



## QUARTALSMITTEILUNG Q1 2016

### Umsätze wachsen im ersten Quartal in allen Produktsegmenten

Herzogenaurach, 29. April 2016

- Umsätze steigen um 3,7% auf € 852 Millionen (währungsbereinigt +7,3%) insbesondere dank der starken Entwicklung im Segment Schuhe
- Rohertragsmarge liegt unverändert bei 46,8%, da Preisanpassungen und ein verbessertes Produktangebot negative Auswirkungen eines stärkeren US-Dollars ausgleichen konnten
- Operatives Ergebnis (EBIT) verbessert sich um 10,1% auf € 41,3 Millionen ungeachtet höherer Marketinginvestitionen in wichtige Kampagnen
- Starke Entwicklung im Frauensegment hält weiter an, gestützt unter anderem durch erfolgreiche Produkteinführungen und Marketingkonzepte

#### **Bjørn Gulden, CEO PUMA SE:**

„Die Entwicklung im ersten Quartal 2016 entsprach unseren Erwartungen. In allen Produktsegmenten und Regionen konnten wir ein organisches Wachstum verzeichnen. Die Entwicklung bestimmter Währungen hat sowohl das Umsatzwachstum als auch die Ergebnisverbesserung in der Berichtswährung Euro abgeschwächt. Wir freuen uns, dass sich die Abverkäufe nicht nur an unsere Konsumenten, sondern auch in unseren eigenen Geschäften und bei unseren Handelspartnern verbessern. Dies zeigt sich vor allem in unserem Frauensegment, das durch die Einführung neuer Produkte und Marketingkonzepte hervorragende Ergebnisse erzielt.

Wir freuen uns nun auf die großen Sportereignisse in diesem Jahr. Die Copa América, die Fußball-Europameisterschaft und die Olympischen Spiele in Rio werden positive Auswirkungen auf unsere Industrie haben. Es ist unser Ziel, PUMA als innovative und design-orientierte Sportmarke bei verschiedenen Wettbewerben zu präsentieren.

Trotz der negativen Währungseinflüsse bestätigen wir unseren Ausblick für das Gesamtjahr.“

## Umsatzentwicklung:

Umsatz nach Regionen und Produktsegmenten € Mio.	Q1		Wachstumsraten	
	2016	2015	Euro	währungs- bereinigt
<b>Aufgliederung nach Regionen</b>				
EMEA	354,4	341,6	3,8%	6,6%
Amerika	288,1	289,0	-0,3%	5,4%
Asien/Pazifik	209,4	190,8	9,8%	11,2%
<b>Gesamt</b>	<b>851,9</b>	<b>821,4</b>	<b>3,7%</b>	<b>7,3%</b>
<b>Aufgliederung nach Produktsegmenten</b>				
Schuhe	392,0	378,1	3,7%	8,5%
Textilien	290,1	279,8	3,7%	7,0%
Accessoires	169,8	163,4	4,0%	5,1%
<b>Gesamt</b>	<b>851,9</b>	<b>821,4</b>	<b>3,7%</b>	<b>7,3%</b>

PUMAs Umsatzwachstum setzte sich im ersten Quartal 2016 weiter fort. Die **Umsätze** stiegen um 3,7% auf € 851,9 Millionen (währungsbereinigt +7,3%) im Vergleich zu € 821,4 Millionen im Vorjahr.

In der Region **EMEA** erhöhten sich die Umsätze um 3,8% auf € 354,4 Millionen (währungsbereinigt +6,6%). Vor allem Deutschland, Österreich und Frankreich verzeichneten ein starkes Wachstum, wobei sich insbesondere die Kategorie Teamsport aufgrund der bevorstehenden Fußball-Europameisterschaft gut entwickelte. Auch für das zweite Quartal gehen wir im Vorfeld des Turniers von weiterem Wachstum in diesem Bereich aus. Unsere Teams Italien, Schweiz, Österreich, Slowakei und Tschechien werden in PUMA-Trikots auflaufen, die mit unserer neuen ACTV Thermo-R Technologie ausgestattet sind, die für eine optimale Körpertemperatur sorgt.

In der Region **Amerika** blieben die Umsätze in der Berichtswährung Euro mit € 288,1 Millionen fast unverändert, erhöhten sich aber währungsbereinigt um 5,4%. Alle wichtigen Länder in der Region verbesserten sich, jedoch litt Lateinamerika deutlich unter der Schwäche der lokalen Währungen, insbesondere des Argentinischen Peso. Dadurch wurde die Entwicklung der Umsätze in der Berichtswährung Euro belastet.

Die Umsätze in der Region **Asien/Pazifik** verzeichneten mit 9,8% (währungsbereinigt +11,2%) auf € 209,4 Millionen das stärkste Wachstum. Am schnellsten wuchs China, gefolgt von Indien.

Das Segment **Schuhe** verzeichnete das siebte Wachstums-Quartal in Folge. Die Umsätze erhöhten sich um 3,7% (währungsbereinigt +8,5%) auf € 392,0 Millionen. Insbesondere die Kategorien Sportstyle sowie Running und Training trugen zu dieser Entwicklung bei, gestützt durch die erfolgreiche Einführung von Schuh-Modellen für Frauen.

Die Umsätze im Segment **Textilien** erhöhten sich gleichermaßen stark und stiegen um 3,7% (währungsbereinigt +7,0%) auf € 290,1 Millionen. Vor allem Training- und Teamsport-Produkte wurden weiterhin stark nachgefragt.

Im Segment **Accessoires** erhöhten sich die Umsätze trotz eines weiterhin schwachen Golfmarktes um 4,0% auf € 169,8 Millionen (währungsbereinigt +5,1%).

PUMAs eigene **Einzelhandelsumsätze**, inklusive der Aktivitäten aus unserem eCommerce-Geschäft, stiegen währungsbereinigt um 15,1% auf € 158,7 Millionen. Der Anteil am Gesamtumsatz im ersten Quartal 2016 betrug 18,6%. Das Wachstum wurde durch einen starken Umsatzanstieg auf vergleichbarer Basis aufgrund des besseren Produktangebots erzielt. Darüber hinaus trugen das verbesserte Einkaufserlebnis für unsere Kunden in den Geschäften und die gestiegene Anzahl an neuen Geschäften mit dem neuen "Forever Faster"-Store-Design zum Umsatzwachstum bei.

#### **Rohertragsmarge und operative Aufwendungen:**

Trotz der negativen Währungskurseffekte aufgrund des stärkeren US-Dollars 2016 im Vergleich zum Vorjahr lag PUMAs **Rohertragsmarge** nahezu unverändert bei 46,8%. Wir haben erfolgreich selektive Preisanpassungen vorgenommen und durch unseren verbesserten Produktmix die negativen Auswirkungen des stärkeren US-Dollars ausgleichen können. Im Produktsegment Schuhe stieg die Marge von 42,9% auf 43,5%. Bei Textilien ging sie von 50,7% auf 49,9% zurück, während sie sich bei Accessoires von 49,6% auf 49,2% verringerte.

Die **operativen Aufwendungen** erhöhten sich im ersten Quartal 2016 nur um 3,0% auf € 361,7 Millionen. Dies war vor allem auf erhöhte Investitionen in Marketing und in unser Einzelhandelsgeschäft zurückzuführen, während die Kosten anderer operativer Bereiche und Funktionen stabil blieben.

### **Operatives Ergebnis (EBIT) und Konzernergebnis:**

Das **operative Ergebnis (EBIT)** legte um 10,1% auf € 41,3 Millionen zu, da der Umsatz bei stabiler Rohertragsmarge stärker wuchs als die operativen Aufwendungen.

Das **Konzernergebnis** verbesserte sich um 4,0% auf € 25,8 Millionen (Vorjahr: € 24,8 Millionen) und das **Ergebnis je Aktie** erhöhte sich entsprechend auf € 1,73 gegenüber € 1,66 im ersten Quartal 2015.

### **Working Capital:**

PUMAs **Working Capital** stieg entsprechend des höheren Umsatz- und Geschäftsvolumens um 3,2% von € 744,7 Millionen auf € 768,4 Millionen.

### **Ausblick 2016:**

Wir erwarten weiterhin einen währungsbereinigten Anstieg der Umsatzerlöse im hohen einstelligen Prozentbereich, eine Rohertragsmarge auf dem Niveau des Vorjahres (45,5%), eine währungsbereinigte Erhöhung der operativen Aufwendungen in einem mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich und ein operatives Ergebnis (EBIT) in einer Bandbreite zwischen € 115 Millionen und € 125 Millionen.

### **Marke und Produkt:**

Ein Höhepunkt für PUMA im ersten Quartal war die „FENTY PUMA by Rihanna“-Modenschau im Rahmen der New Yorker Fashion Week im Februar. Wir haben eine Reihe von Produkten - aus der Zusammenarbeit mit Rihanna und in unserer Hauptproduktlinie - für unsere weiblichen Konsumenten erfolgreich eingeführt. Wichtige Schuh-Modelle wie der Creeper und der FENTY Trainer waren innerhalb von Tagen oder Wochen ausverkauft. Außerdem haben wir unser legendäres DISC-Produktsystem mit der Präsentation des neuen Laufschuhs IGNITE DISC in die Kategorie Running wieder aufgenommen. Im Bereich Motorsport haben wir die ersten Produkte im Rahmen unserer neuen Partnerschaft mit dem Formel 1-Team Red Bull vorgestellt.

## Erstes Quartal

Gewinn- und Verlustrechnung	Q1/2016 € Mio.	Q1/2015 € Mio.	Abwei- chung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>851,9</b>	<b>821,4</b>	3,7%
Umsatzkosten	-453,1	-436,5	3,8%
<b>Rohertrag</b>	<b>398,8</b>	<b>384,9</b>	3,6%
- in % der konsolidierten Umsätze	46,8%	46,9%	
Lizenz- und Provisionserträge	4,1	3,7	12,7%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-361,7	-351,1	3,0%
<b>Operatives Ergebnis (EBIT)</b>	<b>41,3</b>	<b>37,5</b>	10,1%
- in % der konsolidierten Umsätze	4,8%	4,6%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-1,6	0,9	>-100%
<b>Gewinn vor Steuern (EBT)</b>	<b>39,7</b>	<b>38,4</b>	3,4%
- in % der konsolidierten Umsätze	4,7%	4,7%	
Ertragssteuern	-11,3	-10,8	4,2%
- Steuerquote	28,3%	28,1%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Gewinne	-2,6	-2,8	-5,6%
<b>Konzernergebnis</b>	<b>25,8</b>	<b>24,8</b>	4,0%
<b>Ergebnis je Aktie (€)</b>	<b>1,73</b>	<b>1,66</b>	4,0%
<b>Ergebnis je Aktie (€) - verwässert</b>	<b>1,73</b>	<b>1,66</b>	4,0%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)	14,940	14,940	0,0%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)	14,940	14,940	0,0%

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

<b>Bilanz</b>	<b>31.03.'16</b>	<b>31.03.'15</b>	<b>Abwei-</b>	<b>31.12.'15</b>
	<b>€ Mio.</b>	<b>€ Mio.</b>	<b>chung</b>	<b>€ Mio.</b>
<b>AKTIVA</b>				
Flüssige Mittel	222,7	295,0	-24,5%	338,8
Vorräte	677,6	648,0	4,6%	657,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	587,0	596,4	-1,6%	483,1
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	157,1	200,3	-21,5%	154,9
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	32,5	104,5	-68,9%	51,0
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.677,0</b>	<b>1.844,2</b>	<b>-9,1%</b>	<b>1.684,8</b>
Latente Steuern	221,8	195,4	13,5%	219,8
Sonstige langfristige Vermögenswerte	699,6	734,0	-4,7%	715,7
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>921,4</b>	<b>929,5</b>	<b>-0,9%</b>	<b>935,5</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>2.598,3</b>	<b>2.773,7</b>	<b>-6,3%</b>	<b>2.620,3</b>
<b>PASSIVA</b>				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	36,9	59,9	-38,4%	14,0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	424,5	466,7	-9,1%	519,7
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	228,9	233,2	-1,9%	242,4
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	218,6	151,6	44,2%	103,9
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>908,8</b>	<b>911,5</b>	<b>-0,3%</b>	<b>880,0</b>
Latente Steuern	56,4	69,8	-19,2%	64,2
Pensionsrückstellungen	23,9	27,0	-11,7%	23,8
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	32,5	28,1	15,8%	32,9
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>112,8</b>	<b>124,9</b>	<b>-9,7%</b>	<b>121,0</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.576,7</b>	<b>1.737,2</b>	<b>-9,2%</b>	<b>1.619,3</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>2.598,3</b>	<b>2.773,7</b>	<b>-6,3%</b>	<b>2.620,3</b>

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

## **Finanzkalender Geschäftsjahr 2016:**

18. Februar 2016	Geschäftsergebnisse 2015
29. April 2016	Quartalsmitteilung Q1 2016
4. Mai 2016	Hauptversammlung
27. Juli 2016	Zwischenbericht Q2 2016
10. November 2016	Quartalsmitteilung Q3 2016

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

### **Pressekontakt:**

Kerstin Neuber - Corporate Communications - PUMA SE - +49 9132 81 2984 - [kerstin.neuber@puma.com](mailto:kerstin.neuber@puma.com)

### **Investor Relations:**

Johan-Philip Kuhlo – Global Strategy - PUMA SE - +49 9132 81 0 – [investor-relations@PUMA.com](mailto:investor-relations@PUMA.com)

### **Hinweise an die Redaktionen:**

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

### **Anmerkungen hinsichtlich zukunftsgerichteter Aussagen:**

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

## **PUMA**

---

PUMA ist eine der weltweit führenden Sportmarken, die Schuhe, Textilien und Accessoires designt, entwickelt, verkauft und vermarktet. Seit über 65 Jahren stellt PUMA die innovativsten Produkte für die schnellsten Sportler der Welt her. Zu unseren Performance- und sportlich-inspirierten Lifestyle-Produktkategorien gehören u.a. Fußball, Running, Training und Fitness, Golf und Motorsport. PUMA kooperiert mit weltweit bekannten Designer-Labels und bringt damit innovative und dynamische Designkonzepte in die Welt des Sports. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra Golf, 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>