



PUMA SE

FINANZBERICHT

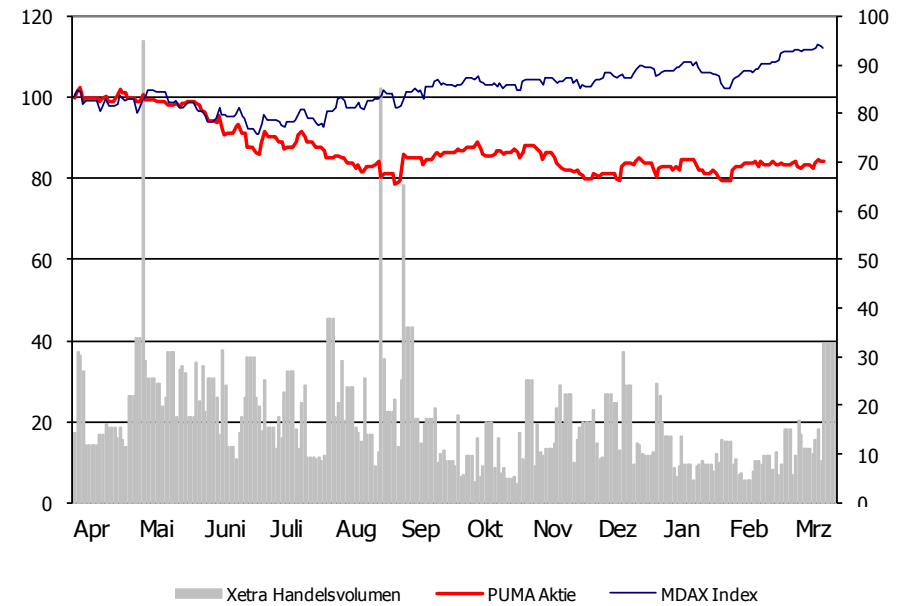
Januar bis März 2013



INHALTSVERZEICHNIS

Financial Facts	3
Konzernlagebericht	
- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	4
- Strategie	4
- Umsatz- und Ertragslage	5 - 9
- Vermögens- und Finanzlage	10
- Ausblick	11
Konzernabschluss	
- Bilanz	12
- Gewinn- und Verlustrechnung	13
- Gesamtergebnisrechnung	14
- Kapitalflussrechnung	15
- Veränderungen im Eigenkapital	16
- Geschäftssegmente	17
- Anhang zum Finanzbericht	18 – 20
Geschäftsführende Direktoren / Verwaltungsrat	21
Finanzkalender	22

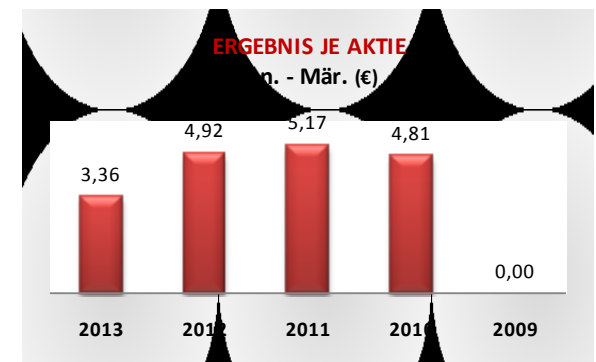
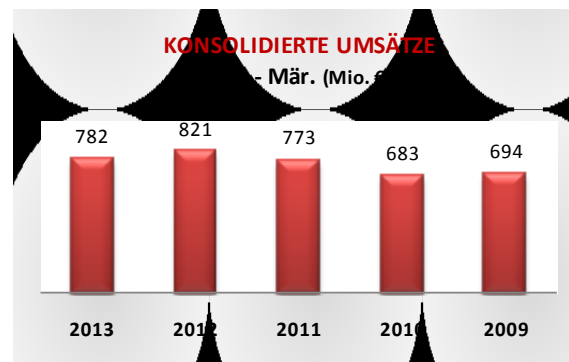
Jahresentwicklung der PUMA Aktie
Indizierte Entwicklung mit Handelsvolumen (Xetra)



Financial Facts	1-3/2013 € Mio.	1-3/2012 € Mio.	Abwei- chung
Markenumsätze	820,5	856,1	-4,2%
Konsolidierte Umsätze	781,6	820,9	-4,8%
Rohtragsmarge	49,1%	51,2%	
Operatives Ergebnis	79,0	102,0	-22,6%
Konzerngewinn	50,3	73,9	-32,0%
- in %	6,4%	9,0%	
Bilanzsumme	2.513,9	2.486,2	1,1%
Eigenkapitalquote in %	66,7%	66,4%	
Netto-Umlaufvermögen (Working Capital)	774,7	723,7	7,0%
Brutto Cashflow	88,7	120,9	-26,6%
Freier Cashflow (vor Akquisition)	-134,0	-111,5	20,2%
Gewinn je Aktie (in €)	3,36	4,92	-31,8%
Brutto Cashflow je Aktie (in €)	5,93	8,05	-26,4%
Freier Cashflow je Aktie (in €) (vor Akquisition)	-8,96	-7,43	20,6%
Aktienkurs am Ende der Periode (in €)	242,89	267,80	-9,3%
Marktkapitalisierung am Ende der Periode	3.629	3.999	-9,3%
Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Werten (ohne Firmenwerte)	8,9	13,8	-35,4%

Michael Lämmermann, CFO:

“In dem derzeit schwierigen Geschäftsumfeld, vor allem in Europa und in Asien, treiben wir die Umsetzung unseres Transformations- und Kostensenkungsprogramms voran, um effizienter zu werden und unsere Kostenbasis zu verschlanken. Dadurch werden wir PUMAs Profitabilität langfristig steigern. Durch den Einzug von Borussia Dortmund ins Champions League-Finale haben wir nicht nur PUMAs Markenpräsenz und Glaubwürdigkeit als Premium-Fußballmarke weiter gestärkt, sondern auch unseren Fokus auf den Bereich Sport Performance-Bereich geschärft.“





Konzernlagebericht

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Gemäß der Frühjahrsprognose des „Instituts für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 13. März 2013 hat sich die Weltkonjunktur im Verlauf des Jahres 2012 spürbar abgeschwächt. Inzwischen mehren sich jedoch die Anzeichen für eine merkliche Belebung der Produktion. Die weltweite Industrieproduktion erhöhte sich gegen Jahresende wieder leicht, ein Anstieg war allerdings lediglich in den Schwellenländern zu verzeichnen, und hier auch nur im asiatischen Raum. In den fortgeschrittenen Volkswirtschaften nahm die industrielle Erzeugung hingegen, vor allem wegen eines Rückgangs in Japan und im Euroraum, sogar merklich ab.

STRATEGIE

Unter der Zielsetzung, „das begehrteste und nachhaltigste Sportlifestyle-Unternehmen“ zu sein, soll die Position von PUMA als eine der wenigen, echten Multi-Category-Marken gestärkt und das Potenzial des Sportlifestyle-Marktes in allen Kategorien und Regionen konsequent ausgeschöpft werden. Als Multi-Category-Anbieter ist PUMA in Kategorien und Geschäftsfeldern aktiv, die zur einzigartigen Markenpositionierung passen und in denen sich dauerhafte Wertsteigerungen für das Unternehmen erzielen lassen. PUMA ist positioniert als Sportlifestylemarke, die es versteht, mit Freude, die Einflüsse aus Sport und Lifestyle zu kombinieren und darüber hinaus danach strebt, einen Beitrag zu einer besseren Welt zu leisten. Diese vorgenannte Markenpositionierung soll durch eine selektive Ausweitung der bestehenden Produktkategorien, durch eine regionale Expansion sowie einer Expansion mit Nicht-PUMA-Marken unterstützt werden.

Umsatz- und Ertragslage

Weltweite Markenumsätze

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, bestehend aus Lizenz- sowie konsolidierten Umsätzen, sind im ersten Quartal währungsbereinigt um 1,7% auf € 821 Mio. gegenüber € 856 Mio. im Vorjahr zurückgegangen.

Konsolidierte Umsätze

Geschäftsumfeld in Europa bleibt schwierig

Das Sportlifestyle-Unternehmen PUMA hat im ersten Quartal einen Umsatzrückgang verzeichnet. Belastende Faktoren waren vor allem das anhaltend schwache Konsumumfeld in der Eurozone und die Umsatzentwicklung in Asien, die hauptsächlich durch einen ungewöhnlich langen Winter beeinträchtigt wurde. Die Erlöse fielen im Vergleich zum Vorjahresquartal währungsbereinigt um 2,3% auf € 782 Millionen.

PUMAs Umsätze in der Region **Amerika** verbesserten sich währungsbereinigt um 1,8% auf € 260 Millionen. Starke Umsatzentwicklungen verzeichneten die Tochtergesellschaften in Mexiko und Brasilien, wo der Absatz von Teamsport-Produkten durch unseren Ausrüstervertrag mit dem brasilianischen Fußballclub aus Rio de Janeiro Botafogo beflügelt wurde. Argentinien legte ebenfalls stark zu, nachdem Lifestyle-Kollektionen gute Erlöse erzielten. Der Bereich Cobra PUMA Golf verzeichnete weiterhin hervorragende Ergebnisse, was sich auch in steigenden Umsätzen in Nordamerika widerspiegelt.

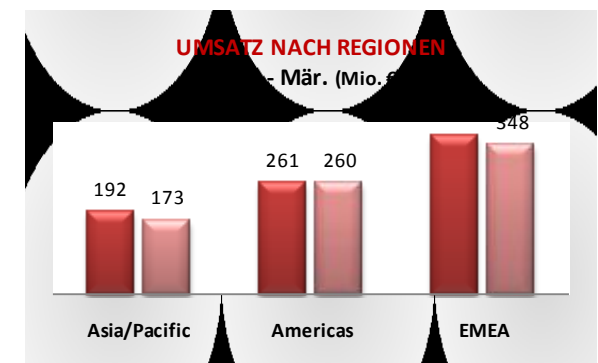
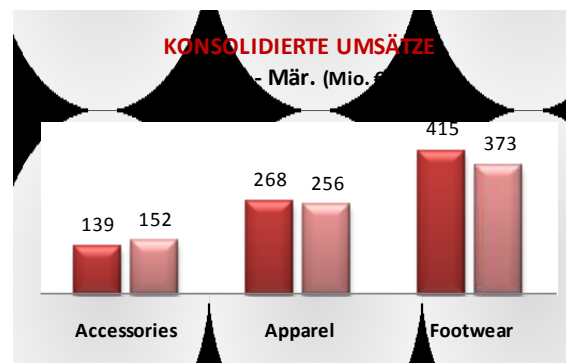
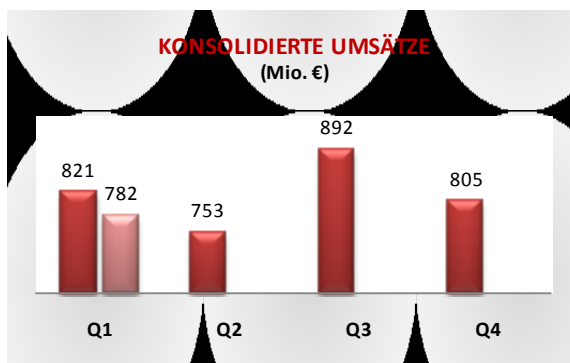
Die Umsätze in der Region **EMEA** litten vor allem unter der allgemeinen Konsumschwäche – unter anderem auch hier bedingt durch den ungewöhnlich langen Winter – und gingen währungsbereinigt um 4,8% auf € 348 Millionen zurück. Solide Umsatzentwicklungen in Russland, Türkei und der D-A-CH-Region, wo Retro-Schuhmodelle wie der Suede und neue Textilkollektionen aus unserer Motorsport-Kategorie von den Verbrauchern stark nachgefragt wurden, konnten schwächere Geschäftsentwicklungen in Italien und Frankreich nicht vollständig ausgleichen. Eine

weiter anhaltend hohe Arbeitslosigkeit in den südlichen Regionen der Eurozone nährte das schwierige Konsumumfeld zusätzlich.

In der Region **Asien/Pazifik** gingen die Umsätze währungsbereinigt um 2,9% auf € 173 Millionen zurück. Indien – gestützt durch ein starkes Wachstum der Kategorie Running und Teamsport – und Australien verzeichneten jeweils gute Geschäftsentwicklungen, diese konnten allerdings die weniger zufriedenstellenden Absatzzahlen aus Japan und China nicht ausgleichen. Die Erlöse in Japan wurden vor allem durch einen ungewöhnlich strengen Winter beeinträchtigt, während in China vor allem die Verkäufe für Fitness- & Training-Produkte hinter den Erwartungen zurückblieben.

Zufriedenstellende Entwicklung im Einzelhandels-geschäft

PUMAs Einzelhandelsumsätze stiegen währungsbereinigt um 13,9% auf € 135 Millionen, was einem Anteil am Gesamtumsatz von 17,3% entspricht. Dieser Umsatzanstieg ergab sich vor allem durch hervorragende Erlöse in PUMA's Ecommerce-Geschäft, insbesondere in Nordamerika.



Umsatz nach Regionen und Produktsegmenten		Q1		Wachstumsraten	
€ Mio.	2013	2012	Euro	währungs- bereinigt	
Aufgliederung nach Regionen					
EMEA	347,9	368,0	-5,5%	-4,8%	
Amerika	260,2	260,8	-0,2%	1,8%	
Asien/Pazifik	173,4	192,1	-9,7%	-2,9%	
Gesamt	781,6	820,9	-4,8%	-2,3%	
Aufgliederung nach Produktsegmenten					
Schuhe	373,1	414,6	-10,0%	-7,8%	
Textilien	256,1	267,6	-4,3%	-1,1%	
Accessoires	152,4	138,7	9,9%	11,9%	
Gesamt	781,6	820,9	-4,8%	-2,3%	



Das Fehlen von sportlichen Großereignissen beeinträchtigt Umsatzentwicklung im Segment Schuhe; Mobium erfolgreich in den Markt eingeführt

Accessoires legten in den ersten drei Monaten des Jahres währungsbereinigt besonders stark um 11,9% auf € 152 Millionen zu. Diese positive Entwicklung wurde erneut durch die guten Ergebnisse von Cobra PUMA Golf sowie unseren nordamerikanischen Joint-Ventures für Socken und Bodywear gestützt.

Das Geschäft mit **Textilien** war im ersten Quartal währungsbereinigt um 1,1% auf € 256 Millionen leicht rückläufig. Während der Bereich Fundamentals zurückging, verzeichneten Cobra PUMA Golf und die Kategorie Running anhaltend gute Entwicklungen. Im Bereich Teamsport überzeugte vor allem unsere derzeit erfolgreichste Vereinsmannschaft **Borussia Dortmund**, die mit ihrer Qualifikation für das Champions League-Finale die Fußballfans weltweit begeisterte und damit PUMAs Position als eine Premium-Fußballmarke hervorhob.

PUMA hat kürzlich die Performance-Textilien **PUMA ACTV** und **RCVR**, die mit dem ISPO Gold Award ausgezeichnet wurden, erfolgreich in den Markt eingeführt. Beide Konzepte verbinden die Vorteile von Kompressionstextilien mit den Prinzipien des Performance-Tapings. Während PUMA ACTV damit während des Trainings einen schnelleren und effektiveren Energiefluss zu den Muskeln ermöglicht, unterstützt die neu entwickelte RCVR-Technologie die Regeneration nach der Trainingseinheit. PUMA setzt damit neue Maßstäbe im Bereich Performance-Textilien.

Der Umsatz im Segment **Schuhe** sank währungsbereinigt um 7,8% auf € 373 Millionen. Die Entwicklung war teilweise bedingt durch die Kategorie Teamsport, in der aufgrund fehlender sportlicher Großereignisse in diesem Jahr die Verkäufe rückläufig waren. Zudem litt PUMAs Training- & Fitness-Kategorie unter der gedämpften Nachfrage nach Toning-Produkten. Im Bereich **Lifestyle** wurde die neue Schuhkollektion an Suede- und Archive Lite-Modellen im Markt sehr gut angenommen. Hier machte sich außerdem der gute Verkauf unserer erfolgreichen Modelle Future Suede Lite und TX-3 in der Region Asien/Pazifik bemerkbar.

Vor dem Hintergrund der erfolgreichen Einführung unserer neuen Markenplattform „The Nature of Performance“, die unsere Produktinitiativen im Bereich Performance bündelt und stärkt, verzeichnete PUMA **Running**, gestützt durch unseren adaptiven Running-Schuh PUMA Mobium Elite, eine positive Entwicklung. Der Mobium Elite erzielte in vielen Märkten – einschließlich den USA und der Region Asien/Pazifik – einen anhaltend starken Abverkauf.

Umsetzung des Transformationsprogramms auf Kurs

Die Umsetzung von PUMAs Transformationsprogramm wurde im ersten Quartal weiter forciert. Wir haben die Schaffung unserer neuen Business Unit-Struktur, entlang der zwei Säulen Performance und Lifestyle, abgeschlossen. Damit entwickelt sich die Struktur immer mehr zu einer auf den Markt und den Konsumenten ausgerichteten Organisation. Jeder der sechs Geschäftsbereiche wird von einem Business Unit-Manager geleitet, der die komplette Verantwortung trägt. Das Team eines jeden Geschäftsbereichs ist dabei zentral an einem Ort ansässig, um schneller auf Verbrauchertrends reagieren zu können und eine möglichst effektive Zusammenarbeit zu gewährleisten.

Die Konsolidierung der Region Europa von 23 Länderorganisationen zu insgesamt sieben Ländergruppen liegt ebenfalls im Plan, wobei die Ländergruppen D-A-CH und Iberia bereits etabliert sind. Zudem hat PUMA im ersten Quartal 45 unrentable Einzelhandelsgeschäfte geschlossen.

PUMA wird alle Maßnahmen, die im Rahmen des Transformations- und Kostensenkungsprogramms im Jahr 2012 beschlossen wurden, weiter konsequent umsetzen, so dass das Unternehmen mittel- und langfristig davon profitieren wird.

Rohhertragsmarge

Rohhertragsmarge sinkt auf 49,1%

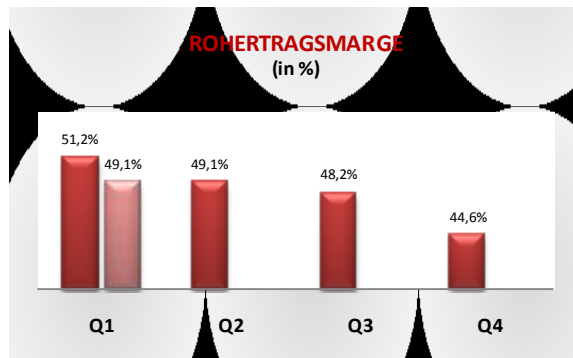
PUMAs **Rohhertragsmarge** reduzierte sich von 51,2% auf 49,1% im Vergleich zum Vorjahr. Zwei Gründe waren hauptsächlich für diesen Rückgang verantwortlich: Erhebliche Währungskurseffekte als Folge negativer Hedging-Positionen in den ersten drei Monaten 2013 im Vergleich zum Vorjahr sowie auch ein starker Fokus auf die Vorratsbestände, insbesondere im Bereich Schuhe, im Zusammenspiel mit höheren Beschaffungskosten.

In der Folge sank die Rohhertragsmarge bei Schuhen von 49,5% auf 46,1%. Textilien war von 53,5% auf 51,5% rückläufig, während sich die Marge bei Accessoires von 51,9% auf 52,6% verbesserte.

Operative Aufwendungen

Operative Aufwendungen sinken aufgrund des Transformations- und Kostensenkungsprogramms

Beide weitreichend angelegten Programme zielen darauf ab, die Kosten zu reduzieren und haben dazu geführt, dass sich die operativen Aufwendungen in nahezu allen Bereichen verringerten und um 3,9% auf € 310 Millionen zurückgegangen sind.



Operatives Ergebnis / EBIT

Operatives Ergebnis (EBIT) durch Rückgang der Rohertragsmarge beeinträchtigt

Trotz der im Rahmen des Kostensenkungsprogramms erzielten Kosteneinsparungen hat sich das **operative Ergebnis** in den ersten drei Monaten von € 102 Millionen auf € 79 Millionen verringert. Diese Entwicklung ist durch den Rückgang in Umsatz und Rohertragsmarge bedingt. Dadurch reduzierte sich die operative Marge von 12,4% auf 10,1%.

Finanzergebnis/Ergebnis aus assoziierten Unternehmen

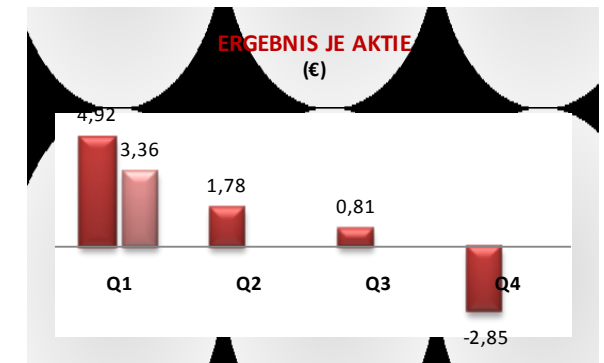
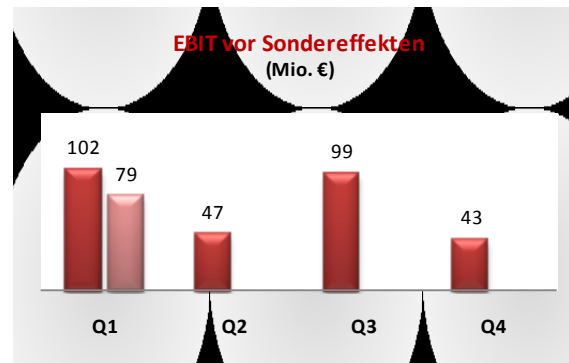
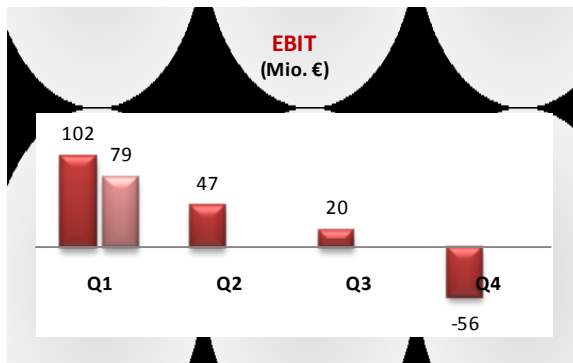
Das Finanzergebnis ging im ersten Quartal aufgrund negativer Währungskurseffekte von € 1,1 Millionen auf € -4,0 Millionen zurück.

Gewinn vor Steuern

PUMAs **Gewinn vor Steuern** betrug im ersten Quartal 2013 € 75 Millionen gegenüber € 103 Millionen im Vorjahr. Im Verhältnis zum Umsatz entspricht dies einer Marge von 9,6% verglichen mit 12,6% in 2012. Der **Steueraufwand** reduzierte sich von € 28 Millionen auf € 22 Millionen und die Steuerquote betrug 29,3% gegenüber 27,1% im ersten Quartal 2012.

Konzerngewinn

Der **Konzerngewinn** verringerte sich um 32,0% von € 74 Millionen auf € 50 Millionen. Das **Ergebnis pro Aktie** ging ebenfalls von € 4,92 auf € 3,36 im ersten Quartal 2013 zurück.





Vermögens- und Finanzlage

Eigenkapital

PUMAs Eigenkapitalausstattung hat sich weiter verbessert. Die **Eigenkapitalquote** stieg leicht von 66,4% auf 66,7% im Vergleich zum Vorjahr. Das **Eigenkapital** stieg damit von € 1.652 Millionen auf € 1.676 Millionen.

Working Capital

PUMAs Working Capital stieg um 7,0% auf € 775 Millionen, nachdem sich die Verbindlichkeiten reduziert haben. Ein starker Fokus lag weiterhin auf dem Lagerbestandsmanagement und die **Vorräte** blieben mit € 592 Millionen nahezu unverändert. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** verringerten sich um 4,3% auf € 594 Millionen, was auf den Umsatzrückgang im Quartal zurückzuführen ist.

Cashflow / Investitionen

Trotz des Rückgangs des Vorsteuerergebnisses verbesserte sich der **freie Cashflow** bedingt durch niedrigere Zahlungen für Akquisitionen von € -200 Millionen im vergangenen Jahr auf € -154 Millionen in diesem Jahr.

Die **Investitionen ins Anlagevermögen** gingen von € 14 Millionen auf € 9 Millionen zurück und betrafen hauptsächlich die Eröffnung sowie den Umbau einiger ausgewählter Einzelhandelsgeschäfte sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Liquidität

PUMAs **Nettoliiquidität** verbesserte sich zum Stichtag leicht von € 203 Millionen auf € 207 Millionen.



Ausblick 2013

Weltwirtschaft

Gemäß der Frühjahrsprognose des „Instituts für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 13. März 2013 gewinnt die Weltkonjunktur, nach der spürbaren Abschwächung im Verlauf des Jahres 2012, allmählich wieder an Fahrt. Ebenso signalisiert der IfW-Stimmungsindikator, der die Stimmung von Unternehmen in 42 Ländern widerspiegelt, für das erste Quartal 2013 ein deutliches Anziehen der weltwirtschaftlichen Aktivität. Die Experten des IfW rechnen für den Zuwachs der Weltproduktion im laufenden Jahr, unverändert zur Dezemberprognose, mit einem Anstieg von 3,4%. Für das Jahr 2014 wurden die Erwartungen leicht von 3,9% auf 4,0% angehoben.

Investitionen

Für 2013 sind Investitionen in einer Höhe von € 70 Mio. geplant. Der wesentliche Teil betrifft dabei Investitionen in die Infrastruktur, um die operativen Voraussetzungen für die geplanten Umsatzzuwächse zu schaffen, den Ausbau unserer Kernmärkte sowie selektive Investitionen in Einzelhandelsgeschäfte.

Allgemeines

Neuer Vorsitzender der Geschäftsführung (CEO) bestellt

Der Verwaltungsrat der PUMA SE hat Björn Gulden mit Wirkung zum 1. Juli 2013 zum neuen Vorsitzenden der Geschäftsführung (CEO) von PUMA bestellt. Björn Gulden verfügt über eine fast 20-jährige umfassende internationale Erfahrung in verschiedenen Managementpositionen innerhalb der Sportartikel- und Schuhbranche.

Ausblick 2013

Aufgrund der Geschäftsentwicklung im ersten Quartal und angesichts des anhaltend unsicheren gesamtwirtschaftlichen Umfelds in einigen Schlüsselmärkten geht das Management für das Gesamtjahr von einem währungsbereinigten Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich aus. Dies entspricht einer leichten Anpassung der bisherigen Prognose nach unten.

Das Management bestätigt seine Erwartungen, dass der Druck auf die Rohertragsmarge anhält. Unter diesen Umständen ist es unwahrscheinlich, dass PUMA seine ursprüngliche Prognose eines niedrigen bis mittleren einstelligen prozentualen Anstiegs des operativen Ergebnisses (EBIT) vor Sondereffekten erreichen wird. Das Management bekräftigt allerdings seine Erwartung, dass sich der Konzerngewinn im Vergleich zu 2012 verbessern wird.

Bilanz	31.03.'13	31.03.'12	Abwei- chung	31.12.'12
	€ Mio.	€ Mio.		€ Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	260,0	245,8	5,8%	407,3
Vorräte	591,6	587,1	0,8%	552,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	593,7	620,5	-4,3%	507,0
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	178,3	162,4	9,8%	167,4
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	17,2	15,8	8,5%	8,4
Kurzfristige Vermögenswerte	1.640,7	1.631,5	0,6%	1.642,6
Latente Steuern	139,0	110,3	26,1%	152,0
Sonstige langfristige Vermögenswerte	734,2	744,3	-1,4%	735,7
Langfristige Vermögenswerte	873,2	854,6	2,2%	887,6
Summe Aktiva	2.513,9	2.486,2	1,1%	2.530,3
PASSIVA				
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	53,4	42,6	25,3%	44,1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	376,0	393,5	-4,5%	376,1
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	212,9	252,7	-15,8%	227,2
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	66,9	10,0	571,8%	156,1
Kurzfristige Verbindlichkeiten	709,2	698,8	1,5%	803,5
Latente Steuern	54,6	64,8	-15,7%	54,1
Pensionsrückstellungen	31,1	30,1	3,3%	30,7
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	43,4	40,8	6,3%	44,7
Langfristige Verbindlichkeiten	129,1	135,7	-4,9%	129,4
Eigenkapital	1.675,6	1.651,6	1,5%	1.597,4
Summe Passiva	2.513,9	2.486,2	1,1%	2.530,3

Erstes Quartal

Gewinn- und Verlustrechnung	Q1/2013 € Mio.	Q1/2012 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	781,6	820,9	-4,8%
Umsatzkosten	-397,6	-400,7	-0,8%
Rohhertrag	384,0	420,1	-8,6%
- in % der konsolidierten Umsätze	49,1%	51,2%	
Lizenz- und Provisionserträge	4,8	4,3	11,9%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-309,8	-322,4	-3,9%
Operatives Ergebnis (EBIT)	79,0	102,0	-22,6%
- in % der konsolidierten Umsätze	10,1%	12,4%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-4,0	1,1	
Gewinn vor Steuern (EBT)	75,0	103,1	-27,2%
- in % der konsolidierten Umsätze	9,6%	12,6%	
Ertragssteuern	-22,0	-27,9	-21,3%
- Steuerquote	29,3%	27,1%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Gewinne	-2,8	-1,2	
Konzerngewinn	50,3	73,9	-32,0%
Gewinn je Aktie (€)	3,36	4,92	-31,8%
Gewinn je Aktie (€) - verwässert	3,36	4,92	-31,8%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien	14,965	15,010	-0,3%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert	14,966	15,017	-0,3%

Gesamtergebnisrechnung		Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer	Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer
		2013 € Mio.	2013 € Mio.	2013 € Mio.	2012 € Mio.	2012 € Mio.	2012 € Mio.
Konzernjahresüberschuss		53,0		53,0	75,1		75,1
Währungsänderungen		12,7		12,7	-19,3		-19,3
Neutrale Effekte Hedge Accounting		11,8	-4,6	16,4	-10,9	3,5	-14,4
Sonstiges Ergebnis		24,5	-4,6	29,1	-30,2	3,5	-33,7
Gesamtergebnis		77,5	-4,6	82,1	45,0	3,5	41,5
davon:							
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter		3,1		3,1	1,2		1,2
Anteilseigner Mutterunternehmen		74,4	-4,6	79,0	43,8	3,5	40,3

Kapitalflussrechnung	1-3/2013 € Mio.	1-3/2012 € Mio.	Abwei- chung
Gewinn vor Steuern (EBT)	75,0	103,1	-27,2%
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	13,7	17,8	-23,3%
Brutto Cashflow	88,7	120,9	-26,6%
Veränderung Netto-Umlaufvermögen	-177,4	-193,9	-8,5%
Steuer- und Zinszahlungen	-38,8	-26,5	46,4%
Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-127,5	-99,5	28,1%
Zahlung für Akquisitionen	-19,5	-88,6	-78,0%
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-8,9	-13,8	-35,4%
Andere Investitionstätigkeiten	2,4	1,8	31,3%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Investitionstätigkeit	-26,1	-100,6	-74,1%
Freier Cashflow	-153,6	-200,1	-23,3%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-134,0	-111,5	20,2%
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Gesellschafter	-0,4	-0,6	-32,6%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	7,8	7,2	8,2%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	7,4	6,6	11,7%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-1,1	-9,0	-87,6%
Veränderung des Finanzmittelbestandes	-147,3	-202,5	-27,3%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	407,3	448,2	-9,1%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	260,0	245,8	5,8%

Veränderungen im Eigenkapital	Gezeichnetes Kapital	Rücklagen					Bilanzgewinn	Eigene Aktien	Eigenkapital vor Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	Eigenkapital gesamt
		Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Unterschied aus der Währungs-umrechnung	Cashflow Hedges	At-equity bewertete Unternehmen					
in € Mio.											
31.12.2011	38,6	187,6	66,7	6,4	19,8	0,8	1.317,3	-32,6	1.604,5	0,7	1.605,2
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen / nicht beherrschende Gesellschafter									0,0	-0,6	-0,6
Währungsänderungen				-18,9		-0,3			-19,2	-0,0	-19,3
Nettoeffekt aus der Absicherung von Cashflows, netto nach Steuern					-10,9				-10,9		-10,9
Bewertung aus Optionsprogrammen		2,0				0,0			2,0		2,0
Konzerngewinn							73,9		73,9	1,2	75,1
31.03.2012	38,6	189,6	66,7	-12,5	8,9	0,5	1.391,2	-32,6	1.650,3	1,3	1.651,6
31.12.2012	38,6	189,8	65,1	-24,9	-6,4	0,2	1.357,6	-31,6	1.588,5	8,9	1.597,4
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen / nicht beherrschende Gesellschafter									0,0	-0,4	-0,4
Währungsänderungen				12,4		0,0			12,4	0,3	12,7
Nettoeffekt aus der Absicherung von Cashflows, netto nach Steuern					11,8				11,8		11,8
Bewertung aus Optionsprogrammen		1,1							1,1		1,1
Konzerngewinn							50,3		50,3	2,8	53,0
31.03.2013	38,6	190,9	65,1	-12,5	5,4	0,2	1.407,8	-31,6	1.664,0	11,7	1.675,6

Geschäftssegmente 1-3/2013

Regionen	Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	1-3/2013 € Mio.	1-3/2012 € Mio.	1-3/2013 € Mio.	1-3/2012 € Mio.	1-3/2013 € Mio.	1-3/2012 € Mio.
EMEA	318,5	339,6	15,8	24,1	2,0	6,2
Amerika	219,3	225,9	7,8	13,3	2,1	6,4
Asien/Pazifik	139,6	159,3	8,0	8,0	0,6	0,6
Zentralbereiche/Konsolidierung	104,1	96,1	47,3	56,7	4,3	0,7
Total	781,6	820,9	79,0	102,0	9,0	13,9

	Abschreibungen		Vorräte		Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	
	1-3/2013 € Mio.	1-3/2012 € Mio.	1-3/2013 € Mio.	1-3/2012 € Mio.	1-3/2013 € Mio.	1-3/2012 € Mio.
EMEA	4,1	4,2	254,4	269,8	238,9	274,1
Amerika	3,5	3,4	180,8	169,1	173,9	167,7
Asien/Pazifik	2,3	2,3	101,1	107,8	91,5	104,2
Zentralbereiche/Konsolidierung	3,8	5,0	55,2	40,3	89,4	74,5
Total	13,6	14,9	591,6	587,1	593,7	620,5

Produkt	Umsatzerlöse		Rohertragsmarge	
	1-3/2013 € Mio.	1-3/2012 € Mio.	1-3/2013 € Mio.	1-3/2012 € Mio.
Schuhe	373,1	414,6	46,1%	49,5%
Textilien	256,1	267,6	51,5%	53,5%
Accessoires	152,4	138,7	52,6%	51,9%
Total	781,6	820,9	49,1%	51,2%

Überleitung EBT	1-3/2013 € Mio.	1-3/2012 € Mio.
EBIT	79,0	102,0
Finanzergebnis	-4,0	1,1
EBT	75,0	103,1

Anhang zum Finanzbericht Januar bis März 2013

GRUNDSÄTZLICHES

Die PUMA SE und ihre Tochtergesellschaften (der „PUMA Konzern“) entwickeln und vertreiben unter dem Markennamen "PUMA" ein breites Angebot von Sport- und Sportlifestyle-Artikeln, das Schuhe, Textilien und Accessoires umfasst. Die Gesellschaft hat ihren Sitz in Herzogenaurach, Bundesrepublik Deutschland. Das zuständige Registergericht befindet sich in Fürth (Bayern).

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

RECHNUNGSLEGUNGSGRUNDSÄTZE

Der nicht geprüfte Finanzbericht der PUMA SE 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 2012 gelesen werden. Die darin enthaltenen Angaben zum Konzernabschluss gelten, soweit nicht explizit auf Änderungen eingegangen wird, für die Finanzberichte des Jahres 2013.

Bei der Erstellung des Finanzberichts wurden die zum Jahresabschluss zum 31. Dezember 2012 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.

SAISONALE EINFLÜSSE

Die Umsätze des Konzerns verlaufen saisonabhängig und führen zu unterschiedlichen Umsätzen und daraus resultierenden Gewinnen während eines Jahres.

MITARBEITER

	2013	2012
Mitarbeiter am Anfang der Periode	11.290	10.836
Mitarbeiter am Ende der Periode	10.668	10.657
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter	10.787	10.675

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.

	2013	2012
Ergebnis je Aktie	€ 3,36	€ 4,92
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€ 3,36	€ 4,92

DIVIDENDE

Die Hauptversammlung hat am 07. Mai 2013 eine Dividende von € 0,50 je Aktie für das Geschäftsjahr 2012 beschlossen. Der Gesamtbetrag der Ausschüttung betrug € 7,5 Mio. und wurde beginnend mit dem 08. Mai 2013 an die Aktionäre ausgezahlt.

EIGENKAPITAL

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital beträgt zum Bilanzstichtag € 38,6 Mio. und ist eingeteilt in 15.082.464 stimmberechtigte Stückaktien ohne Nennwert.

Eigene Aktien

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 20. April 2010 wurde die Gesellschaft ermächtigt, bis zum 19. April 2015 eigene Aktien bis zu zehn Prozent des Grundkapitals zu erwerben.

Die Gesellschaft hat in den ersten drei Monaten keine Aktien zurückgekauft.

Zum Ende des ersten Quartals hält die Gesellschaft insgesamt 147.831 Stück PUMA Aktien im eigenen Bestand, was einem Anteil von 0,98% des gezeichneten Kapitals entspricht.

Entwicklung der Anzahl der Aktien

	2013	2012
Anzahl der Aktien am Anfang und am Ende der Periode	15.082.464	15.082.464
davon eigene Aktien	-147.831	-147.831
Ausstehende Aktien am Ende der Periode	14.934.633	14.934.633
Durchschnittlich ausstehende Aktien	14.964.581	15.009.645
Verwässerte Anzahl der Aktien	14.966.228	15.016.615



SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung erfolgt gemäß der internen Berichtsstruktur nach geografischen Regionen. Die Umsatzerlöse und das Rohergebnis werden nach dem Sitz der jeweiligen Konzerngesellschaft der entsprechenden Region ausgewiesen. Die Innenumsätze der jeweiligen Region werden eliminiert. Die Aufteilung der übrigen Segmentinformationen wird ebenfalls nach dem Sitz der jeweiligen Konzerngesellschaft ermittelt. Die Summen entsprechen jeweils den Beträgen in der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. der Bilanz.

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Es bestehen keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 31. März 2013 Auswirkungen haben könnten.

Herzogenaurach, den 14. Mai 2013

Die geschäftsführenden Direktoren

Geschäftsführende Direktoren

Stefano Caroti
(Vertrieb)

Michael Lämmermann
(CFO)

Verwaltungsrat

Jean-François Palus
(Vorsitzender)

François-Henri Pinault
(Stellvertretender Vorsitzender)

Thore Ohlsson

Todd Hymel

Michel Friocourt

Jean-Marc Duplaix (ab 7. Mai 2013)

Bernd Illig
(Arbeitnehmersvertreter)

Martin Köppel
(Arbeitnehmersvertreter)

Guy Buzzard
(Arbeitnehmersvertreter)

Finanzkalender Geschäftsjahr 2013

14. Februar 2013	Endgültige Geschäftsergebnisse 2012
07. Mai 2013	Hauptversammlung
14. Mai 2013	Zwischenbericht Q1/2013
24. Juli 2013	Zwischenbericht Q2/2013
8. November 2013	Zwischenbericht Q3/2013

Herausgeber

PUMA SE
PUMA Way 1
D-91074 Herzogenaurach

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

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

Anmerkungen hinsichtlich zukunftsgerichteter Aussagen:

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

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, Cobra und Tretorn. Das Unternehmen, das 1948 gegründet wurde, vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt weltweit rund 10.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentralen befinden sich in Herzogenaurach, Boston, London und Hongkong. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: www.puma.com