



**MEDIEN Ansprechpartner:**

Ulf Santjer, Tel. +49 9132 81 2489

**INVESTOREN Ansprechpartner:**

Dieter Bock, Tel. +49 9132 81 2261

---

**Herzogenaurach, 10. Februar 2006 – Die PUMA AG berichtet über ihre konsolidierten Geschäftsergebnisse für das 4. Quartal und Januar bis Dezember 2005**

---

**Highlights 4. Quartal**

- Starkes Wachstum der konsolidierten Umsätze mit 28%
- Alle Regionen tragen zum Wachstum bei
- Rohertragsmarge 50%
- Konzerngewinn um 15% über Vorjahr
- Gewinn je Aktie € 2,76 gegenüber € 2,38 im Vorjahresquartal

**Highlights Januar bis Dezember**

- Weltweite Markenumsätze legen um mehr als 18% auf € 2,4 Mrd. zu
- Konsolidierte Umsätze steigen um 16% auf nahezu € 1,8 Mrd.
- Rohertragsmarge mit über 52% auf neuem Jahresrekord
- Vorsteuerergebnis erstmals über € 400 Mio.
- Ergebnis je Aktie springt um 10% von € 16,14 auf € 17,79

**Ausblick 2006:**

- Rekord-Auftragsbestände mit über € 1 Mrd. zu Beginn der Phase IV
- Management erhöht Umsatzprognose auf neues Rekordniveau im ersten Jahr der Phase IV - Umsatzwachstum von circa 30% auf € 2,3 Mrd. erwartet
- Ergebniserwartung besser als geplant

---

Aufgrund der erstmaligen Anwendung des Standards IFRS 2 ("Aktienbasierte Vergütung") wurden die Vergleichszahlen des Vorjahres angepasst. Der Personalaufwand hat sich dadurch um € 5,9 Mio. erhöht und der Konzerngewinn entsprechend vermindert. Darüber hinaus war durch eine Steueränderung der Steueraufwand des Vorjahres anzupassen, was zu einer Minderung im Steuerergebnis in Höhe von € 7,3 Mio. und somit zu einer Erhöhung des Konzerngewinns geführt hat. Insgesamt hat sich durch das „Restatement“ der Gewinn je Aktie für das Geschäftsjahr 2004 von € 16,06 auf € 16,14 und im 4. Quartal von € 2,31 auf € 2,38 erhöht. Die Vorjahresvergleiche in diesem Bericht beziehen sich immer auf die angepassten („restated“) Zahlen.

**Im Geschäftsjahr 2005 konnte PUMA seine Erfolgsgeschichte fortschreiben und bei Umsatz und Ertrag neue Rekorde erzielen. Die ursprünglichen Ziele für die Phase III der langfristigen Unternehmensentwicklung wurden bereits in 2005 nicht nur erreicht, sondern wiederum signifikant übertroffen. Damit konnte die Phase III ein Jahr früher als geplant abgeschlossen werden.**

**Die weltweiten Markenumsätze erhöhten sich im Geschäftsjahr um über 18% und erreichten € 2,4 Milliarden. Die konsolidierten Umsätze stiegen zum siebten Mal in Folge zweistellig und erhöhten sich um 16% auf nahezu € 1,8 Milliarden. Die Rohertragsmarge erreichte mit mehr als 52% ein neues Rekordhoch, nicht nur für PUMA, sondern auch innerhalb der gesamten Sportartikelindustrie. Beim Vorsteuerergebnis konnte die Hürde von € 400 Millionen erstmals übersprungen werden. Der Konzerngewinn stieg zum siebten Mal in Folge zweistellig und das Jahr 2005 endet mit dem fünften aufeinanderfolgenden Rekordergebnis. Das Ergebnis je Aktie sprang von € 16,14 auf € 17,79 und hat damit die ursprünglichen Erwartungen wiederum deutlich übertroffen.**

**Insgesamt bedeutet dies seit dem Beginn der langfristig orientierten Unternehmensplanung in 1993 ein Wachstum in 11 aufeinanderfolgenden Jahren, wobei in neun Jahren ein zweistelliges Wachstum und Rekordergebnisse erzielt werden konnten. Die Marktkapitalisierung und damit der Shareholder Value legte in dieser Zeit um mehr als 3.500 Prozent auf nahezu € 4 Milliarden zu.**

---

### **Highlights 4. Quartal**

Die konsolidierten Umsätze stiegen im 4. Quartal um 27,7% auf € 349 Mio. Währungsbereinigt erhöhten sich die Umsätze um 22%. Das Segment Schuhe stieg um 25,8% auf € 221 Mio., Textilien um 31,8% auf € 101 Mio. und Accessoires um 28,9% auf € 27 Mio. Alle Regionen haben zum Wachstum beigetragen: EMOA legte um 6% und damit deutlich besser als erwartet zu. Die Region Amerika stieg um beindruckende 83,9% (währungsbereinigt 66,6%) und Asien/Pazifik um 9,5% (7,3%). Die Rohertragsmarge lag mit 50% leicht unter dem Vorjahresquartal. Durch den weiteren Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten und durch höhere Investitionen in Produktentwicklung erhöhten sich die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen von 36% auf 36,7% der Umsätze. Beim Vorsteuergewinn konnte eine Steigerung von 11,3% gegenüber dem Vorjahresquartal erzielt werden. Das Ergebnis je Aktie erhöhte sich sogar um 16% von € 2,38 auf € 2,76.



## **Umsatz- und Ertragslage Januar bis Dezember 2005**

### **Weltweite Markenumsätze bei € 2,4 Mrd.**

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, bestehend aus konsolidierten- sowie Lizenzumsätzen, haben sich um 18,4% deutlich auf nahezu € 2,4 Mrd. erhöht. Währungsbereinigt stiegen die Umsätze um 18%. Nach Segmenten verbesserten sich Schuhe um 17,7% auf € 1.326 Mio., Textilien um 16,5% auf € 828 Mio. und Accessoires sogar um 30,2% auf € 233 Mio.

### **Konsolidierte Umsätze nahezu € 1,8 Mrd.**

Das Jahr 2005 verzeichnete erneut einen Umsatzrekord. Nach elf Wachstumsjahren in Folge erreichten die konsolidierten Umsätze € 1.778 Mio. Das entspricht einer Steigerung von 16,2 % gegenüber € 1.530 Mio. im Vorjahr. Währungsbereinigt sind die Umsätze um 15,8% gestiegen und damit deutlich besser als ursprünglich erwartet.

Im Segment Schuhe stiegen die Umsätze um 16,2% auf € 1.175 Mio. Der Bereich Textilien erhöhte sich um 13,9% auf € 474 Mio. und bei Accessoires konnten die Umsätze um 25% auf € 129 Mio. gesteigert werden.

### **Äußerst positive Entwicklung auch im Lizenzgeschäft**

PUMA vergibt für einige Produktsegmente Lizenzen an unabhängige Partner. Darüber hinaus werden auch für PUMA-Kernprodukte in verschiedenen Märkten Vertriebs-Lizenzen vergeben. Diese Lizenzumsätze zählen neben den konsolidierten Umsätzen zu den weltweiten Markenumsätzen und werden außerhalb des PUMA-Konzerns getätigt und somit nicht konsolidiert. Insgesamt stiegen die Lizenzumsätze deutlich um 25,4% auf € 610 Mio. oder währungsbereinigt um 24,7%.

Aus den Lizenzumsätzen sind der Gesellschaft insgesamt € 56 Mio. gegenüber € 44 Mio. im Vorjahr an Lizenz- und Provisionseinnahmen zugeflossen. Das entspricht einer Steigerung um 27,4%.

### **Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten**

Der strategische Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten wurde in 2005 konsequent fortgesetzt. Insgesamt wurden 20 Concept Stores weltweit eröffnet. Damit verfügt PUMA zum Jahresende einschließlich sieben Geschäften von Lizenznehmern insgesamt über 66 Concept Stores. Der Umsatz in den eigenen Einzelhandelsgeschäften konnte in 2005 erneut um 47,2% auf € 247 Mio. gesteigert werden. Der Anteil am Konzernumsatz erhöhte sich von 11% auf 13,9%.

### **Rohermargen über 52%**

Die Begehrtheit der Marke spiegelt sich auch in der Rohermarge, die das obere Ende der Bandbreite innerhalb der Sportartikelindustrie bestimmt, wider. Die Rohermarge erzielte 52,3% gegenüber 51,9% im Vorjahr. Das entspricht einer Margen-Verbesserung um 40 Basispunkte. Dabei konnten Produktmix- sowie regionale Effekte durch günstige Wechselkurse mehr als kompensiert werden. In absoluten Zahlen erhöhte sich der Rohertrag um 17,1% von € 794 Mio. auf € 930 Mio.

Nach Produktsegmenten stieg die Marge bei Textilien von 49,7% auf 51,8% und Accessoires verbesserten sich von 49% auf 50,4%. Bei Schuhen war ein leichter Rückgang von 53,1% auf 52,7% zu verzeichnen, was ausschließlich auf die regionale Verteilung der Umsätze zurückzuführen ist.

### **Kostenstruktur unter Plan gesteigert**

Die operativen Aufwendungen stiegen im Geschäftsjahr 2005 planmäßig um 22,7% auf € 564 Mio. Aufgrund der weiteren Expansion der eigenen Einzelhandelsaktivitäten und der dafür erforderlichen höheren operativen Aufwendungen hat sich die Kostenstruktur insgesamt von 30% auf 31,7% der Umsätze erhöht.

Für Investitionen in Marketing/Retail wurden insgesamt € 272 Mio. oder 15,3% vom Umsatz gegenüber € 215 Mio. oder 14% im Vorjahr investiert. Die Aufwendungen für Produktentwicklung und Design stiegen um 13,8% auf € 42 Mio. und blieben mit 2,4% vom Umsatz konstant. Die übrigen Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen erhöhten sich um 20% auf € 250 Mio. In Prozent vom Umsatz entspricht das einer Erhöhung von 13,6% auf 14%. Die Erhöhung ist zum Teil auf die erstmalige Bilanzierung der aktienbasierten Vergütungssysteme für das Management zurückzuführen.

Die Abschreibungen stiegen um 26% auf € 24 Mio. Die Erhöhung der Abschreibungen ist im Wesentlichen auf die Expansion der eigenen Einzelhandelsaktivitäten und den damit verbundenen Investitionen zurückzuführen.

### **Ergebnis vor Steuern über € 400 Mio.**

Das Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich um 10,8% auf € 398 Mio. In Prozent vom Umsatz entspricht das einer operativen Marge von 22,4%.

Das Zinsergebnis verbesserte sich von € 5,7 Mio. auf € 6,4 Mio. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) stieg um 10,8% auf € 404 Mio. Damit konnte erstmals in der Unternehmensgeschichte die Hürde von € 400 Mio. übersprungen werden. In Prozent vom Umsatz entspricht das einer Brutto-Rendite von 22,7%.

Der Steueraufwand hat sich von € 104 Mio. auf € 117 Mio. erhöht. Die durchschnittliche Steuerquote lag bei 29% gegenüber 28,6% im Vorjahr.

### **Gewinn übertrifft erneut Erwartungen**

Mit einer deutlichen Steigerung von 10,5% stieg der Konzerngewinn zum siebten Mal in Folge zweistellig und erreichte € 286 Mio. Die ursprünglichen Erwartungen konnten somit erneut deutlich übertroffen werden. Die Nettorendite in Prozent vom Umsatz lag bei 16,1% gegenüber 16,9% im Vorjahr. Der Gewinn pro Aktie sprang um 10,2% von € 16,14 auf € 17,79 und verwässert um 11,7% von € 15,82 auf € 17,68.

### **Dividende verdoppelt**

Der Vorstand wird der Hauptversammlung am 27. April 2006 eine Verdoppelung der Dividende vorschlagen. Aus dem Bilanzgewinn der PUMA AG soll somit eine Dividende von € 2,00 je Aktie (Vorjahr € 1,00 je Aktie) oder insgesamt € 32 Mio. für das Geschäftsjahr 2005 zur Ausschüttung kommen. Die Ausschüttungsquote bezogen auf den Konzerngewinn erhöht sich somit von 6,2% auf 11,2%.

### **Deutlicher Anstieg der Mitarbeiterzahl**

PUMA hat im Geschäftsjahr 2005 international und auch national eine hohe Zahl an Arbeitsplätzen geschaffen. Mit einem Anstieg von 27,3% waren im Jahresdurchschnitt insgesamt 4.425 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gegenüber 3.475 im Vorjahr beschäftigt. Zum 31. Dezember 2005 beschäftigte PUMA weltweit 5.092 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verglichen mit 3.910 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zum gleichen Stichtag des Vorjahres. Dies bedeutet einen Zuwachs von 1.182 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bzw. 30,2%.

## **Vermögens- und Finanzlage**

### **Eigenkapitalquote über 66%**

Zum 31. Dezember 2005 betrug das Eigenkapital € 875 Mio. verglichen mit € 550 Mio. im Vorjahr. Das entspricht einer Eigenkapitalquote von 66,3% gegenüber 58,4%. Die Bilanzsumme erhöhte sich im selben Betrachtungszeitraum um 40,2% auf € 1.321 Mio. Die erneute Steigerung der Eigenkapitalquote bestätigt eine äußerst starke Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.

### **Nettoliquidität deutlich verbessert**

Die flüssigen Mittel stiegen von € 369 Mio. auf € 476 Mio., während sich die Bankschulden von € 13 Mio. auf € 45 Mio. erhöhten. Damit verbesserte sich die Nettoliquidität trotz der getätigten Investitionen sowie der Mittelverwendung zum Rückkauf eigener Aktien im Jahresvergleich deutlich von € 356 Mio. auf € 430 Mio.

### **Regionale Expansion beeinflusst Working Capital**

Die Vorräte erhöhten sich um 18,5% auf € 238 Mio. und die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 65% auf € 278 Mio. Insbesondere die regionale Expansion und die Umwandlung zweier Distributeure in Joint Ventures hat zu einem überproportionalen Anstieg im Umlaufvermögen geführt. Bedingt durch einen nur geringen Anstieg der Verbindlichkeiten erhöhte sich das Working Capital (Nettoumlaufvermögen) zum 31. Dezember 2005 von € 148 Mio. auf € 256 Mio. und lag bei 14,4% vom Umsatz gegenüber 9,7% im Vorjahr. Bereinigt um diese Effekte lag das Working Capital bei circa 12% der Umsätze und damit deutlich am unteren Ende in der Sportartikelindustrie.

### **Cashflow**

Der Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit hat sich auf Grund von höheren Steuerzahlungen (+ € 60 Mio.) und höherem Working Capital Bedarf von € 286 Mio auf € 202 Mio. reduziert. Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit hat sich wie erwartet von € 29 Mio. auf € 67 Mio. erhöht.

Unter Berücksichtigung des Mittelabflusses aus der Investitionstätigkeit verbleibt im Geschäftsjahr 2005 ein Free Cashflow in Höhe von € 134 Mio. Ohne Investitionen für Akquisitionen ergibt sich ein Free Cashflow von € 152 Mio. oder 8,6% vom Umsatz.

### **Aktienrückkauf**

PUMA hat im Jahr 2005 weitere 285.000 Stück Aktien zurückgekauft und hielt zum Bilanzstichtag insgesamt 890.000 Stück Aktien in Höhe von € 160 Mio. im eigenen Bestand.

### **Regionale Entwicklung**

#### **Starkes Ergebnis in allen Regionen**

In der Region **EMOA** stiegen die Umsätze um 5,6% auf € 1.105 Mio. und damit deutlich besser als ursprünglich erwartet. Der Anteil der Region EMOA am Konzernumsatz beträgt 62,2% gegenüber 68,4% im Vorjahr. Nach Segmenten stiegen die Umsätze mit Schuhen um 1,5%, Textil legte um 11% und Accessoires sogar um 26,2% zu.

Die Rohertragsmarge konnte im schwierigen Marktumfeld erneut ausgebaut werden, was die Begehrtheit der Marke bestätigt. Die Rohertragsmarge erreichte 54,3% verglichen mit 53,3% im Vorjahr. In Prozent der regionalen Umsätze erreichte die operative Marge (EBIT) 27,4% gegenüber 27,8%. Die Auftragsbestände zeigen eine sehr positive Entwicklung und lagen mit jetzt € 624 Mio. um 3,5% über dem Vorjahr.

Die Umsätze in **Amerika** erzielten mit 57,4% ein beeindruckendes Wachstum. Die Umsätze stiegen im Geschäftsjahr 2005 auf € 476 Mio. In USD bedeutet das eine Steigerung von 55,9%. Damit konnte der Anteil am Konzernumsatz von 19,8% auf 26,8% deutlich ausgebaut werden. Sämtliche Produktsegmente trugen mit einer zweistelligen Steigerungsrate zum Wachstum bei: der Bereich Schuhe legte um beeindruckende 70,2% (währungsbereinigt 68,9%) zu, Textilien um 27,6% (26%) und Accessoires um 40,1% (37%). Insbesondere der US-Markt steuerte mit einem währungsneutralen Wachstum von mehr als 50% deutlich zur Gesamtleistung in dieser Region bei, während die Umsätze auf USD 472 Mio. stiegen.

In der Region Amerika verzeichnete die Rohertragsmarge einen leichten Rückgang um 40 Basispunkte auf 48,9%. Die operative Marge blieb mit 19,6% auf Vorjahresniveau. Die Auftragsbestände zum Jahresende 2005 haben sich unter Berücksichtigung von Argentinien und Kanada um 109,4% (währungsbereinigt 85,7%) wiederum außergewöhnlich gesteigert. Auch auf dem US-Markt konnte das Wachstum weiter beschleunigt werden. Die Auftragsbestände lagen hier zum 31. Dezember 2005 bei USD 262 Mio., was einem Wachstum von 63,6% entspricht.

In **Asien/Pazifik** stiegen die Umsätze um 8,5% auf € 196 Mio., was währungsbereinigt einer Steigerung von 11,1% entspricht. Insgesamt trägt die Region Asien/Pazifik mit 11% zum Konzernumsatz bei. Aufgeteilt nach Produktsegmenten stiegen Schuhe um 6,2% (währungsbereinigt 8,7%), Textilien verbesserten sich um 5,9% (2,2%) und Accessoires erhöhten sich um 17,6% (20,3%).

Die Rohertragsmarge verbesserte sich um 140 Basispunkte von 48,1% auf 49,5%. Die operative Marge lag bei 21,0% gegenüber 21,9% im Vorjahr.

Mit Wirkung vom 1. Januar 2006 wird das Textil-Geschäft in Japan sowie das PUMA-Geschäft in China, Hong Kong und Taiwan erstmals konsolidiert. Die Auftragsbestände in dieser Region zum 31. Dezember 2005 erhöhten sich auf € 159 Mio. und lagen nahezu um 100% über dem Vorjahr.

## **Ausblick 2006**

### **Rekord-Auftragsbestände mit über € 1 Mrd. zu Beginn der Phase IV**

Die Auftragsbestände wiesen zum Jahresende zum zehnten Mal in Folge ein Wachstum auf und übersprangen erstmals die € 1 Mrd. Hürde. Die Aufträge stiegen von € 823 Mio. auf € 1.069 Mio. und lagen somit um starke 30% und zum siebten Mal in Folge signifikant über dem Vorjahr. Währungsbereinigt lagen die Auftragsbestände um 25,7% im Plus.

Die Auftragsbücher beinhalten auch die Aufträge der neuen Tochtergesellschaften bzw. Joint Venture Unternehmen, die mit Wirkung zum 1. Januar 2006 erstmals konsolidiert werden. Auch ohne Veränderung des Konsolidierungskreises lagen die Aufträge mit 16,6% deutlich zweistellig im Plus.

Nach Segmenten steuerten Schuhe € 714 Mio. verglichen mit € 580 Mio. im Vorjahr zu den konsolidierten Auftragsbeständen bei. Das entspricht einem Wachstum von 23%. Bei Textilien konnte eine signifikante Steigerung von 50,1% erzielt werden. Die Aufträge erhöhten sich von € 196 Mio. deutlich auf € 295 Mio. Im Segment Accessoires legten die Auftragsbestände um 31,5% von € 46 Mio. auf € 61 Mio. zu.

### **Management erhöht Umsatzprognose auf neues Rekordniveau für das erste Jahr der Phase IV**

Aufgrund einer deutlichen Verbesserung der Auftragslage für die Region EMOA, einem stärker als erwarteten Auftragsbestand in Amerika und einer schnelleren Integration von nunmehr sechs Lizenzmärkten in den Konzern erhöht das Management bereits zu Beginn des Jahres die ursprüngliche Umsatzerwartung für das erste Jahr der Phase IV. Für das Jahr 2006 wird ohne Berücksichtigung von Währungsveränderungen jetzt ein konsolidiertes Umsatzwachstum von circa 30% und somit ein neues Rekordniveau von circa € 2,3 Mrd. erwartet.

### **Umsatzsteigerung in allen Regionen**

Das geplante Umsatzwachstum sollte sich auf alle Regionen erstrecken. Auf Grund der Übernahmen einzelner Lizenzmärkte wird sich die regionale Verteilung der Umsätze gegenüber dem Vorjahr wie geplant verbessern. Der Anteil Asien/Pazifik sollte von 11% auf 20% der konsolidierten Umsätze zunehmen. Amerika sollte unverändert mit circa 27% zum konsolidierten Umsatz beitragen, während die Region EMOA von 62% auf circa 53% planmäßig zurückgehen sollte.



### **Operative Ergebnisprognose auf € 350 Mio. angehoben**

Wie bereits mit der Bekanntgabe der Maßnahmen für die Phase IV angekündigt, wird sich die regionale Veränderung auf die durchschnittliche Rohertragsmarge auswirken. Insgesamt sollte sich die Rohertragsmarge in 2006 in einer Bandbreite zwischen 50% und 51% bewegen. Durch die Übernahme der sechs Lizenzmärkte in das konsolidierte Geschäft werden die Lizenz- und Provisionseinnahmen entsprechend rückläufig sein. Die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen werden insbesondere durch hohe Marketingaufwendungen für die Fußball-Weltmeisterschaft und andere PUMA-Kampagnen, aber auch durch die geplante Erweiterung der eigenen Einzelhandelsaktivitäten, erhöhte Aufwendungen für Produktentwicklung und Design sowie Vertrieb zunehmen. Insgesamt sollten allerdings die operativen Aufwendungen auf Grund der höheren Umsatzerwartungen nunmehr lediglich auf circa 35% des Umsatzes gegenüber den ursprünglich erwarteten 37% ansteigen.

Die operative Marge sollte bedingt durch die markenbildenden „Investitionen“ und die Umwandlung von Lizenz- in Eigengeschäft wie angekündigt auf circa 15% zurückgehen. Auf Grund der sehr positiven Auftragslage und der schneller als erwarteten Umsetzung der Maßnahmen der Phase IV rechnet das Management nun mit einem operativen Ergebnis von mindestens € 350 Mio. gegenüber der ursprünglichen Erwartung von € 300 Mio. - € 330 Mio. Die Steuerquote wird in einer Bandbreite zwischen 31% und 33% erwartet.

Das Konzernergebnis sollte trotz der geplanten strategischen Aufwendungen um nur 10%-15% gegenüber den bisher angekündigten 20% unter dem Vorjahr und damit in absoluten Zahlen deutlich über den ursprünglichen Erwartungen liegen.

### **Erweiterung des Konsolidierungskreises in 2006**

Mit Beginn des Geschäftsjahres 2006 wird der Konsolidierungskreis um Gesellschaften in den Ländern Japan, Taiwan, China, Hong Kong, Argentinien und Kanada erweitert. Durch die Ausgestaltung der Verträge mit einigen Joint Venture Unternehmen ist kein Minderheitsanteil auszuweisen, da diese Unternehmen wirtschaftlich betrachtet bereits zum 1. Januar 2006 PUMA voll zuzurechnen sind.

**Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender:** „Aufgrund der erzielten Ergebnisse für 2005, die auch im vierten Quartal deutlich über unseren Erwartungen lagen sowie des exzellenten Starts der Phase IV sind wir zuversichtlich, dass wir auch im WM-Jahr 2006 wieder sehr erfolgreich sein und einen großen Umsatzsprung auf ein neues Rekordniveau erreichen werden, um in 2007 mit einem neuen Rekordergebnis einen weiteren wichtigen Schritt zur Erreichung unserer langfristigen Unternehmensplanung zu machen.“

---

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 die globale Sportmarke, die erfolgreich die Einflüsse aus der Welt des Sports, des Lifestyle und der Mode vereint. Mit seiner einzigartigen Ausrichtung liefert PUMA das Unerwartete in Sportlifestyle bei Schuhen, Textilien und Accessoires durch technische Innovationen und revolutionäres Design. PUMA wurde 1948 in Herzogenaurach gegründet und vertreibt heute Produkte in mehr als 80 Ländern.

Weitere Informationen stehen auf der PUMA-Homepage unter [www.puma.com](http://www.puma.com) zur Verfügung.

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

	Q4/2005	Q4/2004	Abwei-	1-12/2005	1-12/2004	Abwei-
	€ Mio.	€ Mio. *	chung	€ Mio.	€ Mio. *	chung
<b>Nettoumsatzerlöse</b>	<b>349,2</b>	<b>273,4</b>	27,7%	<b>1.777,5</b>	<b>1.530,3</b>	16,2%
Materialeinsatz	-174,4	-131,5	32,6%	-847,8	-736,4	15,1%
<b>Rohergebnis</b>	<b>174,7</b>	<b>141,8</b>	23,2%	<b>929,8</b>	<b>794,0</b>	17,1%
- in % der Nettoumsatzerlöse	50,0%	51,9%		52,3%	51,9%	
Lizenz- und Provisionserträge	15,5	10,6	45,8%	55,7	43,7	27,4%
Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen	-128,2	-98,5	30,1%	-563,5	-459,4	22,7%
<b>EBITDA</b>	<b>62,0</b>	<b>54,0</b>	15,0%	<b>421,9</b>	<b>378,3</b>	11,5%
Abschreibungen	-7,0	-5,5	28,3%	-24,3	-19,3	26,0%
<b>EBIT</b>	<b>55,0</b>	<b>48,5</b>	13,4%	<b>397,7</b>	<b>359,0</b>	10,8%
- in % der Nettoumsatzerlöse	15,7%	17,7%		22,4%	23,5%	
Zinsergebnis	1,5	2,3	-34,3%	6,4	5,7	13,1%
<b>EBT</b>	<b>56,5</b>	<b>50,7</b>	11,3%	<b>404,1</b>	<b>364,7</b>	10,8%
- in % der Nettoumsatzerlöse	16,2%	18,6%		22,7%	23,8%	
Ertragsteuern	-15,7	-12,1	29,9%	-117,2	-104,4	12,3%
- Steuerquote	27,8%	23,8%		29,0%	28,6%	
Minderheiten zuzurechnende Gewinne	3,3	-0,2		-1,1	-1,7	-34,6%
<b>Konzerngewinn</b>	<b>44,1</b>	<b>38,4</b>	14,8%	<b>285,8</b>	<b>258,7</b>	10,5%
<b>Ergebnis je Aktie (€)</b>	<b>2,76</b>	<b>2,38</b>	16,0%	<b>17,79</b>	<b>16,14</b>	10,2%
<b>Ergebnis je Aktie (€) - verwässert</b>	<b>2,76</b>	<b>2,38</b>	16,2%	<b>17,68</b>	<b>15,82</b>	11,7%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				16,066	16,025	0,3%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				16,163	16,353	-1,2%

\* restated

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

## Konzernbilanz

	31.12.'05 € Mio.	31.12.'04 € Mio. *	Abwei- chung
<b>AKTIVA</b>			
Flüssige Mittel	475,5	369,3	28,7%
Vorräte	238,3	201,1	18,5%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	277,5	168,1	65,0%
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	80,1	34,4	132,5%
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.071,4</b>	<b>773,0</b>	<b>38,6%</b>
Latente Steuern	48,6	51,6	-5,8%
Sachanlagen	121,9	84,7	43,9%
Immaterielle Vermögenswerte	59,4	27,2	118,5%
Sonstige langfristige Vermögenswerte	19,8	5,9	237,3%
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>249,6</b>	<b>169,3</b>	<b>47,4%</b>
	<b>1.321,0</b>	<b>942,3</b>	<b>40,2%</b>
<b>PASSIVA</b>			
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	45,1	12,9	248,4%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	178,7	136,9	30,5%
Steuerrückstellungen	24,2	33,7	-28,3%
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	51,1	53,8	-5,0%
Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben	6,9	0,0	
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	78,5	95,6	-17,9%
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>384,5</b>	<b>333,0</b>	<b>15,5%</b>
Latente Steuern	20,0	9,6	108,3%
Pensionsrückstellungen	22,6	21,2	6,9%
Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben	10,7	0,0	
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	7,8	28,4	-72,6%
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>61,2</b>	<b>59,2</b>	<b>3,4%</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>875,4</b>	<b>550,2</b>	<b>59,1%</b>
	<b>1.321,0</b>	<b>942,3</b>	<b>40,2%</b>

\* restated

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

## Konzernkapitalflussrechnung

	1-12/2005 € Mio.	1-12/2004 € Mio. *	Abwei- chung
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>404,1</b>	<b>364,7</b>	<b>10,8%</b>
Abschreibungen	24,3	19,3	26,0%
Zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge, netto	4,6	0,8	445,6%
<b>Brutto Cashflow</b>	<b>432,9</b>	<b>384,8</b>	<b>12,5%</b>
Veränderung Betriebsvermögen, netto	-71,0	1,2	
Steuer-, Zins- und andere Zahlungen	-160,2	-100,3	59,7%
<b>Mittelabfluss /-zufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>201,6</b>	<b>285,7</b>	<b>-29,4%</b>
Zahlung für Akquisitionen	-17,9	0,0	
Erwerb von Anlagevermögen	-61,9	-43,1	43,5%
Erhaltene Zinsen und sonstige Veränderungen	12,6	14,0	-10,1%
<b>Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-67,3</b>	<b>-29,2</b>	<b>130,6%</b>
<b>Freier Cashflow</b>	<b>134,4</b>	<b>256,6</b>	<b>-47,6%</b>
Kapitaleinzahlungen	16,2	23,2	-30,2%
Dividendenzahlung	-16,0	-11,2	43,3%
Erwerb von eignen Anteilen	-59,4	-79,2	-25,0%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	18,5	-3,5	-620,1%
<b>Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-40,8</b>	<b>-70,8</b>	<b>-42,4%</b>
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	12,6	-7,0	-278,7%
<b>Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>	<b>106,2</b>	<b>178,8</b>	<b>40,6%</b>
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	369,3	190,6	93,8%
<b>Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode</b>	<b>475,5</b>	<b>369,3</b>	<b>28,7%</b>

\* restated

## Segmentdaten

	Umsätze		Rohergebnis		Umsätze		Rohergebnis	
	Q4/2005	Q4/2004	Q4/2005	Q4/2004	1-12/2005	1-12/2004	1-12/2005	1-12/2004
	nach Sitz der Kunden				nach Sitz der Kunden			
<b>Aufgliederung nach Regionen</b>	€ Mio.	€ Mio.	%	%	€ Mio.	€ Mio.	%	%
EMOA	161,2	152,1	50,7%	51,0%	1.104,9	1.046,8	54,3%	53,3%
Amerika	136,4	74,2	51,9%	57,1%	476,3	302,6	48,9%	49,3%
- davon USA in US\$	135,0	76,0			472,4	307,9		
Asien/Pazifik	51,6	47,1	43,1%	46,6%	196,3	181,0	49,5%	48,1%
	<b>349,2</b>	<b>273,4</b>	<b>50,0%</b>	<b>51,9%</b>	<b>1.777,5</b>	<b>1.530,3</b>	<b>52,3%</b>	<b>51,9%</b>
	Umsätze		Rohergebnis		Umsätze		Rohergebnis	
	Q4/2005	Q4/2004	Q4/2005	Q4/2004	1-12/2005	1-12/2004	1-12/2005	1-12/2004
<b>Aufgliederung nach Produkt-Segmenten</b>	€ Mio.	€ Mio.	%	%	€ Mio.	€ Mio.	%	%
Schuhe	221,3	175,9	51,1%	52,3%	1.175,0	1.011,4	52,7%	53,1%
Textil	101,0	76,6	48,8%	51,2%	473,9	416,0	51,8%	49,7%
Accessories	26,9	20,9	46,2%	50,5%	128,6	102,9	50,4%	49,0%
	<b>349,2</b>	<b>273,4</b>	<b>50,0%</b>	<b>51,9%</b>	<b>1.777,5</b>	<b>1.530,3</b>	<b>52,3%</b>	<b>51,9%</b>

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