



PRESSEMITTEILUNG Q2 2017

Starkes Wachstum von Umsatz und EBIT setzt sich im zweiten Quartal fort

Anhebung der Prognose für das Gesamtjahr 2017

Herzogenaurach, 26. Juli 2017

Geschäftsentwicklung im zweiten Quartal 2017

- Umsätze steigen währungsbereinigt um 16% auf € 969 Millionen (+17% in der Berichtswährung Euro) mit zweistelligen Wachstumsraten in allen Regionen; Schuhe sind Haupttreiber des Wachstums
- Rohertragsmarge verbessert sich um 90 Basispunkte auf 46,5%
- Operative Aufwendungen (OPEX) steigen um 11% aufgrund höherer umsatzabhängiger, variabler Kosten sowie höherer Investitionen in Marketing und Retail
- Operatives Ergebnis (EBIT) verbessert sich auf € 43 Millionen (Vorjahr: € 12 Millionen)
- Drei Titel krönen Fußballsaison: Arsenal FC gewinnt FA Cup, Borussia Dortmund den DFB-Pokal und Chivas die mexikanische Meisterschaft
- Neues Schnürsystem NETFIT für Performance- und Sportstyle-Produkte eingeführt

Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2017

- Umsätze steigen währungsbereinigt um 16% auf € 1.974 Millionen (+18% in der Berichtswährung Euro) mit zweistelligen Wachstumsraten in allen Regionen
- Rohertragsmarge verbessert sich um 60 Basispunkte auf 46,8%
- Operativer Leverage mit Anstieg der operativen Aufwendungen (OPEX) um nur 12%
- Operatives Ergebnis (EBIT) hat sich von € 53 Millionen im Vorjahr auf € 114 Millionen mehr als verdoppelt
- Konzernergebnis steigt von € 27 Millionen im Vorjahr auf € 72 Millionen und Ergebnis je Aktie erhöht sich entsprechend von € 1,84 im Vorjahr auf € 4,79
- Schuhmodelle BASKET HEART und FIERCE sind Hauptwachstumstreiber in anhaltend starkem Frauensegment
- Erfolgreiche Einführung der Schuhmodelle IGNITE Limitless und TSUGI durch Kampagne "Run the Street" mit R&B Star und Stilikone The Weeknd

Bjørn Gulden, CEO PUMA SE:

“In einem weiteren positiven Quartal haben wir ein zweistelliges Wachstum sowohl in allen Regionen als auch bei Schuhen und Textilien erzielt. Zusammen mit einem guten Durchverkauf im Einzelhandel und einem guten Orderbuch hat dies dazu geführt, dass wir den Ausblick für das Gesamtjahr angehoben haben. Wir erwarten nun für das Gesamtjahr ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum zwischen 12% und 14% und ein EBIT zwischen € 205 Millionen und € 215 Millionen.“

Umsatzentwicklung:

Umsatz nach Regionen und Produktsegmenten	Zweites Quartal				Erstes Halbjahr			
	Q2		Wachstumsraten		1-6		Wachstumsraten	
€ Mio.	2017	2016	Euro	währungsbereinigt	2017	2016	Euro	währungsbereinigt
Aufgliederung nach Regionen								
EMEA	385,1	321,3	19,9%	20,1%	799,9	675,7	18,4%	17,9%
Amerika	354,6	315,6	12,4%	10,5%	701,1	603,6	16,1%	13,6%
Asien/Pazifik	229,0	189,6	20,8%	19,5%	472,9	399,0	18,5%	15,7%
Gesamt	968,7	826,5	17,2%	16,3%	1.973,8	1.678,4	17,6%	15,8%
Aufgliederung nach Produktsegmenten								
Schuhe	463,0	360,2	28,5%	27,2%	961,8	752,2	27,9%	25,9%
Textilien	334,8	299,1	11,9%	11,4%	661,2	589,2	12,2%	10,5%
Accessoires	170,9	167,1	2,3%	1,3%	350,8	336,9	4,1%	2,6%
Gesamt	968,7	826,5	17,2%	16,3%	1.973,8	1.678,4	17,6%	15,8%

Zweites Quartal 2017

PUMAs Umsatzwachstum setzte sich im zweiten Quartal 2017 weiter fort. Die **Umsätze** erhöhten sich währungsbereinigt um 16,3% auf € 968,7 Millionen (+17,2% in der Berichtswährung Euro) nach € 826,5 Millionen im Vorjahr. Alle Regionen trugen mit zweistelligen Wachstumsraten dazu bei, wobei das Segment Schuhe erneut Haupttreiber des Wachstums war. Textilien stiegen ebenfalls im zweistelligen Bereich an, während sich die Umsätze im Segment Accessoires nur geringfügig erhöhten.

Die **Rohhertragsmarge** verbesserte sich trotz negativer Währungskurseffekte um 90 Basispunkte von 45,6% im zweiten Quartal 2016 auf 46,5% in diesem Jahr.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)** erhöhten sich im zweiten Quartal um 11,4% auf € 410,8 Millionen. Dies war vor allem auf höhere umsatzabhängige, variable Kosten sowie gestiegene Investitionen in Marketing und eigene Einzelhandelsgeschäfte zurückzuführen. In anderen operativen Funktionen stiegen die Kosten nur geringfügig.

Das **operative Ergebnis (EBIT)** erhöhte sich von € 11,9 Millionen im Vorjahr auf € 43,4 Millionen. Dies ist im Wesentlichen auf das starke Wachstum der Umsätze und einer gleichzeitigen Verbesserung der Rohertragsmarge zurückzuführen.

Das **Konzernergebnis** stieg von € 1,6 Millionen auf € 21,9 Millionen und das **Ergebnis je Aktie** stieg entsprechend auf € 1,46 gegenüber € 0,11 im zweiten Quartal im Vorjahr.

Erstes Halbjahr 2017

Die **Umsätze** stiegen im ersten Halbjahr 2017 währungsbereinigt um 15,8% auf € 1.973,8 Millionen (+17,6% in der Berichtswährung Euro) und lagen damit über den Erwartungen. Alle Regionen trugen mit zweistelligen Wachstumsraten dazu bei und das Segment Schuhe war Haupttreiber des Wachstums. Die Kategorien Running & Training und Sportstyle verzeichneten besonders deutliche Zuwächse, da vor allem die Schuhmodelle Platform, Suede, BASKET HEART und IGNITE Limitless bei unseren Kunden stark nachgefragt waren.

PUMAs eigene **Einzelhandelsumsätze**, inklusive der Aktivitäten aus unserem eCommerce-Geschäft, erhöhten sich währungsbereinigt um 21,8% auf € 430,3 Millionen. Der Anteil am Gesamtumsatz im ersten Halbjahr 2017 betrug 21,8% (20,5% im Vorjahr). Die Umsatzentwicklung wurde durch ein positives Wachstum auf vergleichbarer Basis in unseren bestehenden Einzelhandelsgeschäften, ein starkes Wachstum in unserem eCommerce-Geschäft und der Eröffnung neuer zusätzlicher Einzelhandelsgeschäfte erzielt.

Die **Rohertragsmarge** verbesserte sich im ersten Halbjahr 2017 trotz negativer Währungskurseffekte um 60 Basispunkte von 46,2% auf 46,8%. Der Anstieg wurde im Wesentlichen durch weitere Verbesserungen in der Beschaffung und durch selektive Preisanpassungen erzielt.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)** erhöhten sich um 11,9% auf € 817,6 Millionen. Dies war vor allem auf höhere umsatzabhängige, variable Kosten und gestiegene Marketingaktivitäten sowie Investitionen in eigene Einzelhandelsgeschäfte zurückzuführen. In anderen operativen Funktionen erhöhten sich die Kosten nur geringfügig.

Das **operative Ergebnis (EBIT)** hat sich von € 53,2 Millionen im Vorjahr auf € 113,6 Millionen im ersten Halbjahr 2017 mehr als verdoppelt. Dies ist auf die verbesserte operative Geschäftsentwicklung mit einem starken Umsatzwachstum, einer höheren Rohertragsmarge sowie einem verbesserten operativen Leverage zurückzuführen.

Das **Konzernergebnis** verbesserte sich im ersten Halbjahr 2017 deutlich von € 27,4 Millionen im Vorjahr auf € 71,5 Millionen. Das **Ergebnis je Aktie** stieg entsprechend von € 1,84 im Vorjahr auf € 4,79.

Working Capital

Trotz des zweistelligen Umsatzwachstums und der gestiegenen Anzahl an eigenen Einzelhandelsgeschäften erhöhte sich PUMAs **Working Capital** nur moderat um lediglich 6,4% auf € 700,1 Millionen. Die **Vorräte** erhöhten sich um 10,8% auf € 850,6 Millionen. Dies diente dem Zweck, die Warenverfügbarkeit sicherzustellen, das Umsatzwachstum zu unterstützen und den gestiegenen Produktbedarf unserer zusätzlichen Einzelhandelsgeschäfte zu decken. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** stiegen trotz des starken Umsatzwachstums um lediglich 9,0% auf € 561,8 Millionen. Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** erhöhten sich um 12,6% auf € 645,1 Millionen.

Cashflow

Infolge der Veränderung des Working Capitals und gesteigener Investitionen in das Anlagevermögen betrug der **Freie Cashflow** € -117,9 Millionen im Vergleich zu € -107,3 Millionen im ersten Halbjahr 2016. Die **Nettoliiquidität** verbesserte sich zum 30. Juni von € 129,9 Millionen auf € 152,4 Millionen.

Ausblick 2017

Angesichts der starken Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2017 sowie der positiven Geschäftsaussichten für das laufende Jahr 2017 erhöht PUMA die Prognose für Konzernumsatz und operatives Ergebnis (EBIT) für das Gesamtjahr 2017. Das Management erwartet nun einen währungsbereinigten Umsatzanstieg zwischen 12% und 14% (bisherige Prognose: währungsbereinigter Umsatzanstieg im niedrigen zweistelligen Prozentbereich) sowie ein operatives Ergebnis (EBIT) in einer Bandbreite zwischen € 205 Millionen und € 215 Millionen (bisherige Prognose: Bandbreite zwischen € 185 Millionen und € 200 Millionen). Übereinstimmend mit der bisherigen Prognose erwartet das Management mit Blick auf den Konzerngewinn weiterhin eine deutliche Verbesserung für das Gesamtjahr 2017.

Marken- und Strategie-Update

Die ersten sechs Monate des Jahres verliefen für PUMA sowohl geschäftlich als auch im sportlichen Bereich aufgrund starker Leistungen seiner Athleten und Markenbotschafter positiv.

Die **Fußballsaison** 2016/17 konnte PUMA mit einigen der wichtigsten Titel krönen: während Borussia Dortmund das DFB-Pokalfinale für sich entscheiden konnte, gewann der FC Arsenal den FA-Cup am selben Wochenende. Außerdem holten die Chivas in Mexiko den Liga MX Clausura-Titel, während die kamerunische Nationalmannschaft den Afrika-Cup 2017 gewann. Unser Portfolio an Top-Teams haben wir durch zwei weitere Vereine erweitert: Mit Olympique Marseille und Borussia Mönchengladbach hat PUMA mit Beginn der Saison 2018/19 zwei strategische und gleichzeitig langfristige Partnerschaften geschlossen, die unsere Position sowohl in der Bundesliga als auch in der französischen Ligue 1 stärken.

Mit unseren weiblichen Fußballstars Ada Hegerberg (Norwegen), Dzsenifer Marozsan (Deutschland) und Eugénie Le Sommer (Frankreich) sind wir sehr gut aufgestellt, um die Sichtbarkeit unserer Marke im Rahmen der Fußball-Europameisterschaft der Frauen 2017 in den Niederlanden zu verbessern. Insgesamt spielen 67 Fußballerinnen in PUMA-Schuhen und 14 davon für die deutsche Mannschaft. Vergangenes Wochenende wurde Dzsenifer Marozsan von führenden Sportjournalisten im Rahmen einer Umfrage des Magazins „kicker“ zur Spielerin des Jahres gewählt.

In unserer Kategorie **Running** liegt unser Fokus auf der Leichtathletik-Weltmeisterschaft in London, die Ende nächster Woche beginnt. Unsere Sprintlegende Usain Bolt wird dort voraussichtlich seine aktive Sportkarriere beenden, bleibt aber weiterhin PUMAs Markenbotschafter. Spitzenleistungen erwarten wir auch von unserem kanadischen Sprinter André de Grasse, dem amtierenden Pan-Amerikanischen Meister über die 100- und 200-Meter-Distanz. Um unsere starke Präsenz in der Leichtathletik weiter zu festigen, haben wir unser Portfolio an Athleten um zahlreiche jamaikanische Sprinter ergänzt, darunter Julian Forte und Shericka Jackson. Forte gewann bei den Staffel-Weltmeisterschaften 2014 Gold mit dem jamaikanischen Team über 4x100 Meter, während Jackson sowohl Bronze über 400 Meter als auch Silber mit der 4x400 Meter-Staffel bei den Olympischen Sommerspielen in Rio de Janeiro holte.

Im **Motorsport** führen unsere drei Formel 1 Partnerteams Mercedes AMG Petronas, Scuderia Ferrari und Red Bull Racing in dieser Saison die Ranglisten sowohl in der Fahrer- als auch in der Konstrukteurswertung an. Zudem haben wir unsere langjährige Partnerschaft mit BMW Motorsport als offizieller Lizenzpartner für BMW-Motorsportprodukte und als Ausrüster der BMW-Renntteams verlängert.

Unser strategischer Fokus liegt weiterhin auf fünf Prioritäten: kontinuierlich Markenbegehrtheit zu schaffen, die Frequenz von Produkteinführungen zu erhöhen und die Produktqualität weiter zu verbessern, den Vertrieb mit guten Durchverkäufen bei unseren Hauptkunden im Handel zu stärken, interne Prozesse in der Organisation zu beschleunigen und im Frauensegment sowohl im Bereich Performance als auch Sportstyle weiter zu wachsen. Die verbesserten Geschäftsergebnisse, der stärkere Durchverkauf und auch die weiterhin positive Resonanz unserer Handelspartner zeigen, dass PUMA auf dem richtigen Weg ist.

Um PUMAs **Markenbegehrtheit** weiter zu steigern, haben wir sowohl neue Athleten als auch verschiedene Künstler unter Vertrag genommen. Die Zusammenarbeit mit relevanten Influencern, die für uns kommunizieren, wird immer wichtiger. Einer von ihnen ist der Grammy-Nominierte, mehrfach mit Platin ausgezeichnete Kult-Rapper Big Sean, den wir als Design-Partner und globaler Markenbotschafter unter Vertrag genommen haben. Big Sean, das Gesicht der nächsten PUMA Classics-Kampagne in diesem Sommer, wird zusammen mit dem PUMA-Team eine exklusive Kollektion entwerfen, die im Frühjahr 2018 auf den Markt kommt.

In unserem **Frauensegment** haben wir im Rahmen unserer erfolgreichen „Do You“-Kampagne mit Stars wie Cara Delevingne, dem New York City Ballet und Kylie Jenner neue, feminine Styles eingeführt. Besonders gefragt sind hier der BASKET HEART, eine klassische Silhouette mit einer besonderen, weiblichen Note und der FIERCE, einer der starken Wachstumstreiber in unserem Frauensegment. Im Textilbereich sticht die Velvet Rope-Kollektion heraus, die technisch inspirierte Sportstyle- und Trainings-Outfits für Frauen anbietet, die die perfekte Mischung aus Funktion und Luxus, Sport und Mode suchen.

Mit dem „Run the Streets“-Konzept bieten wir **Produkte** an, die die Grenze zwischen Performance und Style überschreiten. Wir haben dazu den IGNITE Evoknit, IGNITE Limitless und das brandneue Sportstyle-Modell TSUGI auf den Markt gebracht. Alle verfügen über die von PUMA patentierte Mittelsohlen-Technologie in einem urbanen, frischen Look, der durch Street Style inspiriert ist.

Unser neues, individuell anpassbares Schnürsystem NETFIT, das von unseren Athleten bei der Leichtathletik-Weltmeisterschaft in London getragen wird, bietet unendliche Variationen für Sport und Style. Durch die innovative NETFIT-Technologie kann der Läufer den Schuh individuell auf seine Fußform und Laufstil einstellen, während der eher modeorientierte Konsument seinen persönlichen Stil durch verschiedene Arten der Schnürung zum Ausdruck bringen kann. Wir verwenden NETFIT ebenfalls in der Sportstyle-Kategorie und werden die Technologie auch in die Fußballschuhmodelle 365 NETFIT und FUTURE integrieren.

Unser kürzlich eingeführter Fußballschuh PUMA ONE deckt alle Bedürfnisse eines Spielers ab: Passform, Schnelligkeit und Gefühl. Unter dem Motto „Play Perfect“ haben wir die besten und aktuellsten Technologien gebündelt, um die technisch versiertesten Spieler optimal auszustatten.

Im **Vertrieb** sind wir weiterhin fest entschlossen, die Zusammenarbeit mit dem Handel zu stärken und ein verlässlicher Partner zu sein. Es ist wichtig für uns, dass unsere Handelspartner mit unseren Produkten Geld verdienen. Deshalb haben wir hart daran gearbeitet, die Anforderungen des Handels zu erfüllen und so zum Erfolg unserer Geschäftspartner beizutragen. Da die Nachfrage nach unseren Produkten oftmals unsere Erwartungen übertroffen hat, arbeiten unsere Großkunden-Teams eng mit unserer Beschaffungsorganisation zusammen, um die Verfügbarkeit viel gefragter Styles

sicherzustellen. Aufgrund des verbesserten Durchverkaufs haben unsere Handelspartner PUMA mehr Regalfläche und damit mehr Sichtbarkeit in ihren Geschäften ermöglicht.

Wir bauen kontinuierlich unseren eigenen Einzelhandel durch weitere Eröffnungen und Modernisierungsmaßnahmen in unseren PUMA-Stores aus, wie beispielsweise im PUMA-Store in der Carnaby Street in London, und wir haben ein neues Ladenkonzept für unsere Outlet Stores eingeführt. Zudem sind wir im Moment dabei, unseren Online-Shop „puma.com“ zu modernisieren und für mobile Geräte zu optimieren. Als ersten Schritt in diesem Projekt haben wir im Juni die neue Version für die europäische Website implementiert.

Zweites Quartal

Erstes Halbjahr

Gewinn- und Verlustrechnung	Q2/2017	Q2/2016	Abwei- chung	1-6/2017	1-6/2016	Abwei- chung
	€ Mio.	€ Mio.		€ Mio.	€ Mio.	
Umsatzerlöse	968,7	826,5	17,2%	1.973,8	1.678,4	17,6%
Umsatzkosten	-517,9	-449,8	15,1%	-1.049,8	-902,9	16,3%
Rohhertrag	450,8	376,7	19,7%	924,0	775,5	19,2%
- in % der konsolidierten Umsätze	46,5%	45,6%		46,8%	46,2%	
Lizenz- und Provisionserträge	3,4	4,0	-16,1%	7,2	8,2	-12,1%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-410,8	-368,8	11,4%	-817,6	-730,5	11,9%
Operatives Ergebnis (EBIT)	43,4	11,9	263,8%	113,6	53,2	113,5%
- in % der konsolidierten Umsätze	4,5%	1,4%		5,8%	3,2%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-3,1	-4,0	-21,0%	-2,5	-5,5	-55,1%
Gewinn vor Steuern (EBT)	40,2	8,0	405,8%	111,1	47,7	133,1%
- in % der konsolidierten Umsätze	4,2%	1,0%		5,6%	2,8%	
Ertragsteuern	-11,1	-2,3	377,3%	-30,8	-13,6	126,8%
- Steuerquote	27,6%	29,2%		27,7%	28,5%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Gewinne	-7,3	-4,0	81,8%	-8,8	-6,6	32,5%
Konzernergebnis	21,9	1,6	> 1.000%	71,5	27,4	160,5%
Ergebnis je Aktie (€)	1,46	0,11	> 1.000%	4,79	1,84	160,5%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	1,46	0,11	> 1.000%	4,79	1,84	160,5%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)				14,940	14,940	0,0%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)				14,940	14,940	0,0%

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

Bilanz	30.06.'17 € Mio.	30.06.'16 € Mio.	Abwei- chung	31.12.'16 € Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	258,6	261,7	-1,2%	326,7
Vorräte	850,6	768,0	10,8%	718,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	561,8	515,6	9,0%	499,2
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	171,0	166,1	3,0%	141,4
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	23,3	37,8	-38,4%	79,2
Kurzfristige Vermögenswerte	1.865,4	1.749,2	6,6%	1.765,4
Latente Steuern	218,5	221,5	-1,4%	229,5
Sonstige langfristige Vermögenswerte	749,6	722,8	3,7%	770,2
Langfristige Vermögenswerte	968,1	944,2	2,5%	999,7
Summe Aktiva	2.833,5	2.693,4	5,2%	2.765,1
PASSIVA				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	35,6	32,7	8,8%	25,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	645,1	572,9	12,6%	580,6
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	238,4	218,6	9,0%	242,3
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	116,0	147,7	-21,5%	46,6
Kurzfristige Verbindlichkeiten	1.034,9	971,9	6,5%	894,9
Latente Steuern	61,0	56,6	7,8%	63,1
Pensionsrückstellungen	31,2	21,7	43,7%	31,6
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	62,3	42,1	48,2%	53,3
Langfristige Verbindlichkeiten	154,6	120,4	28,4%	148,0
Eigenkapital	1.644,0	1.601,1	2,7%	1.722,2
Summe Passiva	2.833,5	2.693,4	5,2%	2.765,1

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

Kapitalflussrechnung	1-6/2017	1-6/2016	Abwei-
	€ Mio.	€ Mio.	chung
Gewinn vor Steuern (EBT)	111,1	47,7	133,1%
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	50,5	34,8	45,1%
Brutto Cashflow	161,5	82,5	95,9%
Veränderung Netto-Umlaufvermögen	-204,4	-136,5	49,8%
Steuer- und Zinszahlungen	-31,5	-19,8	59,5%
Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-74,4	-73,8	0,8%
Zahlungen für Akquisitionen	0,0	-6,8	-
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-43,8	-31,0	41,1%
Andere Investitionstätigkeiten	0,2	4,3	-
Mittelzufluss-/ abfluss aus der Investitionstätigkeit	-43,5	-33,5	29,9%
Freier Cashflow	-117,9	-107,3	9,9%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-117,9	-100,5	17,3%
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen	-11,2	-7,5	50,0%
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Gesellschafter	-9,3	-8,9	4,4%
Einzahlungen aus der Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	51,7	24,3	112,4%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	19,2	21,7	-11,6%
Mittelzufluss-/ abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	50,4	29,7	69,9%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-0,5	0,6	-
Veränderung des Finanzmittelbestandes	-68,1	-77,1	-11,7%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	326,7	338,8	-3,6%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	258,6	261,7	-1,2%

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

Finanzkalender Geschäftsjahr 2017:

9. Februar 2017	Geschäftsergebnisse 2016
12. April 2017	Hauptversammlung
25. April 2017	Quartalsmitteilung Q1 2017
26. Juli 2017	Zwischenbericht Q2 2017
24. Oktober 2017	Quartalsmitteilung Q3 2017

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

Pressekontakt:

Kerstin Neuber - Corporate Communications - PUMA SE - +49 9132 81 2984 - kerstin.neuber@puma.com

Investor Relations:

Johan-Philip Kuhlo - Head of Investor Relations - PUMA SE - +49 9132 81 2589 – investor-relations@PUMA.com

Hinweise an die Redaktionen:

- Die Finanzberichte finden Sie online auf www.about.puma.com.
- PUMA SE Börsenkürzel:
Reuters: PUMG.DE, Bloomberg: PUM GY,
Börse Frankfurt: ISIN: DE0006969603 – WKN: 696960

Anmerkungen hinsichtlich zukunftsgerichteter Aussagen:

Dieses Dokument enthält Aussagen über die künftige Geschäftsentwicklung und die strategische Ausrichtung des Unternehmens. Die zukunftsgerichteten Aussagen basieren auf den aktuellen Erwartungen und Annahmen des Managements. Sie unterliegen gewissen Risiken und Schwankungen wie oben und in anderen Veröffentlichungen beschrieben, insbesondere im Kapitel Risiko- und Chancenmanagement des Konzernlageberichts. Sollten diese Erwartungen und Annahmen nicht zutreffen oder unvorhergesehene Risiken eintreten, können die tatsächlichen Finanzergebnisse von den erwarteten Entwicklungen erheblich abweichen. Wir übernehmen daher keine Gewähr für die Richtigkeit dieser Prognosen.

PUMA

PUMA ist eine der weltweit führenden Sportmarken, die Schuhe, Textilien und Accessoires designt, entwickelt, verkauft und vermarktet. Seit über 65 Jahren stellt PUMA die innovativsten Produkte für die schnellsten Sportler der Welt her. Zu unseren Performance- und sportlich-inspirierten Lifestyle-Produktkategorien gehören u.a. Fußball, Running und Training, Golf und Motorsport. PUMA kooperiert mit weltweit bekannten Designer-Labels und bringt damit innovative und dynamische Designkonzepte in die Welt des Sports. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra Golf und Dobotex. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt weltweit mehr als 10.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <http://www.puma.com>