



PUMA SE

FINANZBERICHT

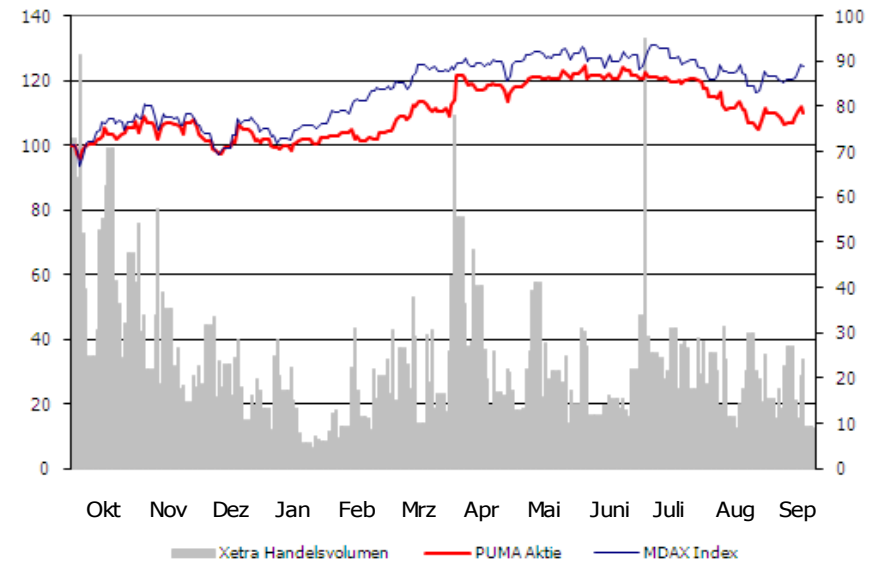
Januar bis September 2012



INHALTSVERZEICHNIS

Financial Highlights	3
Konzernlagebericht	
- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	4
- Strategie	4
- Umsatz- und Ertragslage	5 - 9
- Vermögens- und Finanzlage	10
- Ausblick	11 - 12
Konzernabschluss	
- Bilanz	13
- Gewinn- und Verlustrechnung	14
- Gesamtergebnisrechnung	15
- Kapitalflussrechnung	16
- Veränderungen im Eigenkapital	17
- Geschäftssegmente	18 - 19
- Anhang zum Finanzbericht	20 – 23
Geschäftsführende Direktoren / Verwaltungsrat	24
Finanzkalender	25

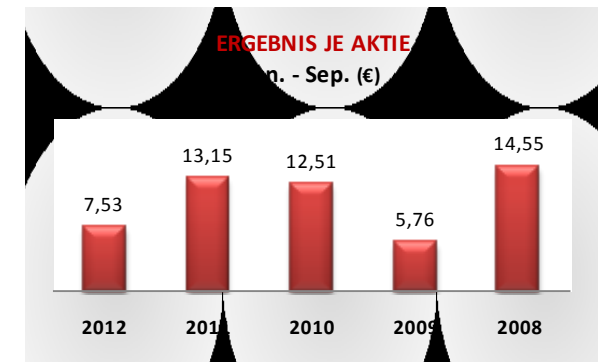
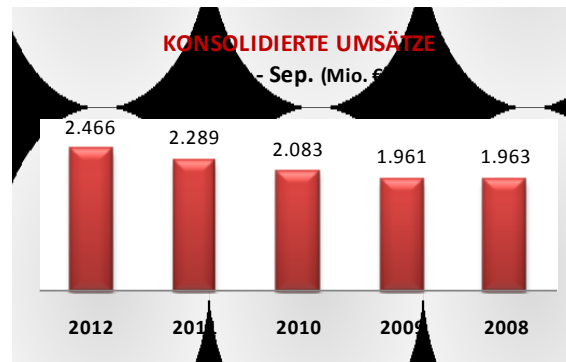
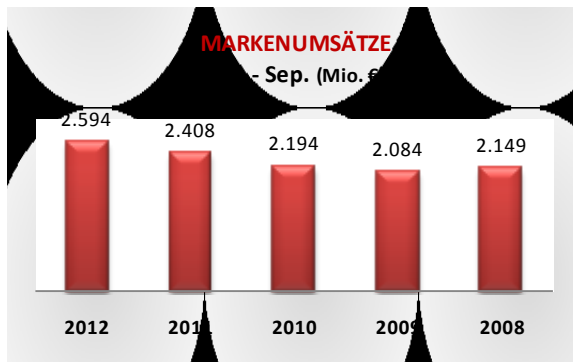
Jahresentwicklung der PUMA Aktie
Indizierte Entwicklung mit Handelsvolumen (Xetra)



Financial Highlights	1-9/2012 € Mio.	1-9/ 2011 € Mio.	Abwei- chung
Markenumsätze	2.594,1	2.407,6	7,7%
Konsolidierte Umsätze	2.466,0	2.288,5	7,8%
Rohtragsmarge	49,5%	50,6%	
Operatives Ergebnis vor Sondereffekten	247,9	285,0	-13,0%
Sondereffekte	-79,3	0,0	
Konzerngewinn	112,8	197,1	-42,8%
- in %	4,6%	8,6%	
Bilanzsumme	2.579,7	2.422,5	6,5%
Eigenkapitalquote in %	65,2%	62,9%	
Netto-Umlaufvermögen (Working Capital)	799,0	668,7	19,5%
Brutto Cashflow	296,5	331,0	-10,4%
Freier Cashflow (vor Akquisition)	-82,7	-89,4	-7,5%
Gewinn je Aktie (in €)	7,53	13,15	-42,7%
Brutto Cashflow je Aktie (in €)	19,81	22,08	-10,3%
Freier Cashflow je Aktie (in €) (vor Akquisition)	-5,52	-5,96	-7,4%
Aktienkurs am Ende der Periode (in €)	214,55	219,80	-2,4%
Marktkapitalisierung am Ende der Periode	3.205	3.283	-2,4%
Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Werten (ohne Firmenwerte)	54,2	44,6	21,4%

Franz Koch, CEO:

„Trotz eines schwachen Geschäftsumfeldes in Europa konnte PUMA im dritten Quartal einen moderaten Anstieg der Umsätze verzeichnen“, sagte **Franz Koch**, CEO PUMA SE. „Wir haben jetzt konsequent die erforderlichen Maßnahmen ergriffen, um die Herausforderungen anzugehen, denen wir momentan insbesondere in Europa gegenüberstehen. Unser Transformations-Programm für die Jahre 2010 bis 2015 wird zusammen mit den sofortigen Kosteneinsparungsmaßnahmen sowie dem verbesserten Produktangebot in den Bereichen Performance und Lifestyle im nächsten Jahr eine solide Basis für nachhaltiges und begehliches Wachstum bilden.“





Konzernlagebericht

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Gemäß der Herbstprognose des „Instituts für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 12. September 2012 hat sich die weltwirtschaftliche Expansion im Frühjahr 2012 deutlich verlangsamt. Das globale Bruttoinlandsprodukt verzeichnete im zweiten Quartal 2012 den geringsten Zuwachs seit Überwindung der Rezession im Jahr 2009.

Zudem waren die Konjunkturindikatoren bis zuletzt überwiegend abwärts gerichtet. Maßgeblich dafür waren verschiedene Bremsfaktoren, welche die Konjunktur wohl auch im weiteren Prognosezeitraum belasten werden. Wesentliche Faktoren in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften waren die neuerliche Zuspitzung der Schuldenkrise im Euroraum sowie das hohe Niveau des Ölpreises. Zudem reichte die Eigendynamik in den Schwellenländern nicht aus, um die wirtschaftliche Expansion angesichts der schwächelnden Konjunktur in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften hoch zu halten.

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, stiegen im dritten Quartal in Euro um 6,2% (währungsbereinigt um 0,6%) auf € 942,8 Mio. gegenüber € 888,0 Mio. im Vorjahr.

In den ersten neun Monaten stiegen die PUMA-Markenumsätze in Euro um 7,7% sowie währungsbereinigt um 3,3% auf € 2.594,1 Mio. im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Konsolidierte Umsätze

Schwaches Geschäftsumfeld in Europa verlangsamt weiterhin das Umsatzwachstum

Im **dritten Quartal** stiegen die Umsätze von PUMA um 6,0% auf Euro-Basis bzw. währungsbereinigt um 0,5% auf € 892,2 Mio.

Das Segment **Schuhe** stieg, unterstützt durch die anhaltende Nachfrage nach den Modellen der PUMA-Faas-Familie aus der Lightweight-Running Kategorie und unseren klassischen Modellen PUMA Suede sowie den Archive Lite Mid und Low Designs, um 2,5% auf € 441,9 Mio.

Der Erfolg von PUMA im Bereich Laufschuhe wurde durch die Olympischen Sommerspiele noch unterstrichen, welche PUMAs besten Mix aus Sport und Lifestyle zum Ausdruck brachte: Spitzenleistungen der Athleten kombiniert mit den angesagtesten Events in der Stadt. Die positive Entwicklung in unserer Running Kategorie wurde jedoch durch Rückgänge in den Kategorien Fitness & Training sowie Motorsport in PUMAs entwickelten Märkten gedämpft.

Das Geschäft mit **Textilien** wuchs um 5,6% auf € 311,2 Mio. und wurde nicht nur durch die anhaltende Stärke unserer Sparte Cobra PUMA Golf, sondern auch durch Trikot-Verkäufe unserer Kategorie Teamsport gestützt. PUMA konnte einen großen Erfolg mit dem Abverkauf von Trikots und Fanartikeln von Borussia Dortmund verzeichnen, was ganz wesentlich zur Entwicklung der Umsätze in Deutschland in diesem Jahr beigetragen hat.

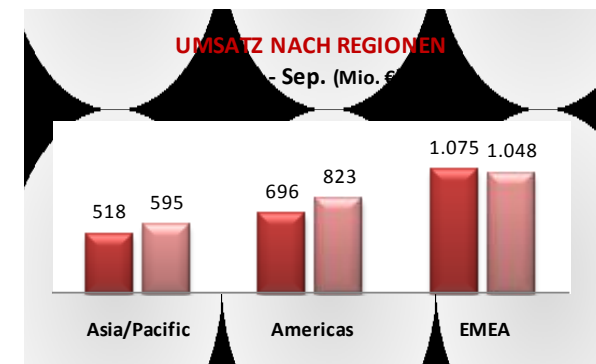
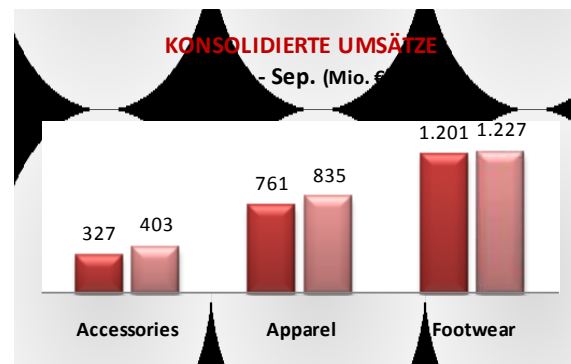
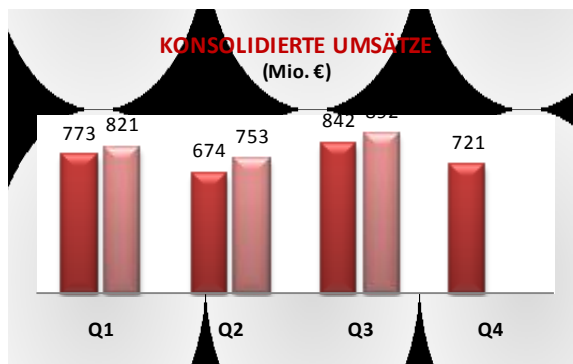
Accessoires legten aufgrund der guten Ergebnisse unseres amerikanischen Geschäfts mit Socken und Bodywear sowie im Bereich Golf um 20,1% auf € 139,1 Mio. stark zu.

Im September profitierte PUMA vom sensationellen Ausgang des Ryder Cups 2012, als der von Cobra PUMA Golf ausgerüstete englische Top-Golfer Ian Poulter, der herausragendste Spieler des Turniers, in dem prestigeträchtigen Wettbewerb der besten Golfer aus Europa und USA alle seine vier Spiele gewinnen konnte.

In den **ersten neun Monaten** dieses Jahres verbesserten sich die Umsätze um 7,8% auf Euro-Basis bzw. währungsbereinigt um 3,3% auf € 2,46 Milliarden. Das Geschäft mit Schuhen verbesserte sich in Euro um 2,2%, Textilien stiegen aufgrund der starken Umsätze im Bereich Running sowie der anderen Performance-Bereiche in Euro um 9,8%. Die Umsätze im Segment Accessoires erhöhten sich aufgrund der guten Nachfrage nach Golf-Produkten um 23,4%.

Wachstum in Amerika setzt sich fort

Die Umsätze in der Region **EMEA** gingen aufgrund der deutlich verlangsamten konjunkturellen Entwicklung in Europa sowie der gedämpften Verbrauchernachfrage um 3,4% auf € 396,7 Mio. zurück. Gute Geschäftsergebnisse aus Deutschland und Rußland konnten dabei den Rückgang in anderen Ländern nicht vollständig ausgleichen.



Umsatz nach Regionen und Produktsegmenten		Q3		Wachstumsraten		1-9		Wachstumsraten	
€ Mio.	2012	2011	Euro	währungs- bereinigt	2012	2011	Euro	währungs- bereinigt	
Aufgliederung nach Regionen									
EMEA	396,7	410,6	-3,4%	-4,8%	1.048,3	1.075,2	-2,5%	-3,2%	
Amerika	283,2	235,0	20,5%	10,6%	822,7	695,6	18,3%	11,4%	
Asien/Pazifik	212,3	196,0	8,3%	-1,3%	595,0	517,8	14,9%	5,3%	
Gesamt	892,2	841,6	6,0%	0,5%	2.466,0	2.288,5	7,8%	3,3%	
Aufgliederung nach Produktsegmenten									
Schuhe	441,9	431,1	2,5%	-3,0%	1.227,3	1.200,8	2,2%	-1,9%	
Textilien	311,2	294,7	5,6%	-0,1%	835,2	760,7	9,8%	4,8%	
Accessoires	139,1	115,8	20,1%	14,8%	403,4	326,9	23,4%	19,1%	
Gesamt	892,2	841,6	6,0%	0,5%	2.466,0	2.288,5	7,8%	3,3%	

In **Amerika** konnte PUMA seine außergewöhnlich gute Entwicklung auch im dritten Quartal mit einem Umsatzwachstum von 20,5% auf Euro-Basis (währungsbereinigt 10,6%) auf € 283,2 Mio. fortsetzen. Argentinien, Brasilien und Mexiko verzeichneten einen starken Umsatzanstieg im zweistelligen Prozentbereich und auch das Wachstum in Nordamerika setzte sich fort. Die Region **Asien/Pazifik** erzielte auf der Basis guter Geschäftsergebnisse aus Korea und Indien einen Anstieg auf Euro-Basis von 8,3% auf € 212,3 Mio. Das Wachstum in China hat sich aufgrund des allgemein schwierigen Marktumfeldes und hoher Warenbestände im Markt abgeschwächt.

Im Verlauf der **ersten neun Monate** gingen die Umsätze in der Region **EMEA** um 2,5% zurück. Grund dafür sind die anhaltenden Herausforderungen in den meisten Märkten in Europa, wobei Deutschland und die Türkei zufriedenstellende Geschäftsergebnisse erzielen konnten. Dagegen stiegen die Umsätze in der Region **Amerika** um 18,3% stark an und sowohl Nord- als auch Südamerika trugen positiv zur Geschäftsentwicklung bei. Nordamerika profitierte dabei insbesondere vom anhaltenden Wachstum unserer Tochtergesellschaft mit Socken und Bodywear sowie von Cobra PUMA Golf.

Die Region **Asien/Pazifik** verzeichnete einen Anstieg von 14,9%, unterstützt durch hervorragende Geschäftsergebnisse aus Indien und Korea.

Einzelhandelsgeschäft

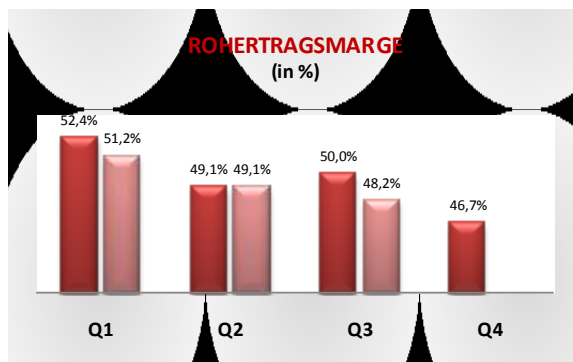
PUMAs Einzelhandelsgeschäft konnte ein weiteres Umsatzwachstum erzielen. Die Umsätze im Einzelhandel betragen im dritten Quartal € 164,9 Mio. und lagen damit um 22,7% über dem Vorjahreswert von € 134,3 Mio. Das entspricht einem Anteil von 18,5% am Gesamtumsatz. In den ersten neun Monaten nahmen die Einzelhandelsumsätze um 20,4% von € 362,7 Mio. auf € 436,7 Mio. zu, was einem Anteil von 17,7% vom Gesamtumsatz entspricht (Vorjahr 15,8%). Das Umsatzvolumen in den bestehenden Geschäften ist insgesamt angestiegen und neue Einzelhandelsgeschäfte wurden an profitablen Standorten eröffnet. Da ein signifikanter Teil der Einzelhandelsgeschäfte in den entwickelten Märkten keinen zufriedenstellenden Beitrag leistete, wird dieser Bereich einer Optimierung der Einzelhandelsaktivitäten unterzogen. Der Bereich E-Commerce konnte weiter zulegen und hat mit einem positiven Ergebnis zum Bereich Einzelhandel beigetragen.

Rohrertragsmarge

Rohrertragsmarge im dritten Quartal und in den ersten neun Monaten rückläufig

Aufgrund höherer Beschaffungskosten sowie unvorteilhafter Rahmenbedingungen in Europa ist die Rohrertragsmarge im dritten Quartal 2012 auf 48,2% zurückgegangen. Die Marge im Segment Schuhe fiel dabei von 49,8% auf 46,1%. Das ist im Wesentlichen bedingt durch den Abverkauf von Produkten, der im Vorfeld der Einführung der Frühjahr/Sommer-Kollektion 2013 zu einer Reduzierung der Warenbestände im Bereich Schuhe im dritten Quartal beigetragen hat. Bei Textilien reduzierte sich die Rohrertragsmarge geringfügig von 50,3% auf 50,1%. Accessoires stiegen jedoch im Vergleich zum Vorjahr von 50,0% auf 50,6% an.

Auf Basis der ersten neun Monate ging die Rohrertragsmarge um 110 Basispunkte von 50,6% auf 49,5% zurück. Im Segment Schuhe reduzierte sie sich von 49,8% auf 47,9%. Textilien blieben unverändert bei 50,9%, während die Marge bei Accessoires aufgrund gestiegener Beschaffungskosten sowie dem Wettbewerbsumfeld im Bereich Teamsport von 52,4% auf 51,2% zurückging.



Operative Aufwendungen

Die operativen Aufwendungen erhöhten sich im dritten Quartal 2012 um 9,5% auf € 336,1 Mio. gegenüber € 307,0 Mio. im Vorjahreszeitraum. Die Kosten im Zusammenhang mit den eigenen Einzelhandelsaktivitäten haben sich aufgrund der gestiegenen Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte weiter erhöht. Darüber hinaus haben die Olympischen Spiele und damit im Zusammenhang stehende Kosten zu einem deutlichen Anstieg der Marketingausgaben gegenüber dem Vorjahreszeitraum geführt. Gleichzeitig stellen wir mehr Mittel für Forschung, Design und Entwicklung bereit, um das Produktangebot weiter zu stärken. Ebenso treiben wir kontinuierlich die Verbesserung der Beschaffungskette sowie der IT-Systeme voran.

In den ersten neun Monaten dieses Jahres stiegen die operativen Aufwendungen um 11,3% bzw. € 100,5 Mio. von € 888,5 Mio. auf € 986,0 Mio. an. Wie bereits erläutert, haben die gestiegenen Ausgaben für Marketing, Einzelhandel, Forschung, Design und Entwicklung sowie Investitionen in das Transformations-Programm zu der Erhöhung beigetragen. Die operativen Aufwendungen wurden darüber hinaus durch Wechselkurseffekte belastet, welche zu einer Erhöhung von 450 Basispunkten geführt haben.

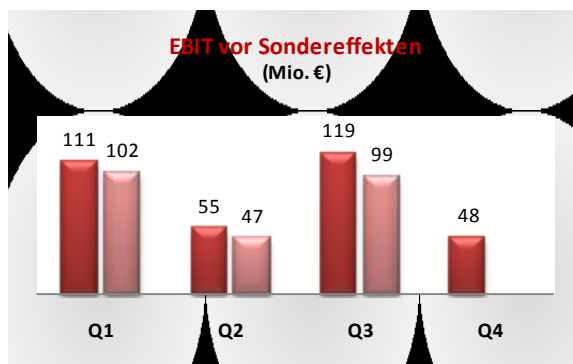
Operatives Ergebnis vor Sondereffekten

Aufgrund des Rückgangs der Rohertragsmarge sowie der durch das Transformations-Programm gestiegenen operativen Aufwendungen ist das operative Ergebnis vor Sondereffekten im dritten Quartal 2012 um 16,7% auf € 98,8 Mio. zurückgegangen. Im Zeitraum von Januar bis September reduzierte sich das operative Ergebnis vor Sondereffekten um 13,0% auf € 247,9 Mio., was einer Quote von 10,1% entspricht.

Sondereffekte

Aus Gründen der Transparenz in der betriebswirtschaftlichen Entwicklung wurden in den vorangehenden Erläuterungen und der nachstehenden Darstellung auf Seite 14, im Gegensatz zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, die Sondereffekte im Zusammenhang mit Einmal-aufwendungen aus dem Transformations-Programm in einer eigenen Zeile ausgewiesen, da das operative Ergebnis vor Sondereffekten die wirtschaftliche Ertragskraft des Unternehmens genauer darstellt.

PUMA hat im dritten Quartal Sondereffekte, die im Zusammenhang mit dem Transformations-Programm stehen, in Höhe von insgesamt € 80 Mio. verbucht. Diese wurden hauptsächlich durch die Restrukturierung der Region Europa, die Optimierung des Einzelhandelsgeschäfts-Portfolios sowie die Reorganisation der globalen Funktionen verursacht.



Operatives Ergebnis / EBIT

Das operative Ergebnis (EBIT) inklusive Sondereffekte betrug im dritten Quartal € 19,6 Mio. und im Zeitraum Januar bis September € 168,6 Mio.

Finanzergebnis/Ergebnis aus assoziierten Unternehmen

Das Finanzergebnis war im dritten Quartal, im Wesentlichen bedingt durch Wechselkurseffekte, positiv und betrug € 1,7 Mio. im Vergleich zu € -2,1 Mio. im Vorjahreszeitraum. Das Finanzergebnis hat sich in den ersten neun Monaten von € -3,9 Mio. auf € -0,9 Mio. gleichermaßen verbessert.

Gewinn vor Steuern

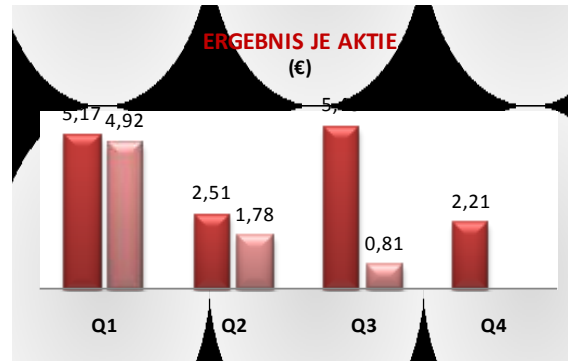
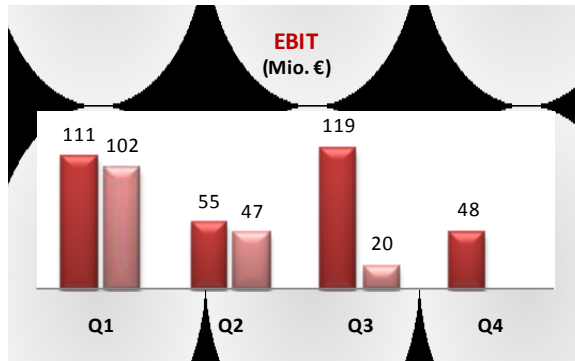
PUMAs Gewinn vor Steuern ging im dritten Quartal um 81,7% auf € 21,3 Mio. zurück. Die Steuerquote reduzierte sich von 30,0% auf 27,7%.

Der Gewinn vor Steuern reduzierte sich auch in den ersten neun Monaten von € 281,1 Mio. auf € 167,7 Mio., was einem Rückgang von 40,3% entspricht. Die Steuerquote hat sich im Vergleich zum Vorjahr von 30,0% auf 28,9% verbessert.

Konzerngewinn

Als Folge des anhaltenden Drucks auf die Rohertragsmarge, gestiegener Ausgaben und insbesondere aufgrund der Sondereffekte hat sich der Konzerngewinn um 85,1% auf € 12,2 Mio. im Quartal verringert. Das Ergebnis pro Aktie reduzierte sich auf € 0,81.

In den ersten neun Monaten des Jahres 2012 ging der Konzerngewinn um 42,8% auf € 112,8 Mio. zurück. Das Ergebnis pro Aktie ging auf € 7,53 zurück.



Vermögens- und Finanzlage

Eigenkapital

Zum 30. September 2012 stieg die Bilanzsumme, hauptsächlich aufgrund einer Zunahme der Lagerbestände, um 6,5% von € 2.423 Mio. auf € 2.580 Mio. Verglichen mit dem dritten Quartal 2011 verbesserte sich die Eigenkapitalquote von 62,9% auf 65,2%. In absoluten Zahlen erhöhte sich das Eigenkapital um 10,3% von € 1.524 Mio. auf € 1.682 Mio.

Working Capital

Auf der Aktivseite haben sich die Vorräte auf Euro-Basis um 21,3% sowie währungsbereinigt um 16,8% auf € 646,0 Mio. erhöht. Dieser Anstieg liegt deutlich unterhalb des Wachstums in den vorangegangenen Quartalen und dokumentiert unsere erfolgreiche Reduzierung von Überbeständen. Der Anstieg der Vorratsbestände ist auf die Forcierung unserer Einzelhandelsaktivitäten sowie höhere Durchschnittspreise pro Artikel zurückzuführen. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind nur geringfügig auf € 623,7 Mio. angestiegen. Das unterstreicht unseren klaren Fokus und die Bemühungen, die Außenstandsdauer der Forderungen weiter zu reduzieren. Auf der Passivseite gingen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen leicht auf € 382,9 Mio. zurück.

Investitionen/Cashflow

Der freie Cashflow (vor Akquisitionen) belief sich auf € -82,7 Mio., während der Wert in der Vorjahresperiode bei € -89,4 Mio. lag. Der Mittelabfluss aus dem höheren Bedarf an Working Capital wurde durch einen Rückgang der Steuerzahlungen ausgeglichen. Die Investitionen für Akquisitionen betreffen den Erwerb der restlichen noch ausstehenden Anteile an Dobotex zum 1. Januar 2012.

Die Investitionen ins Anlagevermögen erhöhten sich um 21,4% auf € 54,2 Mio. und betrafen hauptsächlich Investitionen in die Beschaffungskette, IT-Projekte und die Eröffnung profitabler Einzelhandelsgeschäfte im Rahmen unseres langfristigen „Back on the Attack“-Wachstumsplans.

Liquidität

Der Bestand an Flüssigen Mitteln ging aufgrund des Erwerbs der restlichen noch ausstehenden Anteile an Dobotex zum 30. September 2012 um 9,4% von € 289,5 Mio. auf € 262,2 Mio. zurück. Zusammen mit den Bankverbindlichkeiten reduzierte sich die Nettoliquidität um 19,5% von € 255,1 Mio. auf € 205,4 Mio.



Ausblick 2012

Weltwirtschaft

Gemäß der Herbstprognose des „Instituts für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 12. September 2012 lässt die Eintrübung der Indikatoren für die Weltkonjunktur erwarten, dass die Weltwirtschaft im Herbst 2012 nochmals an Fahrt verlieren wird. Ebenso signalisiert der IfW-Indikator für die weltwirtschaftliche Aktivität, der die Stimmung von Unternehmen in 42 Ländern widerspiegelt, für das dritte Quartal 2012 einen nochmals schwächeren Produktionsanstieg. Daraufhin haben die Experten des IfW ihre Prognose für den Zuwachs der Weltproduktion im laufenden Jahr nochmals leicht von 3,4% im Juni auf nun 3,3% verringert. Für das Jahr 2013 wurden die Erwartungen etwas stärker von 3,9% auf 3,6% reduziert.

Investitionen

Für 2012 sind Investitionen in einer Höhe von € 75 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.

Stand der Umsetzung von PUMAs Transformations-Programm und Kosteneinsparungsmaßnahmen

PUMA hat sein Transformations-Programm forciert und bereits damit begonnen, wesentliche Teile davon umzusetzen. Das Programm war 2010 eingeführt worden mit dem langfristigen Ziel, die Komplexität zu reduzieren und die operative Effizienz zu steigern. Zusätzlich wurden sofortige Kosteneinsparungsmaßnahmen eingeleitet, um die gegenwärtige operative Ertragslage zu verbessern.

Das neue regionale Geschäftsmodell:

Im Zentrum des Programms steht die Einführung eines neuen regionalen Geschäftsmodells, welches zuerst in der Region Europa implementiert und dann graduell auch auf die übrigen Regionen übertragen werden soll. Die regionale Organisationsstruktur in Europa wurde bereits ausgeweitet und beinhaltet nun auch einige zentral- und osteuropäische EU-Mitgliedsstaaten wie Tschechien, Polen, Ungarn, Slowakei und die baltischen Staaten. Darüber hinaus hat PUMA die Anzahl der Organisationseinheiten von 23 Länder auf sieben Ländergruppierungen reduziert, um die Komplexität zu verringern. Jede Ländergruppierung verfügt über ein Management-Team, das Ergebnisverantwortung trägt, während die einzelnen Länder ihre Aktivitäten auf die kommerziellen Geschäftsbereiche konzentrieren können. Die sieben Ländergruppierungen sind: DACH (Deutschland, Österreich, Schweiz), IBERIA (Spanien, Portugal), UKIB (Belgien, Irland, Luxemburg, Niederlande, Großbritannien), NORDICS (Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden), EASTERN EUROPE (Tschechien, Estland, Ungarn, Litauen, Lettland, Polen, Slowakei), FRANKREICH und ITALIEN.



Zusammenlegung von Lagern:

PUMA hat die Zusammenlegung von Lagern in ganz Europa eingeleitet, um effizienter zu sein und Kosten einzusparen. Das langfristige Ziel ist es, das Netzwerk an Lagern mit der neuen regionalen Organisationsstruktur in Einklang zu bringen.

Optimierung der Einzelhandelsaktivitäten:

PUMA hat beschlossen, insgesamt rund 80 unrentable Einzelhandelsgeschäfte mit Schwerpunkt in den entwickelten Märkten zu schließen, während die Gesellschaft auch weiterhin neue ausgewählte Einzelhandelsgeschäfte an profitablen Standorten, hauptsächlich in den Wachstumsmärkten, eröffnen wird. PUMA beabsichtigt zum Jahresende 2013 weltweit rund 540 Einzelhandelsgeschäfte, im Vergleich zu aktuell 590 Einzelhandelsgeschäften, zu betreiben.

Kündigung von Kooperations- und Werbeverträgen:

PUMA hat im Zusammenhang mit der allgemeinen Reduzierung des Produktportfolios beschlossen, sich aus nicht profitablen Kooperations- und Werbeverträgen zurückzuziehen.

Reduzierung der Produktkollektionen:

PUMA plant bis zum Jahresende 2015 die Reduzierung seiner gesamten Produktpalette um 30%. Die Anzahl der Artikel wurde bereits mit den Kernkategorien des Unternehmens abgeglichen. Der wesentliche Teil der Reduzierung der Artikelanzahl wird aus der Verschlinkung von regionalen und lokalen Kollektionen stammen. Die ersten deutlichen Ergebnisse dieser Rationalisierungsmaßnahmen werden in der Frühjahr/Sommer-Kollektion 2013 sichtbar werden.

Einführung von Geschäftsbereichen:

PUMA wird seine internationale Organisation weiterentwickeln und dabei insgesamt sieben Geschäftsbereiche einführen: Teamsport, Running, Training und Fitness, Golf, Fundamentals, Motorsport, Lifestyle, Accessoires und Lizenzen. In jedem Geschäftsbereich werden Produktmanagement, Design, Entwicklung und produktspezifisches Marketing gebündelt. Die Einführung dieser Geschäftsbereiche wird PUMA dabei helfen, den Fokus auf Performance- und Lifestyle-Kategorien zu schärfen und weiter voranzutreiben.

Weitere Kosteneinsparungsmaßnahmen, die im vierten Quartal dieses Jahres umgesetzt werden sollen, werden derzeit geprüft.

Ausblick 2012

Vor dem Hintergrund eines insbesondere in Europa schwierigen Geschäftsumfeldes hat das PUMA Management das Transformations-Programm 2010-2015 um sofortige Kosteneinsparungsmaßnahmen ergänzt und ausgeweitet. Die eingeleiteten Maßnahmen haben zu einmaligen Kosten von zirka € 80 Mio. geführt, die bereits im dritten Quartal verbucht wurden. PUMA erwartet, dass sich diese Einmalkosten innerhalb von zwei bis drei Jahren amortisiert haben werden.

Das Management geht unverändert von einem Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich auf Euro-Basis aus. Der Konzerngewinn wird aufgrund der genannten Einmalaufwendungen deutlich unter dem Vorjahreswert liegen.

Bilanz	30.09.'12	30.09.'11	Abwei- chung	31.12.'11
	€ Mio.	€ Mio.		€ Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	262,2	289,5	-9,4%	448,2
Vorräte	646,0	532,4	21,3%	536,8
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	623,7	610,5	2,2%	533,1
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	161,1	166,8	-3,4%	167,6
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	6,0	17,4	-65,3%	28,7
Kurzfristige Vermögenswerte	1.699,1	1.616,5	5,1%	1.714,5
Latente Steuern	114,6	86,2	32,9%	109,1
Sonstige langfristige Vermögenswerte	766,1	719,7	6,4%	758,2
Langfristige Vermögenswerte	880,6	805,9	9,3%	867,3
Summe Aktiva	2.579,7	2.422,5	6,5%	2.581,8
PASSIVA				
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	56,8	34,4	65,3%	35,1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	382,9	390,0	-1,8%	431,4
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	248,8	250,9	-0,8%	272,1
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	80,1	108,0	-25,8%	100,5
Kurzfristige Verbindlichkeiten	768,7	783,2	-1,9%	839,2
Latente Steuern	53,8	50,9	5,8%	63,6
Pensionsrückstellungen	31,4	25,7	22,0%	29,8
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	44,4	38,4	15,6%	44,0
Langfristige Verbindlichkeiten	129,6	115,0	12,7%	137,5
Eigenkapital	1.681,5	1.524,3	10,3%	1.605,2
Summe Passiva	2.579,7	2.422,5	6,5%	2.581,8

Drittes Quartal

Gesamtjahr

Gewinn- und Verlustrechnung	Q3/2012 € Mio.	Q3/2011 € Mio.	Abwei- chung	1-9/2012 € Mio.	1-9/2011 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	892,2	841,6	6,0%	2.466,0	2.288,5	7,8%
Umsatzkosten	-462,4	-420,8	9,9%	-1.246,2	-1.131,4	10,1%
Rohhertrag	429,8	420,8	2,1%	1.219,7	1.157,1	5,4%
- in % der konsolidierten Umsätze	48,2%	50,0%		49,5%	50,6%	
Lizenz- und Provisionserträge	5,2	4,8	7,4%	14,1	13,4	5,2%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-336,1	-307,0	9,5%	-986,0	-885,5	11,3%
Operatives Ergebnis vor Sondereffekten	98,8	118,6	-16,7%	247,9	285,0	-13,0%
- in % der konsolidierten Umsätze	11,1%	14,1%		10,1%	12,5%	
Sondereffekte	-79,3	0,0		-79,3	0,0	
Operatives Ergebnis (EBIT)	19,6	118,6	-83,5%	168,6	285,0	-40,8%
- in % der konsolidierten Umsätze	2,2%	14,1%		6,8%	12,5%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	1,7	-2,1		-0,9	-3,9	
Gewinn vor Steuern (EBT)	21,3	116,6	-81,7%	167,7	281,1	-40,3%
- in % der konsolidierten Umsätze	2,4%	13,9%		6,8%	12,3%	
Ertragssteuern	-5,9	-34,9	-83,1%	-48,5	-84,2	-42,5%
- Steuerquote	27,7%	30,0%		28,9%	30,0%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Gewinne	-3,2	0,1		-6,5	0,2	
Konzerngewinn	12,2	81,7	-85,1%	112,8	197,1	-42,8%
Gewinn je Aktie (€)	0,81	5,45	-85,1%	7,53	13,15	-42,7%
Gewinn je Aktie (€) - verwässert	0,81	5,45	-85,1%	7,53	13,14	-42,7%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				14,969	14,988	-0,1%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				14,971	14,993	-0,1%

Gesamtergebnisrechnung		Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer	Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer
		2012	2012	2012	2011	2011	2011
		€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
Konzernjahresüberschuss		119,2		119,2	196,9		196,9
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus Pensionszusagen		0,1	0,1	0,0	0,0		0,0
Währungsänderungen		5,8		5,8	-29,3		-29,3
Neutrale Effekte Hedge Accounting		-23,4	8,1	-31,6	18,5	-7,0	25,5
Sonstiges Ergebnis		-17,6	8,2	-25,8	-10,8	-7,0	-3,8
Gesamtergebnis		101,7	8,2	93,5	186,1	-7,0	193,1
davon:							
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter		6,4		6,4	-0,1		-0,1
Anteilseigner Mutterunternehmen		95,2	8,2	87,0	186,2	-7,0	193,3

Kapitalflussrechnung	1-9/2012 € Mio.	1-9/2011 € Mio.	Abwei- chung
Gewinn vor Steuern (EBT)	167,7	281,1	-40,3%
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	128,8	49,9	158,4%
Brutto Cashflow	296,5	331,0	-10,4%
Veränderung Netto-Umlaufvermögen	-267,9	-244,9	9,4%
Steuer- und Zinszahlungen	-61,4	-133,4	-54,0%
Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-32,7	-47,3	-30,7%
Zahlung für Akquisitionen	-90,3	-42,5	112,7%
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-54,2	-44,6	21,4%
Andere Investitionstätigkeiten	4,2	2,5	70,4%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Investitionstätigkeit	-140,2	-84,6	65,8%
Freier Cashflow	-172,9	-131,8	31,2%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-82,7	-89,4	-7,5%
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen	-29,9	-26,8	11,3%
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Gesellschafter	-0,6	0,0	0,0%
Erwerb von eigenen Anteilen	0,0	-26,6	-100,0%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	21,7	-5,4	-498,2%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-8,8	-58,9	-85,1%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-4,3	0,6	-790,1%
Veränderung des Finanzmittelbestandes	-186,0	-190,2	-2,2%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	448,2	479,6	-6,5%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	262,2	289,5	-9,4%

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.											
31.12.2010	38,6	198,2	69,5	0,0	-11,1	0,2	1.114,0	-23,2	1.386,2	0,2	1.386,4
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen							-26,8		-26,8		-26,8
Währungsänderungen				-28,6		-0,7			-29,3	0,0	-29,3
Veränderungen im Konsolidierungskreis		0,1							0,1	0,1	0,3
Nettoeffekt aus der Absicherung von Cashflows, netto nach Steuern					18,5				18,5		18,5
Bewertung aus Optionsprogrammen		5,0							5,0		5,0
Konzerngewinn							197,1		197,1	-0,2	196,9
Erwerb eigener Aktien								-26,6	-26,6		-26,6
Wandlung von Optionen		-17,3						17,3	0,0		0,0
30.09.2011	38,6	186,1	69,5	-28,6	7,3	-0,4	1.284,2	-32,6	1.524,1	0,1	1.524,3
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							-29,9		-29,9	-0,6	-30,4
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus Pensionszusagen			0,1						0,1		0,1
Währungsänderungen				6,4		-0,6			5,8	-0,1	5,8
Nettoeffekt aus der Absicherung von Cashflows, netto nach Steuern					-23,4				-23,4		-23,4
Bewertung aus Optionsprogrammen		5,1				0,0			5,1		5,1
Konzerngewinn							112,8		112,8	6,5	119,2
Wandlung von Optionen		-0,9						0,9	0,0		0,0
30.09.2012	38,6	191,7	66,7	12,8	-3,7	0,3	1.400,2	-31,7	1.674,9	6,5	1.681,5

Geschäftssegmente Q3/2012

Regionen	Externe Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	Q3/2012 € Mio.	Q3/2011 € Mio.	Q3/2012 € Mio.	Q3/2011 € Mio.	Q3/2012 € Mio.	Q3/2011 € Mio.
EMEA	377,5	394,2	20,3	38,7	9,3	7,7
Amerika	282,0	234,8	22,2	17,1	6,1	6,1
Asien/Pazifik	189,1	173,3	13,4	16,7	3,3	2,1
Zentralbereiche/Konsolidierung	43,5	39,4	42,9	46,1	2,6	-0,2
Sondereffekte			-79,3			
Total	892,2	841,6	19,6	118,6	21,3	15,7

	Abschreibungen	
	Q3/2012 € Mio.	Q3/2011 € Mio.
EMEA	4,5	4,4
Amerika	3,8	3,5
Asien/Pazifik	2,6	2,1
Zentralbereiche/Konsolidierung	4,1	4,8
Total	15,0	14,8

Produkt

	Externe Umsatzerlöse		Rohertragsmarge	
	Q3/2012 € Mio.	Q3/2011 € Mio.	Q3/2012 € Mio.	Q3/2011 € Mio.
Schuhe	441,9	431,1	46,1%	49,8%
Textilien	311,2	294,7	50,1%	50,3%
Accessoires	139,1	115,8	50,6%	50,0%
Total	892,2	841,6	48,2%	50,0%

Überleitung EBT

	Q3/2012 € Mio.	Q3/2011 € Mio.
EBIT	19,6	118,6
Finanzergebnis	1,7	-2,1
EBT	21,3	116,6

Geschäftssegmente 1-09/2012

Regionen	Externe Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	1-09/2012 € Mio.	1-09/2011 € Mio.	1-09/2012 € Mio.	1-09/2011 € Mio.	1-09/2012 € Mio.	1-09/2011 € Mio.
EMEA	996,5	1.022,6	33,1	76,7	29,2	30,6
Amerika	822,3	691,0	64,7	61,3	17,6	14,6
Asien/Pazifik	536,7	470,3	28,5	36,1	6,8	8,8
Zentralbereiche/Konsolidierung	110,5	104,6	121,5	111,0	3,5	4,5
Sondereffekte			-79,3			
Total	2.466,0	2.288,5	168,6	285,0	57,1	58,5

	Abschreibungen		Vorräte		Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	
	1-09/2012 € Mio.	1-09/2011 € Mio.	1-09/2012 € Mio.	1-09/2011 € Mio.	1-09/2012 € Mio.	1-09/2011 € Mio.
EMEA	13,2	13,2	289,2	243,6	284,1	296,1
Amerika	11,2	9,8	223,3	173,2	183,3	164,7
Asien/Pazifik	7,4	6,0	142,4	118,2	128,7	124,0
Zentralbereiche/Konsolidierung	13,4	12,3	-8,9	-2,6	27,6	25,7
Total	45,1	41,3	646,0	532,4	623,7	610,5

Produkt	Externe Umsatzerlöse		Rohertragsmarge	
	1-09/2012 € Mio.	1-09/2011 € Mio.	1-09/2012 € Mio.	1-09/2011 € Mio.
Schuhe	1.227,3	1.200,8	47,9%	49,8%
Textilien	835,2	760,7	50,9%	50,9%
Accessoires	403,4	326,9	51,2%	52,4%
Total	2.466,0	2.288,5	49,5%	50,6%

Überleitung EBT	1-09/2012 € Mio.	1-09/2011 € Mio.
	EBIT	168,6
Finanzergebnis	-0,9	-3,9
EBT	167,7	281,1

Anhang zum Finanzbericht Januar bis September 2012

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 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 2011 gelesen werden. Die darin enthaltenen Angaben zum Konzernabschluss gelten, soweit nicht explizit auf Änderungen eingegangen wird, für die Finanzberichte des Jahres 2012.

Bei der Erstellung des Finanzberichts wurden die zum Jahresabschluss zum 31. Dezember 2011 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

	2012	2011
Mitarbeiter am Anfang der Periode	10.836	9.697
Mitarbeiter am Ende der Periode	10.916	10.268
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter	10.816	9.844

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.

	2012	2011
Ergebnis je Aktie	€ 7,53	€ 13,15
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€ 7,53	€ 13,14

DIVIDENDE

Die Hauptversammlung hat am 24. April 2012 eine Dividende von € 2,00 je Aktie für das Geschäftsjahr 2011 beschlossen. Der Gesamtbetrag der Ausschüttung betrug € 29,9 Mio. und wurde beginnend mit dem 25. April 2012 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.

Der Gesellschaft ist bekannt, dass BlackRock Inc. und Bear Sterns Int. Ltd. die Schwelle von 3% sowie Morgan Stanley die Schwelle von 5% überschritten haben.

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. Diese Ermächtigung löst die in der Hauptversammlung vom 13. Mai 2009 erteilte Ermächtigung ab.

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

Zum Ende des dritten Quartals hält die Gesellschaft insgesamt 143.659 Stück PUMA Aktien im eigenen Bestand, was einem Anteil von 0,95% des gezeichneten Kapitals entspricht.

Entwicklung der Anzahl der Aktien

	2012	2011
Anzahl der Aktien am Anfang und am Ende der Periode	15.082.464	15.082.464
davon eigene Aktien	-147.831	-226.792
Wandlung aus Management Incentives (Ausgabe eigener Aktien)	4.172	78.961
Ausstehende Aktien am Ende der Periode	14.938.805	14.934.633
Durchschnittlich ausstehende Aktien	14.969.202	14.988.129
Verwässerte Anzahl der Aktien	14.970.969	14.992.952

Genehmigtes Kapital

Am 10. April 2012 ist das Genehmigte Kapital gemäß § 4 Abs. 3 und 4 der Satzung der PUMA SE durch Zeitablauf erloschen. Die Hauptversammlung hat am 24. April 2012 die Ermächtigung für das Genehmigte Kapital gemäß § 4 Abs. 3 und 4 der Satzung der PUMA SE aufgehoben und ein neues Genehmigtes Kapital gemäß § 4 Abs. 2 und 3 der Satzung der PUMA SE, einschließlich entsprechender Satzungsänderung, beschlossen. Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 24. April 2012 ist der Verwaltungsrat ermächtigt das Grundkapital bis zum 23. April 2017 wie folgt zu erhöhen:

- durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe von bis zu 2.929.687 neuer, auf den Inhaber lautender Stückaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von € 2,56 je Aktie gegen Bareinlagen um bis zu € 7,5 Mio. Die neuen Aktien können auch von einem oder mehreren durch den Verwaltungsrat bestimmten Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten (mittelbares Bezugsrecht). Den Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht zu, wobei das Bezugsrecht der Aktionäre zur Vermeidung von Spitzenbeträgen ausgeschlossen werden kann (Genehmigtes Kapital I).

- durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe von bis zu 2.929.687 neuer, auf den Inhaber lautender Stückaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von € 2,56 je Aktie gegen Bar- oder Sacheinlagen um bis zu € 7,5 Mio. Die neuen Aktien können auch von einem oder mehreren durch den Verwaltungsrat bestimmten Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten (mittelbares Bezugsrecht). Den Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht zu, wobei das Bezugsrecht der Aktionäre ganz oder teilweise einmalig oder mehrmalig ausgeschlossen werden kann (Genehmigtes Kapital II).

Bedingtes Kapital

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 24. April 2012 ist die von der Hauptversammlung am 22. April 2008 beschlossene bedingte Kapitalerhöhung gemäß § 4 Abs. 2 der Satzung der PUMA SE aufgehoben und die Satzung entsprechend geändert worden.

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) eingesetzt.

Für die Beschreibung der jeweiligen Programme wird auf den Jahresabschluss (Geschäftsbericht) 2011 verwiesen.

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

Wie bereits in den Ad hoc-Mitteilungen vom 15. und 23. Oktober 2012 veröffentlicht, wird Jochen Zeitz mit Wirkung zum 30. November 2012 als Mitglied und Vorsitzender des Verwaltungsrates zurücktreten. Neuer Vorsitzender des Verwaltungsrates wird Jean-François Palus mit Wirkung zum 1. Dezember 2012.

Darüber hinaus bestehen keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. September 2012 Auswirkungen haben könnten.

Herzogenaurach, den 24. Oktober 2012

Die geschäftsführenden Direktoren

Geschäftsführende Direktoren

Franz Koch
(CEO)

Klaus Bauer
(Finanzen, Recht, Operations, Logistik, IT, Personal)

Stefano Caroti
(Vertrieb)

Reiner Seiz
(Beschaffung)

Antonio Bertone
(Marketing)

Verwaltungsrat

Jochen Zeitz
(Vorsitzender)

François-Henri Pinault
(Stellvertretender Vorsitzender)

Thore Ohlsson

Jean-François Palus

Todd Hymel (ab 24. April 2012)

Grégoire Amigues (bis 24. April 2012)

Michel Friocourt

Bernd Illig
(Arbeitnehmersvertreter)

Martin Köppel
(Arbeitnehmersvertreter)

Guy Buzzard (ab 24. April 2012)
(Arbeitnehmersvertreter)

Victor Fernandes (bis 24. April 2012)
(Arbeitnehmersvertreter)

Finanzkalender Geschäftsjahr 2012

15. Februar 2012	Endgültige Geschäftsergebnisse 2011
24. April 2012	Hauptversammlung
25. April 2012	Zwischenbericht Q1/2012 Presse- und Analysten-Conference Call
26. Juli 2012	Zwischenbericht Q2/2012 Presse- und Analysten-Conference Call
24. Oktober 2012	Zwischenbericht Q3/2012 Presse- und Analysten- Conference Call

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 11.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentralen befinden sich in Herzogenaurach, Boston, London und Hongkong. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: www.puma.com