



PUMA SE

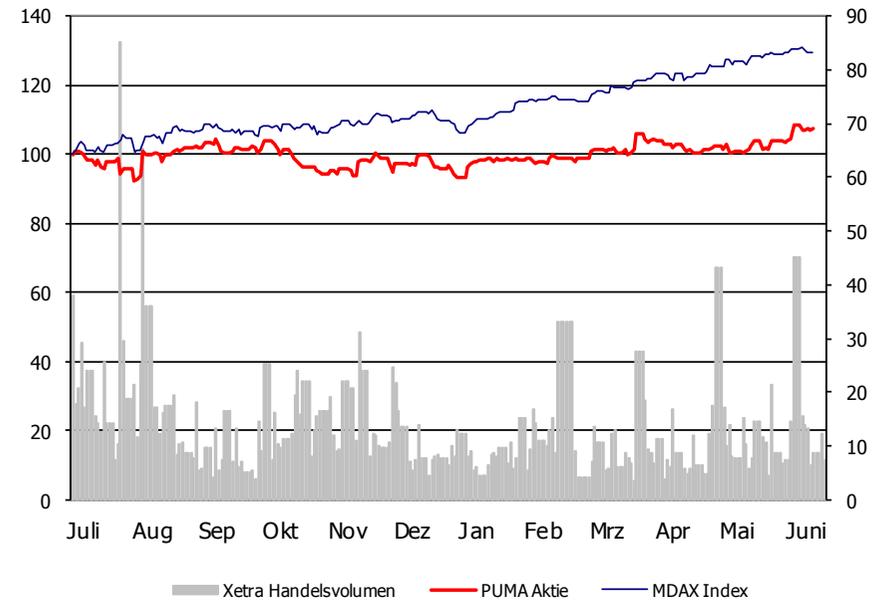
FINANZBERICHT

Januar bis Juni 2013

INHALTSVERZEICHNIS

Kennzahlen	3
Konzernzwischenlagebericht	
- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	4
- Strategie	4
- Umsatz- und Ertragslage	5 - 9
- Vermögens- und Finanzlage	10
- Ausblick	11
Konzernzwischenabschluss	
- Bilanz	12
- Gewinn- und Verlustrechnung	13
- Gesamtergebnisrechnung	14
- Kapitalflussrechnung	15
- Veränderungen im Eigenkapital	16
- Geschäftssegmente	17 - 18
- Anhang zum Finanzbericht	19 – 21
Geschäftsführende Direktoren / Verwaltungsrat	22
Finanzkalender	23

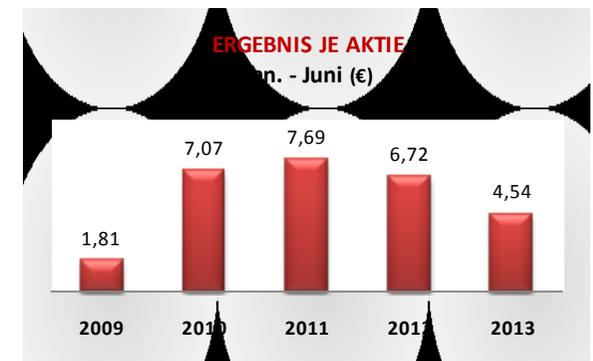
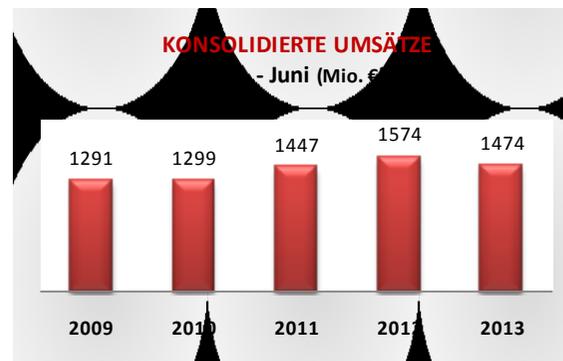
Jahresentwicklung der PUMA Aktie
Indizierte Entwicklung mit Handelsvolumen (Xetra)



Kennzahlen	1-6/2013 € Mio.	1-6/2012 € Mio.	Abwei- chung
Markenumsätze	1.559,4	1.651,3	-5,6%
Konsolidierte Umsätze	1.473,9	1.573,8	-6,3%
Rohtragsmarge	47,7%	50,2%	
Operatives Ergebnis	110,1	149,1	-26,1%
Konzerngewinn	67,8	100,6	-32,6%
- in %	4,6%	6,4%	
Bilanzsumme	2.523,6	2.579,7	-2,2%
Eigenkapitalquote in %	64,6%	65,7%	
Netto-Umlaufvermögen (Working Capital)	685,5	707,4	-3,1%
Brutto Cashflow	125,8	182,8	-31,2%
Freier Cashflow (vor Akquisition)	-91,9	-57,1	61,0%
Gewinn je Aktie (in €)	4,54	6,72	-34,1%
Brutto Cashflow je Aktie (in €)	8,42	12,21	-31,0%
Freier Cashflow je Aktie (in €) (vor Akquisition)	-6,15	-3,81	61,4%
Aktienkurs am Ende der Periode (in €)	216,25	227,75	-5,0%
Marktkapitalisierung am Ende der Periode	3.231	3.402	-5,0%
Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Werten (ohne Firmenwerte)	19,1	34,0	-43,9%

Michael Lämmermann, CFO:

„Trotz schwacher Geschäftsentwicklungen in Südeuropa und Fernost sowie negativer Währungseffekte lag der Umsatz von PUMA im zweiten Quartal im Rahmen unserer Gesamtjahresprognose. Wir haben das Transformations- und Kostensenkungsprogramm konsequent vorangetrieben und im Rahmen dessen die Anzahl unrentabler Einzelhandelsgeschäfte weiter reduziert. Nach Antritt unseres neuen Chief Executive Officers, des Chief Operating Officers sowie unseres neuen Global Creative Directors sind wir nun als Team gut aufgestellt, um langfristig profitables Wachstum zu sichern.“





Konzernzwischenlagebericht

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Gemäß der Sommerprognose des „Instituts für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 20. Juni 2013 ist die Weltwirtschaft in den ersten Monaten des Jahres 2013 weiterhin sehr verhalten expandiert. Insbesondere in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften hat sich die Konjunktur stabilisiert, jedoch setzte sich die Rezession im Euroraum fort, wenngleich in deutlich geringerer Schärfe. Allerdings ist in den südlichen Krisenländern Europas bislang keine Erholung der Konjunktur in Sicht. In den Schwellenländern blieb die Dynamik weiterhin gedämpft.

STRATEGIE

Unter der Zielsetzung, „das begehrteste und nachhaltigste Sportlifestyle-Unternehmen“ zu sein, soll die Position von PUMA als eine der wenigen, echten Multi-Category-Marken gestärkt und das Potenzial des Sportlifestyle-Marktes in allen Kategorien und Regionen konsequent ausgeschöpft werden. Als Multi-Category-Anbieter ist PUMA in Kategorien und Geschäftsfeldern aktiv, die zur einzigartigen Markenpositionierung passen und in denen sich dauerhafte Wertsteigerungen für das Unternehmen erzielen lassen. PUMA ist positioniert als Sportlifestylemarke, die es versteht, mit Freude, die Einflüsse aus Sport und Lifestyle zu kombinieren und darüber hinaus danach strebt, einen Beitrag zu einer besseren Welt zu leisten. Diese vorgenannte Markenpositionierung soll durch eine selektive Ausweitung der bestehenden Produktkategorien, durch eine regionale Expansion sowie einer Expansion mit Nicht-PUMA-Marken unterstützt werden.

Umsatz- und Ertragslage

Weltweite Markenumsätze

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, bestehend aus Lizenz- sowie konsolidierten Umsätzen, sind im zweiten Quartal währungsbereinigt um 3,2% auf € 739 Millionen gegenüber € 795 Millionen im Vorjahr zurückgegangen. Auf Halbjahresbasis reduzierten sich die PUMA-Markenumsätze währungsbereinigt um 2,4% auf € 1.559 Millionen im Vergleich zum ersten Halbjahr 2012.

Konsolidierte Umsätze

PUMAs konsolidierte Umsätze fielen im zweiten Quartal 2013 währungsbereinigt um 4,0% von € 753 Millionen auf € 692 Millionen, was auf einen Rückgang in allen Regionen zurückzuführen ist. In der Berichtswährung Euro gaben die Umsätze bedingt durch negative Währungseffekte in verschiedenen Ländern wie Japan, Argentinien und Südafrika um 8,0% nach.

Russischer Markt stützt Wachstum in Osteuropa

Die Region **EMEA** verzeichnete im zweiten Quartal einen Umsatzrückgang von währungsbereinigt 4,7% auf € 266 Millionen. PUMAs Entwicklung in Osteuropa stützte den derzeit stagnierenden Trend in Europa und verbuchte ein währungsbereinigtes Wachstum im mittleren einstelligen Bereich.

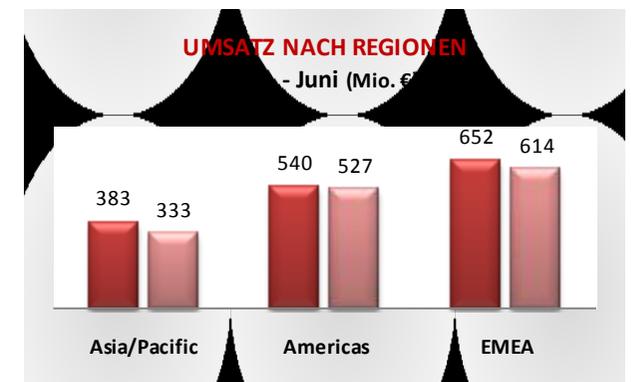
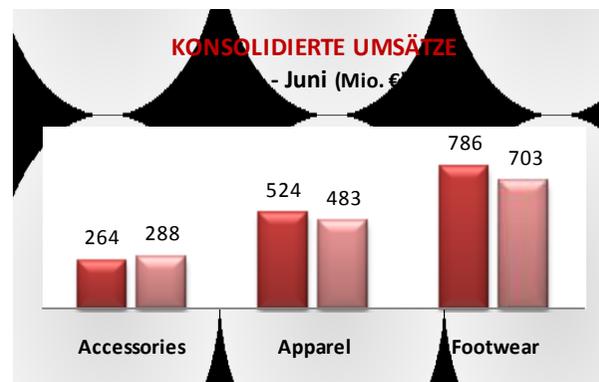
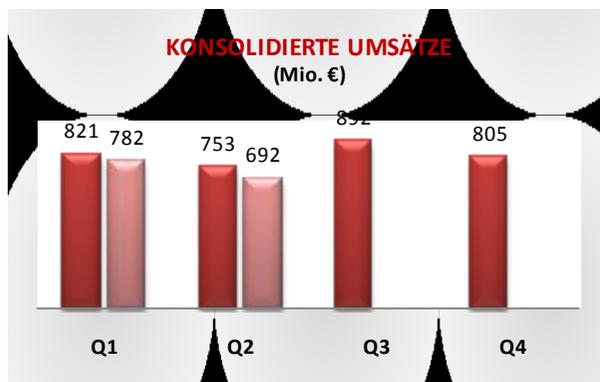
Insbesondere Russland legte mit einem Zuwachs im zweistelligen Bereich kräftig zu, was auf die weitere Optimierung des Einzelhandelsportfolios zurückzuführen war. Die Umsätze in der Türkei stiegen insbesondere aufgrund der erfreulichen Entwicklung des Einzelhandels. Dennoch konnten diese hervorragenden Entwicklungen die Umsatzrückgänge in West- und Südeuropa nicht ausgleichen. Hier blieben vor allem Frankreich und Italien hinter den Erwartungen zurück.

Die Umsätze in der Region **Amerika** verringerten sich unter anderem aufgrund einer hohen Vorjahresbasis um währungsbereinigt 1,3% auf € 267 Millionen im zweiten Quartal 2013. Während die Umsätze auf dem US-Markt leicht rückläufig waren und sich die Entwicklung in Chile abschwächte, legten Kanada und Argentinien deutlich zu. Vor allem Golfprodukte fanden bei den kanadischen Kunden großen Anklang, während in Argentinien eine verbesserte Verfügbarkeit der Produkte durch die lokale Produktion das starke Umsatzwachstum stützte.

Die Umsätze in der Region **Asien/Pazifik** fielen währungsbereinigt um 7,2% auf € 159 Millionen, nachdem fast alle Märkte in der Region rückläufig waren. Ein starker Zuwachs in Indien, der vor allem auf den guten Absatz von Cricketprodukten zurückzuführen ist, und gute währungsbereinigte Umsatzzahlen aus Japan konnten die Rückgänge in Korea und China nicht ausgleichen. Vor allem China litt unter der Konsolidierung einiger Großhandelsgeschäfte und weiterhin hohen Lagerbeständen im Markt.

Entwicklung im Halbjahr unterschiedlich

Innerhalb der ersten sechs Monate im Jahr 2013 gingen die Umsätze in der Region **EMEA** währungsbereinigt um 4,8% auf € 614 Millionen zurück. Alle wichtigen Märkte in der Region blieben hinter den Erwartungen zurück. Die Region **Amerika** hingegen entwickelte sich deutlich besser und verzeichnete einen geringen Zuwachs von währungsbereinigt 0,2% auf € 527 Millionen. Die Region **Asien/Pazifik** war im ersten Halbjahr währungsbereinigt um 5,0% auf € 333 Millionen rückläufig.



Umsatz nach Regionen und Produktsegmenten		Q2		Wachstumsraten		1-6		Wachstumsraten	
€ Mio.	2013	2012	Euro	währungs- bereinigt	2013	2012	Euro	währungs- bereinigt	
Aufgliederung nach Regionen									
EMEA	266,2	283,6	-6,1%	-4,7%	614,1	651,6	-5,7%	-4,8%	
Amerika	267,0	278,7	-4,2%	-1,3%	527,2	539,5	-2,3%	0,2%	
Asien/Pazifik	159,1	190,6	-16,5%	-7,2%	332,5	382,6	-13,1%	-5,0%	
Gesamt	692,3	752,9	-8,0%	-4,0%	1.473,9	1.573,8	-6,3%	-3,1%	
Aufgliederung nach Produktsegmenten									
Schuhe	329,8	370,9	-11,1%	-7,3%	702,8	785,5	-10,5%	-7,5%	
Textilien	227,0	256,4	-11,5%	-6,8%	483,1	524,0	-7,8%	-3,8%	
Accessoires	135,6	125,6	7,9%	10,9%	288,0	264,3	9,0%	11,4%	
Gesamt	692,3	752,9	-8,0%	-4,0%	1.473,9	1.573,8	-6,3%	-3,1%	

Einzelhandelsgeschäft profitiert von Transformationsprogramm

PUMA hat im zweiten Quartal sein Einzelhandelsportfolio im Rahmen des Transformations- und Kostensenkungsprogramms hauptsächlich durch die Schließung unrentabler PUMA Stores weiter optimiert. Dies - in Verbindung mit der Eröffnung neuer, rentabler Geschäfte und einer verbesserten E-Commerce-Plattform - hat dazu geführt, dass sich das PUMA-Einzelhandelsgeschäft insgesamt gut entwickelte. Die **Einzelhandelsumsätze** stiegen im zweiten Quartal währungsbereinigt um 3,4% auf € 149 Millionen. Im ersten Halbjahr legten die Umsätze währungsbereinigt um 8,1% auf € 284 Millionen zu, was einem Anteil von 19,3% am Gesamtumsatz entspricht.

Innovativer Laufschuh Mobium weiter erfolgreich

PUMAs Umsätze im Segment **Schuhe** sanken im zweiten Quartal 2013 währungsbereinigt um 7,3% auf € 330 Millionen. Während sich die Lifestyle-Kategorie weiterhin konstant entwickelte, konnte Motorsport die Erwartungen nicht erfüllen und auch die Kategorie Teamsport fiel im Vergleich zum starken Vorjahr aufgrund der Fußball-Europameisterschaft 2012 schwächer aus.

PUMAs erfolgreicher adaptiver Laufschuh „Mobium Elite“ wurde dagegen mehrfach prämiert und erhielt zahlreiche wichtige Auszeichnungen wie unter anderem „Most Innovative“ (Competitor Magazine/USA), „Best New Technology“ (Go Multi/Südafrika) und „Best Debut“ (Runner's World China). Auch in den kommenden Saisons wird der PUMA Mobium Elite in frischen Farben und Styles begeistern. Der neue evoSPEED-Fußballschuh, der im zweiten Quartal vorgestellt wurde, startete erfolgreich in den Handel und verzeichnete einen überzeugenden Abverkauf bei wichtigen Teamsportgängern.

Die Umsätze im Segment **Textilien** reduzierten sich währungsbereinigt um 6,8% auf € 227 Millionen. Während das Geschäft in den Kategorien Lifestyle und Fitness hinter den Erwartungen zurückblieb, profitierte PUMAs Fußball-Kategorie von Borussia Dortmunds herausragenden Leistungen in der Champions League.

Im Segment **Accessoires** erhöhten sich die Umsätze dagegen währungsbereinigt um 10,9% auf € 136 Millionen, was hauptsächlich auf die weiterhin sehr erfolgreiche Entwicklung unserer Joint Ventures zur Herstellung von Socken und Bodywear zurückzuführen ist.

Cobra PUMA Golf – eine der derzeit erfolgreichsten Kategorien – erzielte ein zweistelliges Umsatzwachstum. Golf-Profi und PUMA-Partner Jonas Blixt stellte erst kürzlich erneut seine Klasse unter Beweis, als er mit dem Sieg beim Greenbrier Classic seinen ersten US-PGA-Tour Titel in diesem Jahr gewann. Mit Cobra-Schlägern, Golfbekleidung und -schuhen von PUMA verwies Blixt die Konkurrenz mit zwei Schlägern weniger auf die Plätze.

Gemischte Halbjahres-Umsatzentwicklung nach Produktsegmenten

Die Umsätze mit **Schuhen** sanken in der ersten Jahreshälfte währungsbereinigt um 7,5% auf € 703 Millionen. Im Segment **Textilien** gaben die Umsätze ebenfalls währungsbereinigt um 3,8% auf € 483 Millionen nach. **Accessoires** verbesserten sich dagegen währungsbereinigt um 11,4% auf € 288 Millionen. PUMA blickt auf ein sportlich sehr erfolgreiches erstes Halbjahr seiner ausgerüsteten Athleten, Verbände und Teams zurück. Der Fokus richtet sich nun auf die Leichtathletik-Weltmeisterschaft in Moskau im August, bei der PUMA mit acht Verbänden in den Wettbewerben vertreten sein wird. Damit stärken wir nicht nur unsere Markenpräsenz, sondern demonstrieren auch unsere Produktkompetenz in der Kategorie Running.

Transformations- und Kostensenkungsprogramm weiter auf Kurs

PUMA hat sein **Transformations- und Kostensenkungsprogramm** im zweiten Quartal 2013 weiter konsequent umgesetzt und seine Quartalsziele in dieser Hinsicht erreicht. Während das Unternehmen im zweiten Quartal weiter unrentable Geschäfte schloss und gleichzeitig profitable Läden eröffnete, konnte das Einzelhandelsgeschäft im Rahmen dieser kontinuierlichen Optimierungsmaßnahmen ein Wachstum verzeichnen. PUMA hat vor dem Hintergrund des Transformationsprogramms seit Beginn des Jahres insgesamt 60 Geschäfte geschlossen, was sich entsprechend auf den Gesamtumsatz auswirkte.

Im Einklang mit dem Transformations- und Kostensenkungsprogramm hat PUMA außerdem weitere Marketingaktivitäten und Sponsoring-Engagements, die nicht zum Kerngeschäft gehören, reduziert und wird dies auch in der zweiten Jahreshälfte fortsetzen. Weiterhin hat PUMA die Komplexität seiner europäischen Organisation reduziert, um ein effizienteres und regional ausgerichtetes Geschäftsmodell in Europa zu etablieren sowie die Business-Unit-Struktur optimiert. Damit wird PUMA ein noch markt- und konsumentenorientierteres Unternehmen werden.

All diese Maßnahmen unterstreichen die klare Zielsetzung des Managements, die Markenbegehrtheit zu forcieren und das Produktangebot mit einem deutlichen Fokus auf PUMAs Kernmärkte und -kategorien zu verjüngen und damit zu stärken. PUMA setzt dabei weiterhin auf eine innovationsfreudige Unternehmenskultur, starke regionale Vertriebstams sowie die hohe Motivation seiner Mitarbeiter.

Rohhertragsmarge

Rohhertragsmarge verringert sich

Der erwartete Druck auf die **Rohhertragsmarge** setzte sich im zweiten Quartal 2013 fort und führte zu einem Rückgang der Marge von 49,1% auf 46,0%. Die anhaltenden Belastungen aufgrund von negativen Hedging-Positionen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, gestiegene abverkaufsfördernde Maßnahmen sowie der regionale Mix und der Produktmix bei Schuhen trugen zu diesem Rückgang bei. Die Rohhertragsmarge bei Schuhen sank aufgrund von Preisnachlässen von 48,3% auf 44,1%. Textilien war von 49,4% auf 47,0% rückläufig und die Marge bei Accessoires verringerte sich von 51,1% auf 49,2%.

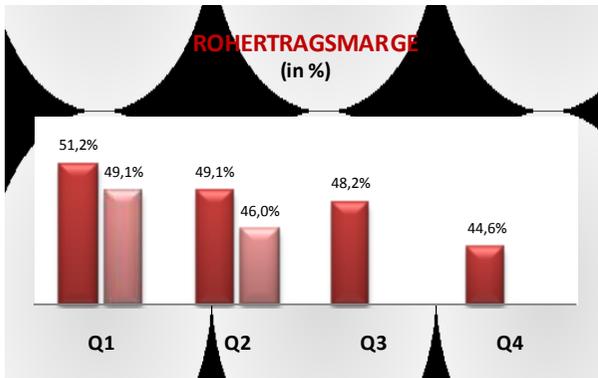
Die Rohhertragsmarge reduzierte sich im ersten Halbjahr von 50,2% auf 47,7% im Vergleich zum Vorjahr. Die Marge bei Schuhen ging von 48,9% auf 45,1% zurück, Textilien fiel von 51,5% auf 49,4% und Accessoires schwächte sich von 51,5% auf 51,0% ab.

Operative Aufwendungen

Anhaltender Fokus auf die operativen Aufwendungen verbessert die Kostenquote

Aufgrund der konsequenten Umsetzung des Transformations- und Kostensenkungsprogramms, welches im letzten Jahr auf den Weg gebracht wurde, profitiert PUMA von gesunkenen **operativen Aufwendungen** über das gesamte Unternehmen hinweg. Die operativen Aufwendungen sind im zweiten Quartal um fast 11% von € 327 Millionen auf € 292 Millionen gesunken und unterstreichen damit unsere Bemühungen, die operative Effizienz weiter zu verbessern. Diese Reduzierung der operativen Aufwendungen hat im zweiten Quartal im Vergleich zum Vorjahr zu einer Verringerung der Kostenquote um 130 Basispunkte auf 42,2% geführt.

Die operativen Aufwendungen sind im ersten Halbjahr 2013 im Vergleich zu 2012 ebenfalls zurückgegangen und verbesserten sich von € 650 Millionen auf € 602 Millionen. Die Kostenquote ist auf 40,8% zurückgegangen.



Operatives Ergebnis / EBIT

Obwohl PUMA, wie bereits erwähnt, wesentliche Einsparungen im Rahmen des Kostensenkungsprogramms erzielen konnte, haben diese nicht ausgereicht, um den Rückgang der Umsatzerlöse und der Rohertragsmarge zu kompensieren. In Folge dessen verringerte sich das **operative Ergebnis** im zweiten Quartal von € 47 Millionen auf € 31 Millionen. Das EBIT reduzierte sich im ersten Halbjahr von € 149 Millionen auf € 110 Millionen, dies entspricht einer operativen Marge von 7,5%.

Finanzergebnis/Ergebnis aus assoziierten Unternehmen

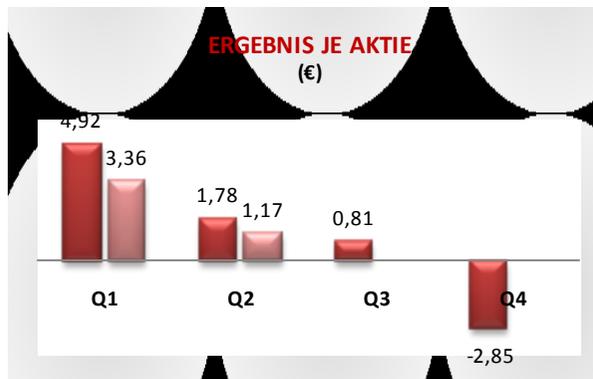
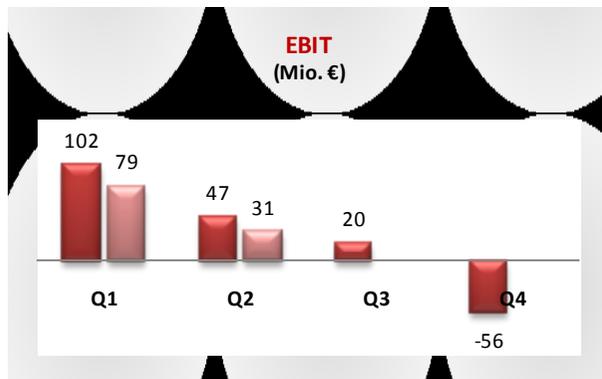
Das **Finanzergebnis** war im zweiten Quartal annähernd stabil bei € -4 Millionen. Aufgrund von Währungskurseinflüssen hat sich das Finanzergebnis im ersten Halbjahr im Vergleich zum Vorjahr von € -3 Millionen auf € -8 Millionen reduziert.

Konzerngewinn

PUMAs **Konzerngewinn** hat sich im zweiten Quartal von € 27 Millionen auf € 18 Millionen verringert. Das **Ergebnis je Aktie** ging von € 1,78 auf € 1,17 zurück. Mit Blick auf das erste Halbjahr hat sich der Konzerngewinn von € 101 Millionen auf € 68 Millionen reduziert und das Ergebnis je Aktie ist auf € 4,54 gesunken.

Gewinn vor Steuern

Das **Ergebnis vor Steuern** verringerte sich im zweiten Quartal von € 43 Millionen auf € 27 Millionen. Die **Steueraufwendungen** haben sich ebenso reduziert und führten im zweiten Quartal zu einer niedrigeren **Steuerquote** von 24,5%. In den ersten sechs Monaten ist das Ergebnis vor Steuern von € 146 Millionen auf € 102 Millionen gesunken und die Steuerquote hat sich auf 28,0% verbessert.





Vermögens- und Finanzlage

Working Capital

Working Capital verbessert sich

Aufgrund des anhaltend starken Fokus auf das Management der **Vorratsbestände** sind diese zum 30. Juni gegenüber dem Vorjahr um 5,6% auf € 635 Millionen zurückgegangen. Ebenso haben sich die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** um 11,9% im Vergleich zum Vorjahr auf € 513 Millionen reduziert. Das **Working Capital** hat sich demzufolge positiv entwickelt und verbesserte sich zum 30. Juni von € 707 Millionen auf € 685 Millionen.

Cashflow / Investitionen

PUMAs **freier Cashflow** hat sich im ersten Halbjahr weiter von € -147 Millionen auf € -112 Millionen verbessert. Dies ist eine Folge von niedrigeren Ausgaben für Akquisitionen sowie gesunkener Investitionen in 2013. Der **freie Cashflow (vor Akquisitionen)** betrug € -92 Millionen im Vergleich zu € -57 Millionen im Vorjahreszeitraum.

Die **Investitionen ins Anlagevermögen** sind aufgrund geringerer Investitionen in Einzelhandelsgeschäfte sowie in Betriebs- und Geschäftsausstattung von € 34 Millionen auf € 19 Millionen deutlich zurückgegangen.

Liquidität

PUMAs **Nettoliquidität** verbesserte sich zum Ende des zweiten Quartals aufgrund der oben genannten Faktoren von € 236 Millionen auf € 291 Millionen.



Ausblick 2013

Weltwirtschaft

Gemäß der Sommerprognose des „Instituts für Weltwirtschaft“ in Kiel vom 20. Juni 2013 kommt die Weltkonjunktur nur allmählich in Schwung. Zwar ist das Niveau der Stimmungsindikatoren insgesamt noch recht niedrig, der IfW-Indikator für die weltwirtschaftliche Aktivität, der die Stimmung von Unternehmen in 42 Ländern widerspiegelt, signalisiert gleichwohl eine Beschleunigung der Weltkonjunktur. Die Experten des IfW haben ihre Prognose für den Zuwachs des globalen Bruttoinlandsprodukts im laufenden Jahr leicht von 3,4% im März auf nun 3,2% verringert. Für das Jahr 2014 wurden die Erwartungen ebenfalls leicht von 4,0% auf 3,8% reduziert.

Investitionen

Für 2013 sind Investitionen in einer Höhe von bis zu € 60 Millionen geplant. Der wesentliche Teil betrifft dabei Investitionen in die Infrastruktur, um die operativen Voraussetzungen für die geplanten Umsatzzuwächse zu schaffen, den Ausbau unserer Kernmärkte sowie selektive Investitionen in Einzelhandelsgeschäfte.

Allgemeines

Neuer Chief Operating Officer und Global Creative Director ernannt

PUMA hat Andy Köhler als **Chief Operating Officer** (COO) ernannt, der am 1. Juni sein Amt angetreten hat. Als Nachfolger des früheren COO Klaus Bauer gehört Andy Köhler damit PUMAs Führungsteam der geschäftsführenden Direktoren um den neuen CEO Björn Gulden an. Andy Köhler verantwortet die Bereiche Operations sowie Beschaffung, Logistik und IT.

Zur Stärkung des Bereiches Produkt und Design hat PUMA im Rahmen des Transformationsprogramms die Position des **Global Creative Director** neu geschaffen und hierzu Torsten Hochstetter ernannt. Torsten Hochstetter verantwortet das Design und die Entwicklung aller Sport Performance- und Sportlifestyle-Kollektionen in den Produktsegmenten Schuhe, Textilien und Accessoires. Dabei arbeitet er eng mit PUMAs internationalen Designteams weltweit zusammen.

Ausblick 2013

Gesamtjahresprognose vom ersten Quartal hat weiterhin Bestand

Das Management geht nach dem ersten Halbjahr 2013 für das Gesamtjahr weiterhin von einem währungsbereinigten Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich sowie einem anhaltenden Druck auf die Rohertragsmarge in der zweiten Jahreshälfte aus. Aus diesem Grund hält das Management, auf der Basis weiter sinkender operativer Kosten, an seiner Prognose vom ersten Quartal fest und geht von einem Anstieg des Konzerngewinns gegenüber 2012 aus.

Bilanz	30.06.'13	30.06.'12	Abwei-	31.12.'12
	€ Mio.	€ Mio.	chung	€ Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	334,7	281,8	18,8%	407,3
Vorräte	634,6	672,3	-5,6%	552,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	513,3	582,7	-11,9%	507,0
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	157,8	160,9	-1,9%	167,4
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	19,1	21,0	-9,0%	8,4
Kurzfristige Vermögenswerte	1.659,6	1.718,7	-3,4%	1.642,6
Latente Steuern	140,3	92,2	52,1%	152,0
Sonstige langfristige Vermögenswerte	723,7	768,8	-5,9%	735,7
Langfristige Vermögenswerte	864,0	861,1	0,3%	887,6
Summe Aktiva	2.523,6	2.579,7	-2,2%	2.530,3
PASSIVA				
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	43,8	46,1	-5,0%	44,1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	435,3	469,5	-7,3%	376,1
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	185,0	238,9	-22,6%	227,2
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	108,0	4,2		156,1
Kurzfristige Verbindlichkeiten	772,0	758,7	1,8%	803,5
Latente Steuern	53,9	55,1	-2,2%	54,1
Pensionsrückstellungen	30,0	30,8	-2,6%	30,7
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	37,3	39,4	-5,5%	44,7
Langfristige Verbindlichkeiten	121,2	125,4	-3,3%	129,4
Eigenkapital	1.630,4	1.695,6	-3,8%	1.597,4
Summe Passiva	2.523,6	2.579,7	-2,2%	2.530,3

Zweites Quartal

Gesamtjahr

Gewinn- und Verlustrechnung	Q2/2013 € Mio.	Q2/2012 € Mio.	Abwei- chung	1-6/2013 € Mio.	1-6/2012 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	692,3	752,9	-8,0%	1.473,9	1.573,8	-6,3%
Umsatzkosten	-373,6	-383,1	-2,5%	-771,2	-783,8	-1,6%
Rohertrag	318,7	369,8	-13,8%	702,7	790,0	-11,0%
- in % der konsolidierten Umsätze	46,0%	49,1%		47,7%	50,2%	
Lizenz- und Provisionserträge	4,6	4,7	-0,4%	9,5	9,0	5,5%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-292,2	-327,4	-10,8%	-602,0	-649,9	-7,4%
Operatives Ergebnis (EBIT)	31,2	47,1	-33,8%	110,1	149,1	-26,1%
- in % der konsolidierten Umsätze	4,5%	6,2%		7,5%	9,5%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-4,1	-3,7	9,4%	-8,0	-2,7	202,4%
Gewinn vor Steuern (EBT)	27,1	43,3	-37,5%	102,1	146,4	-30,3%
- in % der konsolidierten Umsätze	3,9%	5,8%		6,9%	9,3%	
Ertragssteuern	-6,6	-14,6	-54,7%	-28,6	-42,6	-32,8%
- Steuerquote	24,5%	33,8%		28,0%	29,1%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Gewinne	-2,9	-2,0	44,3%	-5,7	-3,3	74,9%
Konzerngewinn	17,5	26,7	-34,2%	67,8	100,6	-32,6%
Gewinn je Aktie (€)	1,17	1,78	-34,1%	4,54	6,72	-32,4%
Gewinn je Aktie (€) - verwässert	1,17	1,78	-34,1%	4,54	6,72	-32,4%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				14,939	14,972	-0,2%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				14,940	14,974	-0,2%

Gesamtergebnisrechnung *	Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer	Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer
	2013	2013	2013	2012	2012	2012
	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
Konzerngewinn	73,5		73,5	103,8		103,8
Währungsänderungen	-42,1		-42,1	17,4		17,4
Neutrale Effekte Hedge Accounting	15,3	-4,3	19,7	-4,0	1,8	-5,8
Anteile des sonstigen Ergebnisses, der auf at equity bilanzierte Unternehmen fällt	0,1		0,1	0,0		0,0
Bestandteile, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	-26,8	-4,3	-22,5	13,4	1,8	11,6
Neubewertung der Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen	0,5	-0,1	0,6	0,1		0,1
Bestandteile, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	0,5	-0,1	0,6	0,1	0,0	0,1
Sonstiges Ergebnis	-26,3	-4,5	-21,8	13,5	1,8	11,7
Gesamtergebnis	47,2	-4,5	51,7	117,3	1,8	115,5
davon:						
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	5,8		5,8	3,4		3,4
Anteilseigner Mutterunternehmen	41,4	-4,5	45,9	113,9	1,8	112,1

* Der Ausweis wurde entsprechend dem überarbeiteten IAS 1 angepasst

Kapitalflussrechnung	1-6/2013 € Mio.	1-6/2012 € Mio.	Abwei- chung
Gewinn vor Steuern (EBT)	102,1	146,4	-30,3%
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	23,7	36,3	-34,9%
Brutto Cashflow	125,8	182,8	-31,2%
Veränderung Netto-Umlaufvermögen	-147,2	-168,2	-12,5%
Steuer- und Zinszahlungen	-45,9	-40,4	13,6%
Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-67,3	-25,8	160,8%
Zahlung für Akquisitionen	-20,6	-90,1	-77,1%
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-19,1	-34,0	-43,9%
Andere Investitionstätigkeiten	-5,4	2,8	-295,5%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Investitionstätigkeit	-45,1	-121,4	-62,8%
Freier Cashflow	-112,5	-147,2	-23,6%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-91,9	-57,1	61,0%
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen	-7,5	-29,9	-75,0%
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Gesellschafter	-8,7	-0,6	
Einzahlungen aus der Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	58,0	0,0	
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	2,7	10,5	-73,9%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	44,6	-19,9	-324,1%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-4,7	0,6	
Veränderung des Finanzmittelbestandes	-72,5	-166,4	-56,4%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	407,3	448,2	-9,1%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	334,7	281,8	18,8%

Veränderungen im Eigenkapital	Gezeichnetes Kapital	Rücklagen					Bilanz-gewinn	Eigene Aktien	Eigenkapital vor Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	Eigenkapital gesamt
		Kapital-rücklage	Gewinn-rücklagen	Unterschied aus der Währungs-umrechnung	Cashflow Hedges	At-equity bewertete Unternehmen					
in € Mio.											
31.12.2011	38,6	187,6	66,7	6,4	19,8	0,8	1.317,3	-32,6	1.604,5	0,7	1.605,2
Konzerngewinn							100,6		100,6	3,3	103,8
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			0,1	17,9	-4,0	-0,6			13,4	0,1	13,5
Gesamtergebnis			0,1	17,9	-4,0	-0,6	100,6		113,9	3,4	117,3
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen / nicht beherrschende Gesellschafter							-29,9		-29,9	-0,6	-30,4
Bewertung aus Optionsprogrammen		3,6				0,0			3,6		3,6
Wandlung von Optionen		-0,8					0,8		0,0		0,0
30.06.2012	38,6	190,3	66,7	24,3	15,7	0,3	1.388,0	-31,8	1.692,1	3,5	1.695,6
31.12.2012	38,6	189,8	65,1	-24,9	-6,4	0,2	1.357,6	-31,6	1.588,5	8,9	1.597,4
Konzerngewinn							67,8		67,8	5,7	73,5
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			0,5	-42,3	15,3	0,1			-26,3	0,1	-26,3
Gesamtergebnis			0,5	-42,3	15,3	0,1	67,8		41,4	5,8	47,2
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen / nicht beherrschende Gesellschafter							-7,5		-7,5	-8,7	-16,1
Bewertung aus Optionsprogrammen		1,9							1,9		1,9
Wandlung von Optionen		-0,0					0,0		0,0		0,0
30.06.2013	38,6	191,6	65,7	-67,2	9,0	0,3	1.417,9	-31,5	1.624,3	6,0	1.630,4

Geschäftssegmente Q2/2013

Regionen

Regionen	Externe Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	Q2/2013 € Mio.	Q2/2012 € Mio.	Q2/2013 € Mio.	Q2/2012 € Mio.	Q2/2013 € Mio.	Q2/2012 € Mio.
EMEA	235,4	257,2	-26,1	-20,6	1,9	13,0
Amerika	236,4	253,0	18,4	26,4	4,0	4,3
Asien/Pazifik	133,0	165,9	-4,2	4,9	2,5	2,3
Zentralbereiche/Konsolidierung	87,6	76,8	43,1	36,3	2,2	0,7
Total	692,3	752,9	31,2	47,1	10,5	20,2

Abschreibungen

	Q2/2013 € Mio.	Q2/2012 € Mio.
	EMEA	3,9
Amerika	3,5	3,4
Asien/Pazifik	2,3	2,4
Zentralbereiche/Konsolidierung	4,0	5,1
Total	13,6	15,3

Produkt

Produkt	Externe Umsatzerlöse		Rohertragsmarge	
	Q2/2013 € Mio.	Q2/2012 € Mio.	Q2/2013 € Mio.	Q2/2012 € Mio.
Schuhe	329,8	370,9	44,1%	48,3%
Textilien	227,0	256,4	47,0%	49,4%
Accessoires	135,6	125,6	49,2%	51,1%
Total	692,3	752,9	46,0%	49,1%

Überleitung EBT

	Q2/2013 € Mio.	Q2/2012 € Mio.
EBIT	31,2	47,1
Finanzergebnis	-4,1	-3,7
EBT	27,1	43,3

Geschäftssegmente 1-6/2013

Regionen	Externe Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	1-6/2013 € Mio.	1-6/2012 € Mio.	1-6/2013 € Mio.	1-6/2012 € Mio.	1-6/2013 € Mio.	1-6/2012 € Mio.
EMEA	553,9	596,8	-11,4	10,1	3,9	19,2
Amerika	455,7	478,8	26,2	39,7	6,1	10,7
Asien/Pazifik	272,6	325,2	3,9	12,9	1,9	2,9
Zentralbereiche/Konsolidierung	191,7	172,9	91,5	86,3	7,5	1,3
Total	1.473,9	1.573,8	110,1	149,1	19,5	34,1

	Abschreibungen		Vorräte		Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	
	1-6/2013 € Mio.	1-6/2012 € Mio.	1-6/2013 € Mio.	1-6/2012 € Mio.	1-6/2013 € Mio.	1-6/2012 € Mio.
EMEA	8,0	8,5	308,1	340,6	202,9	244,6
Amerika	6,9	6,8	189,5	182,4	166,5	180,1
Asien/Pazifik	4,6	4,7	78,8	104,2	66,1	94,2
Zentralbereiche/Konsolidierung	7,7	10,1	58,2	45,1	77,8	63,8
Total	27,2	30,1	634,6	672,3	513,3	582,7

Produkt

	Externe Umsatzerlöse		Rohertragsmarge	
	1-6/2013 € Mio.	1-6/2012 € Mio.	1-6/2013 € Mio.	1-6/2012 € Mio.
Schuhe	702,8	785,5	45,1%	48,9%
Textilien	483,1	524,0	49,4%	51,5%
Accessoires	288,0	264,3	51,0%	51,5%
Total	1.473,9	1.573,8	47,7%	50,2%

Überleitung EBT

	1-6/2013 € Mio.	1-6/2012 € Mio.
EBIT	110,1	149,1
Finanzergebnis	-8,0	-2,7
EBT	102,1	146,4

Anhang zum Finanzbericht Januar bis Juni 2013

GRUNDSÄTZLICHES

Die PUMA SE und ihre Tochtergesellschaften (der „PUMA Konzern“) entwickeln und vertreiben unter dem Markennamen "PUMA" ein breites Angebot von Sport- und Sportlifestyle-Artikeln, das Schuhe, Textilien und Accessoires umfasst. Die Gesellschaft hat ihren Sitz in Herzogenaurach, Bundesrepublik Deutschland. Das zuständige Registergericht befindet sich in Fürth (Bayern).

PUMA ist ein verbundenes Unternehmen der Kering-Gruppe (ehemals PPR-Gruppe) und wird in deren Konzernabschluss einbezogen.

RECHNUNGSLEGUNGSGRUNDSÄTZE

Der nicht geprüfte Finanzbericht der PUMA SE und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen der PUMA Konzern) wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 "Zwischenberichterstattung" erstellt und sollte in Verbindung mit dem Jahresabschluss zum 31. Dezember 2012 gelesen werden. Die darin enthaltenen Angaben zum Konzernabschluss gelten, soweit nicht explizit auf Änderungen eingegangen wird, für die Finanzberichte des Jahres 2013.

Bei der Erstellung des Finanzberichts wurden die zum Jahresabschluss zum 31. Dezember 2012 angewandten und erläuterten Rechnungslegungsgrundsätze konsistent angewendet. Eine Ausnahme bilden lediglich die ab dem 1. Januar 2013 verpflichtend anzuwendenden neuen Standards und Interpretationen, diese hatten keine signifikanten Auswirkungen auf die Rechnungslegung.

Bei der Aufstellung des Finanzberichts sind teilweise Annahmen getroffen und Schätzwerte verwandt worden, die sich auf Höhe und Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, der Erträge und Aufwendungen ausgewirkt haben. Die tatsächlichen Werte können zu einem späteren Zeitpunkt in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen. Entsprechende Änderungen würden zum Zeitpunkt einer besseren Erkenntnis berücksichtigt.

SAISONALE EINFLÜSSE

Die Umsätze des Konzerns verlaufen saisonabhängig und führen zu unterschiedlichen Umsätzen und daraus resultierenden Gewinnen während eines Jahres.

MITARBEITER

	2013	2012
Mitarbeiter am Anfang der Periode	11.290	10.836
Mitarbeiter am Ende der Periode	10.553	10.889
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter	10.692	10.745

GEWINN JE AKTIE

Der Gewinn je Aktie wird in Übereinstimmung mit IAS 33 ermittelt, indem das Ergebnis des Berichtszeitraums durch die gewichtete Durchschnittszahl der ausstehenden Aktien dividiert wird. Die im eigenen Bestand gehaltenen Aktien vermindern die ausstehende als auch die verwässerte Anzahl der Aktien. Ausstehende Aktienoptionen (SOP) aus dem Management Incentive Programm können grundsätzlich zu einer Verwässerung des Gewinns je Aktie führen.

	2013	2012
Ergebnis je Aktie	€ 4,54	€ 6,72
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€ 4,54	€ 6,72

DIVIDENDE

Die Hauptversammlung hat am 07. Mai 2013 eine Dividende von € 0,50 je Aktie für das Geschäftsjahr 2012 beschlossen. Der Gesamtbetrag der Ausschüttung betrug € 7,5 Millionen und wurde beginnend mit dem 8. Mai 2013 an die Aktionäre ausgezahlt.

EIGENKAPITAL

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital beträgt zum Bilanzstichtag € 38,6 Millionen und ist eingeteilt in 15.082.464 stimmberechtigte Stückaktien ohne Nennwert.

Eigene Aktien

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 20. April 2010 wurde die Gesellschaft ermächtigt, bis zum 19. April 2015 eigene Aktien bis zu zehn Prozent des Grundkapitals zu erwerben.

Die Gesellschaft hat in den ersten sechs Monaten keine Aktien zurückgekauft.

Zum Ende des zweiten Quartals hält die Gesellschaft insgesamt 142.989 Stück PUMA Aktien im eigenen Bestand, was einem Anteil von 0,95% des gezeichneten Kapitals entspricht.

Entwicklung der Anzahl der Aktien

	2013	2012
Anzahl der Aktien am Anfang und am Ende der Periode	15.082.464	15.082.464
davon eigene Aktien	-143.185	-147.831
Wandlung aus Management Incentives (Ausgabe eigener Aktien)	196	3.762
Ausstehende Aktien am Ende der Periode	14.939.475	14.938.395
Durchschnittlich ausstehende Aktien	14.939.315	14.972.270
Verwässerte Anzahl der Aktien	14.940.458	14.974.166

GESCHÄFTSVORFÄLLE MIT NAHE STEHENDEN UNTERNEHMEN

Im Rahmen der Finanzierungstätigkeit hat die PUMA SE kurzfristige Finanzverbindlichkeiten (€ 58,0 Millionen) bei einem nahe stehenden Unternehmen des Kering-Konzerns aufgenommen. Der Ausweis erfolgt unter den Sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten die nicht dem Working Capital zugehörig sind.



SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung erfolgt gemäß der internen Berichtsstruktur nach geografischen Regionen. Die Umsatzerlöse und das Rohergebnis werden nach dem Sitz der jeweiligen Konzerngesellschaft der entsprechenden Region ausgewiesen. Die Innenumsätze der jeweiligen Region werden eliminiert. Die Aufteilung der übrigen Segmentinformationen wird ebenfalls nach dem Sitz der jeweiligen Konzerngesellschaft ermittelt. Die Summen entsprechen jeweils den Beträgen in der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. der Bilanz.

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Es bestehen keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die eine wesentliche Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. Juni 2013 haben könnten.

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

"Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage vermittelt und im Zwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind."

Herzogenaurach, den 24. Juli 2013

Die geschäftsführenden Direktoren



Geschäftsführende Direktoren

Björn Gulden (ab 1. Juli 2013)
(CEO, Chief Executive Officer)

Stefano Caroti
(CCO, Chief Commercial Officer)

Michael Lämmermann
(CFO, Chief Financial Officer)

Andy Köhler (ab 1. Juni 2013)
(COO, Chief Operating Officer)

Verwaltungsrat

Jean-François Palus
(Vorsitzender)

François-Henri Pinault
(Stellvertretender Vorsitzender)

Thore Ohlsson

Todd Hymel

Michel Friocourt

Jean-Marc Duplaix (ab 7. Mai 2013)

Bernd Illig
(Arbeitnehmersvertreter)

Martin Köppel
(Arbeitnehmersvertreter)

Guy Buzzard
(Arbeitnehmersvertreter)

Finanzkalender Geschäftsjahr 2013

14. Februar 2013	Geschäftsergebnisse 2012
07. Mai 2013	Hauptversammlung
14. Mai 2013	Zwischenbericht Q1/2013
24. Juli 2013	Zwischenbericht Q2/2013
8. November 2013	Zwischenbericht Q3/2013

Herausgeber

PUMA SE
PUMA Way 1
D-91074 Herzogenaurach

Tel.: +49 (0)9132 81-0
email: investor-relations@puma.com
Internet: <http://www.puma.com>

Die Finanzergebnisse und andere Finanzinformationen stehen im Internet unter „about.puma.com“ zur Verfügung.

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 rund 10.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentralen befinden sich in Herzogenaurach, Boston, London und Hongkong. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: www.puma.com