



27.07.2011 - 08:02 Uhr

EANS-News: PUMA SE / PUMA verzeichnet Rekordumsatz im Zweiten Quartal

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

Gewinne

Herzogenaurach (euro adhoc) - PRESSEMITTEILUNG

PUMA verzeichnet Rekordumsatz im Zweiten Quartal
27. Juli 2011

Highlights zweites Quartal 2011

Konsolidierte Umsätze steigen währungsbereinigt um 14,1% auf die Rekordmarke von EUR 674 Mio.

Rohermargine verbleibt trotz ungünstiger äußerer Einflüsse mit 49,1% auf hohem Niveau

Operatives Ergebnis erhöht sich um 3,2% auf EUR 55,4 Mio.

Konzerngewinn steigt um 10,6% auf EUR 37,6 Mio.

Gewinn je Aktie verbessert sich auf EUR 2,51 gegenüber EUR 2,26 im Vorjahr

Highlights erstes Halbjahr 2011

Konsolidierte Umsätze steigen währungsbereinigt um 11,5% auf die Rekordmarke von EUR 1,45 Mrd.

Rohermargine erzielt starke 50,9%

Operatives Ergebnis erhöht sich um 2,5% auf EUR 166,4 Mio.

Konzerngewinn verbessert sich um 8,2% auf EUR 115,3 Mio.

Gewinn je Aktie steigt auf EUR 7,69 gegenüber EUR 7,07 im Vorjahr

Ausblick 2011

Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr hält das Management an der Umsatzprognose von 3 Milliarden Euro für das Gesamtjahr 2011 weiterhin fest.

Preissteigerungen bei Rohstoffen und Löhnen in Asien werden weiterhin die Rohermargine beeinflussen. PUMA wird seinen langfristigen Wachstumsplan "Back on the Attack" konsequent umsetzen, wodurch die geplanten Investitionen in Marketing, Vertrieb, Produktentwicklung und in die Optimierung operativer Geschäftsprozesse Einfluss auf die Kostenquote haben werden.

Trotz steigender Beschaffungskosten und anhaltender Investitionen in Marke und Produkt, welche das operative Ergebnis beeinflussen werden, rechnet das Management für das Gesamtjahr weiterhin mit einer Verbesserung des Konzerngewinns im mittleren einstelligen Prozentbereich.

"Ich könnte mir keinen besseren Start in meine neue Position als CEO von PUMA vorstellen, als einen Rekordumsatz in diesem zweiten Quartal bekanntgeben zu dürfen. Die erzielten Geschäftsergebnisse unterstreichen unser Ziel, die Umsatzmarke von drei Milliarden Euro in diesem Jahr zu erreichen," sagte Franz Koch, CEO der PUMA SE. "Die Investitionen in unsere Kernmärkte im Rahmen unseres langfristigen Wachstumsplans beginnen, sich auszuzahlen und wir werden weiterhin unsere Marke und Produkte stärken mit dem Ziel, das begehrteste und nachhaltigste Sportlifestyle-Unternehmen der Welt zu werden."

Kategorie Running und starkes Wachstum in Lateinamerika und Asien tragen zu Rekordumsatz im zweiten Quartal bei

Im Rahmen einer weltweiten Verbesserung der konjunkturellen Entwicklung verzeichnete das Sportlifestyle-Unternehmen PUMA einen starken Anstieg der Umsatzerlöse im zweiten Quartal. Die Umsätze stiegen gegenüber dem Vorjahr um währungsbereinigt 14,1% sowie 9,4% auf Euro-Basis auf EUR 673,5 Mio., wodurch PUMA einen Rekordumsatz im zweiten Quartal verzeichnete.

PUMA Faas kommt in Fahrt

Alle Produktsegmente trugen deutlich zum Wachstum bei. Im Segment Schuhe erhöhten sich die Umsätze währungsbereinigt um 16,2% auf EUR 352,6 Mio., im Segment Textilien stiegen die Umsätze um 10,7% auf EUR 224,3 Mio. und das Segment Accessoires verzeichnete erneut einen signifikanten Anstieg um 15,0% auf EUR 96,7 Mio. Insbesondere die Kategorie Running ist, gestützt durch den Abverkauf des Top-Produkts PUMA Faas, einem leichtgewichtigen neutralen Laufschuh für Tempoläufe und Wettkämpfe, überdurchschnittlich stark angestiegen. Dieser Schuh verwendet die sogenannte BioRide-Technologie, ein integriertes System, welches einen natürlicheren Laufrhythmus und eine höhere Geschwindigkeit unterstützt. Überdurchschnittliches Wachstum verzeichnete im zweiten Quartal Cobra-PUMA-Golf, was auf Synergieeffekte aus der Integration von Cobra Golf zurückzuführen ist.

In der Kategorie Teamsport gewann PUMA mit dem 15. Sieg von Uruguay in der südamerikanischen Fußballmeisterschaft "Copa America" einen weiteren Meistertitel. Damit setzt Uruguay die Erfolgsgeschichte seines vierten Platzes

bei der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2010 fort und qualifiziert sich zum zweiten Mal für den FIFA Confederations Cup, der 2013 in Brasilien ausgetragen wird. Uruguay bezwang Paraguay im Finale am Sonntag mit 3:0 und avanciert damit zum erfolgreichsten Team in der Geschichte des Turniers.

Die FIFA Frauenfußball-Weltmeisterschaft in Deutschland bildete eine großartige Plattform für PUMA, um die Markenbekanntheit im Frauenfußball weiter zu steigern. PUMA rüstete acht Spielerinnen der deutschen Nationalmannschaft aus sowie auch internationale Stars aus England, Kanada, Norwegen, Schweden, Frankreich und USA und nicht zuletzt die Markenbotschafterin Marta aus Brasilien. Alle diese Spielerinnen trugen den Fußballschuh PUMA Speed v1.11, der mit 16 Toren Torschützenkönig der Schuhe im Turnier wurde.

Im Verlauf des ersten Halbjahres stiegen die Umsätze in allen Produktkategorien

deutlich an. Im Segment Schuhe legten die Umsätze um 9,9% (währungsbereinigt um 10,9%) zu, im Segment Textilien erhöhten sie sich um 7,0% (währungsbereinigt um 6,1%) und das Segment Accessoires verzeichnete, aufgrund des Gesamtjahreseffekts aus der Übernahme von Cobra Golf, einen Anstieg um 29,4%

(währungsbereinigt um 28,3%).

Lateinamerika und Asien bleiben Wachstumstreiber

PUMA konnte seine bisherige hervorragende Entwicklung in der Region Amerika

fortsetzen und verzeichnete dort eine Umsatzsteigerung von 16,9% auf EUR 226 Mio.

Dabei stachen vor allem Lateinamerika und Asien mit zweistelligen Umsatzzuwächsen hervor, wobei die Kategorien Lifestyle und Motorsport die wesentlichen Wachstumstreiber waren.

Die Umsätze in EMEA legten im zweiten Quartal währungsbereinigt um 9,2% auf EUR

290 Mio. zu, wobei sowohl West- als auch Osteuropa zu dieser überzeugenden Entwicklung beigetragen haben. In Spanien sind die Umsätze deutlich angestiegen, nachdem dort im zweiten Quartal 2010 eine PUMA Tochtergesellschaft gegründet wurde. Die Kategorie Women's Fitness (Bodytrain) wuchs in der Region EMEA zweistellig.

Die Region Asien/Pazifik erzielte eine währungsbereinigte Steigerung von 20,1% auf EUR 158 Mio., da sich die Umsätze in Japan nach den Folgen der

Naturkatastrophe mit einem zweistelligen Wachstum deutlich schneller als erwartet erholt hatten. Der Anstieg ist insbesondere auf die Kategorien Lifestyle (PUMA Social), Running (Faas und andere leichtgewichtige Laufschuhe) sowie Fitness (Bodytrain) zurückzuführen.

Die Umsätze in EMEA stiegen im ersten Halbjahr um 7,3% (währungsbereinigt um 6,5%), in der Region Amerika erhöhten sie sich um deutliche 14,3% (währungsbereinigt um 18,4%) und die Region Asien/Pazifik verzeichnete einen hervorragenden Anstieg um 16,5% (währungsbereinigt um 13,0%).

Rohermargine auf Spitzenplatz der Sportartikelbranche

Die Rohermargine erreichte 49,1%, 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 Rohermargine von 48,1% gegenüber 50,7% im Vorjahr. Das Segment Textilien lag bei 48,9% nach 52,1% im Vorjahr. Beide Segmente wurden durch leicht gestiegene Beschaffungskosten sowie durch negative Auswirkungen der Währungskurse beeinflusst. Das Segment Accessoires erzielte 53,3% und verbesserte sich damit deutlich gegenüber dem Vorjahreswert von 46,3%, welcher in Folge der Übernahme von Cobra Golf 2010 beeinflusst wurde.

Auf Halbjahresbasis ging die Rohermargine leicht auf 50,9% gegenüber 51,5% im Vorjahr zurück. Im Segment Schuhe lag die Rohermargine bei 49,8%, im Segment Textilien bei 51,4% und im Segment Accessoires bei 53,7%.

Operative Aufwendungen

Die operativen Aufwendungen stiegen im zweiten Quartal 2011 um 10,3% auf EUR

279,9 Mio. In Prozent vom Umsatz entspricht dies einem leichten Anstieg von 41,2% im Vorjahr auf nunmehr 41,6%. Im Verlauf des ersten Halbjahres 2011 erhöhten sich die operativen Aufwendungen um 15,9% auf EUR 578,5 Mio.

Diese

Erhöhung ist sowohl auf die zusätzlichen Investitionen im Rahmen unseres langfristigen Wachstumsplans als auch auf den Ganzjahreseffekt in Folge der Erweiterung des Konsolidierungskreises um die Gesellschaften Cobra und PUMA Spanien zurückzuführen.

EBIT

Das operative Ergebnis verbesserte sich erwartungsgemäß auf EUR 55,4 Mio. gegenüber EUR 53,6 Mio. im Vorjahr. In Prozent vom Umsatz ergibt sich daraus eine operative Marge von 8,2%, welche gegenüber dem Vorjahreswert (8,7%) leicht zurückging. Mit Blick auf das erste Halbjahr hat sich das operative Ergebnis leicht auf EUR 166,4 Mio. verbessert.

Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen
Das Finanzergebnis sank von EUR -1,3 Mio. auf EUR -1,6 Mio. Jedoch verbesserte sich das Finanzergebnis im gesamten ersten Halbjahr von EUR -2,7 Mio. im Vorjahr auf EUR -1,8 Mio.

Gewinn vor Steuern
Der Gewinn vor Steuern erhöhte sich im zweiten Quartal von EUR 52,3 Mio. auf EUR 53,8 Mio. Im ersten Halbjahr stieg der Gewinn vor Steuern von EUR 159,6 auf EUR 164,6 Mio. Der Steueraufwand ist im zweiten Quartal von EUR 18,2 Mio. auf EUR 16,2 Mio. zurückgegangen und die Steuerquote reduzierte sich von 34,9% auf ein normalisiertes Niveau von 30,0%.

Konzerngewinn
Der Konzerngewinn stieg auf EUR 37,6 Mio. gegenüber EUR 34,0 Mio. im zweiten Quartal 2010. Dies entspricht einem Anstieg von 10,6%. Der Gewinn pro Aktie erhöhte sich von EUR 2,26 auf EUR 2,51 und der verwässerte Gewinn pro Aktie stieg von EUR 2,25 auf EUR 2,51.

Mit Blick auf das erste Halbjahr 2011 verbesserte sich der Konzerngewinn um 8,2% auf EUR 115,3 Mio. Der Gewinn pro Aktie stieg um 8,8% auf EUR 7,69.

Vermögens- und Finanzlage

Eigenkapital
Zum 30. Juni 2011 stieg die Bilanzsumme um 2,6% von EUR 2.284,4 Mio. auf EUR 2.343,4 Mio. Die Erhöhung resultiert im Wesentlichen aus dem Anstieg der latenten Steuern sowie dem Anstieg der langfristigen Vermögenswerte in Folge unserer anhaltenden Investitionen. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich von 58,6% auf 59,4%. In absoluten Zahlen konnte das Eigenkapital um 4,1% von EUR 1.338,3 Mio. auf EUR 1.392,5 Mio. verbessert werden. Damit verfügt PUMA weiterhin über eine äußerst solide Kapitalausstattung.

Working Capital
Das Working Capital stieg um 13,0% auf EUR 509 Mio. Auf der Aktivseite sind die Vorräte um 12,1% von EUR 453,1 Mio. auf EUR 508,0 Mio. angestiegen, um das geplante Umsatzwachstum bedienen zu können. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich um 5,0% von EUR 497,1 Mio. auf EUR 522,0 Mio., was auf

unser Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr zurückzuführen ist. Auf der Passivseite stiegen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 7,6% von EUR 395,4 Mio. auf EUR 425,3 Mio.

Cashflow/ Investitionen

Der freie Cashflow (vor Akquisitionen) lag bei EUR -9,2 Mio. gegenüber EUR 57,2

Mio. im Vorjahr. Der zusätzliche Mittelabfluss resultiert aus Steuerzahlungen und einem höheren Bedarf an Working Capital sowie gestiegenen Investitionen. Der Mittelabfluss für Akquisitionen steht im Zusammenhang mit dem Erwerb der restlichen Anteile an unserem Unternehmen in China. Die Investitionen ins Anlagevermögen betragen EUR 29,1 Mio. gegenüber EUR 18,5 Mio. im ersten Halbjahr

2010. Der Anstieg ist bedingt durch Investitionen in die Optimierung der operativen Geschäftsprozesse und in IT sowie in die Expansion unseres Einzelhandelsgeschäfts, welche wesentliche Bestandteile unserer Wachstumsstrategie darstellen.

Liquidität

Der Bestand an liquiden Mitteln ist zum 30. Juni 2011 um 21,6% auf EUR 351,6 Mio.

(Vorjahr: EUR 448,3 Mio.) zurückgegangen. Die Bankverbindlichkeiten wurden um 41,2% von EUR 51,5 Mio. auf EUR 30,3 Mio. reduziert. Im Ergebnis ist die Nettoliquidität um 19,0% von EUR 396,8 Mio. auf EUR 321,3 Mio. gesunken.

Aktienrückkauf

PUMA hat den Aktienrückkauf im zweiten Quartal fortgesetzt und 72.853 Stück eigene Aktien für EUR 15,7 Mio. erworben. PUMA hält zum 30. Juni 2011 173.377

Stück eigene Aktien. Dies entspricht einem Anteil von 1,15% des gezeichneten Kapitals.

Weitere Ereignisse

Umwandlung der PUMA AG in eine Europäische Aktiengesellschaft (SE)

Mit erfolgter Umwandlung zum 25. Juli 2011 ist Franz Koch neuer Vorsitzender Geschäftsführender Direktor der PUMA SE. Jochen Zeitz übernimmt das Amt des Vorsitzenden des Verwaltungsrats. Gleichzeitig führt er den Unternehmensbereich

Sport & Lifestyle von PUMAs Mehrheitsaktionär PPR. Damit stellt Jochen Zeitz nicht nur den kontinuierlichen, strategischen Ausbau im Rahmen der nächsten Phase der Unternehmensentwicklung der PUMA SE sicher, sondern unterstützt in seiner Funktion als Chief Sustainability Officer von PPR auch die Nachhaltigkeitsinitiativen von PUMA.

Gerichtsurteil in Spanien

Wie bereits in der Ad hoc Mitteilung vom 17. Juni 2011 mitgeteilt, wurde das Schiedsgerichtsurteil eines spanischen Schiedsgerichts vom 02. Juni 2010 zur Einmalzahlung in Höhe von EUR 98 Mio. durch das Landgericht Madrid aufgehoben.

PUMA ist dadurch nicht länger verpflichtet, die Zahlung von EUR 98 Mio. zu leisten.

Ausblick 2011

Für das Gesamtjahr 2011 hält PUMA weiterhin an dem Umsatzziel von EUR 3 Milliarden fest, was eine Fortsetzung der positiven Umsatzentwicklung aus dem ersten Halbjahr bedingt. Steigende Beschaffungskosten für Rohstoffe und Löhne in Asien können jedoch weiterhin die Rohertragsmarge beeinflussen. Dennoch behauptet PUMA in diesem Bereich bislang stets den Spitzenplatz in der Sportartikelbranche. Trotz steigender Ausgaben im Rahmen der langfristigen Wachstumsstrategie erwartet das Management eine Verbesserung des Konzerngewinns im mittleren einstelligen Bereich.

Hinweise an die Redaktionen:

Die Pressemitteilung und Geschäftsberichte finden Sie online auf www.about.puma.com.

PUMA SE Börsenkürzel:

Reuters: PUMG.DE, Bloomberg: PUM GY,

Börse Frankfurt: ISIN: DE0006969603 - WKN: 6969603

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 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

Rückfragehinweis:

Kerstin Neuber

Telefon: +49 (0)9132 81-2984

E-Mail: Kerstin.Neuber@puma.com

Ende der Mitteilung

euro adhoc

Unternehmen: PUMA AG Rudolf Dassler Sport

Würzburger Strasse 13

D-91074 Herzogenaurach

Telefon: +49 (0)9132 81 0

Email: investor-relations@puma.com

WWW: <http://about.puma.com/?lang=de>

Branche: Konsumgüter

ISIN: DE0006969603

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

Börsen: Regulierter Markt/Prime Standard: Frankfurt, Freiverkehr: Berlin, Hamburg, Stuttgart, Düsseldorf, Hannover, Regulierter Markt: München

Sprache: Deutsch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100011899/100701376> abgerufen werden.