



26.04.2011 - 08:03 Uhr

EANS-News: Die PUMA AG berichtet über ihre konsolidierten Geschäftsergebnisse für das 1. Quartal 2011

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

Gewinne

Herzogenaurach (euro adhoc) - Herzogenaurach, 26. April 2011 - Die PUMA AG berichtet über ihre konsolidierten Geschäftsergebnisse für das 1. Quartal 2011

Highlights Januar bis März:

Konsolidierte Umsätze steigen in Euro um 13,2% auf die Rekordmarke von EUR 773 Mio.
Rohertragsmarge erreicht erneut starke und branchenführende 52,4%
Operatives Ergebnis liegt um 2,1% über dem Vorjahr bei EUR 111,0 Mio.
Konzerngewinn verbessert sich um 7,1% auf EUR 77,7 Mio.
Gewinn je Aktie steigt auf EUR 5,17 gegenüber EUR 4,81 im Vorjahr

Ausblick 2011

Auf der Basis des erfolgreichen 1. Quartals und der positiven Geschäftsentwicklung peilt das Management beim Umsatz die 3 Milliarden Euro-Marke für das Gesamtjahr 2011 an.

Im Rahmen des langfristigen Wachstumsplans "Back on the Attack" werden Investitionen in Marketing, Vertrieb und Produktentwicklung sowie in die Verbesserung der operativen Geschäftsprozesse die Kostenquote weiterhin beeinflussen.

Trotz erwarteter, moderater Preissteigerungen der Beschaffungskosten von Rohstoffen und Löhnen im zweiten Halbjahr rechnet das Management mit einer weiteren Verbesserung des Konzerngewinns im mittleren einstelligen Prozentbereich.

Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender: "Mit einem starken Umsatzwachstum im 1. Quartal sind wir nicht nur gut in das Geschäftsjahr 2011, sondern auch in unseren Fünf-Jahresplan "Back on the Attack" gestartet. Die Region Asien/Pazifik trug mit einem Umsatzanstieg zu einer insgesamt soliden Unternehmensentwicklung bei und konnte damit die negativen Auswirkungen der verheerenden Ereignisse in Japan mildern. Für 2011 erwarten wir beim Konzerngewinn einen mittleren einstelligen Anstieg und peilen beim Umsatz erstmals die 3-Milliarden-Marke an. Wir werden auch weiterhin konsequent unseren langfristigen Strategieplan "Back on the Attack" verfolgen mit dem Ziel, bis zum Jahr 2015 das Umsatzpotenzial von 4-Milliarden Euro auszuschöpfen. Die kürzlich von unseren Anteilseignern erteilte Zustimmung, PUMA von einer Deutschen Aktiengesellschaft (AG) in eine Europäische Aktiengesellschaft (SE) umzuwandeln, wird unserem Unternehmen ein noch stärkeres internationales Profil verleihen und uns dabei helfen, die vielfältigen Möglichkeiten des globalen Sportlifestyle-Marktes zu erschließen."

Umsatz- und Ertragslage Januar bis März 2011

Weltweite Markenumsätze Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, bestehend aus Lizenz- sowie konsolidierten Umsätzen, stiegen in Euro um 12,5% (währungsbereinigt um 8,8%) auf EUR 811,1 Mio. gegenüber EUR 720,8 Mio. im Vorjahr.

Konsolidierte Umsätze

Im ersten Quartal erreichten die konsolidierten Umsätze EUR 773,4 Mio., dies entspricht einem währungsbereinigten Anstieg von 9,3% und einer eindrucksvollen Steigerung von 13,2% auf Euro-Basis im Vergleich zum ersten Quartal 2010. Für PUMA stellt dies das bisher beste 1. Quartal überhaupt dar. Alle Produktsegmente haben deutlich zum Wachstum beigetragen: im Segment Schuhe erhöhten sich die Umsätze währungsbereinigt um 6,8% auf EUR 417,2 Mio., im Segment Textilien stiegen die Umsätze um 2,2% auf EUR 241,8 Mio. und das Segment Accessories verzeichnete einen signifikanten Anstieg um 42,4% auf EUR 114,4 Mio. Das starke Ergebnis von Accessories ist unter anderem bedingt durch die Einbeziehung von Cobra Golf in den Konsolidierungskreis. In Bezug auf Regionen sind die Umsätze in EMEA währungsbereinigt um 4,4% auf EUR 374,5 Mio. angestiegen, die Region Asien/Pazifik erzielte eine Steigerung von 6,9% auf EUR 163,9 Mio. und in der Region Amerika konnte PUMA seine bisherigen hervorragenden Ergebnisse mit einem Umsatzwachstum von 19,9% auf EUR 235,1 Mio., fortsetzen.

Rohhertragsmarge

Die Rohhertragsmarge blieb stabil bei 52,4%, womit PUMA weiterhin seinen Spitzenplatz in der Sportartikelbranche behauptet und seine kontinuierlichen Bemühungen unterstreicht, Ertrag und operative Effizienz zu steigern. Das Produktsegment Schuhe erzielte eine Rohhertragsmarge von 51,3% gegenüber 50,9% im Vorjahr. Das Segment Textilien lag bei 53,7% und ist damit leicht gegenüber 53,9% im Vorjahr zurückgegangen. Das Segment Accessories erzielte 54,0% und lag damit ebenso leicht unter dem Vorjahreswert von 55,7%.

Operative Aufwendungen Die operativen Aufwendungen vor Sondereffekten stiegen im 1. Quartal 2011 um 21,6% auf EUR 298,6 Mio. In Prozent vom Umsatz entspricht dies einem Anstieg von 35,9% im Vorjahr auf nunmehr 38,6%. Diese Erhöhung ist sowohl auf Währungseffekte als auch auf zusätzliche Investitionen in Marketing, Vertrieb und Produktentwicklung zurückzuführen mit dem Ziel, unseren "Back on the Attack"-Wachstumsplan zu forcieren. **EBIT** Das operative Ergebnis entspricht den Erwartungen und verbessert sich auf EUR 111,0 Mio. gegenüber EUR 108,7 Mio. im Vorjahr. In Prozent vom Umsatz resultiert daraus eine operative Marge von 14,4%, welche gegenüber dem Vorjahreswert (15,9%) leicht zurückgegangen ist.

Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen Das Finanzergebnis hat sich von EUR -1,4 Mio. auf EUR -0,2 Mio. verbessert und beinhaltet EUR 0,9 Mio. Erträge aus der Beteiligung an Wilderness.

Gewinn vor Steuern Der Gewinn vor Steuern hat sich von EUR 107,3 Mio. auf EUR 110,8 Mio. erhöht. Der Steueraufwand ist von EUR 34,8 Mio. auf EUR 33,1 Mio. zurückgegangen und die Steuerquote reduzierte sich von 32,4% auf 29,9%.

Konzerngewinn Der Konzerngewinn stieg auf EUR 77,7 Mio. gegenüber EUR 72,5 Mio. im Geschäftsjahr 2010, dies entspricht einem Anstieg von 7,1%. Der Gewinn pro Aktie erhöhte sich von EUR 4,81 auf EUR 5,17 und der verwässerte Gewinn pro Aktie erreichte EUR 5,15 gegenüber EUR 4,80 im Vorjahr.

Vermögens- und Finanzlage

Eigenkapital

Zum 31. März 2011 stieg die Bilanzsumme um 11,3% von EUR 2.068,5 Mio. auf EUR 2.303,2 Mio. Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die Erweiterung des Konsolidierungskreises zurückzuführen, da in diesem Jahr Cobra Golf erstmals mit einbezogen wurde. Die Eigenkapitalquote reduzierte sich leicht von 61,2% auf 60,6%. In absoluten Zahlen konnte das Eigenkapital jedoch um 10,3% von EUR 1.265,7 Mio. auf EUR 1.395,9 Mio. verbessert werden. Damit verfügt PUMA weiterhin über eine äußerst solide Kapitalausstattung.

Working Capital

Das Working Capital stieg um 13,9% auf EUR 598,1 Mio. Auf der Aktivseite sind die Vorräte um 24,9% von EUR 371,8 Mio. auf EUR 464,3 Mio. angestiegen, was unter anderem auch erforderlich war, um das geplante Umsatzwachstum in den folgenden Quartalen bedienen zu können. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich ebenso um 11,0% von EUR 520,4 Mio. auf EUR 577,8 Mio. Unter Berücksichtigung der Erweiterung des Konsolidierungskreises sowie des starken Umsatzwachstums in diesem Quartal haben sich die Forderungen positiv entwickelt. Auf der Passivseite stiegen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 25,8% von EUR 270,4 Mio. auf EUR 340,2 Mio.

Investitionen/ Cashflow

Der freie Cashflow (vor Akquisitionen) lag bei EUR -113,5 Mio. gegenüber EUR -71,6 Mio. im Vorjahr. Der zusätzliche Mittelabfluss resultiert insbesondere aus dem Anstieg des Nettoumlaufvermögens sowie aus

Steuerzahlungen. Der Mittelabfluss für Akquisitionen steht im Zusammenhang mit dem Erwerb der restlichen Anteile an PUMA China. Dies hat PUMA bereits im Rahmen der Finanzergebnisse des 3. Quartals 2010 veröffentlicht. Die Investitionen ins Anlagevermögen betragen EUR 10,8 Mio. gegenüber EUR 7,7 Mio. im ersten Quartal 2010. Der Anstieg ist bedingt durch Investitionen in die Optimierung der operativen Geschäftsprozesse sowie in IT, die wesentliche Bestandteile unserer Wachstumsstrategie darstellen.

Liquidität Der Bestand an liquiden Mitteln ist zum 31. März 2011 um 29,1% auf EUR 300,8 Mio. (Vorjahr: EUR 424,2 Mio.) zurückgegangen. Die Bankverbindlichkeiten wurden um 25,9% von EUR 52,3 Mio. auf EUR 38,8 Mio. reduziert. Im Ergebnis ist die Nettoliquidität um 29,6% von EUR 371,9 Mio. auf EUR 262,0 Mio. gesunken.

Aktienrückkauf

PUMA hat den Aktienrückkauf im 1. Quartal fortgesetzt und 51.720 Stück eigene Aktien für EUR 10,9 Mio. erworben.

Weitere Ereignisse

Umwandlung der PUMA AG in eine Europäische Aktiengesellschaft (SE) Wie bereits mitgeteilt, haben die Anteilseigner von PUMA auf der Hauptversammlung im April der Umwandlung von einer deutschen Aktiengesellschaft (AG) in eine Europäische Aktiengesellschaft (SE) zugestimmt. Wir erwarten, dass die Umwandlung spätestens bis Juli abgeschlossen sein wird.

Ausblick 2011

Die Ergebnisse des 1. Quartals verdeutlichen, dass PUMA seine "Back on the Attack"-Wachstumsstrategie erfolgreich umsetzt, indem höhere Ausgaben für Marketing und Produktentwicklung durch eine deutliche Steigerung von Umsatz bei stabiler Marge mehr als kompensiert werden. Unter Berücksichtigung des erwarteten Anstiegs der Beschaffungskosten für Rohstoffe und Löhne im zweiten Halbjahr wird der positive Ausblick für das Geschäftsjahr 2011 bestätigt. Für das Gesamtjahr 2011 erwarten wir eine Verbesserung des Konzerngewinns im mittleren einstelligen Prozentbereich und peilen erstmals einen Umsatz von 3 Milliarden Euro an.

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 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 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

Ende der Mitteilung

euro adhoc

Kontakt:

Kerstin Neuber

Telefon: +49 (0)9132 81-2984

E-Mail: 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/fr/pm/100011899/100623467> abgerufen werden.