



Reset-Jahr 2025 abgeschlossen: PUMA richtet Fokus auf Übergangsjahr 2026

Herzogenaurach, 26. Februar 2026

Geschäftsentwicklung im Gesamtjahr 2025

- PUMA legt neue strategische Prioritäten fest, um sich als Top-3 Sportmarke weltweit zu etablieren
- Umsatz sinkt währungsbereinigt um 8,1% auf € 7.296,2 Millionen (-13,1% in Euro) hauptsächlich aufgrund strategischer Reset-Maßnahmen
- Rohertragsmarge verringerte sich um 260 Basispunkte auf 45,0 % durch verstärkte Verkaufsförderungsmaßnahmen im Großhandelsgeschäft, Vorratsbestandsrückstellungen infolge der Bereinigung des Vertriebs und Währungseffekte
- Bereinigtes EBIT ohne Einmaleffekte sinkt aufgrund des Umsatzrückgangs und der geringeren Rohertragsmarge auf € -165,6 Millionen
- Berichtetes EBIT beläuft sich auf € -357,2 Millionen, inklusive Einmaleffekten in Höhe von € 191,6 Millionen
- Vorräte steigen um 2,3% auf € 2.060,0 Millionen; Rekalibrierung der Vorratsbestände leicht besser als geplant; Normalisierte Bestandsniveaus werden Ende 2026 erwartet
- PUMA sichert sich im Dezember 2025 zusätzliche Finanzierung und beendet das Jahr mit ungenutzten Kreditlinien von € 1.202,2 Millionen

Ausblick für das Gesamtjahr 2026

- Währungsbereinigter Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich
- Operatives Ergebnis (EBIT) zwischen € -50 Millionen und € -150 Millionen
- Geplante Investitionen (CAPEX) in Höhe von rund € 200 Millionen

Arthur Hoeld, Chief Executive Officer der PUMA SE:

„2025 war für uns ein Reset-Jahr. Unser Ziel ist es, PUMA als eine Top-3 Sportmarke weltweit zu etablieren, wieder über dem Branchendurchschnitt zu wachsen und mittelfristig gesunde Gewinne zu erzielen.

Dafür ist es entscheidend, dass die Marke PUMA weniger kommerziell wird und wir unsere Kundinnen und Kunden wieder mit attraktiven Produkten, überzeugender Kommunikation und Vertrieb über die adäquaten Kanäle begeistern.

Ich bin mit den Fortschritten, die wir bisher erzielt haben, zufrieden. Wir haben unseren Vertrieb zu großen Teilen bereinigt, indem wir Rabatte in unseren eigenen Kanälen reduziert und unsere Präsenz in Großhandelskanälen verringert haben, die unserer Marke schaden. Um unsere Produktikonen und unser Performance-Angebot besser zu positionieren und bessere Produktgeschichten zu erzählen, haben wir die notwendigen Unternehmensstrukturen geschaffen. Außerdem haben wir operative Ineffizienzen beseitigt und unsere Kostenbasis weiter optimiert.

Ich möchte unseren Mitarbeitenden für ihr Engagement bei diesem Reset danken. Wir sind zuversichtlich, dass wir das erhebliche Potenzial von PUMA ausschöpfen werden, indem wir uns auf die Erfolgsgrundsätze einer globalen Sportmarke konzentrieren.“

Viertes Quartal 2025

Umsätze

Im vierten Quartal sank der währungsbereinigte **Umsatz** um 20,7% auf € 1.564,9 Millionen (Q4 2024: € 2.150,5 Millionen). Währungseffekte, insbesondere aus dem argentinischen Peso, dem US-Dollar und der türkischen Lira stellten eine zusätzliche Belastung dar und führten zu einem Umsatzrückgang in der Berichtswährung Euro von 27,2%. Der Umsatzrückgang war größtenteils auf strategische Reset-Maßnahmen zurückzuführen, die ergriffen wurden, um der schwachen Markenbegehrlichkeit, den erhöhten Vorratsbeständen und der geringeren Vertriebsqualität entgegenzuwirken. Zu diesen Maßnahmen gehörten die Reduzierung von Umsätzen in Großhandelskanälen, der Abbau von überhöhten Vorratsbeständen und die Reduzierung von Verkaufsförderungsmaßnahmen im Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC).

Das **Großhandelsgeschäft** von PUMA ging währungsbereinigt um 27,7% auf € 921,4 Millionen zurück (Q4 2024: € 1.387,0 Millionen). Der Umsatzrückgang resultierte unter anderem aus umfangreichen Produktrücknahmen, um überhöhte Vorratsbestände im Vertriebskanal abzubauen. Darüber hinaus wirkten sich Maßnahmen zur Verringerung des Geschäfts mit Großflächenhändlern in Nordamerika sowie die schrittweise Reduzierung von Umsätzen in Kanälen, die der Marke langfristig nicht zuträglich sind, in Lateinamerika, EMEA und APAC negativ auf die Umsatzentwicklung aus. Der Umsatz im **DTC-Geschäft** ging währungsbereinigt um 8,0% auf € 643,5 Millionen zurück (Q4 2024: € 763,5 Millionen). Die E-Commerce-Umsätze sanken währungsbereinigt um 19,7%, was insbesondere darauf zurückzuführen war, dass zur Stärkung der Marke weniger Verkaufsförderungsmaßnahmen durchgeführt wurden. Die Umsätze in den eigenen Stores sanken währungsbereinigt um 0,9%. Der DTC-Anteil stieg deutlich von 35,5% im vierten Quartal 2024 auf 41,1% im vierten Quartal 2025.

Die Umsätze in **Asien/Pazifik** sanken währungsbereinigt um 12,6% auf € 406,6 Millionen (Q4 2024: € 506,6 Millionen). Diese Entwicklung war hauptsächlich auf einen Rückgang im Großhandelsgeschäft in Großchina zurückzuführen, der teilweise durch ein robustes Wachstum im Direct-to-Consumer-Geschäft ausgeglichen wurde. In der Region **Amerika** sanken die Umsätze währungsbereinigt um 22,2% auf € 589,2 Millionen (Q4 2024: € 847,4 Millionen). Der Rückgang war hauptsächlich auf Nordamerika zurückzuführen, wo es insbesondere im US-Markt zu einer gezielten Reduzierung des Geschäfts mit Großflächenhändlern kam. In **EMEA** sanken die Umsätze währungsbereinigt um 24,3% auf € 569,1 Millionen (Q4 2024: € 796,5 Millionen). Der Umsatzrückgang resultierte aus einem schwächeren Großhandelsgeschäft infolge der gezielten Verringerung von Umsätzen in Kanälen, die der Marke langfristig nicht zuträglich sind, sowie aus Produktrücknahmen. Zusätzlich ging das DTC-Geschäft aufgrund reduzierter Verkaufsförderungsmaßnahmen zurück.

Innerhalb der Produktbereiche sank der Umsatz mit **Schuhen** währungsbereinigt um 25,4% auf € 820,9 Millionen (Q4 2024: € 1.214,8 Millionen) aufgrund eines Rückgangs in den meisten Kategorien. Entgegen der allgemeinen Umsatzentwicklung verzeichnete die Kategorie Training ein gesundes Wachstum. Obwohl der Gesamtumsatz in der Kategorie Running

aufgrund einer bewussten Verringerung von Umsätzen in Kanälen, die der Marke langfristig nicht förderlich sind, zurückging, zeigte Performance Running ein deutliches Wachstum. Dies wurde unter anderem durch den Erfolg des Laufschuhs Velocity Nitro 4 erreicht. Die Umsätze im Bereich **Textilien** sanken aufgrund von Rückgängen in den meisten Kategorien währungsbereinigt um 13,7% auf € 568,8 Millionen (Q4 2024: € 710,9 Millionen). Ein Teil des Rückgangs konnte durch Umsatzwachstum in der Kategorie Training, vor allem durch eine anhaltend starke Nachfrage nach HYROX-Produkten ausgeglichen werden. Der Umsatz mit **Accessoires** ging währungsbereinigt um 18,2% auf € 175,3 Millionen zurück (Q4 2024: € 224,7 Millionen). Der Rückgang ist im Wesentlichen auf die Entwicklung in der Kategorie Golf zurückzuführen.

Profitabilität

Die **Rohertragsmarge** sank um 750 Basispunkte auf 40,2% (Q4 2024: 47,7%). Der deutliche Rückgang war auf verstärkte Verkaufsförderungsmaßnahmen im Großhandelsgeschäft, Vorratsbestandsrückstellungen und unvorteilhafte Währungseffekte zurückzuführen. Diese Effekte wurden teilweise durch einen verbesserten Produktmix, einen vorteilhaften Vertriebskanalmix mit einem höheren DTC-Anteil im Vergleich zum Vorjahresquartal sowie niedrigere Frachtkosten ausgeglichen. Darüber hinaus wirkten sich niedrigere Beschaffungskosten, inklusive Zölle, positiv auf die Rohertragsmarge aus. Die negativen Effekte der US-Zölle wurden dadurch vollständig kompensiert.

Die **Lizenz- und Provisionserträge** stiegen um 36,2% auf € 30,0 Millionen (Q4 2024: € 22,0 Million), hauptsächlich aufgrund der Umstellung von einer Partnerschaft zu einer Lizenzvereinbarung mit United Legwear im vierten Quartal.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)** sanken, bereinigt um Einmaleffekte, um 7,8% auf € 887,4 Millionen (Q4 2024: € 962,2 Millionen). Diese Entwicklung war hauptsächlich auf positive Effekte aus dem Kosteneffizienzprogramm und geringere Kosten im DTC-Vertriebskanal aufgrund niedrigerer Umsätze gegenüber dem Vorjahresquartal zurückzuführen. Als Folge der geringeren Umsätze im vierten Quartal stieg der Anteil der Marketingausgaben am Umsatz an. Insgesamt führte der Umsatzrückgang im vierten Quartal zu einem deutlichen Anstieg der bereinigten OPEX-Quote auf 56,7% (Q4 2024: 44,7%).

Vorteilhafte Währungseffekte auf die OPEX-Quote wirkten dieser Entwicklung teilweise entgegen.

Das **bereinigte EBIT** ohne Einmaleffekte sank aufgrund des Umsatzrückgangs und einer geringeren Rohertragsmarge auf € -228,8 Millionen (Q4 2024: € 85,7 Millionen). PUMA verzeichnete im vierten Quartal **Einmaleffekte** in Höhe von € 78,9 Millionen im Zusammenhang mit dem Kosteneffizienzprogramm und einer Goodwill-Abwertung. Infolgedessen belief sich das **berichtete EBIT** auf € -307,7 Millionen (Q4 2024: € 85,7 Millionen) und die berichtete EBIT-Marge auf -19,7% (Q4 2024: 4,0%).

Das **Finanzergebnis** sank um 4,1% auf € -42,3 Millionen (Q4 2024: € -40,6 Millionen). Die **Ertragsteuern** waren positiv und beliefen sich auf € 15,0 Millionen (Q4 2024: € -20,8 Millionen), was hauptsächlich auf das negative Ergebnis vor Steuern und Steueranpassungen für Vorjahre zurückzuführen war.

In Summe belief sich der **Verlust aus fortgeführten Geschäftsbereichen** auf € -335,0 Millionen (Q4 2024: Konzernergebnis von € 24,3 Millionen) und das **Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen** auf € -2,27 (Q4 2024: € 0,16).

Gesamtjahr 2025

Umsätze

Nachdem die **Umsätze** im ersten Halbjahr 2025 in etwa unverändert geblieben waren, kam es infolge der im dritten Quartal 2025 eingeleiteten strategischen Reset-Maßnahmen zu einem deutlichen Rückgang in der zweiten Jahreshälfte. Insgesamt sanken die Umsätze im Gesamtjahr 2025 währungsbereinigt um 8,1% auf € 7.296,2 Millionen (2024: € 8.398,0 Millionen), wobei alle Regionen und Produktbereiche einen Umsatzrückgang verzeichneten. Währungseffekte, insbesondere aus dem argentinischen Peso, dem US-Dollar und der türkischen Lira stellten eine zusätzliche Belastung dar und führten zu einem Umsatzrückgang in der Berichtswährung Euro von 13,1%.

Der Umsatz im **Großhandelsgeschäft** von PUMA sank währungsbereinigt um 12,8% auf € 4.935,0 Millionen (2024: € 5.972,6 Million), was hauptsächlich geringere Umsätze in den Regionen Amerika, Asien/Pazifik und EMEA infolge gezielter Produkt-Rücknahmen und einer bewussten Rekalibrierung des Geschäfts mit Großflächenhändlern widerspiegelte. Das **DTC-Geschäft** stieg währungsbereinigt um 3,4% auf € 2.361,1 Millionen (2024: € 2.425,4 Millionen), angetrieben durch ein Wachstum von 3,4% sowohl im E-Commerce als auch in den eigenen Stores. Das führte zu einem Anstieg des DTC-Anteils auf 32,4% (2024: 28,9%).

Die währungsbereinigten Umsätze in der Region **EMEA** sanken um 6,9% auf € 3.143,2 Millionen (2024: € 3.475,7 Millionen), wobei der Umsatzrückgang in Europa teilweise durch Wachstum in EEMEA ausgeglichen wurde. In der Region **Asien/Pazifik** sanken die Umsätze währungsbereinigt um 7,4% auf € 1.594,7 Millionen (2024: € 1.805,5 Millionen). Das war auf den Umsatzrückgang in Großchina sowie im Rest der Region Asien/Pazifik zurückzuführen. Die Region **Amerika** verzeichnete einen währungsbereinigten Umsatzrückgang von 10,0% auf € 2.558,2 Millionen (2024: € 3.116,8 Millionen), bedingt durch eine schwache Entwicklung in Nordamerika, während Lateinamerika ein moderates Wachstum verzeichnete.

Innerhalb der Produktbereiche sanken die Umsätze im Bereich **Schuhe** währungsbereinigt um 7,1% auf € 4.113,8 Millionen (2024: € 4.733,6 Millionen). Dies wurde teilweise durch Wachstum in den Kategorien Sportstyle Prime & Select ausgeglichen, welches insbesondere von der Speedcat-Familie getragen wurde, sowie durch die gestiegene Nachfrage in der Running-Kategorie. Der Umsatz mit **Textilien** ging währungsbereinigt um 9,7% auf € 2.328,5 Millionen zurück (2024: € 2.703,7 Millionen). Der Umsatzrückgang resultierte vor allem aus der schwächeren Entwicklung in den Kategorien Sportstyle und Teamsport, während Wachstum in den Kategorien Training, Basketball und Motorsport diesen teilweise ausgleichen konnte. Der Produktbereich **Accessoires** verzeichnete einen währungsbereinigten Umsatzrückgang um 8,5% auf € 853,9 Millionen (2024: € 960,7 Millionen). Diese Entwicklung resultierte hauptsächlich aus einem Umsatzrückgang in der Kategorie Golf.

Profitabilität

Die **Rohhertragsmarge** sank um 260 Basispunkte auf 45,0% (2024: 47,6%). Der Rückgang war auf verstärkte Verkaufsförderungsmaßnahmen im Großhandelsgeschäft, Vorratsbestands-

rückstellungen, einen ungünstigen Produktmix und nachteilige Währungseffekte zurückzuführen. Kompensiert wurde dieser Effekt teilweise durch einen vorteilhaften Vertriebskanalmix. Darüber hinaus wirkten sich niedrigere Beschaffungskosten, inklusive Zölle, positiv auf die Rohertragsmarge aus und kompensierten die negativen Effekte der US-Zölle vollständig.

Die **Lizenz- und Provisionserträge** stiegen um 4,4% auf € 92,4 Millionen (2024: € 88,5 Millionen).

Die um Einmaleffekte bereinigten **operativen Aufwendungen (OPEX)** blieben mit € 3.537,7 Millionen unverändert gegenüber dem Vorjahr (2024: € 3.537,7 Millionen). Einsparungen aus dem Kosteneffizienzprogramm wurden durch gestiegene Einzelhandelsaufwendungen aufgrund des Wachstums im DTC-Geschäft, insbesondere im E-Commerce, ausgeglichen. Darüber hinaus trugen höhere Abschreibungen aufgrund von Investitionen in DTC und Infrastruktur sowie Abschreibungen auf Forderungen in Höhe von rund € 30 Millionen zu den Kosten bei. Marketingausgaben in Prozent vom Umsatz stiegen aufgrund der geringeren Umsätze. Insgesamt führte der Umsatzrückgang zu einem Anstieg der bereinigten OPEX-Quote um 640 Basispunkte auf 48,5% (2024: 42,1%). Vorteilhafte Währungseffekte wirkten dieser Entwicklung teilweise entgegen.

Das **bereinigte EBIT** ohne Einmaleffekte sank aufgrund des Umsatzrückgangs und einer geringeren Rohertragsmarge auf € -165,6 Millionen (2024: € 548,7 Millionen). PUMA verzeichnete **Einmaleffekte** in Höhe von € 191,6 Millionen, die hauptsächlich im Zusammenhang mit dem Kosteneffizienzprogramm und Goodwill-Abwertungen standen. Die Kosten im Rahmen des Kosteneffizienzprogramms umfassten insbesondere Personalaufwendungen, die Schließung unrentabler Stores und sonstige nicht operative Aufwendungen. Infolgedessen belief sich das **berichtete EBIT** auf € -357,2 Millionen (2024: € 548,7 Millionen) und die EBIT-Marge auf -4,9% (2024: 6,5%).

Das **Finanzergebnis** sank um 11,2% auf € -165,7 Millionen (2024: € -149,0 Millionen), aufgrund nachteiliger Währungsentwicklungen und eines geringeren Zinsergebnisses. Trotz eines im Vergleich zum Vorjahreszeitraum geringeren Ergebnisses vor Steuern beliefen sich

die **Ertragsteuern** auf € -120,7 Millionen (2024: € -119,0 Millionen). Dies war in erster Linie auf die Abwertung von latenten Steueransprüchen in den USA und China zurückzuführen.

Der **Verlust aus fortgeführten Geschäftsbereichen** belief sich auf € -643,6 Millionen (2024: Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen in Höhe von € 280,7 Millionen) und das **Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen** belief sich auf € -4,37 (2024: € 1,88).

Bilanz

Das **Working Capital** stieg um 20,2% auf € 1.536,6 Millionen (31. Dezember 2024: € 1.278,2 Millionen). Die **Vorräte** stiegen um 2,3% in der Berichtswährung Euro und währungsbereinigt um 10,7% auf € 2.060,0 Millionen (31. Dezember 2024: € 2.013,7 Millionen). Der Anstieg war hauptsächlich auf die gezielte Rücknahme von Vorratsbeständen aus dem Großhandelsgeschäft zur Bereinigung des Vertriebskanals zurückzuführen. Dieser Effekt wurde durch einen Rückgang des Beschaffungsvolumens teilweise ausgeglichen. Das bewusste Management des Beschaffungsvolumens half dabei, das Wachstum der Vorratsbestände zu verlangsamen und Überbestände zu vermeiden. Im Rahmen seiner Maßnahmen zur Bereinigung des Vertriebs hat PUMA die Rücknahme von Vorratsbeständen im vierten Quartal weitgehend abgeschlossen und wird den Produktabverkauf über eigene Factory-Outlets und im Großhandelsgeschäft mit spezifischen Verkaufsförderungsmaßnahmen weiter vorantreiben. **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** sanken hauptsächlich aufgrund des deutlichen Umsatzrückgangs im vierten Quartal um 26,7% auf € 913,4 Millionen (31. Dezember 2024: € 1.246,5 Millionen). **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** sanken um 32,9% auf € 1.271,4 Millionen (31. Dezember 2024: € 1.893,5 Millionen) im Wesentlichen bedingt durch das geringere Beschaffungsvolumen im vierten Quartal.

Cashflow und Liquiditätslage

Der **freie Cashflow** belief sich auf € -530,3 Millionen und lag damit deutlich unter dem Vorjahreswert (2024: € 464,3 Millionen). Diese Entwicklung war im Wesentlichen auf das negative Ergebnis vor Steuern sowie einen Anstieg des Working Capital zurückzuführen. **Investitionen (CAPEX)** im Jahr 2025 beliefen sich auf € 206,3 Millionen (2024: € 263,0 Millionen). Die Investitionen konzentrierten sich auf die Logistik, die digitale Infrastruktur, die DTC-Vertriebskanäle und wichtige Initiativen zur Stärkung der langfristigen

Wettbewerbsfähigkeit von PUMA. Zum 31. Dezember 2025 verfügte PUMA über **flüssige Mittel** in Höhe von € 290,0 Millionen (2024: € 368,2 Millionen), was einem Rückgang von 21,2% gegenüber dem Vorjahr entsprach. Darüber hinaus verfügte der PUMA-Konzern über **bestätigte Kreditlinien** in Höhe von € 2.562,8 Millionen (31. Dezember 2024: € 1.842,9 Millionen). Der Anstieg der bestätigten Kreditlinien von € 719,9 Millionen gegenüber dem Vorjahr resultierte insbesondere aus dem Abschluss einer Brückenfinanzierung in Höhe von € 500,0 Millionen und zwei Schuldscheintransaktionen im Jahr 2025 über insgesamt € 275,0 Millionen. Gegenläufig wurde im Januar 2025 eine Schuldschein-Tranche in Höhe von € 70,0 Millionen mit Endfälligkeit zurückgezahlt. Die **ungenutzten Kreditlinien** beliefen sich zum Bilanzstichtag auf € 1.202,2 Millionen (2024: € 1.360,2 Millionen). Die **Nettoverschuldung** lag zum Ende des Geschäftsjahres 2025 mit € 1.063,5 Millionen deutlich über dem Vorjahresniveau von € 119,8 Millionen. Die höhere Nettoverschuldung reflektierte im Wesentlichen einen Anstieg der Bankverbindlichkeiten zur Unterstützung des operativen Geschäfts sowie die Finanzierung des Working Capital. Für mehr Informationen zur Finanzierung siehe Abschnitt „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“.

Vorschlag keine Dividende für das Geschäftsjahr 2025 auszuschütten

Aufgrund des negativen Konzernergebnisses des PUMA-Konzerns im abgelaufenen Geschäftsjahr beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat, der Hauptversammlung am 19. Mai 2026 vorzuschlagen, für das kommende Jahr keine Dividende auszuschütten (2024: € 0,61).

Ausblick für das Geschäftsjahr 2026 spiegelt Übergangsjahr für PUMA wider

Nach dem strategischen Reset im Jahr 2025 bei dem PUMA gezielt Maßnahmen ergriffen hat, um unternehmensspezifische Herausforderungen zu bewältigen, Lagerbestände abzubauen und die Basis für eine stärkere und fokussiertere Zukunft zu legen, wird 2026 ein Übergangsjahr sein.

PUMA setzt 2026 die Optimierung seiner Vertriebskanäle und den Abbau der Lagerbestände fort. Der Abbau der Lagerbestände soll durch ein diszipliniertes Management der Beschaffungsaufträge und gezielten Produktabverkauf erreicht werden. Das im Vorjahr eingeleitete Kosteneffizienzprogramm wird auch im Jahr 2026 fortgeführt. Dazu zählen die Umsetzung einer klaren Organisationsstruktur, die Verkleinerung des Produktsortiments

sowie der Abschluss des seit Anfang 2025 laufenden Abbaus von rund 1.400 Verwaltungsstellen.

Während dieser Übergangsphase liegen die Prioritäten von PUMA darin, das Unternehmen auf nachhaltigen Erfolg auszurichten, die finanzielle Stabilität zu sichern und für eine Rückkehr zu einem gesunden, über dem Branchendurchschnitt liegenden Wachstum ab 2027 zu positionieren. Die Marken- und Produktstrategie für 2026 wird sich auf vier Fokuskategorien konzentrieren: Fußball, mit einer starken Präsenz bei der Fußballweltmeisterschaft; Running, angetrieben durch die NITRO™-Technologie; Training, unterstützt durch die exklusive Partnerschaft mit HYROX; und Sportstyle Prime & Select, wo das Unternehmen sein Sortiment mithilfe des einzigartigen Produktarchivs aus über 77 Jahren Sportgeschichte und eines stärker integrierten Storytellings weiterentwickeln wird.

PUMA geht im Jahr 2026 von anhaltenden geopolitischen sowie makroökonomischen Unsicherheiten aus. Der erwartete **währungsbereinigte Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich** resultiert überwiegend aus geringeren Umsätzen in Nordamerika infolge von Maßnahmen zur Bereinigung der Vertriebsstruktur, während ein Umsatzwachstum in Lateinamerika und dem Nahen Osten, Afrika & Indien dies nur teilweise kompensieren kann.

Das Unternehmen prognostiziert ein **operatives Ergebnis (EBIT) in der Bandbreite von € -50 Millionen und € -150 Millionen**, einschließlich Einmaleffekte im Zusammenhang mit dem umgesetzten Kosteneffizienzprogramm. PUMA plant für 2026 **Investitionen (CAPEX) von rund € 200 Millionen**, hauptsächlich in digitale Infrastruktur, DTC-Vertriebskanäle und strategische Projekte zur langfristigen Wettbewerbsstärkung.

Während das Jahr 2025 von einem strategischen Neustart geprägt war und 2026 als Übergangsjahr gilt, blickt PUMA mit Zuversicht auf die bisher implementierten und für die nähere Zukunft geplanten Maßnahmen. Ab 2027 sollen die Maßnahmen nachhaltiges Wachstum ermöglichen. Die eingeleiteten Initiativen zielen darauf ab, die Produktivität dauerhaft zu erhöhen und die strategische Ambition des Unternehmens zu unterstützen, sich mittelfristig unter den drei führenden Sportmarken weltweit zu etablieren.

Grundlage der Erstellung / Wichtiger Hinweis

Am 11. November 2025 wurde bekannt gegeben, dass PUMA und sein langjähriger Partner United Legwear von einer Partnerschaft in eine Lizenzvereinbarung übergehen. Diese Änderung trat am 01. November 2025 in Kraft. Infolge dieser Änderung wird PUMA United in der Finanzberichterstattung von PUMA ab November 2025 als aufgebener Geschäftsbereich klassifiziert. Dementsprechend wurden die in dieser Pressemitteilung verwendeten Gewinn- und Verlustzahlen für 2024 und 2025 angepasst.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bekanntmachung ANTA: Am 27. Januar 2026 gab der chinesische Sportartikel-Konzern Anta Sports bekannt, dass er mit Artémis S.A.S. einen Vertrag über den Kauf der Anteile an PUMA in Höhe von 29,06 % abgeschlossen hat. Die Transaktion beinhaltet aufschiebende Bedingungen. PUMA veröffentlichte am selben Tag eine Stellungnahme von CEO Arthur Hoeld als Reaktion auf die Bekanntmachung. Die vollständige Stellungnahme finden Sie im Bereich „News“ auf der PUMA-Website: <https://about.puma.com/de/newsroom/news>

Zusätzliche Privatplatzierung und Syndizierung: Am 26. Januar 2026 hat PUMA eine Schuldscheintransaktion in Höhe von € 100,0 Mio. abgeschlossen, welche am 29. Januar 2026 zur Auszahlung gekommen ist. Der Schuldschein hat eine Laufzeit von 2 Jahren mit einer marktüblichen festen Verzinsung. Durch die zusätzliche Privatplatzierung konnte die am 15. Dezember 2025 vereinbarte Überbrückungsfinanzierung von € 500,0 Millionen auf € 350,0 Millionen angepasst und am 20. Februar 2026 über PUMAs Kernbanken voll aussyndiziert werden. Die Überbrückungsfinanzierung in Höhe von € 350,0 Millionen und das Schuldscheindarlehen in Höhe von € 100,0 Millionen werden unverändert zur Reduzierung der Inanspruchnahmen aus dem bestehenden Syndizierten Kredit verwendet.

Finanzübersicht

Umsätze Q4 2025

in € Millionen	Q4 2025	Q4 2024*	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	1.564,9	2.150,5	-27,2%	-20,7%
Umsatz nach Regionen				
EMEA	569,1	796,5	-28,5%	-24,3%
Amerika	589,2	847,4	-30,5%	-22,2%
Asien/Pazifik	406,6	506,6	-19,7%	-12,6%
Umsatz nach Produktbereichen				
Schuhe	820,9	1.214,8	-32,4%	-25,4%
Textilien	568,8	710,9	-20,0%	-13,7%
Accessoires	175,3	224,7	-22,0%	-18,2%
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Großhandelsgeschäft	921,4	1.387,0	-33,6%	-27,7%
Direct-to-Consumer-Geschäft	643,5	763,5	-15,7%	-8,0%

* Vorjahreszahlen im Zusammenhang mit dem angegebenen Geschäftsbereich bereinigt

Umsätze Gesamtjahr 2025

in € Millionen	12M 2025	12M 2024*	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	7.296,2	8.398,0	-13,1%	-8,1%
Umsatz nach Regionen				
EMEA	3.143,2	3.475,7	-9,6%	-6,9%
Amerika	2.558,2	3.116,8	-17,9%	-10,0%
Asien/Pazifik	1.594,7	1.805,5	-11,7%	-7,4%
Umsatz nach Produktbereichen				
Schuhe	4.113,8	4.733,6	-13,1%	-7,1%
Textilien	2.328,5	2.703,7	-13,9%	-9,7%
Accessoires	853,9	960,7	-11,1%	-8,5%
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Großhandelsgeschäft	4.935,0	5.927,6	-17,4%	-12,8%
Direct-to-Consumer-Geschäft	2.361,1	2.425,4	-2,6%	+3,4%

* Vorjahreszahlen bereinigt im Zusammenhang mit dem angegebenen Geschäftsbereich, siehe Anhang zum Konzernabschluss, Punkt 24.

Gewinn- und Verlustrechnung Q4 2025

in € Millionen	Q4 2025	Q4 2024 *	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.564,9	2.150,5	-27,2%
Umsatzkosten	-936,3	-1.124,6	-16,7%
Rohertrag	628,7	1.025,9	-38,7%
- in % der Umsatzerlöse	40,2%	47,7%	-7,5 PP
Lizenz- und Provisionserträge	30,0	22,0	36,2%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen (bereinigt) **	-887,4	-962,2	-7,8%
Bereinigtes operatives Ergebnis (bereinigtes EBIT)	-228,8	85,7	-367,0%
- in % der Umsatzerlöse	-14,6%	4,0%	-18,6 PP
Einmaleffekte	-78,9	0,0	-
Operatives Ergebnis (EBIT)	-307,7	85,7	-459,1%
- in % der Umsatzerlöse	-19,7%	4,0%	-23,6 PP
Finanzergebnis	-42,3	-40,6	4,1%
Verlust/ Gewinn vor Steuern (EBT)	-350,0	45,1	-876,8%
- in % der Umsatzerlöse	-22,4%	2,1%	-24,5 PP
Ertragsteuern	15,0	-20,8	172,1%
- Steuerquote	4,3%	46,2%	-
Verlust/ Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-335,0	24,3	-1481,2%
Verlust/ Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	-0,3	20,4	-101,3%
Nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnende Ergebnisse	-1,3	-20,1	-93,5%
Konzernergebnis	-336,6	24,5	-1471,1%
- in % der Umsatzerlöse	-21,5%	1,1%	-22,6 PP
Gewichtete durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)	147,41	149,32	-1,3%
Gewichtete durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)	147,53	149,38	-1,2%
Ergebnis je Aktie			
Ergebnis je Aktie (€)	-2,28	0,16	-1488,9%
Ergebnis je Aktie, verwässert (€)	-2,28	0,16	-1488,2%
Ergebnis je Aktie - fortgeführte Geschäftsbereiche			
Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (€)	-2,27	0,16	-1482,4%
Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen, verwässert (€)	-2,27	0,16	-1482,9%

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

* Vorjahreszahlen im Zusammenhang mit dem aufgegebenen Geschäftsbereich bereinigt

** bereinigt um Einmaleffekte

Gewinn- und Verlustrechnung Gesamtjahr 2025

in € Millionen	12M 2025	12M 2024 *	Veränderung in %
Umsatzerlöse	7.296,2	8.398,0	-13,1%
Umsatzkosten	-4.016,5	-4.400,2	-8,7%
Rohertrag	3.279,7	3.997,8	-18,0%
- in % der Umsatzerlöse	45,0%	47,6%	-2,6 PP
Lizenz- und Provisionserträge	92,4	88,5	4,4%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen (bereinigt) **	-3.537,7	-3.537,7	0,0%
Bereinigtes operatives Ergebnis (bereinigtes EBIT)	-165,6	548,7	-130,2%
- in % der Umsatzerlöse	-2,3%	6,5%	-8,8 PP
Einmaleffekte	-191,6	0,0	-
Operatives Ergebnis (EBIT)	-357,2	548,7	-165,1%
- in % der Umsatzerlöse	-4,9%	6,5%	-11,4 PP
Finanzergebnis	-165,7	-149,0	-11,2%
Verlust/ Gewinn vor Steuern (EBT)	-522,9	399,7	-230,8%
- in % der Umsatzerlöse	-7,2%	4,8%	-11,9 PP
Ertragsteuern	-120,7	-119,0	-1,4%
- Steuerquote	-23,1%	29,8%	-
Verlust/ Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	-643,6	280,7	-329,3%
Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	28,4	61,7	-54,0%
Nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnende Ergebnisse	-30,3	-60,7	-50,1%
Konzernergebnis	-645,5	281,6	-329,2%
- in % der Umsatzerlöse	-8,8%	3,4%	-12,2 PP
Gewichtete durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)	147,41	149,32	-1,3%
Gewichtete durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)	147,53	149,38	-1,2%
Ergebnis je Aktie			
Ergebnis je Aktie (€)	-4,38	1,89	-331,4%
Ergebnis je Aktie, verwässert (€)	-4,38	1,89	-331,3%
Ergebnis je Aktie - fortgeführte Geschäftsbereiche			
Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (€)	-4,37	1,88	-332,2%
Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen, verwässert (€)	-4,37	1,88	-332,1%

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

* Vorjahreszahlen im Zusammenhang mit dem aufgegebenen Geschäftsbereich bereinigt, siehe Anhang zum Konzernabschluss, Punkt 24.

** bereinigt um Einmaleffekte

Bilanz

in € Millionen	31.12.2025	31.12.2024	Veränderung in %
AKTIVA			
Flüssige Mittel	290,0	368,2	-21,2%
Vorräte *	2.060,0	2.013,7	2,3%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen *	913,4	1.246,5	-26,7%
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte *	456,1	516,8	-11,7%
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	50,8	160,0	-68,2%
Kurzfristige Vermögenswerte	3.770,3	4.305,2	-12,4%
Latente Steueransprüche	211,0	243,6	-13,4%
Nutzungsrechte an Vermögenswerten	1.103,8	1.116,8	-1,2%
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1.369,5	1.475,0	-7,1%
Langfristige Vermögenswerte	2.684,3	2.835,4	-5,3%
Summe Aktiva	6.454,6	7.140,6	-9,6%
PASSIVA			
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	929,3	131,6	606,2%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen *	1.271,4	1.893,5	-32,9%
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten *	621,5	605,3	2,7%
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	217,6	220,6	-1,4%
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	156,9	19,9	688,1%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	3.196,8	2.870,9	11,4%
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	424,2	356,4	19,0%
Latente Steuerschulden	5,2	14,2	-63,6%
Pensionsrückstellungen	25,6	27,3	-6,2%
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	1.011,2	1.010,0	0,1%
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	30,7	33,3	-7,6%
Langfristige Verbindlichkeiten	1.496,9	1.441,0	3,9%
Eigenkapital	1.760,9	2.828,6	-37,7%
Summe Passiva	6.454,6	7.140,6	-9,6%

* im Working Capital enthalten

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

Kapitalflussrechnung

	1-12/2025 € Mio.	1-12/2024 € Mio.
Verlust/ Gewinn vor Steuern (EBT)	-493,3	462,3
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	701,7	415,9
Brutto Cashflow	208,4	878,2
Veränderung im Netto-Umlaufvermögen	-429,2	-69,4
Erhaltene Dividenden und Zahlungen für Ertragsteuern	-98,4	-113,7
Mittelabfluss/ -zufluss aus betrieblicher Tätigkeit	-319,3	694,8
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-206,3	-263,0
Übrige Investitions- und Desinvestitionstätigkeiten inkl. erhaltene Zinsen	-4,7	32,4
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-211,0	-230,5
Freier Cashflow	-530,3	464,3
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-530,3	464,3
Dividendenzahlung an Anteilseigner PUMA SE	-89,8	-122,8
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Anteile	-15,8	-89,4
Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzverbindlichkeiten	1.005,8	39,0
Auszahlungen für die Rückzahlung von Finanzverbindlichkeiten	-76,2	-125,0
Auszahlungen für die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-247,8	-222,5
Rückwerb eigener Aktien	-59,7	-50,0
Zinszahlungen	-119,7	-127,2
Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit	396,9	-697,8
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	55,2	48,8
Veränderung des Finanzmittelbestands	-78,2	-184,7
Finanzmittelbestand am Anfang des Geschäftsjahres	368,2	552,9
Finanzmittelbestand am Ende des Geschäftsjahres	290,0	368,2

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

Finanzkalender:

30. April 2026	Quartalsmitteilung Q1 2026
19. Mai 2026	Hauptversammlung
30. Juli 2026	Halbjahresfinanzbericht Q2 2026
29. Oktober 2026	Quartalsmitteilung Q3 2026

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

Pressekontakt:

Anne Putz – Senior Director Corp Comms – PUMA SE – anne.putz@puma.com

Investor Relations:

Manuel Bösing – Director Investor Relations – PUMA SE – manuel.boesing@puma.com

Hinweise an die Redaktion:

- Die Finanzberichte finden Sie online auf <https://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 auch in anderen Veröffentlichungen beschrieben, insbesondere im Kapitel Risiko- und Chancenmanagement des zusammengefassten Lageberichts. Sollten diese Erwartungen und Annahmen nicht zutreffen oder unvorhergesehene Risiken eintreten, kann der tatsächliche Geschäftsverlauf 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 mehr als 75 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 & Training, Basketball, 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 stichd. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <https://about.puma.com>.