

07.08.2009 - 08:01 Uhr

## **EANS-News: Die PUMA AG berichtet über ihre konsolidierten Geschäftsergebnisse für das zweite Quartal und erste Halbjahr 2009**

Herzogenaurach (euro adhoc) -

Corporate News übermittelt durch euro adhoc. Für den Inhalt ist der Emittent/Meldungsgeber verantwortlich.

Bilanz/Geschäftsergebnisse zum zweiten Quartal und ersten Halbjahr 2009

Herzogenaurach, 7. August 2009 - Die PUMA AG berichtet über ihre konsolidierten Geschäftsergebnisse für das zweite Quartal und erste Halbjahr 2009

Highlights Zweites Quartal

- . Konsolidierte Umsätze steigen mehr als 4% in Euro und liegen währungsbereinigt auf Vorjahresniveau
- . Rohertragsmarge bei 50%
- . Erste Auswirkungen des Kostensenkungsprogramms: operative Aufwendungen unter Vorjahr
- . Operatives Ergebnis mit EUR 63 Mio. leicht über Vorjahr
- . Gewinn je Aktie bei EUR 2,55 gegenüber EUR 2,98
- . Deutliche Verbesserung der Lagerbestände

Highlights Erstes Halbjahr

- . Weltweite Markenumsätze erreichen fast EUR 1,4 Mrd.
- . Konsolidierte Umsätze steigen in Euro um nahezu 4% und liegen währungsbereinigt leicht über Vorjahr
- . Rohertragsmarge über 51%
- . Operatives Ergebnis vor Sondereffekten bei EUR 177 Mio.
- . Gewinn je Aktie vor Restrukturierung bei EUR 8,51 gegenüber EUR 8,74

Ausblick 2009

- . Weiterhin schwieriges Marktumfeld für die zweite Jahreshälfte 2009 erwartet . Restrukturierungsprogramm wird planmäßig fortgesetzt . Weiterhin Fokus auf Verbesserung des Working Capitals und Cashflows

Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender: "Trotz eines anhaltend schwierigen Markt- und Konsumumfeldes in Verbindung mit der weltweiten Rezession konnte PUMA im ersten Halbjahr eine solide Geschäftsentwicklung verzeichnen. Das eingeleitete Kostensenkungsprogramm zeigt bereits erste Erfolge und wird konsequent fortgesetzt. Weiterhin sollen durch gezielte Maßnahmen die Begehrtheit der Marke und deren Produkte in den kommenden Quartalen gestärkt werden." Umsatz- und Ertragslage

Weltweite Markenumsätze Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, die sich aus konsolidierten- sowie Lizenzumsätzen zusammensetzen, erreichten im zweiten Quartal EUR 636,5 Mio. Das entspricht einem währungsbereinigten Rückgang von 2,6% und einem Anstieg von 1,2% in Euro. Insgesamt ist dies vor dem Hintergrund eines anhaltend schwierigen Marktumfeldes eine solide Geschäftsentwicklung im zweiten Quartal.

Während der ersten sechs Monate waren die weltweiten Markenumsätze währungsbereinigt 2,9% rückläufig. In Euro erhöhten sich die Umsätze um 0,3% auf EUR 1.374,1 Mio. Die Umsätze bei Schuhen gingen auf vergleichbarer Basis um 1,1% auf EUR 745,6 Mio. und bei Textilien um 7,0% auf EUR 460,9 Mio. zurück. Accessoires stiegen um 1,3% auf EUR 167,7 Mio.

Lizenzgeschäft Aufgrund der Übernahme eines ehemaligen Lizenzpartners ging der Lizenzumsatz im zweiten Quartal währungsbereinigt um 32,2% auf EUR 36,2 Mio. und im ersten Halbjahr um 37,5% auf EUR 76,4 Mio. zurück. Aus den verbleibenden Lizenzumsätzen sind im zweiten Quartal EUR 5,2 Mio. gegenüber EUR 6,4 Mio. im Vorjahresquartal beziehungsweise kumuliert EUR 10,2 Mio. gegenüber EUR 13,4 Mio. an Lizenz- und Provisionserträgen zugeflossen.

#### Konsolidierte Umsätze

Die konsolidierten Umsätze lagen im zweiten Quartal währungsbereinigt auf Vorjahresniveau, stiegen hingegen in Euro um 4,1% auf EUR 600,3 Mio. Umsätze mit Schuhen waren währungsbereinigt um 2,0% auf EUR 330,0 Mio. rückläufig und Textilien reduzierten sich um 5,7% auf EUR 203,8 Mio. Accessoires verbesserten sich unterstützt durch Effekte aus der Erstkonsolidierung deutlich um 41,2% auf EUR 66,4 Mio.

Nach sechs Monaten erhöhten sich die konsolidierten Umsätze währungsbereinigt um 0,4% und in Euro um 3,8% auf EUR 1.297,7 Mio. Trotz eines anhaltend schwierigen Marktumfelds verzeichneten die Umsätze in Amerika einen Anstieg, wohingegen EMEA und Asien/Pazifik unter dem Vorjahresniveau lagen. Insgesamt verzeichneten die Umsätze mit Schuhen einen währungsbereinigten Rückgang von 1,4% auf EUR 727,1 Mio. Der Umsatz mit Textilien reduzierte sich um 7,0% auf EUR 426,3 Mio., was hauptsächlich auf eine hohe Vorjahresbasis durch das Replika-Geschäft im Zusammenhang mit der Fußball-Europameisterschaft zurückzuführen ist. Umsätze mit Accessoires stiegen um starke 49,1% auf EUR 144,3 Mio.

#### Rohermargen über 51%

Aufgrund des allgemeinen Marktumfelds und einer Veränderung im regionalen Umsatz-Mix ging die Rohermarge im zweiten Quartal von 52,5% auf 50,0% zurück. Im ersten Halbjahr verbleibt die Rohermarge bei 51,1% gegenüber 53,0% im Vorjahr. Bei Schuhen lag die Marge bei 49,7% gegenüber 53,4%, Textilien bei 52,3% verglichen mit 52,5% und Accessoires stiegen von 52,1% auf 54,9%.

Operative Aufwendungen Das Restrukturierungs- und Kostensenkungsprogramm zeigt bereits erste Erfolge und die operativen Aufwendungen reduzierten sich im zweiten Quartal um 1,8% auf EUR 242,2 Mio. oder als Prozent vom Umsatz von 42,8% auf 40,3%. Im ersten Halbjahr erhöhten sich die operativen Aufwendungen um nur 1,8% auf EUR 496,2 Mio., was einer Reduzierung der Kostenquote von 39,0% auf 38,2% entspricht.

Die Aufwendungen für Marketing/Retail reduzierten sich um 3,6% auf EUR 253,1 Mio., nachdem im vergangenen Jahr höhere Aufwendungen für Marketinginitiativen im Rahmen der Olympischen Spiele und der Fußball-Europameisterschaft angefallen waren. In Relation zum Umsatz gingen die Kosten von 21,0% auf 19,5% in diesem Bereich zurück. Die übrigen Vertriebsaufwendungen erhöhten sich insbesondere durch die Erstkonsolidierung sowie Währungseffekte um 14,4% auf EUR 158,9 Mio. oder von 11,1% auf 12,2% vom Umsatz. Die Aufwendungen

für Produktentwicklung und Design stiegen um 14,7% auf EUR 28,9 Mio. oder von 2,0% auf 2,2% vom Umsatz. Die Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen konnten dagegen deutlich um 9,3% vermindert werden und lagen bei EUR 55,3 Mio. Das entspricht einer Verbesserung der Kostenquote von 4,9% auf 4,3%. Abschreibungen, die in den operativen Aufwendungen beinhaltet sind, stiegen um 16,3% auf EUR 31,0 Mio. Der Anstieg steht im Zusammenhang mit dem Ausbau des Einzelhandelsgeschäfts im vergangenen Jahr.

#### Operatives Ergebnis vor Sondereffekten

PUMA erzielte im zweiten Quartal ein solides operatives Ergebnis von EUR 63,1 Mio. gegenüber EUR 62,3 Mio. im vergangenen Jahr. In Relation zum Umsatz lag die operative Marge bei 10,5% gegenüber 10,8%. In der ersten Jahreshälfte reduzierte sich das operative Ergebnis um 5,9% von EUR 188,1 Mio. auf EUR 177,1 Mio. Die operative Marge lag bei 13,6% gegenüber 15,0% im Vorjahr.

#### Sondereffekte - Restrukturierung

Das Restrukturierungsprogramm, das zu Einmalaufwendungen von 110 Mio. im ersten Quartal dieses Jahres geführt hat, wird zum größten Teil Ende 2010 abgeschlossen sein. Das Programm soll PUMA zu einer noch effizienteren Struktur verhelfen und die Kostenstruktur an ein weiterhin schwieriges Marktumfeld in den kommenden Quartalen anpassen. Nach Berücksichtigung dieser Sondereffekte lag das operative Ergebnis (EBIT) nach sechs Monaten bei EUR 67,1 Mio. gegenüber EUR 188,1 Mio. im vergangenen Jahr.

**Finanzergebnis** Das Finanzergebnis verzeichnete ein Minus von EUR 2,1 Mio. im zweiten Quartal, nach einem Ertrag von EUR 0,1 Mio. im Vorjahresquartal. Nach sechs Monaten lag das Finanzergebnis bei minus EUR 3,7 Mio. gegenüber einem Ertrag von EUR 1,0 Mio. im Vorjahr. Das Finanzergebnis wurde durch das deutlich niedrigere Zinsniveau sowie durch den Zinsanteil der Kaufpreisverbindlichkeiten negativ belastet.

**Konzerngewinn** Das Vorsteuerergebnis (EBT) erreichte im zweiten Quartal EUR 61,0 Mio. gegenüber EUR 62,4 Mio. im Vorjahr. Der Konzerngewinn ging um 15,6% von EUR 45,6 Mio. auf EUR 38,5 Mio. zurück. Daraus resultiert im zweiten Quartal ein Gewinn je Aktie von EUR 2,55 gegenüber EUR 2,98.

Vor Restrukturierungskosten lag das Vorsteuerergebnis nach sechs Monaten bei EUR 173,4 Mio. gegenüber EUR 189,2 Mio. Der Konzerngewinn reduzierte sich um 5,4% von EUR 135,7 Mio. auf EUR 128,4 Mio. Daraus ergibt sich ein Gewinn pro Aktie von EUR 8,51 nach EUR 8,74 im Vorjahr. Die operative Steuerquote lag bei 26,5% verglichen mit 28,5% im Vorjahr.

Unter Berücksichtigung der Restrukturierungskosten reduzierte sich das Vorsteuerergebnis nach sechs Monaten auf EUR 63,4 Mio. und der Konzerngewinn ging auf EUR 44,0 Mio. zurück. Der Gewinn je Aktie lag bei EUR 2,92 gegenüber EUR 8,74 im Vorjahr.

#### Regionale Entwicklung

Die Umsätze in der Region EMEA erreichten im zweiten Quartal EUR 288,3 Mio., was einem währungsbereinigten Rückgang von 1,4% entspricht. Kumuliert gingen die Umsätze um 2,3% auf EUR 654,4 Mio. zurück. Der Anteil am Konzernumsatz liegt bei 50,4%. Die Rohertragsmarge erzielte starke 53,5% gegenüber 54,5% im Vorjahr.

Die Umsätze in Amerika erhöhten sich im zweiten Quartal währungsbereinigt um 6,9% auf EUR 168,6 Mio. Die Umsätze im ersten Halbjahr stiegen um 9,2% auf EUR 346,7 Mio. Der Anteil am Konzernumsatz beträgt 26,7%. Die Rohertragsmarge lag bei 47,1% gegenüber 48,9% im Vorjahr. Auf dem US-Markt konnten die Umsätze um 4,8% auf \$ 132,7 Mio. im zweiten Quartal und um 4,1% auf \$ 271,4 Mio. nach sechs Monaten gesteigert werden.

Im zweiten Quartal waren die Umsätze in der Region Asien/Pazifik währungsbereinigt um 4,5% auf EUR 143,4 Mio. rückläufig. In der ersten Jahreshälfte reduzierten sie sich um 2,8% auf EUR 296,7 Mio. Der Anteil am Konzernumsatz lag bei 22,9%. Die Rohertragsmarge erreichte 50,5% gegenüber 53,6% im Vorjahr. Vermögens- und Finanzlage

#### Eigenkapital

Die Bilanzsumme zum 30. Juni 2009 stieg im Vorjahresvergleich um 15,0% auf EUR 2.047,8 Mio. Aufgrund der Erhöhung der Bilanzsumme lag die Eigenkapitalquote bei 56,6% gegenüber 60,7% im Vorjahr.

#### Working Capital

In der Berichtswährung stiegen die Vorräte um 3,0% auf EUR 432,1 Mio. Auf vergleichbarer Basis reduzierten sich die Vorräte um 0,7% und wiesen damit eine deutliche Verbesserung im Vergleich zum Ende des ersten Quartals auf. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen um 6,2% (3,1% auf vergleichbarer Basis) auf EUR 502,8 Mio. Das Working Capital lag bei EUR 540,6 Mio. (ohne Akquisitionen EUR 524,9 Mio.) gegenüber EUR 552,1 Mio. im Vorjahr; eine deutliche Verbesserung gegenüber dem ersten Quartal.

#### Investitionen/Cashflow

Im ersten Halbjahr sind EUR 24,6 Mio. gegenüber EUR 50,6 Mio. für Investitionen abgeflossen. Aufgrund der geringeren Investitionen sowie einer deutlichen Verbesserung des Working Capitals konnte ein freier Cashflow von EUR 45,1 Mio. nach einem Mittelabfluss von EUR 23,6 Mio. im Vorjahr erwirtschaftet werden. Das entspricht einer deutlichen Verbesserung gegenüber dem Vorjahr. Darüber hinaus führten Kaufpreiszahlungen für Akquisitionen zum Mittelabfluss in Höhe von EUR 61,0 Mio. (Vorjahr: EUR 19,7 Mio.). Unter Berücksichtigung der Akquisitionskosten lag der freie Cashflow bei EUR -15,8 Mio. gegenüber EUR -43,3 Mio.

#### Liquidität

Die flüssigen Mittel Ende Juni betragen EUR 302,7 Mio. gegenüber EUR 288,2 Mio. im Vorjahr. Die Bankschulden reduzierten sich von EUR 65,6 Mio. auf EUR 44,8 Mio. Die Nettoliquidität verbesserte sich von EUR 222,6 Mio. auf EUR 257,9 Mio. und unterstreicht damit PUMAs Fokus auf ein effizientes Cash- Management.

#### Ausblick 2009 - Marktumfeld bleibt weiterhin schwierig

Aufgrund der soliden Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr und unserem proaktiv eingeleiteten Restrukturierungs- und Kostensenkungsprogramm, das bereits zu ersten Verbesserungen der operativen Aufwendungen, des Working Capitals und des freien Cashflows geführt hat, konnte PUMA seine Position als führendes Unternehmen innerhalb der Branche hinsichtlich der Ertragsfähigkeit sichern. Da das Restrukturierungsprogramm weiterhin Effizienzsteigerungen und Kosteneinsparungen erzielen wird, sollten weitere Verbesserungen in den kommenden 18 Monaten

sichtbar werden. Nichtsdestotrotz sind wir angesichts des derzeit nach wie vor restriktiven Konsumumfelds und der angespannten Weltwirtschaftslage weiterhin vorsichtig und gehen von einem zurückhaltenden Verbraucherverhalten aus, welches sich negativ auf die Umsatzentwicklung im zweiten Halbjahr auswirken kann.

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 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 Unternehmenswerte 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 Modedesignern wie Alexander McQueen, Yasuhiro Mihara und Sergio Rossi. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Tretorn und Hussein Chalayan. Das Unternehmen, das 1948 gegründet wurde, vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt weltweit mehr als 9.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentralen befinden sich in Herzogenaurach, Boston, London und Hongkong. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: [www.puma.com](http://www.puma.com)

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

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

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

Rückfragehinweis:

Kerstin Neuber

Telefon: +49 (0)9132 81-2984

E-Mail: [Kerstin.Neuber@puma.com](mailto:Kerstin.Neuber@puma.com)

Branche: Konsumgüter

ISIN: DE0006969603

WKN: 696960

Index: Midcap Market Index, MDAX, CDAX, Classic All Share, HDAX,

Prime All Share

Börsen: Frankfurt / Regulierter Markt/Prime Standard

Berlin / Freiverkehr

Hamburg / Freiverkehr  
Stuttgart / Freiverkehr  
Düsseldorf / Freiverkehr  
Hannover / Freiverkehr  
München / Regulierter Markt

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011899/100587713> abgerufen werden.