



QUARTALSMITTEILUNG Q3 2016

Anhaltendes Umsatzwachstum und weitere Verbesserung des operativen Ergebnisses im dritten Quartal

Herzogenaurach, 10. November 2016

Geschäftsentwicklung im dritten Quartal 2016

- Umsätze erhöhen sich währungsbereinigt um 11% auf € 990 Millionen (+8% in der Berichtswährung Euro) mit Wachstum in allen Regionen
- Verbesserter Abverkauf in eigenen Einzelhandelsgeschäften und bei wichtigen Handelspartnern
- Rohertragsmarge trotz stärkeren US-Dollars unverändert bei 45,8%
- Moderater Anstieg der operativen Aufwendungen um 4%
- Starke Verbesserung (+47%) des operativen Ergebnisses (EBIT) auf € 60 Millionen
- Herausragende Leistungen der von PUMA ausgestatteten Athleten bei den Olympischen Spielen in Rio; Top-Sprinter Usain Bolt dominiert die Wettkämpfe und gewinnt zum dritten Mal in Folge drei Goldmedaillen

Geschäftsentwicklung Januar bis September 2016

- Umsätze steigen währungsbereinigt um 10% auf € 2.669 Millionen (+6% in der Berichtswährung Euro) mit Wachstum in allen Regionen und Produktsegmenten
- Rohertragsmarge verringert sich leicht auf 46,1% aufgrund des stärkeren US-Dollars im Vergleich zum Vorjahr
- Verbesserter operativer Leverage wegen des Anstiegs der operativen Aufwendungen um nur 3%
- Operatives Ergebnis (EBIT) erhöht sich um 33% auf € 114 Millionen
- Ergebnis je Aktie beträgt € 4,48 im Vergleich zu € 2,77 im Vorjahr
- Starke Präsenz des PUMA-Frauensegments bei den Modenschauen in New York und Paris mit der Kollektion FENTY PUMA by Rihanna und dem Start der „DO YOU“ Kommunikations-Plattform mit Model, Schauspielerin und Aktivistin Cara Delevingne

Umsatzentwicklung:

Umsatz nach Regionen und Produktsegmenten	Drittes Quartal				Neun Monate			
	Q3		Wachstumsraten		1-9		Wachstumsraten	
€ Mio.	2016	2015	Euro	währungs- bereinigt	2016	2015	Euro	währungs- bereinigt
Aufgliederung nach Regionen								
EMEA	408,6	375,7	8,7%	11,9%	1.084,3	987,9	9,8%	13,2%
Amerika	342,9	325,1	5,5%	12,2%	946,6	942,4	0,4%	7,6%
Asien/Pazifik	238,7	213,6	11,7%	6,9%	637,7	578,2	10,3%	9,3%
Gesamt	990,2	914,4	8,3%	10,7%	2.668,5	2.508,5	6,4%	10,2%
Aufgliederung nach Produktsegmenten								
Schuhe	458,8	408,4	12,3%	16,4%	1.211,0	1.145,3	5,7%	11,0%
Textilien	377,4	346,9	8,8%	10,3%	966,6	890,0	8,6%	12,0%
Accessoires	154,0	159,1	-3,2%	-2,4%	491,0	473,1	3,8%	5,4%
Gesamt	990,2	914,4	8,3%	10,7%	2.668,5	2.508,5	6,4%	10,2%

Bjørn Gulden, CEO PUMA SE:

„Im dritten Quartal hat sich der Abverkauf unserer Produkte im Einzelhandel stetig verbessert. Neue Produktlinien wie Fierce, Platform, Ignite Dual und die Fenty-Kollektionen sind auf große Resonanz bei unseren Konsumenten gestoßen und durch unser erfolgreiches Marketing mit unseren Markenbotschaftern wie Rihanna, Kylie Jenner und Cara Delevingne sowie durch die herausragenden Leistungen von Usain Bolt ist unsere Markenbegehrtheit weiter gestiegen. Immer mehr Konsumenten kaufen unsere Produkte zum vollen Preis, wodurch die Zufriedenheit unserer Handelspartner steigt. Unsere Aufgabe ist es jetzt, dieses Momentum zu nutzen, um noch mehr relevante PUMA-Produkte auf den Verkaufsflächen anzubieten. Unsere Umsätze haben sich etwas besser als erwartet entwickelt und auch die Rohertragsmarge entsprach unseren Erwartungen und führte zusammen mit einer strikten Kostenkontrolle zu einer Verbesserung unseres Ergebnisses. Angesichts der drei noch vor uns liegenden Monate in diesem Jahr sind wir zuversichtlich, dass wir unsere Jahresprognose erreichen werden und erwarten nun ein operatives Ergebnis (EBIT) in der oberen Hälfte der bereits veröffentlichten Bandbreite von € 115 Millionen bis € 125 Millionen.“

Drittes Quartal 2016

Umsatzerlöse:

PUMA setzte sein Wachstum im dritten Quartal 2016 weiter fort. Die **Umsätze** stiegen währungsbereinigt um 10,7% auf € 990,2 Millionen (+8,3% in der Berichtswährung Euro). Alle Regionen trugen zu diesem Wachstum bei, wobei EMEA und Amerika die Haupttreiber

des Wachstums waren. Das Segment Schuhe entwickelte sich erneut besonders gut und verzeichnete einen währungsbereinigten Anstieg von 16,4%.

Die Region **EMEA** setzte das Wachstum, gestützt von einer starken Nachfrage nach Schuhen, unverändert fort. Die Umsätze stiegen währungsbereinigt um 11,9% auf € 408,6 Millionen (+8,7% in der Berichtswährung Euro). Insbesondere Frankreich und Deutschland verzeichneten starke Zuwächse.

Die Umsätze in der Region **Amerika** verbesserten sich währungsbereinigt um 12,2% auf € 342,9 Millionen (+5,5% in der Berichtswährung Euro). Sowohl Nord- als auch Lateinamerika zeigten ein solides Wachstum. Die Schwäche der Währungen in Lateinamerika, insbesondere des Argentinischen Peso, wirkte sich jedoch weiterhin negativ auf die Entwicklung der Umsätze in der Berichtswährung Euro aus.

Die Region **Asien/Pazifik** (APAC) erzielte Umsätze von € 238,7 Millionen. Dies entspricht einem währungsbereinigten Anstieg von 6,9% (+11,7% in der Berichtswährung Euro). China und Indien verzeichneten zweistellige Wachstumsraten.

Das Segment **Schuhe** war weiterhin der stärkste Treiber des Wachstums innerhalb der drei Produktsegmente und verzeichnete das neunte Quartal in Folge steigende Umsätze. Die Umsätze verbesserten sich währungsbereinigt um 16,4% auf € 458,8 Millionen (+12,3% in der Berichtswährung Euro). Der Erfolg war insbesondere auf den Ignite sowie die Fierce- und Fenty-Produkte in den Kategorien Running, Training und Sportstyle zurückzuführen.

Die Umsätze im Segment **Textilien** erhöhten sich währungsbereinigt um 10,3% auf € 377,4 Millionen (+8,8% in der Berichtswährung Euro). Deutliche Zuwächse wurden dabei in der Kategorie Sportstyle, insbesondere mit Produkten für Frauen, erzielt.

Die Entwicklung im Segment **Accessoires** war durch den schwächeren Umsatz mit Accessoires in den Vereinigten Staaten belastet. Die Umsätze verringerten sich währungsbereinigt um 2,4% auf € 154,0 Millionen (-3,2% in der Berichtswährung Euro).

Rohertragsmarge und operative Aufwendungen:

Trotz der anhaltenden negativen Währungskurseffekte aufgrund des stärkeren US-Dollars konnte PUMA die **Rohertragsmarge** mit 45,8% beibehalten. Dies wurde insbesondere durch Verbesserungen in der Beschaffung, selektive Preisanpassungen sowie einen verbesserten Produktmix im Segment Schuhe erreicht. Die Marge im Segment Schuhe erhöhte sich um 190 Basispunkte von 41,2% auf 43,1%. Bei Textilien verringerte sich die Marge von 49,8% auf 48,2% und die Marge bei Accessoires ging von 49,1% auf 48,4% zurück.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)** erhöhten sich moderat um 4,1% auf € 397,4 Millionen. Dieser Anstieg ist vor allem auf zusätzliche Marketingkosten im Zusammenhang mit den Olympischen Spielen in Rio sowie auf die Ausweitung unseres eigenen Einzelhandels-Netzwerks zurückzuführen. In anderen operativen Funktionen blieben die Kosten aufgrund der strikten Kostenkontrolle stabil.

Operatives Ergebnis (EBIT) und Konzernergebnis:

Das **operative Ergebnis (EBIT)** erhöhte sich um 46,7% auf € 60,3 Millionen. Dies ist im Wesentlichen auf den verbesserten operativen Leverage zurückzuführen, weshalb die Umsätze stärker stiegen als die operativen Aufwendungen, während die Rohertragsmarge stabil blieb.

Das **Konzernergebnis** verdoppelte sich nahezu im Vergleich zum Vorjahr und belief sich auf € 39,5 Millionen. Dies entspricht einem Anstieg von 98,0%. Das **Ergebnis je Aktie** erhöhte sich dementsprechend auf € 2,64 gegenüber € 1,34 im dritten Quartal 2015.

Januar bis September 2016

Umsatzerlöse:

In den ersten neun Monaten 2016 erhöhten sich die **Umsätze** währungsbereinigt um 10,2% auf € 2.668,5 Millionen (+6,4% in der Berichtswährung Euro), da PUMA das starke Momentum aus dem ersten Halbjahr aufrechterhalten konnte. Die Regionen EMEA und APAC sowie die Segmente Schuhe und Textilien waren die Haupttreiber für diese positive Entwicklung.

In der Region **EMEA** war die Wachstumsdynamik besonders hoch und führte zu einem währungsbereinigten Anstieg der Umsätze um 13,2% auf € 1.084,3 Millionen (+9,8% in der Berichtswährung Euro). Dieses Wachstum resultiert zum Großteil aus der Entwicklung in Frankreich und der Region DACH (Deutschland, Österreich und Schweiz), die ein zweistelliges Umsatzwachstum verzeichneten. In der Region EEMEA entwickelten sich Russland und Südafrika sehr gut. Im Segment Textilien wurden deutliche Zuwächse, teilweise gestützt durch den Bereich Fußball, verzeichnet.

In der Region **Amerika** verzeichneten sowohl Nord- als auch Lateinamerika ein solides Umsatzwachstum. Die Umsätze erhöhten sich währungsbereinigt um 7,6% auf € 946,6 Millionen. In der Berichtswährung Euro stiegen die Umsätze jedoch nur um 0,4%, da die Schwäche der Währungen in Lateinamerika, insbesondere in Argentinien, weiterhin eine negative Auswirkung auf die Umsätze in der Berichtswährung Euro hatte.

Die Umsatzentwicklung in der Region **Asien/Pazifik** (APAC) war insbesondere durch China positiv beeinflusst, wo eine starke Entwicklung in allen Distributionskanälen verzeichnet wurde. Die Umsätze in der Region verbesserten sich währungsbereinigt um 9,3% auf € 637,7 Millionen (+10,3% in der Berichtswährung Euro).

In den ersten neun Monaten entwickelten sich alle Produktsegmente gut. Die Umsätze im Segment **Schuhe** verbesserten sich währungsbereinigt um 11,0% auf € 1.211,0 Millionen (+5,7% in der Berichtswährung Euro). Diese Entwicklung basierte auf einer starken Nachfrage in den Kategorien Running, Training, Sportstyle und Fundamentals.

Im Segment **Textilien** wurde die höchste Wachstumsrate innerhalb der drei Produktsegmente erzielt. Die Umsätze beliefen sich auf € 966,6 Millionen, was einem währungsbereinigten Anstieg von 12,0% (+8,6% in der Berichtswährung Euro) entspricht. Alle Produktkategorien trugen zu diesem Erfolg bei.

Die Umsätze im Segment **Accessoires** erhöhten sich währungsbereinigt um 5,4% auf € 491,0 Millionen (+3,8% in der Berichtswährung Euro). Die Regionen EMEA und Asien/Pazifik verzeichneten steigende Umsätze in diesem Produktsegment, während die Geschäftsentwicklung in der Region Amerika aufgrund der Vereinigten Staaten negativ war.

In den ersten neun Monaten erwirtschaftete PUMA eigene **Einzelhandelsumsätze**, inklusive der Aktivitäten aus unserem eCommerce-Geschäft, in Höhe von € 551,1 Millionen. Dies entspricht einem währungsbereinigten Anstieg von 11,9%. Der Anteil am Gesamtumsatz belief sich auf 20,6% im Vergleich zu 20,4% im Vorjahr. Das Wachstum wurde durch einen Anstieg der Umsätze auf vergleichbarer Basis, eine gestiegene Anzahl an eigenen Einzelhandelsgeschäften sowie eine deutliche Verbesserung des eCommerce-Geschäfts erzielt.

Rohhertragsmarge und operative Aufwendungen:

Die **Rohhertragsmarge** lag in den ersten neun Monaten bei 46,1% und damit geringfügig (30 Basispunkte) unterhalb des Vorjahreswertes von 46,4%. Dies ist ausschließlich auf negative Währungskurseffekte auf unsere Umsatzkosten, bedingt durch den stärkeren US-Dollar, zurückzuführen. Die negativen Auswirkungen der Währungskurse konnten teilweise durch Verbesserungen in der Beschaffung, selektive Preisanpassungen sowie einen verbesserten Produktmix im Segment Schuhe ausgeglichen werden. Im Segment Schuhe erhöhte sich die Marge um 70 Basispunkte auf 42,8% (Vorjahr 42,1%). Dagegen reduzierten sich die Margen in den Produktsegmenten Textilien sowie Accessoires von 50,4% auf 49,1% beziehungsweise von 49,6% auf 48,1%.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)** erhöhten sich nur leicht um 3,4% auf € 1.127,9 Millionen. Dieser Anstieg resultiert aus verstärkten Marketingaktivitäten in Verbindung mit der UEFA Euro 2016 und den Olympischen Spielen in Rio sowie der gestiegenen Anzahl an eigenen Einzelhandelsgeschäften. In allen anderen operativen Funktionen blieben die Kosten stabil.

Operatives Ergebnis (EBIT) und Konzernergebnis:

Das **operative Ergebnis (EBIT)** verbesserte sich deutlich um 32,9% auf € 113,5 Millionen. PUMA konnte von einem verbesserten operativen Leverage profitieren, da die Umsätze schneller wuchsen als die operativen Aufwendungen.

Das **Konzernergebnis** verbesserte sich um 61,5% und belief sich auf € 67,0 Millionen (Vorjahr: € 41,5 Millionen). Das **Ergebnis je Aktie** erhöhte sich entsprechend von € 2,77 in 2015 auf € 4,48.

Working Capital

Trotz des gestiegenen Umsatz- und Geschäftsvolumens und der gestiegenen Anzahl an eigenen Einzelhandelsgeschäften erhöhte sich PUMAs **Working Capital** nur um 2,8% auf € 731,2 Millionen. Die Vorräte erhöhten sich um 3,7% auf € 715,0 Millionen und die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen um 3,3% auf € 584,1 Millionen. Dies untermauert die starke Leistung im Working Capital-Management.

Ausblick 2016

Auf der Grundlage der positiven Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2016 erwarten wir für das Gesamtjahr weiterhin einen währungsbereinigten Anstieg der Umsatzerlöse im hohen einstelligen Prozentbereich, eine Rohertragsmarge auf dem Niveau des Vorjahres (45,5%) und eine währungsbereinigte Erhöhung der operativen Aufwendungen in einem mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich. Unter Berücksichtigung des bereits in den ersten neun Monaten erzielten operativen Ergebnisses (EBIT) erwarten wir nun für das Gesamtjahr ein operatives Ergebnis in der oberen Hälfte der bereits veröffentlichten Bandbreite von € 115 Millionen bis € 125 Millionen.

Marke und Produkt

Im Juli haben wir als neuer Ausrüster die ersten Heim- und Auswärtstrikot für den mexikanischen Fußballverein Chivas vorgestellt, dessen offizieller Name Deportivo Guadalajara ist und der zu einem der beiden größten Fußballvereine Mexikos zählt.

Bei den Olympischen Sommerspielen in Rio vollendete PUMA-Sprintstar Usain Bolt sein „Triple Triple“, indem er Gold in jedem seiner drei Sprintwettbewerbe gewann. Insgesamt erzielten die von PUMA ausgestatteten Olympiamannschaften Jamaika, Bahamas, Kuba und Grenada sowie die von PUMA ausgestatteten Leichtathletik-Teams Schweiz, Dominikanische Republik und Barbados zehn Gold-, fünf Silber- und neun Bronzemedailles.

Im September haben wir die erste und lang erwartete „FENTY PUMA by Rihanna“-Kollektion auf den Markt gebracht. Kurze Zeit später stellte Rihanna ihre Frühjahr-/Sommer-Kollektion 2017 im Rahmen der Pariser Fashion Week vor. Diese zweite Kollektion ist von dem Frankreich des 18. Jahrhunderts inspiriert und verbindet Einflüsse aus der Zeit von Ludwig XVI. mit modernem Streetstyle-Look.

In unserem Frauensegment haben wir unsere neue Kampagne „DO YOU“ vorgestellt, mit der wir Frauen weltweit inspirieren wollen, selbstbewusst zu sein. Im Mittelpunkt der Kampagne steht Cara Delevingne, internationales Model, Schauspielerin und Aktivistin, die PUMAs wachsende Zahl von einflussreichen Markenbotschafterinnen ergänzt. Ein kategorienübergreifendes Angebot aus den Bereichen Running und Training sowie unserem Sportstyle-Sortiment werden im Rahmen von „DO YOU“ beworben.

Darüber hinaus haben wir eine Partnerschaft mit Abel Tesfaye, bekannt als The Weeknd, als neuem globalen Markenbotschafter und Kreativpartner bekanntgegeben. Als Grammy-Gewinner und Stilikone ist er der perfekte Partner für PUMA, um unsere neueste Sportstyle-Kampagne ‚Run The Streets‘ anzuführen, die wir zu Beginn dieses Monats vorgestellt haben.

In der Kategorie Motorsport hat der von uns ausgerüstete Formel 1-Rennstall MERCEDES AMG PETRONAS zum dritten Mal in Folge die Konstrukteursmeisterschaft gewonnen. Nico Rosberg liegt derzeit auf der Pole Position, um am Ende der Saison seinen ersten Weltmeistertitel zu gewinnen. Ihm folgen in der Fahrerwertung die Piloten der PUMA-Teams Red Bull und Ferrari.

Drittes Quartal

Neun Monate

Gewinn- und Verlustrechnung	Drittes Quartal			Neun Monate		
	Q3/2016 € Mio.	Q3/2015 € Mio.	Abwei- chung	1-9/2016 € Mio.	1-9/2015 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	990,2	914,4	8,3%	2.668,5	2.508,5	6,4%
Umsatzkosten	-536,4	-495,3	8,3%	-1.439,3	-1.343,9	7,1%
Rohhertrag	453,8	419,1	8,3%	1.229,3	1.164,6	5,6%
- in % der konsolidierten Umsätze	45,8%	45,8%		46,1%	46,4%	
Lizenz- und Provisionserträge	3,9	3,8	2,2%	12,1	11,2	8,2%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-397,4	-381,9	4,1%	-1.127,9	-1.090,4	3,4%
Operatives Ergebnis (EBIT)	60,3	41,1	46,7%	113,5	85,4	32,9%
- in % der konsolidierten Umsätze	6,1%	4,5%		4,3%	3,4%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-1,3	-5,1	-75,5%	-6,8	-9,9	-31,8%
Gewinn vor Steuern (EBT)	59,0	35,9	64,3%	106,7	75,4	41,4%
- in % der konsolidierten Umsätze	6,0%	3,9%		4,0%	3,0%	
Ertragssteuern	-17,3	-12,2	42,4%	-30,9	-20,6	50,3%
- Steuerquote	29,3%	33,8%		29,0%	27,3%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Gewinne	-2,2	-3,8	-42,2%	-8,8	-13,4	-34,2%
Konzernergebnis	39,5	20,0	98,0%	67,0	41,5	61,5%
Ergebnis je Aktie (€)	2,64	1,34	98,0%	4,48	2,77	61,5%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	2,64	1,34	98,0%	4,48	2,77	61,5%
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.

Bilanz	30.09.'16 € Mio.	30.09.'15 € Mio.	Abwei- chung	31.12.'15 € Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	237,7	269,6	-11,8%	338,8
Vorräte	715,0	689,5	3,7%	657,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	584,1	565,6	3,3%	483,1
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	148,8	195,1	-23,7%	154,9
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	30,8	50,5	-39,0%	51,0
Kurzfristige Vermögenswerte	1.716,4	1.770,2	-3,0%	1.684,8
Latente Steuern	217,2	202,2	7,4%	219,8
Sonstige langfristige Vermögenswerte	732,7	714,3	2,6%	715,7
Langfristige Vermögenswerte	949,9	916,4	3,7%	935,5
Summe Aktiva	2.666,3	2.686,6	-0,8%	2.620,3
PASSIVA				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	34,8	27,7	25,6%	14,0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	481,4	509,0	-5,4%	519,7
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	235,3	229,8	2,4%	242,4
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	150,3	162,3	-7,4%	103,9
Kurzfristige Verbindlichkeiten	901,8	928,8	-2,9%	880,0
Latente Steuern	58,1	59,5	-2,3%	64,2
Pensionsrückstellungen	22,0	26,5	-16,9%	23,8
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	47,8	31,9	49,9%	32,9
Langfristige Verbindlichkeiten	127,9	117,9	8,5%	121,0
Eigenkapital	1.636,6	1.640,0	-0,2%	1.619,3
Summe Passiva	2.666,3	2.686,6	-0,8%	2.620,3

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 2017:

9. Februar 2017 Geschäftsergebnisse 2016

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

Pressekontakt:

Kerstin Neuber - Corporate Communications - PUMA SE - +49 9132 81 2984 - kerstin.neuber@puma.com

Investor Relations:

Johan-Philip Kuhlo – Global Strategy - PUMA SE - +49 9132 81 0 – investor-relations@PUMA.com

Hinweise an die Redaktionen:

- Die Finanzberichte finden Sie online auf 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 und Training, 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 und Dobotex. 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>