Q3 2026

PUMA verbessert Umsatzentwicklung im Q3 2026 gegenüber Vorquartal – Ausblick für das Geschäftsjahr 2026 aktualisiert

Herzogenaurach, 30. Oktober 2026

Geschäftsentwicklung im dritten Quartal 2026

- Die Umsätze sinken währungsbereinigt um 6,3% auf € 1.776,2 Millionen, aufgrund von Reset-Maßnahmen und einer schwächeren Nachfrage in Nordamerika und EMEA, Asien/Pazifik wächst zweistellig
- Die Rohertragsmarge steigt um rund 420 Basispunkte auf 49,5%, unterstützt durch niedrigere Beschaffungskosten, einschließlich Effekten aus Zollrückerstattungen, sowie durch einen vorteilhaften Vertriebskanalmix und positive Währungseffekte
- Das EBIT von € -11,4 Millionen enthält positive Effekte aus Zollrückerstattungen in Höhe von € 29,8 Millionen sowie negative Einmaleffekte von € -11,7 Millionen im Zusammenhang mit dem Kosteneffizienzprogramm
- Die Vorräte gehen deutlich um 24,3% auf € 1.608,9 Millionen zurück, hauptsächlich aufgrund eines geringeren Beschaffungsvolumens
- Der Freie Cashflow erreicht € 92,0 Millionen (Q3 2025: € -43,0 Millionen), unterstützt durch ein verbessertes Working Capital sowie geringere Steuerzahlungen und Investitionen (CAPEX)

Ausblick für das Geschäftsjahr 2026 aktualisiert

- Währungsbereinigter Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich (unverändert)
- Operatives Ergebnis (EBIT) in einer engeren Bandbreite von € -80 Millionen bis € -130 Millionen (zuvor: zwischen € -50 Millionen und € -150 Millionen)
- Geplante Investitionen (CAPEX) von unter € 150 Millionen erwartet (zuvor: rund € 200 Millionen)

Arthur Höld, Chief Executive Officer der PUMA SE:

„Die Geschäftsentwicklung im dritten Quartal entsprach unseren Erwartungen. Wir haben PUMA weiter durch unser Übergangsjahr gesteuert und gleichzeitig die Grundlage für künftiges Wachstum gelegt. Im Running-Bereich konnten wir, gestärkt durch unsere führende NITRO™-Technologie, weiter Momentum aufbauen. Neben erfolgreichen Produktneuheiten, darunter die ausverkaufte Kollektion mit Another Cotton Lab, haben uns die zahlreichen persönlichen Bestleistungen der 300 Project3-Teilnehmer bei den Marathons in Berlin und Chicago begeistert. Die Dynamik rund um NITRO™ war auch in der Leichtathletik zu sehen: PUMA-Athletinnen und Athleten gewannen 33 Einzelmedaillen bei den Leichtathletik-Europameisterschaften in Birmingham und stellten bei den Diamond-League-Finals Meeting-Rekorde auf.

Im Sportstyle-Bereich haben wir unsere wichtigsten Franchises durch neue Produkteinführungen weiter gestärkt, während der Speedcat insbesondere bei Konsumentinnen und Konsumenten in Asien weiterhin sehr gefragt war.

Im Oktober begann ein neues Kapitel in der Geschichte von PUMA, als ANTA Sports unser größter Aktionär wurde. Wir sehen das als einen starken Vertrauensbeweis für unsere Strategie, unser Managementteam und unsere Zukunft. Wir freuen uns darauf, gemeinsam eine erfolgreiche Partnerschaft aufzubauen.

Darüber hinaus haben wir wichtige Fortschritte bei unserem neuen Brand Purpose erzielt, der auf unserer Überzeugung basiert, dass Sport die größte Kraft der Welt ist. Ab dem kommenden Jahr wird dieser Brand Purpose unseren Fokus weiter schärfen und die Art und Weise stärken, wie wir auf Konsumentinnen und Konsumenten auf der ganzen Welt zugehen. Gemeinsam mit den Maßnahmen, die wir im gesamten Unternehmen umsetzen, unterstützt das unseren Anspruch, aufs Podest zu kommen und eine der drei führenden Sportmarken weltweit zu werden.

Mit einem verbleibenden Quartal in diesem Jahr haben wir unsere EBIT-Prognose für das Geschäftsjahr 2026 präzisiert und unseren Ausblick für die Investitionen (CAPEX) auf Grundlage unserer aktuellen Einschätzung der Geschäftsentwicklung und des Marktumfelds angepasst.“

Umsatzrückgang in Q3 2026 aufgrund von Reset-Maßnahmen und schwächerer Konsumentennachfrage

Im dritten Quartal gingen die **währungsbereinigten Umsätze** um 6,3% auf € 1.776,2 Millionen zurück (Q3 2025: € 1.870,1 Millionen). Auf berichteter Basis sanken die Umsätze um 5,0%, was einen positiven Währungseffekt von rund 130 Basispunkten widerspiegelt, der hauptsächlich auf den US-Dollar, den mexikanischen Peso, den chinesischen Yuan und den argentinischen Peso zurückzuführen war. Der Umsatzrückgang resultierte vor allem aus den im dritten Quartal 2025 eingeleiteten Reset-Maßnahmen sowie den anhaltenden Auswirkungen des Nahostkonflikts auf die Konsumentennachfrage, die sich insbesondere in den Regionen EMEA und in Nordamerika zeigten.

In den **Vertriebskanälen** gingen die Umsätze im **Großhandelsgeschäft** im vergangenen Quartal währungsbereinigt um 9,6% auf € 1.187,9 Millionen zurück (Q3 2025: € 1.300,1 Millionen). Das war hauptsächlich auf die bewusste Reduzierung von Umsätzen in Vertriebskanälen, die der Marke langfristig nicht zuträglich sind, sowie auf eine schwächere Nachfrage von Handelspartnern in EMEA und Amerika zurückzuführen. Gleichzeitig wuchs das Großhandelsgeschäft in der Region Asien/Pazifik (APAC). Das **Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC)** von PUMA wuchs währungsbereinigt um 1,2% auf € 588,3 Millionen (Q3 2025: € 570,0 Millionen). Das E-Commerce-Geschäft wuchs währungsbereinigt um 7,8% und konnte damit den Rückgang von 2,3% bei den eigenen Retail-Stores mehr als ausgleichen. Die E-Commerce-Umsätze wuchsen trotz geringerer Verkaufsförderungsmaßnahmen. Treiber waren das starke Wachstum bei Running und HYROX in allen Regionen, die Nachfrage nach Fußballprodukten in Europa und der Ausbau von Marktplätzen in APAC.
Der Umsatzrückgang in den eigenen Retail-Stores entfiel vor allem auf Nordamerika und war insbesondere durch eine geringere Kundenfrequenz bedingt. Der DTC-Anteil am Gesamtumsatz von PUMA stieg im dritten Quartal 2026 von 30,5% im Vorjahresquartal auf 33,1%.

Nach **Regionen** betrachtet sanken die Umsätze in **EMEA** im dritten Quartal währungsbereinigt um 11,5% und in der Berichtswährung Euro um 12,0% auf € 801,2 Millionen (Q3 2025: € 910,6 Millionen). Während das DTC-Geschäft von PUMA in EMEA leicht zulegte, ging das Großhandelsgeschäft zurück. Hauptgründe waren die bewusste Reduzierung von Umsätzen

in Vertriebskanälen, die der Marke langfristig nicht zuträglich sind, sowie eine verhaltene Nachfrage in Europa infolge der anhaltenden Auswirkungen des Nahostkonflikts.
In der Region **Amerika** gingen die Umsätze währungsbereinigt um 8,1% auf € 580,4 Millionen zurück (Q3 2025: € 592,5 Millionen). Die Umsätze in **Nordamerika** sanken währungsbereinigt um 17,2%, hauptsächlich aufgrund einer schwächeren Konsumentennachfrage sowie der bewussten Reduzierung von Umsätzen in Vertriebskanälen, die der Marke langfristig nicht zuträglich sind. In **Lateinamerika** stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 1,4%. Dazu trugen eine resiliente Nachfrage in wichtigen Märkten der Region sowie die teilweise Erholung in Mexiko bei. Dort hatten vorübergehende operative Schwierigkeiten bei der Umsetzung strategischer Initiativen im zweiten Quartal 2026 die Umsatzentwicklung belastet.
In **Asien/Pazifik** wuchsen die Umsätze währungsbereinigt um 10,0% auf € 394,6 Millionen (Q3 2025: € 367,1 Millionen). Dazu trug die weiterhin starke Nachfrage nach Low-Profile-Sneakern bei, insbesondere nach Speedcat-Modellen.
In **Großchina** stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 3,5%, angetrieben vom regionalen DTC-Geschäft von PUMA. Der Ausbau von Marktplätzen und Social-Commerce-Kanälen, insbesondere auf Dewu und TikTok, sowie neue Produkteinführungen sorgten für höhere E-Commerce-Umsätze. Dem stand ein schwächeres Großhandelsgeschäft gegenüber: Nach der Ankündigung der geplanten Beteiligung von ANTA Sports an PUMA fiel die Nachfrage von Handelspartnern in China zurückhaltender aus.
Im **übrigen Asien/Pazifik** wuchsen die Umsätze währungsbereinigt um 13,0%. Treiber waren ein starkes Großhandelsgeschäft in der gesamten Region, die anhaltende Dynamik im Low-Profile-Segment und das Wachstum von HYROX.

Nach **Produktbereichen** betrachtet sanken die Umsätze im Segment **Schuhe** im dritten Quartal 2026 währungsbereinigt um 5,1% auf € 1.010,9 Millionen (Q3 2025: € 1.045,8 Millionen). Hauptursache war die schwächere Entwicklung bei Core, Fußball und ausgewählten Sportstyle-Franchises. Die anhaltende Dynamik bei Low-Profile-Modellen und das starke Wachstum im Running-Bereich, unterstützt durch die NITRO™-Technologie von PUMA, glichen den Rückgang teilweise aus.
Die Umsätze im Bereich **Textilien** sanken währungsbereinigt um 9,4% auf € 557,1 Millionen (Q3 2025: € 611,7 Millionen), vor allem aufgrund einer schwächeren Nachfrage bei Core und Kids. Fußball, Training und Motorsport legten hingegen zu. Training profitierte insbesondere vom starken Umsatzwachstum bei HYROX-Produkten.

Die Umsätze im Bereich **Accessoires** sanken währungsbereinigt um 3,2% auf € 208,1 Millionen (Q3 2025: € 212,7 Millionen). Hauptgrund war ein Umsatzrückgang bei Golfprodukten.

Rohertragsmarge steigt deutlich, OPEX-Anstieg belastet das EBIT

Die **Rohertragsmarge** stieg um rund 420 Basispunkte auf 49,5% (Q3 2025: 45,4%). Dazu trugen niedrigere Beschaffungskosten bei, darunter Effekte aus Zollrückerstattungen von € 29,8 Millionen, die rund 170 Basispunkte des Margenanstiegs ausmachten. Ein vorteilhafter Vertriebskanalmix, positive Währungseffekte und niedrigere Frachtkosten unterstützten die Entwicklung ebenfalls. Ein negativer Produktmix wirkte sich gegenläufig aus.

Die **Lizenz- und Provisionserträge** gingen um 3,0% auf € 20,5 Millionen zurück (Q3 2025: € 21,2 Millionen). Dies war hauptsächlich auf niedrigere Lizenzerträge in den USA zurückzuführen, die nur teilweise durch neue Lizenzvereinbarungen in anderen Märkten ausgeglichen wurden.

Die um Einmaleffekte bereinigten **operativen Erträge und Aufwendungen (OPEX)** stiegen um 6,7% auf € -900,0 Millionen (Q3 2025: € -843,4 Millionen). Höhere Aufwendungen für das wachsende DTC-Geschäft von PUMA, Marketing und sonstige allgemeine Verwaltungsaufwendungen (sonstige G&A) sowie unvorteilhafte Währungseffekte überstiegen die Einsparungen aus dem Kosteneffizienzprogramm. Der Anstieg der sonstigen G&A ging hauptsächlich auf höhere IT-Aufwendungen zurück, da bestimmte IT-Kosten als OPEX statt als CAPEX erfasst wurden. Die höheren operativen Aufwendungen und der niedrigere Umsatz ließen die um Einmaleffekte bereinigte OPEX-Quote im dritten Quartal 2026 auf 50,7% steigen (Q3 2025: 45,1%).

Das **bereinigte EBIT** vor Einmaleffekten sank auf € 0,4 Millionen (Q3 2025: € 26,3 Millionen). Die deutlich höhere Rohertragsmarge konnte die Belastungen durch niedrigere Umsätze und höhere operative Aufwendungen nicht vollständig ausgleichen. **Einmaleffekte** von € -11,7 Millionen (Q3 2025: € -10,1 Millionen) entfielen hauptsächlich auf Personalaufwendungen und Beratungskosten im Rahmen des Kosteneffizienzprogramms. Damit sank das **EBIT** von € 16,2

Millionen im dritten Quartal 2025 auf € -11,4 Millionen im dritten Quartal 2026. Die EBIT-Marge betrug -0,6% (Q3 2025: 0,9%).

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich im dritten Quartal auf € -28,6 Millionen (Q3 2025: € -41,1 Millionen), vor allem durch Währungs- und Sicherungsgeschäfte. Die Zinsaufwendungen stiegen gegenüber dem Vorjahr leicht; höhere Zinserträge glichen diesen Anstieg teilweise aus.

Die **Ertragsteuern** betrugen € -14,9 Millionen. Hauptgrund waren Verluste in bestimmten Märkten, für die keine entsprechenden Steueransprüche angesetzt wurden. Im Vorjahreszeitraum lagen die Ertragsteuern bei € -37,6 Millionen, wesentlich geprägt durch Wertberichtigungen auf aktive latente Steuern.

Der **Verlust aus fortgeführten Geschäftsbereichen** betrug € -54,9 Millionen (Q3 2025: € -62,4 Millionen). Das **Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen** lag bei € -0,37 (Q3 2025: € -0,42).

Working Capital sinkt infolge eines geringeren Beschaffungs- und Absatzvolumens

Das **Working Capital** sank um 24,4% auf € 1.454,9 Millionen (30. September 2025: € 1.924,6 Millionen). Die **Vorräte** gingen auf berichteter Basis um 24,3% und währungsbereinigt um 25,5% auf € 1.608,9 Millionen zurück (30. September 2025: € 2.124,1 Millionen), vor allem aufgrund eines geringeren Beschaffungsvolumens. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** sanken um 11,8% auf € 1.094,5 Millionen (30. September 2025: € 1.241,2 Millionen), hauptsächlich infolge niedrigerer Umsätze. Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** gingen ebenfalls aufgrund eines geringeren Beschaffungsvolumens um 17,0% auf € 1.054,7 Millionen zurück (30. September 2025: € 1.270,6 Millionen).

Verbessertes Working Capital treibt starken Freien Cashflow

Der **Freie Cashflow** erreichte € 92,0 Millionen und lag damit deutlich über dem Vorjahresniveau (Q3 2025: € -43,0 Millionen). Dazu trugen vor allem ein deutlich verbessertes Working Capital, geringere Steuerzahlungen und niedrigere **Investitionen (CAPEX)** von € 29,9

Millionen bei (Q3 2025: € 45,1 Millionen). Die niedrigeren Investitionen zeigen, dass PUMA seine Mittel gezielter einsetzt, insbesondere im Direct-to-Consumer-Geschäft und in der digitalen Infrastruktur.

Nettoverschuldung gesunken; ausreichender finanzieller Handlungsspielraum

Zum 30. September 2026 betrugen die **flüssigen Mittel** € 352,9 Millionen (30. September 2025: € 265,0 Millionen). PUMA verfügte zudem über **Kreditlinien** von € 2.258,2 Millionen (30. September 2025: € 1.970,0 Millionen). Davon waren € 827,0 Millionen ungenutzt (Ende des dritten Quartals 2025: € 513,2 Millionen). Zusammen mit den flüssigen Mitteln boten sie einen finanziellen Handlungsspielraum von € 1.179,9 Millionen für Investitionen in strategische Prioritäten und die Finanzierung des Working-Capital-Bedarfs.

Im dritten Quartal 2026 begann PUMA, den Brückenkredit von € 350 Millionen zu refinanzieren, um die Finanzierungsstruktur weiter zu optimieren. Nach Quartalsende wurden davon € 100 Millionen erfolgreich durch ein bilaterales Darlehen der in Singapur ansässigen DBS Bank refinanziert.

Die **Nettoverschuldung** sank von € 1.205,2 Millionen Ende September 2025 auf € 1.078,3 Millionen Ende September 2026. Hauptgrund war die positive Entwicklung des Freien Cashflows.

ANTA Sports wird größter Aktionär von PUMA

Der Einstieg von ANTA Sports als größtem Einzelaktionär im Oktober eröffnet ein neues Kapitel in der Geschichte von PUMA. PUMA wertet dies als großen Vertrauensbeweis für seine strategischen Prioritäten und sein langfristiges Potenzial und freut sich darauf, gemeinsam mit ANTA Sports Möglichkeiten zu erschließen, nachhaltigen Wert zu schaffen.

Am 21. Oktober wurden Dennis Tao und Jeanne Huang als Nachfolger von Héloïse Temple-Boyer und Jean-Marc Duplaix in den Aufsichtsrat von PUMA berufen. Dennis Tao wurde zum Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt. Roland Krüger übernahm den stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitz und den Vorsitz des Prüfungsausschusses.

Arne Arens wird Chief Commercial Officer von PUMA

PUMA hat sein Führungsteam gestärkt und Arne Arens mit Wirkung zum 15. November 2026 zum Chief Commercial Officer (CCO) und Vorstandsmitglied ernannt. Er wird die globale Vertriebsorganisation und die Marktplatzstrategie von PUMA verantworten. Arne Arens verfügt über mehr als 25 Jahre internationale Führungserfahrung, unter anderem in leitenden Positionen bei Nike, The North Face und Boardriders.

Ausblick 2026 aktualisiert: EBIT-Bandbreite eingegrenzt, CAPEX-Prognose angepasst

Vor dem letzten Quartal des Geschäftsjahres 2026 hat PUMA seinen Gesamtjahresausblick auf Basis der aktuellen Einschätzung der Geschäftsentwicklung und des Marktumfelds aktualisiert. Das Unternehmen bestätigt die Umsatzprognose, grenzt die erwartete EBIT-Bandbreite ein und passt die Prognose für die Investitionen (CAPEX) an.

Der erwartete **währungsbereinigte Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich** geht vor allem auf niedrigere Umsätze in Nordamerika und EMEA zurück. Gründe sind die Maßnahmen zur Optimierung der Distribution und das verhaltene Konsumumfeld. Das Umsatzwachstum in Lateinamerika und Asien/Pazifik kann diese Rückgänge nur teilweise ausgleichen.

Für das Gesamtjahr rechnet PUMA mit einem **operativen Ergebnis (EBIT) zwischen € -80 Millionen und € -130 Millionen** (zuvor: zwischen € -50 Millionen und € -150 Millionen). Darin enthalten sind Einmaleffekte aus dem umgesetzten Kosteneffizienzprogramm.

Die **Investitionen (CAPEX) werden im Geschäftsjahr 2026 voraussichtlich unter € 150 Millionen liegen** (zuvor: rund € 200 Millionen). Schwerpunkte sind die digitale Infrastruktur, die DTC-Kanäle und wichtige Initiativen zur Stärkung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit von PUMA. Die angepasste CAPEX-Prognose berücksichtigt eine gezieltere Mittelverteilung sowie die Erfassung bestimmter IT-Investitionen als operative Aufwendungen (OPEX) statt als Investitionen (CAPEX).

UMSATZERLÖSE

€ Mio.	Q3 2026	Q3 2025*	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	**1.776,2**	**1.870,1**	**-5,0%**	**-6,3%**
Umsatz nach Regionen (Kundenstandort)				
EMEA	801,2	910,6	-12,0%	-11,5%
Amerika	580,4	592,5	-2,0%	-8,1%
Asien/Pazifik	394,6	367,1	7,5%	10,0%
Umsatz nach Produktbereichen				
Schuhe	1.010,9	1.045,8	-3,3%	-5,1%
Textilien	557,1	611,7	-8,9%	-9,4%
Accessoires	208,1	212,7	-2,1%	-3,2%
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Großhandelsgeschäft	1.187,9	1.300,1	-8,6%	-9,6%
Direct-to-Consumer (DTC)	588,3	570,0	3,2%	1,2%

* Vorjahreszahlen angepasst im Zusammenhang mit dem aufgegebenen Geschäftsbereich

€ Mio.	1-9/2026	1-9/2025*	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	**5.330,6**	**5.731,2**	**-7,0%**	**-5,6%**
Umsatz nach Regionen (Kundenstandort)				
EMEA	2.249,8	2.574,0	-12,6%	-11,6%
Amerika	1.836,4	1.969,1	-6,7%	-6,2%
Asien/Pazifik	1.244,3	1.188,1	4,7%	8,8%
Umsatz nach Produktbereichen				
Schuhe	3.036,2	3.292,9	-7,8%	-6,3%
Textilien	1.655,5	1.759,7	-5,9%	-4,5%
Accessoires	638,9	678,6	-5,9%	-5,0%
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Großhandelsgeschäft	3.618,4	4.013,6	-9,8%	-8,7%
Direct-to-Consumer (DTC)	1.712,2	1.717,6	-0,3%	1,7%

* Vorjahreszahlen angepasst im Zusammenhang mit dem aufgegebenen Geschäftsbereich

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

	Q3 2026	Q3 2025*		1-9/2026	1-9/2025*	
	€ Mio.	€ Mio.	+/-%	€ Mio.	€ Mio.	+/-%
Umsatzerlöse	**1.776,2**	**1.870,1**	**-5,0%**	**5.330,6**	**5.731,2**	**-7,0%**
Umsatzkosten	-896,3	-1.021,6	-12,3%	-2.749,5	-3.080,2	-10,7%
Rohertrag	**879,9**	**848,5**	**3,7%**	**2.581,1**	**2.651,0**	**-2,6%**
Lizenz- und Provisionserträge	20,5	21,2	-3,0%	62,9	62,5	0,6%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen (bereinigt)**	-900,0	-843,4	6,7%	-2.621,1	-2.650,3	-1,1%
Bereinigtes operatives Ergebnis (bereinigtes EBIT)**	**0,4**	**26,3**	**-98,6%**	**22,9**	**63,2**	**-63,8%**
Einmaleffekte	-11,7	-10,1	16,1%	-35,5	-112,7	-68,5%
Operatives Ergebnis (EBIT)	**-11,4**	**16,2**	**< -100%**	**-12,6**	**-49,5**	**-74,5%**
Finanzergebnis	-28,6	-41,1	-30,3%	-64,5	-123,3	-47,7%
Verlust vor Steuern (EBT)	**-40,0**	**-24,9**	**60,8%**	**-77,1**	**-172,8**	**-55,4%**
Ertragsteuern	-14,9	-37,6	-60,2%	-24,1	-135,7	-82,2%
- Steuerquote	-37,3%	< -100 %		-31,3%	-78,5%	
Verlust aus fortgeführten Geschäftsbereichen	**-54,9**	**-62,4**	**-12,0%**	**-101,2**	**-308,5**	**-67,2%**
Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	**0,0**	**10,2**	**-100,0%**	**0,0**	**28,6**	**-100,0%**
Nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnende Ergebnisse	0,0	-10,0	-100,0%	0,0	-29,0	-100,0%
Konzernergebnis	**-54,9**	**-62,3**	**-11,9%**	**-101,2**	**-308,9**	**-67,2%**
Gewichtete durchschn. im Umlauf befindlichen Aktien (Mio. Stück)	147,24	147,47	-0,2%	147,24	147,47	-0,2%
Gewichtete durchschn. im Umlauf befindlichen Aktien, verwässert (Mio. Stück)	147,43	147,56	-0,1%	147,43	147,56	-0,1%
Ergebnis je Aktie						
Ergebnis je Aktie (€)	-0,37	-0,42	-11,7%	-0,69	-2,09	-67,2%
Ergebnis je Aktie, verwässert (€)	-0,37	-0,42	-11,8%	-0,69	-2,09	-67,2%
Ergebnis je Aktie - fortgeführte Geschäftsbereiche						
Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen (€)	-0,37	-0,42	-11,9%	-0,69	-2,10	-67,2%
Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen, verwässert (€)	-0,37	-0,42	-11,9%	-0,69	-2,10	-67,2%

* Vorjahreszahlen angepasst im Zusammenhang mit dem aufgegebenen Geschäftsbereich
** bereinigt um Einmaleffekte

KONZERNBILANZ

	30.09.2026	30.09.2025		31.12.2025
	€ Mio.	€ Mio.	+/-%	€ Mio.
Aktiva				
Flüssige Mittel	352,9	265,0	33,2%	290,0
Vorräte*	1.608,9	2.124,1	-24,3%	2.060,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen*	1.094,5	1.241,2	-11,8%	913,4
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte*	439,1	537,6	-18,3%	456,1
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	85,9	52,7	62,9%	50,8
Kurzfristige Vermögenswerte	**3.581,3**	**4.220,7**	**-15,1%**	**3.770,3**
Latente Steueransprüche	241,2	220,8	9,2%	211,0
Nutzungsrechte	1.039,0	1.139,2	-8,8%	1.103,8
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1.333,7	1.367,9	-2,5%	1.369,5
Langfristige Vermögenswerte	**2.614,0**	**2.727,9**	**-4,2%**	**2.684,3**
Summe Aktiva	**6.195,2**	**6.948,6**	**-10,8%**	**6.454,6**
Passiva				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	886,9	1.110,3	-20,1%	929,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen*	1.054,7	1.270,6	-17,0%	1.271,4
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	214,6	216,0	-0,6%	217,6
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten*/**	632,9	707,7	-10,6%	621,5
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	52,9	130,4	-59,4 %	156,9
Kurzfristige Verbindlichkeiten	**2.842,0**	**3.435,1**	**-17,3%**	**3.196,8**
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	544,3	359,9	51,3%	424,2
Latente Steuerschulden	8,8	7,0	25,8%	5,2
Pensionsrückstellungen	25,0	24,5	1,9%	25,6
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	965,7	1.027,1	-6,0%	1.011,2
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten**	29,3	31,4	-6,6%	30,7
Langfristige Verbindlichkeiten	**1.573,2**	**1.449,9**	**8,5%**	**1.496,9**
Eigenkapital	**1.780,1**	**2.063,6**	**-13,7%**	**1.760,9**
Summe Passiva	**6.195,2**	**6.948,6**	**-10,8%**	**6.454,6**
Working Capital	**1.454,9**	**1.924,6**	**-24,4%**	**1.536,6**

* im Working Capital enthalten
** beinhaltet auch die sonstigen kurz- und langfristigen Rückstellungen

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

Anmerkungen:

- 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 1. November 2025 in Kraft. Infolge dieser Änderung wird PUMA United in der Finanzberichterstattung von PUMA ab November 2025 als aufgegebener Geschäftsbereich klassifiziert. Dementsprechend wurden die in dieser Pressemitteilung verwendeten Zahlen der Gewinn- und Verlustrechnung für 2025 angepasst.
- Rundungsunterschiede können bei Prozent- und Zahlenwerten in Millionen Euro auftreten, da die zugrundeliegenden Berechnungen auf Tausend Euro basieren.
- 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 und verkauft. PUMA wurde 1948 gegründet und verhilft den besten Athlet*innen und Teams der Welt mit innovativen Produkten zu Höchstleistungen. Das Unternehmen, das für sein Logo mit der ikonischen Katze und den Formstrip bekannt ist, bietet Performance-Produkte in Kategorien wie Fußball, Running und Training an. Die Sportstyle-Kollektionen des Unternehmens haben ihre Wurzeln im Sport und begeistern Konsument*innen durch eine starke Verbindung zur Kultur des Sports. Mit seiner langen Geschichte und seinem starken Erbe ist PUMA stolz auf eines der umfangreichsten Archive der Branche, das viele ikonische Produkte wie den Suede und den Speedcat umfasst. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra Golf und stichd. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und hat rund 20.000 Mitarbeitende. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: https://about.puma.com.