



PUMA SE

FINANZBERICHT

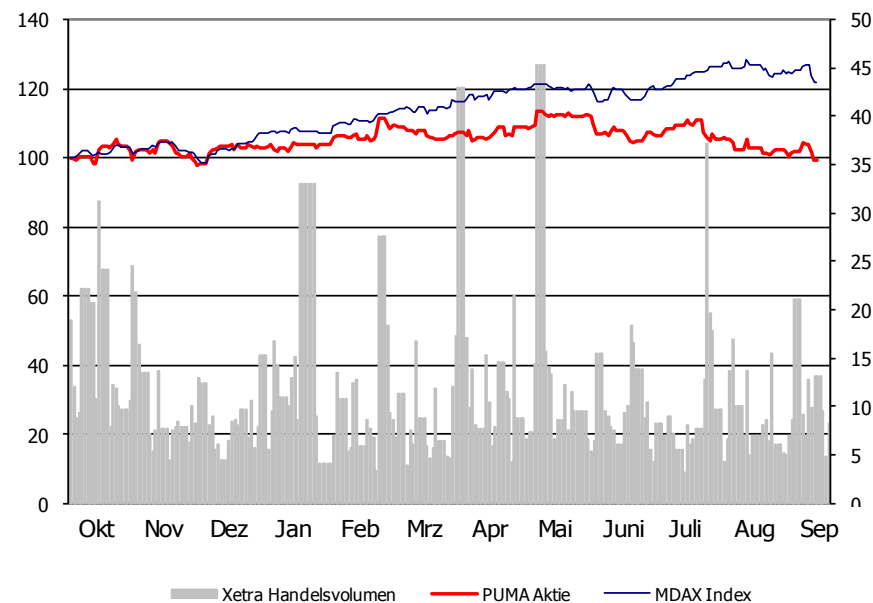
Januar bis September 2013



INHALTSVERZEICHNIS

Kennzahlen	3
Konzernzwischenlagebericht	
- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	4
- Strategie	4
- Umsatz- und Ertragslage	5 - 9
- Vermögens- und Finanzlage	10
- Ausblick	11
Konzernzwischenabschluss	
- Bilanz	12
- Gewinn- und Verlustrechnung	13
- Gesamtergebnisrechnung	14
- Kapitalflussrechnung	15
- Veränderungen im Eigenkapital	16
- Geschäftssegmente	17 - 18
- Anhang zum Finanzbericht	19 – 21
Geschäftsführende Direktoren / Verwaltungsrat	22
Finanzkalender	23

Jahresentwicklung der PUMA Aktie
Indizierte Entwicklung mit Handelsvolumen (Xetra)

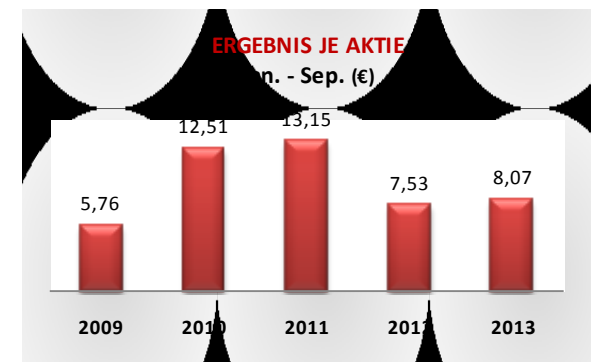
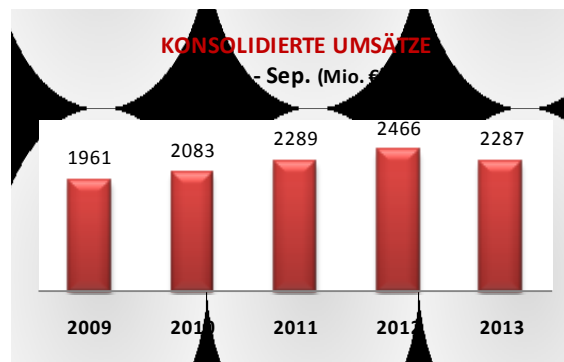


Die Deutsche Börse AG hat mit Wirkung zum 23. September 2013 beschlossen die PUMA SE aus dem MDAX zu nehmen und in den SDAX aufzunehmen. PUMA bleibt weiterhin im Prime Standard Segment der Deutschen Börse AG notiert.

Kennzahlen	1-9/2013 € Mio.	1-9/2012 € Mio.	Abwei- chung
Markenumsätze	2.420,6	2.594,1	-6,7%
Konsolidierte Umsätze	2.287,0	2.466,0	-7,3%
Rohtragsmarge	47,5%	49,5%	
Operatives Ergebnis vor Sondereffekten	190,4	247,9	-23,2%
Sondereffekte	0,0	-79,3	-100,0%
Konzerngewinn	120,5	112,8	6,9%
- in %	5,3%	4,6%	
Bilanzsumme	2.435,9	2.579,7	-5,6%
Eigenkapitalquote in %	67,6%	65,2%	
Netto-Umlaufvermögen (Working Capital)	711,3	799,0	-11,0%
Brutto Cashflow	223,7	296,5	-24,6%
Freier Cashflow (vor Akquisition)	-74,6	-82,7	-9,8%
Gewinn je Aktie (in €)	8,07	7,53	7,1%
Brutto Cashflow je Aktie (in €)	14,97	19,81	-24,4%
Freier Cashflow je Aktie (in €) (vor Akquisition)	-4,99	-5,52	-9,6%
Aktienkurs am Ende der Periode (in €)	222,15	214,55	3,5%
Marktkapitalisierung am Ende der Periode	3.319	3.205	3,5%
Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Werten (ohne Firmenwerte)	33,8	54,2	-37,5%

Björn Gulden, CEO:

„Umsatz und Profitabilität entwickelten sich im dritten Quartal gemäß unseren Erwartungen. Nach umfassender Analyse sind weitere, überwiegend nicht zahlungswirksame Einmalaufwendungen erforderlich. Es wird daher erwartet, dass im vierten Quartal Sondereffekte in Höhe von rund € 130 Millionen gebucht werden. Wir wissen, dass unser Geschäft weiterhin schwierig ist und durch Absatzprobleme, verbesserungsfähige Vertriebswege und eine derzeit niedrige Markenbegehrtheit geprägt ist. Wir wissen aber auch, dass PUMA eine fantastische Marke mit einer großartigen Historie, einem weltweiten Bekanntheitsgrad, starken Logos, herausragenden Athleten und ausgezeichneten Mitarbeitern ist. Auch wenn es noch etwas Zeit braucht: Ich bin davon überzeugt, dass wir den Turnaround schaffen und PUMA damit wieder zu alter Stärke verhelfen.“



Konzernzwischenlagebericht

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Gemäß der Herbstprognose des „Instituts für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 12. September 2013 hat sich die Weltwirtschaft in den Sommermonaten leicht belebt. Die Situation verbesserte sich insbesondere in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften. In den Vereinigten Staaten hat sich die Expansion trotz des Gegenwindes von der Finanzpolitik wieder beschleunigt, in Japan hat sich die konjunkturelle Erholung dank kräftiger wirtschaftspolitischer Impulse fortgesetzt, und im Euroraum ist die Rezession nach fast zwei Jahren zu Ende gegangen, auch wenn die Krise im Euroraum damit noch nicht überwunden ist. Im Gegensatz dazu blieb die wirtschaftliche Expansion in den Schwellenländern gedämpft.

STRATEGIE

Unser neues Team hat in den vergangenen drei Monaten eine neue Markenplattform entwickelt, die sich aus unserer im Sport verankerten DNA ableitet und unsere beiden Markenpole Performance und Lifestyle miteinander vereint. In der Vergangenheit hatten wir unterschiedliche Visionen für diese beiden Markenpole, was zu einer Unschärfe in der Wahrnehmung unserer Marke geführt hat – sowohl aus Sicht unserer Mitarbeiter als auch unserer Kunden und Verbraucher.

Wir haben deshalb unser Leitbild neu definiert: PUMA verfolgt künftig das Ziel, die schnellste Sportmarke der Welt zu sein („to be the Fastest Sports Brand in the World“). Daraus resultiert ein neues und vereinfachtes Markenversprechen für unsere Kunden: **„Forever Faster“** ist die zentrale Botschaft in unserer Kundenansprache im kommenden Jahr, die unsere über 65-jährige Historie als Anbieter innovativer Produkte für die schnellsten Athleten der Welt zum Ausdruck bringt.

Das Wort „Forever“ verkörpert dabei weitaus mehr als unsere Historie und unsere zahlreichen Produktklassiker. Es steht auch für unser permanentes Streben nach Neuem – von Produktinnovationen im Bereich Performance über neue kulturelle Trends bis hin zu stylischer Mode. „Faster“ wiederum bezeichnet jeden Aspekt von Schnelligkeit. Schneller zu sein, das bedeutet für uns: leichtere Produkte, mehr Beweglichkeit durch eine bessere Passform und Produkteigenschaften anzubieten, die ein besseres Training für noch mehr Schnelligkeit ermöglichen. Denn es ist unser Ziel, die „schnellsten“ Produkte für die „schnellsten“ Sportler zu entwickeln. „Forever Faster“ steht außerdem für alle positiven Emotionen wie Spannung und Spaß, die ebenfalls mit Schnelligkeit verbunden sind – und letztlich für unseren Ausnahmeathleten Usain Bolt selbst, der unsere neue Ausrichtung auf perfekte Weise verkörpert.

„Forever Faster“ ist ein wichtiger Bestandteil unseres langfristigen Ziels, die Marke PUMA neu zu beleben und im Bewusstsein unserer Kunden fest zu verankern. Wir werden unser neues Markenleitbild erstmals im dritten Quartal 2014 in unserer Kundenansprache einsetzen, die durch eine großangelegte Markenkampagne unterstützt wird.

„Forever Faster“ bezeichnet nicht nur unsere neue Markenplattform, sondern dient zugleich auch als Leitprinzip für das Unternehmen und die Art und Weise, wie wir künftig handeln und Entscheidungen treffen wollen: Wir haben uns zum Ziel gesetzt, schneller auf Verbrauchertrends zu reagieren, schneller neue Innovationen hervorzubringen, schneller zu entscheiden und unseren Kunden möglichst schnell passende Lösungen und Konzepte anzubieten. Wir haben uns deshalb mit unserem neuen Managementteam auch dazu entschieden, unser Entwicklungszentrum „PUMA Village“ in Vietnam zu schließen. Dadurch verbessern wir unsere Produktentwicklung, weil unsere Entwickler wieder direkt in den Fabriken vor Ort sind. Und wir vereinfachen die Prozesse zwischen den Bereichen Design und Beschaffung, um in unserer gesamten Produktentwicklung schlanker, effizienter und flexibler zu werden. Vor diesem Hintergrund verlegen wir außerdem unsere internationalen Produktmanagement-Funktionen, die derzeit noch in London ansässig sind, in unsere Unternehmenszentrale nach Herzogenaurach.

Umsatz- und Ertragslage

Weltweite Markenumsätze

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, bestehend aus Lizenz- sowie konsolidierten Umsätzen, sind im dritten Quartal währungsbereinigt um 1,5% auf € 861 Millionen gegenüber € 943 Millionen im Vorjahr zurückgegangen. In den ersten neun Monaten reduzierten sich die PUMA-Markenumsätze währungsbereinigt um 2,1% auf € 2.421 Millionen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Konsolidierte Umsätze

PUMAs Umsatzentwicklung im dritten Quartal 2013 lag im Rahmen unserer Jahresprognose. Die konsolidierten Umsätze fielen im Quartal währungsbereinigt leicht um 1,4%. In der Berichtswährung Euro gaben die Umsätze, bedingt durch anhaltend negative Währungseffekte in verschiedenen Ländern, um 8,9% von € 892 Millionen auf € 813 Millionen nach.

EMEA und UK weiter auf Wachstumskurs

In einem anhaltend schwierigen Marktumfeld in Westeuropa verzeichnete die Region **EMEA** im dritten Quartal einen leichten Umsatzrückgang um währungsbereinigt 1,7% auf € 378 Millionen. Jedoch entwickelte sich das Geschäft in UK dank anhaltend hoher Abverkäufe unserer Lifestyle- und Fitness-Kollektionen für Damen positiv.

Trotz dieser Verbesserungen überwogen jedoch die gedämpfte Verbrauchernachfrage und gesunkene Haushaltsausgaben in ganz Europa, insbesondere in Südeuropa. Osteuropa verzeichnete hingegen erneut eine positive Geschäftsentwicklung.

Die Umsätze in der Region **Amerika** stiegen währungsbereinigt um 0,7% auf € 261 Millionen im dritten Quartal 2013. Auf dem US-Markt und in Argentinien konnte PUMA weiter zulegen.

Die Umsätze in der Region **Asien/Pazifik** fielen währungsbereinigt um 3,7% auf € 174 Millionen, nachdem fast alle Märkte in der Region rückläufig waren. Indien verzeichnete als einzige Ausnahme Zuwächse durch eine erfreuliche Entwicklung in unseren Running- und Lifestyle-Kategorien.

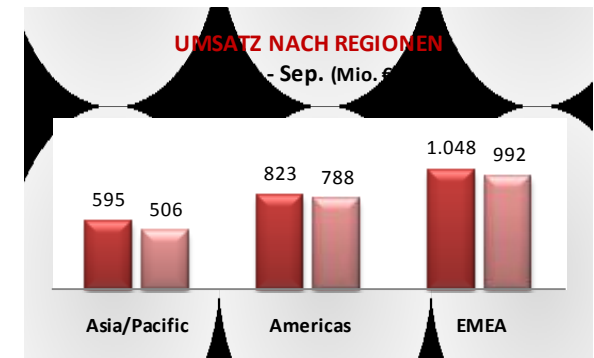
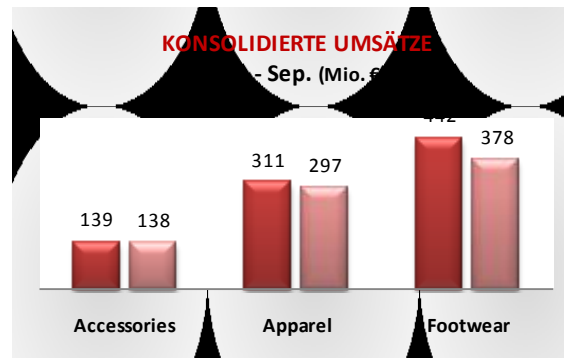
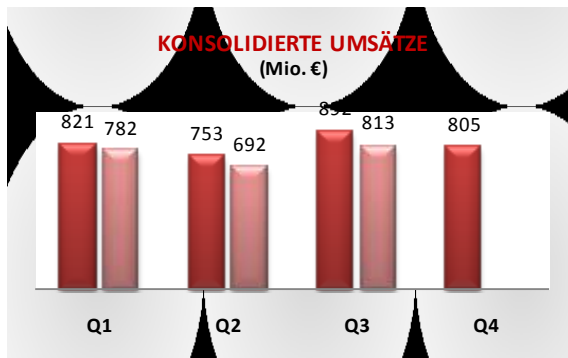
Entwicklung in den ersten neun Monaten unterschiedlich

Im Verlauf der ersten neun Monate gingen PUMAs konsolidierte Umsätze währungsbereinigt um 2,5% auf € 2,3 Milliarden zurück. Dabei sanken die Umsätze in der Region **EMEA** währungsbereinigt um 3,6% auf € 992 Millionen.

Die Region **Amerika** legte währungsbereinigt um 0,4% auf € 788 Millionen zu und **Asien/Pazifik** verzeichnete im selben Zeitraum einen Umsatzrückgang von 4,5% auf € 506 Millionen.

PUMAs Einzelhandelsgeschäft wächst weiter

PUMAs **Einzelhandelsgeschäft** erreichte im dritten Quartal ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum von 5,3% auf € 161 Millionen. In den ersten neun Monaten stiegen die Umsätze im Einzelhandel um 7,1% auf € 446 Millionen, was einem Anteil von 19,5% am Gesamtumsatz entspricht. Dieses Wachstum wurde trotz einer geringeren Zahl eigener Einzelhandelsgeschäfte erzielt und belegt den Erfolg unserer Maßnahmen im Rahmen des Transformations- und Kostensenkungsprogramms.



Umsatz nach Regionen und Produktsegmenten		Q3		Wachstumsraten		1-9		Wachstumsraten	
€ Mio.	2013	2012	Euro	währungs- bereinigt	2013	2012	Euro	währungs- bereinigt	
Aufgliederung nach Regionen									
EMEA	378,3	396,7	-4,6%	-1,7%	992,4	1.048,3	-5,3%	-3,6%	
Amerika	261,1	283,2	-7,8%	0,7%	788,3	822,7	-4,2%	0,4%	
Asien/Pazifik	173,7	212,3	-18,2%	-3,7%	506,3	595,0	-14,9%	-4,5%	
Gesamt	813,1	892,2	-8,9%	-1,4%	2.287,0	2.466,0	-7,3%	-2,5%	
Aufgliederung nach Produktsegmenten									
Schuhe	378,1	441,9	-14,4%	-7,1%	1.080,9	1.227,3	-11,9%	-7,4%	
Textilien	296,8	311,2	-4,6%	3,4%	779,9	835,2	-6,6%	-1,2%	
Accessoires	138,2	139,1	-0,7%	5,7%	426,1	403,4	5,6%	9,5%	
Gesamt	813,1	892,2	-8,9%	-1,4%	2.287,0	2.466,0	-7,3%	-2,5%	



Umsätze mit Schuhen weiterhin schwierig

PUMAs Umsätze im Segment **Schuhe** sanken im dritten Quartal 2013 währungsbereinigt um 7,1% auf € 378 Millionen. Obwohl einige positive Entwicklungen bei wichtigen Modellen aus den Bereichen Running, Training & Fitness und Lifestyle zu verzeichnen waren, konnte der Negativtrend in diesem Segment nicht kompensiert werden. Die Umsätze im Segment **Textilien** erhöhten sich dagegen währungsbereinigt um 3,4% auf € 297 Millionen, wobei fast alle Geschäftsbereiche im dritten Quartal zulegen konnten. Im Segment **Accessoires** verbesserten sich die Umsätze ebenfalls dank einer erfreulichen Entwicklung in der Kategorie Fußball sowie einer starken Nachfrage nach PUMA-Socken und Bodywear währungsbereinigt um 5,7% auf € 138 Millionen.

Unveränderter Trend bei Schuhen in den ersten neun Monaten, Verbesserung bei Textilien sowie Wachstum im Geschäft mit Accessoires

In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres sank der Umsatz mit **Schuhen** währungsbereinigt um 7,4% auf € 1,1 Milliarden. Im Segment **Textilien** gaben die Umsätze währungsbereinigt um 1,2% auf € 780 Millionen nach. Im Bereich **Accessoires** hielt die gute Geschäftsentwicklung mit einem Umsatzwachstum von 9,5% auf € 426 Millionen weiter an.

Rohertragsmarge

Rohertragsmarge verringert sich

Aufgrund von Veränderungen im Produktmix, ausgewählten Preisnachlässen sowie negativen Währungskurseinflüssen hat sich PUMAs **Rohertragsmarge** im dritten Quartal 2013 verringert. Die Rohertragsmarge betrug im dritten Quartal 47,1% gegenüber 48,2% im Vorjahreszeitraum. Die Rohertragsmarge bei Schuhen sank von 46,1% auf 44,4%, die Marge bei Textilien lag nahezu unverändert bei 49,9% und bei Accessoires ging sie von 50,6% auf 48,6% zurück.

Die Rohertragsmarge reduzierte sich ebenso in den ersten neun Monaten von 49,5% auf 47,5%. Die Marge bei Schuhen ging von 47,9% auf 44,9% zurück, Textilien fiel von 50,9% auf 49,6% und Accessoires schwächte sich von 51,2% auf 50,2% ab.

Operative Aufwendungen

Umsetzung des Transformations- und Kostensenkungsprogramms geht voran

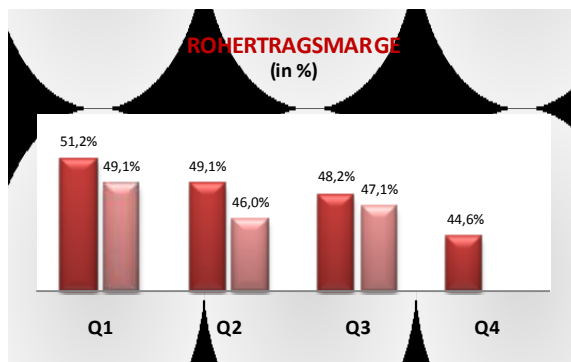
Durch das anhaltende Transformations- und Kostensenkungsprogramm konnte das Unternehmen im dritten Quartal 2013 weitere Verbesserungen erzielen. So hat PUMA mehr als zwei Drittel der Einzelhandelsgeschäfte, die im Programm vorgesehen waren, bereits geschlossen. Diese Optimierung des Einzelhandelsgeschäfts-Portfolios hat dazu beigetragen, dass die erwarteten Kosteneinsparungen realisiert werden konnten.

Um seine Logistikprozesse zu verschlanken, hat PUMA drei Warenlager geschlossen. Die Anzahl unserer Artikel haben wir ebenfalls weiter reduziert und unsere Kollektion im laufenden Geschäftsjahr um 10% gestrafft.

Reduzierung der operativen Aufwendungen im dritten Quartal in Folge

In Folge des oben dargestellten Transformationsprogramms sowie der anhaltenden Bemühungen die Kosten zu reduzieren, sind die **operativen Aufwendungen** unternehmensweit weiter gesunken. Im dritten Quartal 2013 gingen sie gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 8,2% von € 336 Millionen auf € 309 Millionen zurück.

Die operativen Aufwendungen sind in den ersten neun Monaten von € 986 Millionen auf € 911 Millionen gesunken. Demzufolge hat sich PUMAs Kostenquote von 40,0% auf 39,8% verringert.



Operatives Ergebnis / EBIT vor Sondereffekten

Operatives Ergebnis (EBIT) vor Sondereffekten geht zurück

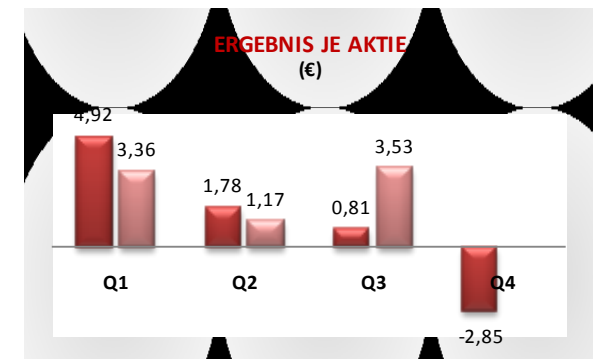
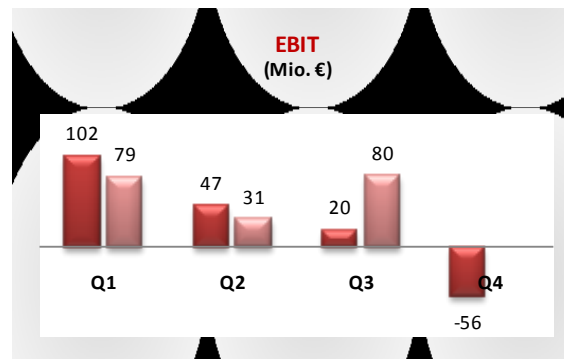
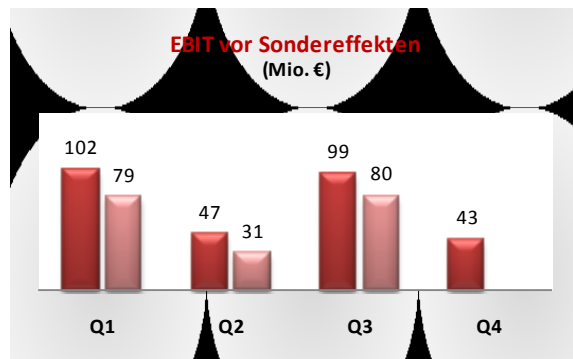
Die anhaltende Verbesserung der operativen Aufwendungen im Rahmen des Transformationsprogramms hat nicht ausgereicht, um den gegenwärtigen Rückgang der Umsätze und der Rohertragsmarge zu kompensieren. Somit ist das **operative Ergebnis vor Sondereffekten** im dritten Quartal im Vergleich zum Vorjahr von € 99 Millionen auf € 80 Millionen zurückgegangen. Ebenso hat sich das operative Ergebnis vor Sondereffekten in den ersten neun Monaten von € 248 Millionen auf € 190 Millionen reduziert. Dies entspricht einer operativen Marge von 8,3%.

Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen

Das **Finanzergebnis** lag im dritten Quartal, insbesondere aufgrund von anhaltenden Währungskursschwankungen, bei € -1,5 Millionen. In den ersten neun Monaten haben dieselben Einflussfaktoren zu einem Finanzergebnis von € -9,5 Millionen gegenüber € -0,9 Millionen im Vorjahr geführt.

Konzerngewinn

PUMAs **Konzerngewinn** ist im dritten Quartal von € 12 Millionen auf € 53 Millionen angestiegen, nachdem das Ergebnis im Vorjahr durch Sondereffekte belastet war. Das **Ergebnis je Aktie** verbesserte sich dementsprechend von € 0,81 auf € 3,53. In den ersten neun Monaten hat sich der Konzerngewinn von € 113 Millionen auf € 121 Millionen verbessert und das Ergebnis je Aktie ist von € 7,53 auf € 8,07 angestiegen.





Vermögens- und Finanzlage

Working Capital

Weitere starke Verbesserung des Working Capital im dritten Quartal

PUMAs anhaltender Fokus auf das **Working Capital** hat zum Ende des dritten Quartals zu einem Rückgang der **Vorräte** um 11,7% auf € 570 Millionen und zu einem Rückgang der **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** um 16,1% auf € 524 Millionen geführt.

Cashflow / Investitionen

PUMAs **freier Cashflow** hat sich in den ersten neun Monaten von € -173 Millionen auf € -95 Millionen weiter verbessert. Dies ist eine Folge eines gesunkenen Working Capital-Bedarfs und niedrigerer Ausgaben für Investitionen. Der **freie Cashflow (vor Akquisitionen)** verbesserte sich ebenso von € -83 Millionen auf € -75 Millionen.

Liquidität

PUMAs **Nettoliquidität** verbesserte sich zum Ende des dritten Quartals aufgrund der oben genannten Faktoren von € 205 Millionen auf € 246 Millionen.

Ausblick 2013

Weltwirtschaft

Gemäß der Herbstprognose des „Instituts für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 12. September 2013 nimmt die Dynamik der Weltwirtschaft nur allmählich zu. Der IfW-Indikator für die weltwirtschaftliche Aktivität, der die Stimmung von Unternehmen in 42 Ländern widerspiegelt, hat sich in jüngster Zeit zwar etwas verbessert und lässt erwarten, dass die Weltkonjunktur im dritten Quartal nochmal an Schwung gewinnen wird. Allerdings ist das Tempo der Expansion nach wie vor sehr mäßig. Die Experten des IfW haben ihre Prognose für den Zuwachs des globalen Bruttoinlandsprodukts, vor allem aufgrund ungünstigerer Aussichten für die Schwellenländer, im laufenden und im nächsten Jahr jeweils leicht um 0,1% reduziert. Im laufenden Jahr wird mit einem Anstieg des globalen Bruttoinlandsprodukts von 3,1% gerechnet und für das Jahr 2014 wird eine Zunahme von 3,8% prognostiziert.

Investitionen

Für 2013 sind Investitionen in einer Höhe von bis zu € 50 Millionen 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.

Ausblick 2013

Gesamtjahresprognose

Auf Basis der Umsatzentwicklung im dritten Quartal bestätigt das Management seine Umsatzprognose für das Gesamtjahr und erwartet weiterhin einen währungsbereinigten Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich.

Darüber hinaus geht PUMAs Management davon aus, dass im vierten Quartal Einmalaufwendungen von ungefähr € 130 Millionen gebucht werden. Diese Sondereffekte sind zum Großteil zahlungsunwirksam und betreffen vor allem Wertminderungsaufwendungen für langfristige Vermögenswerte. Neue Maßnahmen umfassen die Schließung des Produktentwicklungszentrums in Vietnam sowie die angestrebte Verlagerung unserer internationalen Produktteams von London nach Herzogenaurach.

Unter Berücksichtigung der oben genannten neuen Sachverhalte erwartet das Management für das Gesamtjahr 2013 ein positives Konzernergebnis, welches jedoch deutlich unterhalb des Vorjahresergebnisses liegen wird.

Bilanz	30.09.'13 € Mio.	30.09.'12 € Mio.	Abwei- chung	31.12.'12 € Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	336,7	262,2	28,4%	407,3
Vorräte	570,1	646,0	-11,7%	552,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	523,6	623,7	-16,1%	507,0
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	155,5	161,1	-3,5%	167,4
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	7,0	6,0	16,6%	8,4
Kurzfristige Vermögenswerte	1.592,9	1.699,1	-6,2%	1.642,6
Latente Steuern	127,2	114,6	11,0%	152,0
Sonstige langfristige Vermögenswerte	715,8	766,1	-6,6%	735,7
Langfristige Vermögenswerte	843,0	880,6	-4,3%	887,6
Summe Aktiva	2.435,9	2.579,7	-5,6%	2.530,3
PASSIVA				
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	50,4	56,8	-11,3%	44,1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	355,1	382,9	-7,3%	376,1
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	182,7	248,8	-26,6%	227,2
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	84,4	80,1	5,4%	156,1
Kurzfristige Verbindlichkeiten	672,6	768,7	-12,5%	803,5
Latente Steuern	48,0	53,8	-10,8%	54,1
Pensionsrückstellungen	30,9	31,4	-1,7%	30,7
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	38,5	44,4	-13,1%	44,7
Langfristige Verbindlichkeiten	117,4	129,6	-9,4%	129,4
Eigenkapital	1.645,9	1.681,5	-2,1%	1.597,4
Summe Passiva	2.435,9	2.579,7	-5,6%	2.530,3

Drittes Quartal

Gesamtjahr

Gewinn- und Verlustrechnung	Q3/2013 € Mio.	Q3/2012 € Mio.	Abwei- chung	1-9/2013 € Mio.	1-9/2012 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	813,1	892,2	-8,9%	2.287,0	2.466,0	-7,3%
Umsatzkosten	-429,8	-462,4	-7,1%	-1.201,0	-1.246,2	-3,6%
Rohertrag	383,3	429,8	-10,8%	1.086,0	1.219,7	-11,0%
- in % der konsolidierten Umsätze	47,1%	48,2%		47,5%	49,5%	
Lizenz- und Provisionserträge	5,7	5,2	9,7%	15,1	14,1	7,0%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-308,7	-336,1	-8,2%	-910,7	-986,0	-7,6%
Operatives Ergebnis vor Sondereffekten	80,3	98,8	-18,8%	190,4	247,9	-23,2%
- in % der konsolidierten Umsätze	9,9%	11,1%		8,3%	10,1%	
Sondereffekte	0,0	-79,3	-100,0%	0,0	-79,3	-100,0%
Operatives Ergebnis (EBIT)	80,3	19,6	309,7%	190,4	168,6	12,9%
- in % der konsolidierten Umsätze	9,9%	2,2%		8,3%	6,8%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-1,5	1,7		-9,5	-0,9	
Gewinn vor Steuern (EBT)	78,7	21,3	269,5%	180,8	167,7	7,8%
- in % der konsolidierten Umsätze	9,7%	2,4%		7,9%	6,8%	
Ertragssteuern	-22,5	-5,9	282,3%	-51,1	-48,5	5,5%
- Steuerquote	28,6%	27,7%		28,3%	28,9%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Gewinne	-3,5	-3,2	9,1%	-9,2	-6,5	42,3%
Konzerngewinn	52,7	12,2	332,0%	120,5	112,8	6,9%
Gewinn je Aktie (€)	3,53	0,81	332,9%	8,07	7,53	7,1%
Gewinn je Aktie (€) - verwässert	3,53	0,81	332,9%	8,06	7,53	7,1%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				14,939	14,969	-0,2%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				14,941	14,971	-0,2%

Gesamtergebnisrechnung *	Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer	Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer
	2013	2013	2013	2012	2012	2012
	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
Konzerngewinn	129,7		129,7	119,2		119,2
Währungsänderungen	-72,5		-72,5	5,8		5,8
Neutrale Effekte Hedge Accounting	4,6	-0,3	4,9	-23,4	8,1	-31,6
Anteile des sonstigen Ergebnisses, der auf at equity bilanzierte Unternehmen fällt	0,1		0,1	0,0		0,0
Bestandteile, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	-67,9	-0,3	-67,6	-17,6	8,1	-25,8
Neubewertung der Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen	0,2	-0,4	0,6	0,1	0,1	0,0
Bestandteile, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	0,2	-0,4	0,6	0,1	0,1	0,0
Sonstiges Ergebnis	-67,7	-0,7	-67,0	-17,6	8,2	-25,8
Gesamtergebnis	62,0	-0,7	62,8	101,7	8,2	93,5
davon:						
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	9,0		9,0	6,4		6,4
Anteilseigner Mutterunternehmen	53,0	-0,7	53,7	95,2	8,2	87,0

* Der Ausweis wurde entsprechend dem überarbeiteten IAS 1 angepasst

Kapitalflussrechnung	1-9/2013 € Mio.	1-9/2012 € Mio.	Abwei- chung
Gewinn vor Steuern (EBT)	180,8	167,7	7,8%
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	42,8	128,8	-66,8%
Brutto Cashflow	223,7	296,5	-24,6%
Veränderung Netto-Umlaufvermögen	-197,6	-267,9	-26,2%
Steuer- und Zinszahlungen	-61,4	-61,4	0,0%
Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-35,3	-32,7	7,9%
Zahlung für Akquisitionen	-20,6	-90,3	-77,2%
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-33,8	-54,2	-37,5%
Andere Investitionstätigkeiten	-5,4	4,2	-227,1%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Investitionstätigkeit	-59,8	-140,2	-57,3%
Freier Cashflow	-95,1	-172,9	-45,0%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-74,6	-82,7	-9,8%
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen	-7,5	-29,9	-75,0%
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Gesellschafter	-8,6	-0,6	
Einzahlungen aus der Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	40,0	0,0	
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	12,7	21,7	-41,6%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	36,6	-8,8	-517,5%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-12,1	-4,3	179,6%
Veränderung des Finanzmittelbestandes	-70,6	-186,0	-62,0%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	407,3	448,2	-9,1%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	336,7	262,2	28,4%

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 Währungsrechnung	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
Konzerngewinn							112,8		112,8	6,5	119,2
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			0,1	6,4	-23,4	-0,6			-17,5	-0,1	-17,6
Gesamtergebnis			0,1	6,4	-23,4	-0,6	112,8		95,2	6,4	101,7
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen / nicht beherrschende Gesellschafter							-29,9		-29,9	-0,6	-30,4
Bewertung aus Optionsprogrammen		5,1				0,0			5,1		5,1
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
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
Konzerngewinn							120,5		120,5	9,2	129,7
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			0,2	-72,4	4,6	0,1			-67,5	-0,2	-67,7
Gesamtergebnis			0,2	-72,4	4,6	0,1	120,5		53,0	9,0	62,0
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen / nicht beherrschende Gesellschafter							-7,5		-7,5	-8,6	-16,1
Bewertung aus Optionsprogrammen		2,5							2,5		2,5
Wandlung von Optionen		-0,1						0,1	0,0		0,0
30.09.2013	38,6	192,2	65,3	-97,3	-1,7	0,3	1.470,6	-31,5	1.636,6	9,3	1.645,9

Geschäftssegmente Q3/2013

Regionen	Externe Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	Q3/2013 € Mio.	Q3/2012 € Mio.	Q3/2013 € Mio.	Q3/2012 € Mio.	Q3/2013 € Mio.	Q3/2012 € Mio.
EMEA	358,7	372,1	24,1	20,7	7,0	9,1
Amerika	243,2	266,9	18,6	26,6	5,2	5,9
Asien/Pazifik	137,4	176,0	8,4	12,3	1,5	2,3
Zentralbereiche/Konsolidierung	73,9	77,1	29,1	39,3	1,1	2,8
Sondereffekte			0,0	-79,3		
Total	813,1	892,2	80,3	19,6	14,7	20,2

Abschreibungen	
Q3/2013 € Mio.	Q3/2012 € Mio.
EMEA	4,5
Amerika	3,5
Asien/Pazifik	2,5
Zentralbereiche/Konsolidierung	4,5
Total	15,0

Produkt	Externe Umsatzerlöse		Rohertragsmarge	
	Q3/2013 € Mio.	Q3/2012 € Mio.	Q3/2013 € Mio.	Q3/2012 € Mio.
Schuhe	378,1	441,9	44,4%	46,1%
Textilien	296,8	311,2	49,9%	50,1%
Accessoires	138,2	139,1	48,6%	50,6%
Total	813,1	892,2	47,1%	48,2%

Überleitung EBT	
Q3/2013 € Mio.	Q3/2012 € Mio.
EBIT	19,6
Finanzergebnis	1,7
EBT	21,3

Geschäftssegmente 1-9/2013

Regionen	Externe Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	1-9/2013 € Mio.	1-9/2012 € Mio.	1-9/2013 € Mio.	1-9/2012 € Mio.	1-9/2013 € Mio.	1-9/2012 € Mio.
EMEA	912,6	968,9	12,7	30,9	19,3	28,3
Amerika	698,9	745,8	44,8	66,3	11,4	16,6
Asien/Pazifik	410,0	501,2	12,3	25,2	3,4	5,2
Zentralbereiche/Konsolidierung	265,5	250,1	120,6	125,6	0,2	4,1
Sondereffekte			0,0	-79,3		
Total	2.287,0	2.466,0	190,4	168,6	34,3	54,2

	Abschreibungen		Vorräte		Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	
	1-9/2013 € Mio.	1-9/2012 € Mio.	1-9/2013 € Mio.	1-9/2012 € Mio.	1-9/2013 € Mio.	1-9/2012 € Mio.
EMEA	11,9	13,0	228,3	279,7	235,2	279,7
Amerika	9,9	10,3	200,3	208,8	151,2	170,2
Asien/Pazifik	6,7	7,2	95,1	128,1	80,8	117,8
Zentralbereiche/Konsolidierung	11,7	14,6	46,4	29,4	56,4	55,9
Total	40,2	45,1	570,1	646,0	523,6	623,7

Produkt	Externe Umsatzerlöse		Rohertragsmarge	
	1-9/2013 € Mio.	1-9/2012 € Mio.	1-9/2013 € Mio.	1-9/2012 € Mio.
Schuhe	1.080,9	1.227,3	44,9%	47,9%
Textilien	779,9	835,2	49,6%	50,9%
Accessoires	426,1	403,4	50,2%	51,2%
Total	2.287,0	2.466,0	47,5%	49,5%

Überleitung EBT	1-9/2013 € Mio.	1-9/2012 € Mio.
EBIT	190,4	168,6
Finanzergebnis	-9,5	-0,9
EBT	180,8	167,7

Anhang zum Finanzbericht Januar bis September 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. Eine Ausnahme bilden lediglich die ab dem 1. Januar 2013 verpflichtend anzuwendenden neuen Standards und Interpretationen, diese hatten keine signifikanten Auswirkungen auf die Rechnungslegung.

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	10.697	10.916
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter	10.680	10.816

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	€ 8,07	€ 7,53
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€ 8,06	€ 7,53

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 Millionen und wurde beginnend mit dem 8. Mai 2013 an die Aktionäre ausgezahlt.

EIGENKAPITAL

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital beträgt zum Bilanzstichtag € 38,6 Millionen 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 sechs Monaten keine Aktien zurückgekauft.

Zum Ende des dritten Quartals hält die Gesellschaft insgesamt 142.772 Stück PUMA Aktien im eigenen Bestand, was einem Anteil von 0,95% 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	-143.185	-147.831
Wandlung aus Management Incentives (Ausgabe eigener Aktien)	413	4.172
Ausstehende Aktien am Ende der Periode	14.939.692	14.938.805
Durchschnittlich ausstehende Aktien	14.939.420	14.969.202
Verwässerte Anzahl der Aktien	14.940.598	14.970.969

GESCHÄFTSVORFÄLLE MIT NAHE STEHENDEN UNTERNEHMEN

Im Rahmen der Finanzierungstätigkeit hat die PUMA SE kurzfristige Finanzverbindlichkeiten (€ 40,0 Millionen) bei einem nahe stehenden Unternehmen des Kering-Konzerns aufgenommen. Der Ausweis erfolgt unter den Sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten die nicht dem Working Capital zugehörig sind.



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 eine wesentliche Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. September 2013 haben könnten.

Herzogenaurach, den 8. November 2013

Die geschäftsführenden Direktoren

Geschäftsführende Direktoren

Björn Gulden (ab 1. Juli 2013)
(CEO, Chief Executive Officer)

Stefano Caroti
(CCO, Chief Commercial Officer)

Michael Lämmermann
(CFO, Chief Financial Officer)

Andy Köhler (ab 1. Juni 2013)
(COO, Chief Operating Officer)

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	Geschäftsergebnisse 2012
7. 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 eine der weltweit führenden Sportmarken, die Schuhe, Textilien und Accessoires designt, entwickelt, verkauft und vermarktet. Seit über 65 Jahren stellt PUMA die innovativsten Produkte für die schnellsten Sportler der Welt her. Zu unseren Performance- und sportlichen Lifestyle-Produktkategorien gehören u.a. Fußball, Running, Training und Fitness, Golf und Motorsport. PUMA kooperiert mit weltweit bekannten Designer-Labels wie Alexander McQueen und Mihara Yasuhiro und bringt damit innovative und dynamische Designkonzepte in die Welt des Sports. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra Golf, Tretorn, Dobotex und Brandon. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt weltweit mehr als 10.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <http://www.puma.com>