



MEDIEN Ansprechpartner:

Ulf Santjer, Tel. +49 9132 81 2489
Kerstin Neuber, Tel. +49 9132 81 2984

INVESTOREN Ansprechpartner:

Klaus Bauer, Tel. +49 9132 81 2375
Michael Laemmermann, Tel. + 49 9132 81 2375

Herzogenaurach, 17. Februar 2010 – Die PUMA AG berichtet über ihre konsolidierten Geschäftsergebnisse für 4. Quartal und Geschäftsjahr 2009

Highlights 4. Quartal

- Konsolidierte Umsätze währungsbereinigt um 10,1% rückläufig
- Rohertragsmarge mit 51,0% um 430 Basispunkte über Vorjahr
- Operatives Ergebnis steigt um 21,3% auf € 45 Mio.
- Sondereffekte belasten den Konzerngewinn mit € 18 Mio.
- Gewinn je Aktie steigt um 80% auf € 1,08 gegenüber € 0,60 im Vorjahr

Highlights Januar bis Dezember

- Konsolidierte Umsätze währungsbereinigt um 3,7% rückläufig
- Rohertragsmarge bei 51,3% gegenüber 51,8% im Vorjahr
- Operatives Ergebnis bei € 320 Mio. oder 13,0% vom Umsatz
- Operatives Ergebnis einschließlich Sondereffekte € 192 Mio.
- Gewinn je Aktie bei € 8,50 gegenüber € 15,15
- Freier Cashflow (vor Akquisitionen) steigt um 130% auf € 255,8 Mio., zweithöchster Cashflow in der Unternehmensgeschichte

Wachstumsraten	Umsatz			
	Q4/2009		1-12/2009	
	Euro	währungs- bereinigt	Euro	währungs- bereinigt
Aufgliederung nach Regionen				
EMEA	-10,8%	-10,9%	-6,3%	-4,0%
Amerika	-10,6%	-2,6%	2,1%	0,6%
Asien/Pazifik	-17,7%	-16,2%	0,8%	-7,7%
Gesamt	-12,8%	-10,1%	-2,5%	-3,7%
Aufgliederung nach Produktsegmenten				
Schuhe	-19,9%	-16,8%	-7,4%	-7,8%
Textilien	-12,7%	-10,9%	-5,2%	-7,4%
Accessoires	36,3%	39,4%	46,9%	44,0%
Gesamt	-12,8%	-10,1%	-2,5%	-3,7%

Ausblick 2010

- Trotz weiterhin angespannter Wirtschaftslage sollte das Umsatzvolumen in 2010 währungsbereinigt zumindest auf Vorjahresniveau liegen
- Vergleichbare Rohertragsmarge trotz der derzeitigen Währungsabsicherung und einem höheren Anteil an TeamSport-Produkten angestrebt
- Im Weltmeisterschaftsjahr werden erhöhte Marketingaufwendungen erwartet. Durch das Kostensenkungsprogramm vom vergangenen Jahr sollten jedoch weitere Effizienzsteigerungen und Kosteneinsparungen erreicht werden, die die Einmalaufwendungen mindestens kompensieren sollten



Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender: „Trotz der Finanzmarktkrise und nur wenigen herausragenden sportlichen Großereignissen konnte sich PUMA in einem schwierigen Marktumfeld deutlich behaupten und verzeichnete im abgelaufenen Geschäftsjahr daher lediglich einen moderaten Umsatzrückgang und zudem den zweithöchsten Cashflow in der Unternehmensgeschichte. Das umfassende Restrukturierungs- und Reengineeringprogramm, das wir im Laufe des Jahres umgesetzt haben, hat PUMA zu einem effizienteren Unternehmen gemacht, um den derzeitigen Marktgegebenheiten konsequent zu begegnen. Mit dem Gewinn des Afrika-Cups durch das PUMA-Team Ägypten sind wir als Marke erfolgreich in das Fußballjahr 2010 gestartet. Die Fußballweltmeisterschaft in Südafrika werden wir als führender Ausrüster auf dem afrikanischen Kontinent zu einem echten Heimspiel für PUMA machen und die sich dadurch bietenden Möglichkeiten für weiteres Wachstum gezielt nutzen, um die Begehrtheit von Marke und Unternehmen zu steigern.“

Das Jahr im Überblick

Ausgelöst durch die Finanzkrise und deren Auswirkungen auf die Weltwirtschaft war das Jahr 2009 eine große Herausforderung für alle Marktteilnehmer. Dennoch konnte sich PUMA unter Berücksichtigung der globalen Rezession und mit nur wenigen sportlichen Großereignissen im schwierigen Marktumfeld behaupten. Ein besonderer Höhepunkt der Marke PUMA war der Auftritt von Usain Bolt bei der Leichtathletik-Weltmeisterschaft in Berlin und seine beiden dort erzielten Weltrekorde im Sprint über 100 und 200 Meter.

PUMA hat aufgrund der sich abzeichnenden wirtschaftlichen Abschwächung bereits im vierten Quartal 2008 proaktiv Maßnahmen ergriffen. Im Jahr 2009 folgte dann ein umfassendes Restrukturierungs- und Reengineeringprogramm mit dem Ziel, das Portfolio an Einzelhandelsgeschäften, die globale Organisationsstruktur sowie die operativen Prozesse zu optimieren. Die daraus resultierenden Einmalaufwendungen belaufen sich auf € 127,8 Mio.

Die weltweiten Markenumsätze reduzierten sich währungsbereinigt um 6,4% auf über € 2,6 Milliarden. Die konsolidierten Umsätze gingen währungsbereinigt um 3,7% zurück und lagen bei knapp € 2,5 Milliarden. Trotz des schwierigen Marktumfelds erreichte die Rohertragsmarge starke 51,3%, womit PUMA nach wie vor das obere Ende in der Sportartikelbranche vorgibt. Das operative Ergebnis vor Sondereffekten betrug € 320,2 Mio. oder 13,0% vom Umsatz gegenüber 13,9% im Vorjahr. Einschließlich der bereits erwähnten Sondereffekte lag das Ergebnis je Aktie bei € 8,50 gegenüber € 15,15 im Vorjahr. Das Working Capital fiel um 9,9% auf 397,8 Mio. Dadurch verbesserte sich der freie Cashflow vor Akquisitionen deutlich und konnte von € 110,7 Mio. auf € 255,8 Mio. mehr als verdoppelt werden – das zweitbeste Ergebnis in der Firmengeschichte.

Die PUMA-Aktie notierte zum Jahresende bei € 231,84 und stieg im Jahresvergleich um 65,2%, was zu einer Marktkapitalisierung von rund € 3,5 Mrd. führte.

Umsatz- und Ertragslage im 4. Quartal 2009

Die konsolidierten Umsätze waren erwartungsgemäß im vierten Quartal 2009 währungsbereinigt um 10,1% rückläufig und lagen bei € 489,5 Mio. Die Umsatzentwicklung im vierten Quartal - traditionell das schwächste Quartal – führte aufgrund der reduzierten Lagerbestände zu deutlich weniger Abverkäufen, . Die Region EMEA reduzierte sich währungsbereinigt um 10,9%, Amerika um 2,6% und die Region Asien/Pazifik um 16,2%. Im Bereich Schuhe fielen die Umsätze um 16,8% und Textilien um 10,9%. Accessoires verbesserten sich hauptsächlich durch die Erstkonsolidierung um 39,4%.

Die Rohertragsmarge lag im vierten Quartal mit 51,0% um 430 Basispunkte über dem Vorjahresquartal. Alle Regionen und Produktbereiche trugen zu dieser Entwicklung bei.

Während sich die operativen Aufwendungen um 9,2% auf € 209,7 Mio. reduzierten, lag die Kostenquote bei 42,8% gegenüber 41,1% im Vorjahr, was auf den Umsatzrückgang im vierten Quartal 2009 zurückzuführen ist. Das operative Ergebnis (vor Sondereffekten) erhöhte sich um 21,3% von € 37,2 Mio. auf € 45,1 Mio. oder von 6,6% auf 9,2% vom Umsatz. Einschließlich Sondereffekten verbleibt ein Gewinn je Aktie von € 1,08 verglichen mit € 0,60 im Vorjahresquartal. Weitere Einsparpotenziale wurden im vierten Quartal durch zusätzliche Einmalaufwendungen von € 17,8 Mio festgelegt.

Umsatz- und Ertragslage Januar bis Dezember 2009

Weltweite Markenumsätze

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, bestehend aus Lizenz- sowie konsolidierten Umsätzen, waren währungsbereinigt um 6,4% und in Euro um 5,3% rückläufig und lagen bei über € 2,6 Mrd.

Konsolidierte Umsätze

Im Geschäftsjahr 2009 reduzierten sich die Umsätze währungsbereinigt um 3,7% und in Euro um 2,5% auf € 2.460,7 Mio. Im Segment Schuhe waren die Umsätze währungsbereinigt um 7,8% auf € 1.327,8 Mio. rückläufig. Der Anteil am Konzernumsatz lag bei 54,0% gegenüber 56,8% im Vorjahr. Die Umsätze im Segment Textilien reduzierten sich währungsbereinigt um 7,4% auf € 852,9 Mio. Der Anteil am Konzernumsatz lag bei 34,7% gegenüber 35,6% im Vorjahr. Im Segment Accessoires stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 44,0% auf € 280,1 Mio. Die Steigerung ist im Wesentlichen durch die Erweiterung des Konsolidierungskreises begründet. Der Anteil am Konzernumsatz stieg auf 11,4% verglichen mit 7,6% im Vorjahr.

Rohhertragsmarge

Aufgrund des promotionalen Umfeldes und eines veränderten regionalen Mixes reduzierte sich die Rohhertragsmarge um 50 Basispunkte auf 51,3%, liegt aber nach wie vor am oberen Ende der Sportartikelbranche. In absoluten Zahlen reduzierte sich die Rohhertragsmarge um 3,4% von € 1.306,6 Mio. auf € 1.262,4 Mio. Nach Produktsegmenten lag die Rohhertragsmarge bei Schuhen bei 50,2% gegenüber 51,7% im Vorjahr. Bei Textilien stieg die Marge von 51,9% auf 52,1% und bei Accessoires verbesserte sie sich signifikant von 51,7% auf 54,3%.

Operative Aufwendungen/Ergebnis

Durch das Kostensenkungsprogramm reduzierten sich die sonstigen operativen Erträge und Aufwendungen vor Sondereffekten um 2,0% von € 982,0 Mio. auf € 962,8 Mio. In Prozent vom Umsatz lag die Kostenquote bei 39,1% gegenüber 38,9% im Vorjahr. Innerhalb der Vertriebsaufwendungen konnten die Aufwendungen für Marketing/Retail von € 528,6 Mio. auf € 494,1 Mio. reduziert werden, was einem Rückgang der Kostenquote von 20,9% auf 20,1% entspricht. Dabei ist zu berücksichtigen, dass im Vorjahr Aufwendungen für die Olympischen Spiele und die Fußball-Europameisterschaft enthalten waren.

Die übrigen Vertriebsaufwendungen erhöhten sich um 4,7% auf € 309,8 Mio. oder von 11,7% auf 12,6% vom Umsatz. Die Aufwendungen für Produktentwicklung und Design stiegen von € 55,1 Mio. auf € 58,1 Mio. oder in Prozent vom Umsatz von 2,2% auf 2,4%. Die Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen konnten von € 102,4 Mio. auf € 100,9 Mio. reduziert werden. Die Kostenquote blieb konstant bei 4,1% vom Umsatz.

Abschreibungen sind in den jeweiligen Kosten mit insgesamt € 60,2 Mio. enthalten. Das entspricht einer Erhöhung der Abschreibungen um 7,7% gegenüber dem Vorjahr und ist im Wesentlichen auf die Erweiterung des Konsolidierungskreises und die selektive Expansion der eigenen Einzelhandelsaktivitäten in den Vorjahren zurückzuführen.

Das operative Ergebnis vor Sondereffekten lag bei € 320,2 Mio. gegenüber € 350,4 Mio. im Vorjahr. In Prozent vom Umsatz entspricht das einer operativen Marge von 13,0% gegenüber 13,9%.

Sondereffekte – Restrukturierungs- und Kostensenkungsprogramm

PUMA hat aufgrund des schwierigen Marktumfeldes im ersten Quartal 2009 weitere gezielte Maßnahmen ergriffen, um ein langfristiges und profitables Wachstum in Zukunft zu sichern. Das Management hat hierfür ein konsequentes Reengineering- und Kostensenkungsprogramm aufgelegt, das die ursprünglich geplanten Kosten auf Jahresbasis deutlich reduzieren soll. Die ursprünglich geplanten erforderlichen Einmalaufwendungen von € 110 Mio. erhöhten sich auf € 127,8 Mio. und betreffen die Optimierung des Einzelhandelsportfolios und der globalen Organisationsstruktur sowie das Reengineering einiger wichtiger operativer Prozesse. Von den genannten Einmalaufwendungen werden € 84,5 Mio. ausgabenwirksam, während der darüber hinausgehende Einmalaufwand auf nicht cash-wirksame Abschreibungen bezogen ist.

Mit Hilfe des Kostensenkungsprogramms werden die bisher geplanten Kosten jährlich weiter reduziert und damit Einsparungen erzielt werden, die über das ursprüngliche Ziel von bis zu € 150 Mio. hinausgehen.

Einschließlich der Sondereffekte lag das operative Ergebnis (EBIT) bei € 192,4 Mio. oder 7,8% vom Umsatz.

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis lag bei € -8,3 Mio. gegenüber € 1,1 Mio. im Vorjahr. Ein deutlich niedrigeres Zinsniveau sowie ein höherer Zinsanteil der Kaufpreisverbindlichkeiten belasteten das Finanzergebnis negativ.

Im Finanzergebnis sind Zinserträge in Höhe von € 3,8 Mio. (Vorjahr: € 11,9 Mio.) sowie Zinsaufwendungen von € 6,6 Mio. (Vorjahr: € 6,7 Mio.) enthalten. Das Finanzergebnis enthält darüber hinaus Aufwendungen aus aufgezinnten langfristigen Kaufpreisverbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben in Höhe von € 4,4 Mio. (Vorjahr: € 3,1 Mio.) sowie € 1,1 Mio. (Vorjahr: € 1,0 Mio.) aus der Bewertung von Pensionsplänen.

Gewinn vor Steuern

Der Gewinn vor Steuern (EBT) reduzierte sich von € 326,4 Mio. auf € 184,1 Mio. oder in Prozent vom Umsatz von 12,9% auf 7,5%. Dieser Rückgang basiert im Wesentlichen auf den schon vorgenannten Sondereffekten.

Der Steueraufwand hat sich von € 94,8 Mio. auf € 58,2 Mio. vermindert. Die Steuerquote lag mit 31,6% über dem Vorjahrswert von 29,0%, was hauptsächlich auf die steuerliche Berücksichtigung der Einmalaufwendungen in den jeweiligen Ländern zurückzuführen ist.

Konzerngewinn

Der Konzerngewinn lag im Geschäftsjahr 2009 bei € 128,2 Mio. gegenüber € 232,8 Mio. im Vorjahr. Die Nettorendite erreichte 5,2% verglichen mit 9,2% im Vorjahr. Der Gewinn pro Aktie wie auch der verwässerte Gewinn pro Aktie erreichte € 8,50 gegenüber € 15,15 im Vorjahr.

Regionale Entwicklung

Die Umsätze in der Region **EMEA** reduzierten sich währungsbereinigt um 4,0% auf € 1.217,6 Mio. Der Anteil der Region EMEA am Konzernumsatz lag bei 49,5% gegenüber 51,5% im Vorjahr. Nach Produktbereichen gingen die Umsätze mit Schuhen währungsbereinigt um 13,1% und mit Textilien um 9,5% zurück. Aufgrund der Übernahme eines ehemaligen Lizenznehmers haben sich die Umsätze im Bereich Accessoires mit einer Steigerung von 98,7% nahezu verdoppelt. Die Rohertragsmarge lag bei 53,3% gegenüber 53,5% im Vorjahr.

In der Region **Amerika** stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 0,6% auf € 665,2 Mio. Der Anteil am Konzernumsatz lag bei 27,0% gegenüber 25,8% im Vorjahr. Die Umsätze bei Schuhen stiegen währungsbereinigt um 1,2% und bei Textilien um 0,1%. Die Umsätze bei Accessoires reduzierten sich um 4,3%. Die Rohertragsmarge erzielte 48,2% gegenüber 49,2% im Vorjahr.

In dem größten Markt der Region, dem **US-Markt**, waren die Umsätze währungsbereinigt um 0,9% rückläufig und reduzierten sich auf USD 533,5 Mio.

Die Umsätze in der Region **Asien/Pazifik** gingen währungsbereinigt um 7,7% auf € 578,0 Mio. zurück. Der Anteil am Konzernumsatz lag bei 23,5% gegenüber 22,7% im Vorjahr. Die Umsätze bei Schuhen reduzierten sich währungsbereinigt um 10,4% und bei Textilien um 7,4%, während Accessoires auf Vorjahresniveau lagen.

Die Rohertragsmarge war mit 50,8% unverändert gegenüber dem Vorjahr.



Vermögens- und Finanzlage

Eigenkapital

Zum 31. Dezember 2009 stieg die Bilanzsumme um 6,1% von € 1.898,7 Mio. auf € 2.014,1 Mio. Die Erhöhung ist im Wesentlichen auf einen deutlichen Anstieg der flüssigen Mittel zurückzuführen. Die Eigenkapitalquote lag bei 61,6% gegenüber 62,0% im Vorjahr. In absoluten Zahlen konnte das Eigenkapital jedoch um 5,3% von 1.177,2 Mio. auf € 1.239,8 Mio. verbessert werden. Damit verfügt PUMA trotz der weltweiten Finanzkrise auch weiterhin über eine äußerst solide Kapitalausstattung.

Working Capital

Im Jahr 2009 legte PUMA großen Wert auf eine Verbesserung des Working Capitals und konnte eine deutliche Reduzierung um 9,9% von € 436,4 Mio. auf € 393,1 Mio. erreichen. In Prozent vom Umsatz bedeutet dies eine Verbesserung von 17,3% auf 16,0%. Die Optimierung des Working Capitals resultiert im Wesentlichen aus einer deutlichen Reduzierung der Vorräte um 19,1% auf € 348,5 Mio. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich nur leicht um 0,3% auf € 397,8 Mio. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich um 2,6% auf € 262,1 Mio.

Cashflow

Ein konsequentes Working Capital Management hat dazu beigetragen, dass trotz eines schwierigen Marktumfeldes der zweitbeste Freie Cashflow (vor Akquisitionen) der Unternehmensgeschichte erzielt werden konnte, der fast an das Rekordergebnis aus dem Jahr 2004 heranreicht.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit hat sich von € 133,3 Mio. auf € 139,2 Mio. erhöht. Für laufende Investitionen sind insgesamt € 54,5 Mio. gegenüber € 119,2 Mio. im Vorjahr an Investitionen ins Anlagevermögen enthalten. Darüber hinaus wurden im Geschäftsjahr Zahlungen aus Kaufpreisverbindlichkeiten im Zusammenhang mit Firmenübernahmen in Höhe von € 84,4 Mio. gegenüber € 24,9 Mio. im Vorjahr geleistet.

Im Ergebnis zeigt der Freie Cashflow eine deutliche Verbesserung von € 85,8 Mio. auf € 171,4 Mio. Ohne Zahlungen für Akquisitionen konnte der Freie Cashflow von € 110,7 Mio. auf € 255,8 Mio. mehr als verdoppelt werden. In Prozent vom Umsatz konnte ein Freier Cashflow (vor Akquisitionen) von 10,4% gegenüber 4,4% im Vorjahr erzielt werden.

Zum 31. Dezember 2009 erhöhten sich die flüssigen Mittel von € 375,0 Mio. auf € 485,6 Mio.

Dividende

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 20. April 2010 vor, für das Geschäftsjahr 2009 aus dem Bilanzgewinn der PUMA AG eine Dividende in Höhe von € 1,80 je Aktie gegenüber € 2,75 im Vorjahr auszuschütten. In Prozent des Konzerngewinns erhöht sich jedoch die Ausschüttungsquote von 17,8% auf 21,2%. Die Auszahlung der Dividende soll am Tag nach der Hauptversammlung, die über die Ausschüttung beschließt, erfolgen.



Ausblick 2010

Angesichts des derzeit nach wie vor restriktiven Konsumumfelds und der angespannten Weltwirtschaftslage ist weiterhin von einem zurückhaltenden Verbraucherverhalten auszugehen. Es ist daher schwierig, trotz positiver Impulse durch die Fußball-Weltmeisterschaft zum jetzigen Zeitpunkt eine quantitative Einschätzung für 2010 zu geben. Dennoch gehen wir davon aus, dass das Umsatzvolumen 2010 währungsbereinigt zumindest auf Vorjahresniveau liegen sollte. Eine vergleichbare Rohertragsmarge wird trotz der derzeitigen Währungsabsicherung und einem höheren Anteil an Teamsport-Produkten mit niedrigerem Deckungsbeitrag angestrebt.

Im Weltmeisterschaftsjahr werden erhöhte Marketingaufwendungen erwartet, wohingegen durch das Kostensenkungsprogramm weitere Effizienzsteigerungen und Kosteneinsparungen erreicht werden sollten mit dem Ziel, eine nachhaltige Ertragsstärke des Unternehmens zu gewährleisten.

Bereits durch den Wegfall des Sondereffekts aus dem Vorjahr wird sich eine deutliche Steigerung des Nettoergebnisses ergeben. Gleichwohl wird unter Berücksichtigung der zuvor genannten Planungsparameter sowie der Herausrechnung der Sondereffekte auch für das Jahr 2010 eine Steigerung des Nettoergebnisses angestrebt.

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, 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

Gewinn- und Verlustrechnung	Q4/2009 € Mio.	Q4/2008 € Mio.	Abwei- chung	1-12/2009 € Mio.	1-12/2008 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	489,5	561,3	-12,8%	2.460,7	2.524,2	-2,5%
Umsatzkosten	-239,7	-298,8	-19,8%	-1.198,2	-1.217,6	-1,6%
Rohhertrag	249,8	262,5	-4,8%	1.262,4	1.306,6	-3,4%
- in % der konsolidierten Umsätze	51,0%	46,8%		51,3%	51,8%	
Lizenz- und Provisionserträge	5,0	5,6	-10,9%	20,6	25,7	-20,1%
	254,8	268,1	-5,0%	1.283,0	1.332,4	-3,7%
Sonstige operative Erträge und ufwendungen	-209,7	-230,9	-9,2%	-962,8	-982,0	-2,0%
Operatives Ergebnis vor Sondereffekten	45,1	37,2	21,3%	320,2	350,4	-8,6%
Sondereffekte	-17,8	-25,0	-28,7%	-127,8	-25,0	411,3%
Operatives Ergebnis (EBIT)	27,3	12,2	123,8%	192,4	325,4	-40,9%
- in % der konsolidierten Umsätze	5,6%	2,2%		7,8%	12,9%	
Finanzergebnis	-2,6	0,6	-557,4%	-8,3	1,1	-866,2%
Gewinn vor Steuern (EBT)	24,7	12,8	93,3%	184,1	326,4	-43,6%
- in % der konsolidierten Umsätze	5,0%	2,3%		7,5%	12,9%	
Ertragssteuern	-8,8	-4,8	85,2%	-58,2	-94,8	-38,6%
- Steuerquote	35,8%	37,4%		31,6%	29,0%	
Minderheiten zuzurechnende Gewinne	0,4	0,1	231,1%	2,3	1,1	105,2%
Konzerngewinn	16,2	8,1	100,1%	128,2	232,8	-44,9%
Gewinn je Aktie (€)	1,08	0,60	80,0%	8,50	15,15	-43,9%
Gewinn je Aktie (€) - verwässert	1,08	0,60	80,0%	8,50	15,15	-43,9%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				15,082	15,360	-1,8%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				15,092	15,360	-1,7%

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

Bilanz	31.12.'09 € Mio.	31.12.'08 € Mio.	Abwe- chung
AKTIVA			
Flüssige Mittel	485,6	375,0	29,5%
Vorräte	348,5	430,8	-19,1%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	397,8	396,5	0,3%
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital)	125,6	124,3	1,1%
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1,7	35,5	-95,3%
Kurzfristige Vermögenswerte	1.359,2	1.362,0	-0,2%
Latente Steuern	67,7	80,5	-15,8%
Sonstige langfristige Vermögenswerte	587,2	456,2	28,7%
Langfristige Vermögenswerte	654,9	536,6	22,0%
	2.014,1	1.898,7	6,1%
PASSIVA			
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	36,8	49,7	-25,9%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	262,1	269,1	-2,6%
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital)	257,0	246,1	4,4%
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	64,1	49,8	28,5%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	620,0	614,8	0,9%
Latente Steuern	4,4	26,5	-83,4%
Pensionsrückstellungen	25,2	21,3	18,2%
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	124,6	58,9	111,6%
Langfristige Verbindlichkeiten	154,2	106,7	44,5%
Eigenkapital	1.239,8	1.177,2	5,3%
	2.014,1	1.898,7	6,1%

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

Kapitalflussrechnung	1-12/2009 € Mio.	1-12/2008 € Mio.	Abwe- chung
Gewinn vor Steuern (EBT)	184,1	326,4	-43,6%
Zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	140,2	64,7	116,9%
Brutto Cashflow	324,3	391,1	-17,1%
Veränderung Nettoumlaufvermögen	77,7	-77,0	-201,0%
Steuer-, Zins- und andere Zahlungen	-91,4	-95,0	-3,8%
Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	310,6	219,1	41,7%
Zahlung für Akquisitionen	-84,4	-24,9	239,1%
Erwerb von Anlagevermögen	-54,5	-119,2	-54,2%
Erhaltene Zinsen und sonstige Veränderungen	-0,3	10,7	-102,5%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Investitionstätigkeit	-139,2	-133,3	4,4%
Freier Cashflow	171,4	85,8	99,7%
Freier Cashflow (vor Akquisition)	255,8	110,7	131,1%
Kapitaleinzahlungen	0,0	0,9	
Dividendenzahlung	-41,5	-42,5	-2,4%
Erwerb von eigenen Anteilen	0,0	-181,4	
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	-20,4	-6,6	207,5%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-61,9	-229,6	-73,0%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	1,2	-3,7	-131,1%
Veränderung des Finanzmittelbestandes	110,6	-147,5	-175,0%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	375,0	522,5	-28,2%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	485,6	375,0	29,5%

Segmentdaten							
	Umsätze				Rohergebnis		
	nach Sitz der Kunden				nach Sitz der Kunden		
	Q4/2009 € Mio.	Q4/2008 € Mio.	Q4/2009 %	Q4/2008 %	1-12/2009 € Mio.	1-12/2008 € Mio.	1-12/2009 %
Aufgliederung nach Regionen							
EMEA	196,8	220,5	53,4%	45,3%	1.217,6	1.299,3	53,3%
Amerika	153,0	171,1	49,3%	49,9%	665,2	651,3	48,2%
- davon USA in US\$	132,7	131,5			533,5	538,1	
Asien/Pazifik	139,7	169,8	49,6%	45,5%	578,0	573,6	50,8%
	489,5	561,3	51,0%	46,8%	2.460,7	2.524,2	51,3%
	Umsätze				Rohergebnis		
	nach Sitz der Kunden				nach Sitz der Kunden		
	Q4/2009 € Mio.	Q4/2008 € Mio.	Q4/2009 %	Q4/2008 %	1-12/2009 € Mio.	1-12/2008 € Mio.	1-12/2009 %
Aufgliederung nach Produkt-Segmenten							
Schuhe	241,9	302,1	50,2%	46,4%	1.327,8	1.434,3	50,2%
Textil	188,6	215,9	51,7%	47,4%	852,9	899,3	52,1%
Accessoires	59,1	43,3	52,4%	46,4%	280,0	190,6	54,3%
	489,5	561,3	51,0%	46,8%	2.460,7	2.524,2	51,3%

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