produkt-Segmenten</b>				
Schuhe	397,1	394,2	50,4%	53,4%
Textil	222,4	231,8	53,7%	53,4%
Accessoires	77,9	47,3	55,6%	53,7%
	697,4	673,3	52,1%	53,4%



## Erläuterungen zum Finanzbericht Januar bis März 2009

### **GRUNDSÄTZLICHES**

Die PUMA Aktiengesellschaft Rudolf Dassler Sport (im Folgenden kurz: "PUMA AG" genannt) und ihre Tochtergesellschaften entwickeln und vertreiben unter dem Markennamen "PUMA" ein breites Angebot von Sport- und Sportlifestyle-Artikeln, das Schuhe, Textilien und Accessoires umfasst. Die Gesellschaft ist eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und hat ihren Sitz in Herzogenaurach, Bundesrepublik Deutschland. Das zuständige Registergericht befindet sich in Fürth (Bayern).

PUMA ist ein verbundenes Unternehmen der PPR-Gruppe und wird in deren Konzernabschluss einbezogen.

### **RECHNUNGSLEGUNGSGRUNDSÄTZE**

Der nicht geprüfte Finanzbericht der PUMA AG und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen der PUMA Konzern) wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 "Zwischenberichterstattung" erstellt und sollte in Verbindung mit dem Jahresabschluss zum 31. Dezember 2008 gelesen werden. Die darin enthaltenen Angaben zum Konzernabschluss gelten, soweit nicht explizit auf Änderungen eingegangen wird, für die Finanzberichte des Jahres 2009.

Bei der Erstellung des Finanzberichts wurden die zum Jahresabschluss zum 31. Dezember 2008 angewandten und erläuterten Rechnungslegungsgrundsätze konsistent angewendet.

Bei der Aufstellung des Finanzberichts sind teilweise Annahmen getroffen und Schätzwerte verwandt worden, die sich auf Höhe und Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, der Erträge und Aufwendungen ausgewirkt haben. Die tatsächlichen Werte können zu einem späteren Zeitpunkt in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen. Entsprechende Änderungen würden zum Zeitpunkt einer besseren Erkenntnis berücksichtigt.

### **KONSOLIDIERUNGSKREIS**

Mit Wirkung vom 1. Januar 2009 hat sich PUMA mehrheitlich an dem bisherigen Lizenznehmer „Dobotex International BV“ in den Niederlanden beteiligt. Gemäß den getroffenen Vereinbarungen mit dem „Minderheitsgesellschafter“ im Hinblick auf eine 100%ige Übernahmemöglichkeit während der Vertragsperiode ist Dobotex wirtschaftlich der PUMA-Gruppe mit 100% zuzurechnen. Dobotex hält die internationale PUMA-Lizenz für Socken und Bodywear und ist langjähriger PUMA-Partner.

Zusätzlich hat PUMA mit Wirkung zum 1. Januar 2009 das Corporate Merchandising Unternehmen „Brandon Company AB“ zu 100 Prozent übernommen. Durch die Akquisition des schwedischen Unternehmens stärkt PUMA sein Kerngeschäft und will in neue Geschäftsbereiche wie Merchandising und Event Marketing expandieren.

Außerdem wurde zum 1. Januar 2009 der Vertrieb in Zypern durch das neu gegründete Gemeinschaftsunternehmen „PUMA Cyprus Ltd.“ übernommen. Gemäß den getroffenen Vereinbarungen mit dem „Minderheitsgesellschafter“ ist die Gesellschaft wirtschaftlich der PUMA-Gruppe mit 100% zuzurechnen und wird entsprechend konsolidiert.



### SAISONALE EINFLÜSSE

Die Umsätze des Konzerns verlaufen saisonabhängig und führen zu unterschiedlichen Umsätzen und daraus resultierenden Gewinnen während eines Jahres. In der Regel liegen die Umsätze und operativen Gewinne im ersten und dritten Quartal auf ihrem höchsten Niveau, während das zweite und vierte Quartal niedriger ausfallen können.

### MITARBEITER

	2009	2008
Mitarbeiter am Anfang der Periode	10.069	9.204
Mitarbeiter am Ende der Periode	9.901	9.239
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter	9.866	9.148

### GEWINN JE AKTIE

Der Gewinn je Aktie wird in Übereinstimmung mit IAS 33 ermittelt, indem das Ergebnis des Berichtszeitraums durch die gewichtete Durchschnittszahl der ausstehenden Aktien dividiert wird. Die im eigenen Bestand gehaltenen Aktien vermindern die ausstehende als auch die verwässerte Anzahl der Aktien. Ausstehende Aktienoptionen (SOP) aus dem Management Incentive Programm können grundsätzlich zu einer Verwässerung des Gewinns je Aktie führen.

	2009	2008
Ergebnis je Aktie	€ 0,37	€ 5,76
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€ 0,37	€ 5,76

### DIVIDENDE

Trotz der Ergebnisbelastung durch Sondereffekte schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 13. Mai 2009 vor, für das Geschäftsjahr 2008 aus dem Bilanzgewinn der PUMA AG eine gegenüber dem Vorjahr unveränderte Dividende von € 2,75 je Aktie auszuschütten. In Prozent des Konzerngewinns entspricht das einer Erhöhung der Ausschüttungsquote von 15,8% auf 17,8%. Die Auszahlung der Dividende soll am Tag nach der Hauptversammlung, die über die Ausschüttung beschließt, erfolgen.





## EIGENKAPITAL

### Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital beträgt zum 31. März 2009 € 41,0 Mio. und ist eingeteilt in 16.032.464 stimmberechtigte Stückaktien ohne Nennwert.

Der Vorstand hat mit Zustimmung des Aufsichtsrats beschlossen, die im eigenen Bestand gehaltenen Aktien (950.000 Stück) einzuziehen. Die eigenen Aktien wurden mit Wirkung vom 29. April 2009 eingezogen und das gezeichnete Kapital entsprechend reduziert. Das gezeichnete Kapital beträgt nunmehr € 38,6 Mio. und ist eingeteilt in 15.082.464 Stück Aktien

Die SARPADIS S.A., eine 100%-ige Tochtergesellschaft der PPR S.A., Paris, hält derzeit 69,36 % des gezeichneten Kapitals.

### Eigene Aktien

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 22. April 2008 wurde die Gesellschaft ermächtigt, bis zum 21. Oktober 2009 eigene Aktien bis zu zehn Prozent des Grundkapitals zu erwerben. Diese Ermächtigung löst die in der Hauptversammlung vom 11. April 2007 erteilte Ermächtigung ab.

Die Gesellschaft hat keine weiteren Aktien in den ersten drei Monaten zurückgekauft. Zum Bilanzstichtag hielt die Gesellschaft insgesamt 950.000 Stück PUMA Aktien im eigenen Bestand, was einem Anteil von 5,93% des gezeichneten Kapitals entspricht. Die Anschaffungskosten betragen insgesamt € 216,1 Mio. und sind vom Eigenkapital als eigene Anteile in Abzug gebracht worden.

Die eigenen Aktien wurden mit Wirkung von 29. April 2009 eingezogen (siehe „Gezeichnetes Kapital“).

### Entwicklung der Anzahl der Aktien

	2009	2008
<b>Anzahl der Aktien am Anfang der Periode</b>	<b>16.032.464</b>	<b>16.027.964</b>
Einziehung der eigenen Aktien	0	0
Wandlung aus Management Incentives	0	0
<b>Anzahl der Aktien am Ende der Periode</b>	<b>16.032.464</b>	<b>16.027.964</b>
davon eigene Aktien	950.000	575.000
<b>Ausstehende Aktien am Ende der Periode</b>	<b>15.082.464</b>	<b>15.452.964</b>
<b>Durchschnittlich ausstehende Aktien</b>	<b>15.082.464</b>	<b>15.641.468</b>
Verwässerte Anzahl der Aktien	15.082.464	15.644.087

### Entwicklung der Anzahl der Aktien bis 8. Mai 2009

	2009
Anzahl der Aktien 31. März	16.032.464
Einziehung der eigenen Aktien	-950.000
Anzahl der Aktien 8. Mai	15.082.464



### **Genehmigtes Kapital**

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 11. April 2007 ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital bis zum 10. April 2012 wie folgt zu erhöhen:

- durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer Aktien gegen Bareinlagen um bis zu € 7,5 Mio. Den Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht zu (Genehmigtes Kapital I).
- durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer Aktien gegen Bar- oder Sacheinlagen um bis zu € 7,5 Mio. Das Bezugsrecht kann ganz oder teilweise ausgeschlossen werden (Genehmigtes Kapital II).

### **Bedingtes Kapital**

Gemäß § 4 Abs. 5 der Satzung wurde in 2001 ein bedingtes Kapital in Höhe von € 3,9 Mio. („bedingtes Kapital 2001“) zur Finanzierung von insgesamt 1.530.000 Stück Aktienoptionen geschaffen. Die Aktienoptionen wurden im Rahmen des Stock Option Programms in mehreren Tranchen an das Management ausgegeben. Am 31. März 2009 steht noch ein bedingtes Kapital in Höhe von € 0,2 Mio. zur Verfügung.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 22. April 2008 kann das Grundkapital um bis zu € 1,5 Mio. („bedingtes Kapital 2008“) durch Ausgabe von bis zu 600.000 Stück neuer Aktien erhöht werden. Die bedingte Kapitalerhöhung darf ausschließlich zum Zweck der Gewährung von Bezugsrechten (Aktienoptionen) an

Mitglieder des Vorstands sowie weitere Führungskräfte der Gesellschaft sowie nachgeordneter verbundenen Unternehmen verwendet werden.

### **Management Incentive Programm**

Um das Management mit einer langfristigen Anreizwirkung an das Unternehmen zu binden, werden bei PUMA aktienbasierte Vergütungssysteme in Form von Stock-Option-Programmen (SOP) sowie Stock-Appreciation-Rights (SAR) eingesetzt.

Aus den in Vorjahren ausgegebenen Wertsteigerungsrechten standen am Ende der Berichtsperiode aus dem Programm „SAR“ 210.000 Stück Wertsteigerungsrechte aus. Für die Beschreibung der jeweiligen Programme wird auf den Jahresabschluss (Geschäftsbericht) 2008 verwiesen.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 22. April 2008 wurde ein neues Stock-Option-Programm (SOP) in Form eines „Performance Share Programm“ beschlossen. Hierzu wurde – wie oben erwähnt – ein bedingtes Kapital („bedingtes Kapital 2008“) geschaffen und der Aufsichtsrat bzw. Vorstand ermächtigt, bis zum Ablauf von fünf Jahren (nach Eintragung des bedingten Kapitals in das Handelsregister), mindestens aber bis zum Ablauf von drei Monaten nach Beendigung der ordentlichen Hauptversammlung im Jahr 2013 Bezugsrechte an Mitglieder des Vorstands sowie weitere Führungskräfte der Gesellschaft und nachgeordneter verbundener Unternehmen auszugeben.

Für Mitglieder des Vorstands liegt die Zuständigkeit ausschließlich beim Aufsichtsrat. Insgesamt dürfen bis zu 1.200.000 Bezugsrechte (hiervon bis zu 65% auf den Vorstand entfallend) ausgegeben werden. Die Bezugsrechte dürfen innerhalb des Berechtigungszeitraums in jährlichen Tranchen von maximal 30% des Gesamtvolumens ausgegeben werden, wobei die erste Tranche mit insgesamt 113.000 Bezugsrechten am 21. Juli 2008 und die zweite Tranche am 14. April 2009 mit 139.002 Bezugsrechten zugeteilt wurde.

Die ausgegebenen und auszugebenden Bezugsrechte haben jeweils eine Laufzeit von fünf Jahren und können frühestens nach zwei Jahren ausgeübt werden, doch nur soweit ein Kursanstieg von mindestens 20% der PUMA Aktie erreicht ist. Anders als bei einem herkömmlichen Aktienoptionsprogramm haben die Teilnehmer nicht das Recht, Aktien zu einem bestimmten, bevorzugten Preis zu erwerben. Stattdessen erhält das Management bei Erfüllung der Erfolgsziele anstatt eines Cash-Bonus den gleichen Wert in Aktien.

Die Ermächtigung sieht weiterhin vor, dass der Aufsichtsrat in Übereinstimmung mit den Empfehlungen des Corporate Governance Kodex, die den Mitgliedern des Vorstands gewährten Bezugsrechte für den Fall außerordentlicher, nicht vorgesehener Entwicklungen dem Inhalt und dem Umfang nach ganz oder teilweise begrenzen kann. Diese Möglichkeit steht auch dem Vorstand für die betroffenen übrigen Führungskräfte zu.



### **EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG**

Es bestehen keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 31. März 2009 Auswirkungen haben könnten.

Herzogenaurach, den 8. Mai 2009

Der Vorstand



## Vorstand

**Jochen Zeitz**  
(Vorstandsvorsitzender)

**Melody Harris-Jensbach**  
(Stellvertretende Vorstandsvorsitzende)  
Produkt

**Dieter Bock**  
Finanzen und Controlling

**Stefano Caroti**  
Vertrieb

**Reiner Seiz**  
Beschaffung  
(Stellvertretendes Vorstandsmitglied)

**Antonio Bertone**  
Marketing  
(Stellvertretendes Vorstandsmitglied)

## Aufsichtsrat

**François-Henri Pinault**  
(Vorsitzender)

**Thore Ohlsson**  
(Stellvertretender Vorsitzender)

**Jean-François Palus**

**Grégoire Amigues**

**Erwin Hildel**  
(Arbeitnehmersvertreter)

**Oliver Burkhardt**  
(Arbeitnehmersvertreter)



## Finanzkalender Geschäftsjahr 2009

18. Februar 2009	Endgültige Geschäftsergebnisse 2008
8. Mai 2009	Zwischenbericht Q1/2009 Presse- und Analysten-Conference Call
13. Mai 2009	Hauptversammlung
29. Juli 2009	Zwischenbericht Q2/2009 Presse- und Analysten-Conference Call
9. November 2009	Zwischenbericht Q3/2009 Presse- und Analysten- Conference Call

## Herausgeber

PUMA AG Rudolf Dassler Sport  
Würzburger Str. 13  
D-91074 Herzogenaurach

Tel.: +49 (0)9132 81-0  
Fax: +49 (0)9132 81-2246  
email: [investor-relations@puma.com](mailto:investor-relations@puma.com)  
Internet: <http://www.puma.com>

Die Finanzergebnisse und andere Finanzinformationen stehen im Internet unter „[about.puma.com](http://about.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](http://www.puma.com) zur Verfügung.