



### **PUMA erzielt im ersten Quartal starkes Umsatz- und Profitabilitätswachstum trotz Lockdown-Maßnahmen und Lieferengpässen**

Herzogenaurach, 28. April 2021

#### **Geschäftsentwicklung im ersten Quartal 2021**

- Umsätze steigen währungsbereinigt um 25,8% auf € 1.549 Millionen (+19,2% in der Berichtswährung Euro)
- Rohertragsmarge verbessert sich auf 48,5% (Q1 2020: 47,6%)
- Operative Aufwendungen (OPEX) steigen nur um 8,6%
- Operatives Ergebnis (EBIT) verbessert sich um 116,7% auf € 154 Millionen (Q1 2020: € 71 Millionen)
- Konzernergebnis verbessert sich von € 36 Millionen in Q1 2020 auf € 109 Millionen in Q1 2021
- PUMA stellt die Kommunikationsplattform SHE MOVES US für Frauen vor
- PUMA startet Markenkampagne ONLY SEE GREAT für mehr Optimismus und Selbstvertrauen
- Neymar Jr. und PUMA bringen eine Creativity-Kollektion auf den Markt, die neben dem Fußballschuh FUTURE Z 1.1 auch Shorts, Trainingszubehör und Bekleidung abseits des Spielfelds umfasst
- PUMA bringt die neue Lauftechnologie NITRO auf den Markt
- PUMA stellt die neue RE:GEN-Kollektion vor, die Überreste aus der Textilindustrie zu neuen Produkten aufbereitet
- PUMAs neues Multi-Channel-Vertriebszentrum in Geiselwind nimmt den Betrieb auf

**Bjørn Gulden, Chief Executive Officer PUMA SE:**

"Wie erwartet, war Q1 ein sehr starkes Quartal für PUMA. Trotz zahlreicher COVID-19-Restriktionen und Problemen in der Lieferkette aufgrund von Containerknappheit und Hafenerüberlastung haben wir ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum von 26% auf € 1.549 Millionen und einen EBIT-Anstieg von 117% auf € 154 Millionen verzeichnet. Wir erzielten in allen Regionen und Produktbereichen ein zweistelliges Wachstum und sehen weiterhin eine starke weltweite Nachfrage nach unseren Produkten, sowohl von Verbrauchern als auch von unseren Handelspartnern.

Trotz der Ungewissheit über die Dauer und die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie, anhaltender Kapazitätsprobleme und Kostensteigerungen im globalen Frachtverkehr sowie einer angespannten politischen Situation zwischen wichtigen Regionen, die sich negativ auf unsere Branche auswirken könnte, sind wir zuversichtlich, dass 2021 ein besseres Jahr als 2020 werden wird. Wir glauben, dass wir für das Gesamtjahr ein Umsatzwachstum im mittleren Zehnerprozentbereich erreichen und eine deutlich bessere Rentabilität als im letzten Jahr erzielen werden.

2021 wird leider wieder ein Jahr mit vielen Unsicherheiten sein, die ein effizientes Arbeiten und eine genaue Planung erschweren werden. Unser Ziel ist es weiterhin, das Unternehmen kurzfristig so gut wie möglich durch diese schwierige Zeit zu führen, ohne das mittelfristige Momentum von PUMA zu beeinträchtigen. Wir werden weiterhin in Produktentwicklung und Marketing investieren, unsere Beziehungen zu unseren Handelspartnern stärken und alles tun, um unsere Konsumenten zufrieden zu stellen.

Die COVID-19-Pandemie wird unsere Branche wahrscheinlich noch im gesamten Jahresverlauf beeinflussen, jedoch sind wir sehr zuversichtlich für die mittelfristige Zukunft von PUMA und unserer Branche."

## Umsatzentwicklung:

Umsatz nach Regionen und Produktbereichen		Q1		Wachstumsraten	
€ Mio.	2021	2020	Euro	währungs- bereinigt	
<b>Aufgliederung nach Regionen</b>					
EMEA	572,4	518,2	10,5%	14,0%	
Amerika	533,9	426,6	25,2%	38,5%	
Asien/Pazifik	442,4	355,0	24,6%	28,8%	
<b>Gesamt</b>	<b>1.548,8</b>	<b>1.299,8</b>	<b>19,2%</b>	<b>25,8%</b>	
<b>Aufgliederung nach Produktbereichen</b>					
Schuhe	773,8	648,4	19,3%	27,0%	
Textilien	532,0	439,3	21,1%	27,2%	
Accessoires	243,0	212,1	14,6%	19,4%	
<b>Gesamt</b>	<b>1.548,8</b>	<b>1.299,8</b>	<b>19,2%</b>	<b>25,8%</b>	

### Erstes Quartal 2021

Die **Umsätze** stiegen währungsbereinigt um 25,8% auf € 1.548,8 Millionen (+19,2% in der Berichtswährung Euro) trotz COVID-19-bedingter Lockdown-Maßnahmen und Lieferengpässen aufgrund von Hafenüberlastungen, insbesondere in Nordamerika. Alle Regionen und Produktbereiche trugen mit zweistelligen währungsbereinigten Wachstumsraten zum Umsatzanstieg bei. Amerika wuchs währungsbereinigt um 38,5%, angetrieben von Nordamerika, Asien/Pazifik stieg währungsbereinigt um 28,8%, angeführt vom Großraum China, und EMEA legte trotz der Lockdown-Maßnahmen in Europa währungsbereinigt um 14,0% zu. Das Wachstum wurde maßgeblich von Schuhen (währungsbereinigt +27,0%) und Textilien (währungsbereinigt +27,2%) getragen, ausgehend von einer starken Nachfrage nach unseren Kategorien Running and Training sowie Sportstyle. Accessoires wuchsen währungsbereinigt um 19,4%, wobei der Golfsport sowie das Legwear- und Bodywear-Geschäft die Haupttreiber waren.

PUMAs **Großhandelsgeschäft** stieg währungsbereinigt um 24,3% auf € 1.202,0 Millionen, trotz der durch den Lockdown bedingten Ladenschließungen in mehreren Märkten und der Lieferengpässe in Nordamerika. Das **Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC)**, das sowohl eigene Einzelhandelsgeschäfte als auch den Bereich E-Commerce umfasst, stieg

währungsbereinigt um 31,3% auf € 346,8 Millionen, vor allem aufgrund eines starken Wachstums im E-Commerce von 74,9% (währungsbereinigt).

Die **Rohhertragsmarge** verbesserte sich im ersten Quartal trotz negativer Währungseffekte um 90 Basispunkte auf 48,5%. Die Verbesserung wurde durch einen besseren Abverkauf unserer Produkte und geringere Verkaufsförderungsmaßnahmen erzielt.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)** stiegen aufgrund höherer umsatzabhängiger Kosten und höherer Kosten für Lagerhaltung und Logistik, die hauptsächlich durch den starken Anstieg des E-Commerce-Geschäfts verursacht wurden, sowie höherer Marketinginvestitionen um 8,6% auf € 601,1 Millionen.

Das **operative Ergebnis (EBIT)** stieg im ersten Quartal aufgrund des starken Umsatzwachstums, der höheren Rohhertragsmarge und der fortgesetzten Kostenkontrolle deutlich auf € 154,3 Millionen (Q1 2020: € 71,2 Millionen). Dies führte zu einer Verbesserung der EBIT-Marge auf 10,0% im ersten Quartal 2021 (Q1 2020: 5,5%).

Das **Konzernergebnis** erhöhte sich deutlich von € 36,2 Millionen auf € 109,2 Millionen und das **Ergebnis je Aktie** stieg von € 0,24 im ersten Quartal 2020 auf € 0,73 im ersten Quartal 2021.

## Working Capital

Wir konnten unser **Working Capital** um 6,2% von € 788,7 Millionen im Vorjahr auf € 740,2 Millionen zum 31. März 2021 reduzieren. Die **Vorräte** stiegen um 8,3% von € 1.129,9 Millionen auf € 1.224,0 Millionen. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** erhöhten sich aufgrund des starken Umsatzwachstums im März um 36,5% von € 672,0 Millionen auf € 917,5 Millionen. Auf der Passivseite stiegen die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** aufgrund der mit unseren Lieferanten vereinbarten verlängerten Zahlungsziele um 42,1% von € 742,3 Millionen auf € 1.054,9 Millionen.

## Ausblick 2021

Das Jahr 2021 begann mit einem weltweiten Allzeithoch an COVID-19-Fällen und anhaltenden Einschränkungen für unsere Geschäftstätigkeit in zahlreichen Märkten. Ende April 2021 sind immer noch etwa 30% der Einzelhandelsgeschäfte, die unsere Produkte in Europa und Lateinamerika verkaufen, aufgrund von Lockdown-Maßnahmen geschlossen, und die restlichen 70% sind überwiegend mit erheblichen Einschränkungen in Betrieb. Da die weltweiten COVID-19-Fälle weiterhin stark ansteigen, sehen wir auch in anderen Teilen der Welt wie Indien, Kanada und Türkei neue Einschränkungen und Schließungen der Einzelhandelsgeschäfte. Infolgedessen rechnen wir für das Jahr 2021 mit einem anhaltend negativen Einfluss der COVID-19-Pandemie auf unser Geschäft. Darüber hinaus führen Lieferengpässe aufgrund von Containerknappheit und Hafenerüberlastung, insbesondere in Nordamerika sowie die jüngsten politischen Spannungen in wichtigen Märkten zu einer erhöhten Unsicherheit in unserer Branche.

Trotz all dieser Unwägbarkeiten ist unser Umsatz im ersten Quartal 2021 währungsbereinigt um 25,8% und unser EBIT um 116,7% gestiegen, was die Relevanz und Dynamik unserer Marke auch in einem schwierigen Marktumfeld unterstreicht. Angesichts eines starken ersten Quartals sind wir nun in der Lage, unseren ursprünglichen Ausblick von "zumindest einem moderaten währungsbereinigten Anstieg der Umsätze mit Aufwärtspotenzial" auf ein "währungsbereinigtes Umsatzwachstum im mittleren Zehnerprozentbereich" für das Gesamtjahr 2021 weiter zu präzisieren. Unser Ausblick sowohl für das operative Ergebnis als auch für das Konzernergebnis hat sich nicht verändert, und wir gehen trotz der weltweiten Unsicherheiten aufgrund der COVID-19-Pandemie weiterhin von einer deutlichen Verbesserung gegenüber dem Jahr 2020 aus. Wir geben keinen detaillierten Ausblick auf unsere Rohertragsmarge und unsere Kostenquote, da deren Entwicklung hauptsächlich von der Dauer und Entwicklung der COVID-19-Pandemie sowie dem Zeitpunkt und den negativen Auswirkungen entsprechender Einschränkungen auf unseren Umsatz abhängen wird.

Wir werden die negativen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie weiterhin so gut wie möglich meistern und sind davon überzeugt, dass PUMA gestärkt aus dieser Krise hervorgehen wird. Unser starkes und profitables Wachstum im ersten Quartal, ein sehr positiver Auftragsbestand und eine starke Produktpipeline für den Rest des Jahres sowie sehr

gutes Feedback von Handelspartnern und Konsumenten stimmen uns zuversichtlich für den mittelfristigen Erfolg und das Wachstum von PUMA.

Gewinn- und Verlustrechnung	Q1/2021 € Mio.	Q1/2020 € Mio.	Abwei- chung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.548,8</b>	<b>1.299,8</b>	19,2%
Umsatzkosten	-797,9	-681,2	17,1%
<b>Rohertrag</b>	<b>750,9</b>	<b>618,5</b>	21,4%
- in % der konsolidierten Umsätze	48,5%	47,6%	
Lizenz- und Provisionserträge	4,5	6,0	-24,7%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-601,1	-553,3	8,6%
<b>Operatives Ergebnis (EBIT)</b>	<b>154,3</b>	<b>71,2</b>	116,7%
- in % der konsolidierten Umsätze	10,0%	5,5%	
Finanzergebnis	0,5	-15,6	-103,0%
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>154,8</b>	<b>55,6</b>	178,3%
- in % der konsolidierten Umsätze	10,0%	4,3%	
Ertragsteuern	-39,5	-14,5	172,9%
- Steuerquote	25,5%	26,0%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Ergebnisse	-6,1	-4,9	23,8%
<b>Konzernergebnis</b>	<b>109,2</b>	<b>36,2</b>	201,5%
<b>Ergebnis je Aktie (€)</b>	<b>0,73</b>	<b>0,24</b>	201,5%
<b>Ergebnis je Aktie (€) - verwässert</b>	<b>0,73</b>	<b>0,24</b>	201,5%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)	149,58	149,55	0,0%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)	149,58	149,55	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.

<b>Bilanz</b>	<b>31.03.'21</b>	<b>31.03.'20</b>	<b>Abwei-</b>
	<b>€ Mio.</b>	<b>€ Mio.</b>	<b>chung</b>
<b>AKTIVA</b>			
Flüssige Mittel	702,1	555,5	26,4%
Vorräte	1.224,0	1.129,9	8,3%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	917,5	672,0	36,5%
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital)	193,1	207,0	-6,7%
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	42,1	110,7	-62,0%
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>3.078,9</b>	<b>2.675,2</b>	15,1%
Latente Steuern	274,9	250,4	9,8%
Nutzungsrechte an Vermögenswerten	882,3	709,8	24,3%
Sonstige langfristige Vermögenswerte	944,7	935,1	1,0%
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>2.102,0</b>	<b>1.895,4</b>	10,9%
<b>Summe Aktiva</b>	<b>5.180,9</b>	<b>4.570,6</b>	13,4%
<b>PASSIVA</b>			
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	114,7	268,9	-57,4%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.054,9	742,3	42,1%
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital)	539,6	477,9	12,9%
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	155,6	149,6	4,0%
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	68,3	18,1	276,4%
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>1.933,1</b>	<b>1.656,9</b>	16,7%
Latente Steuern	41,5	59,9	-30,7%
Pensionsrückstellungen	39,2	33,8	16,1%
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	783,1	599,9	30,5%
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	425,4	262,7	61,9%
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>1.289,2</b>	<b>956,4</b>	34,8%
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.958,6</b>	<b>1.957,4</b>	0,1%
<b>Summe Passiva</b>	<b>5.180,9</b>	<b>4.570,6</b>	13,4%

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

### Finanzkalender:

05. Mai 2021	Hauptversammlung
29. Juli 2021	Zwischenbericht Q2 2021
27. Oktober 2021	Quartalsmitteilung Q3 2021

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

### Pressekontakt:

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

### Investor Relations:

Gottfried Hoppe – Teamhead Investor Relations & Finance Strategy - PUMA SE - +49 9132 81 3157 –  
investor-relations@puma.com

### Hinweise an die Redaktionen:

- Die Finanzberichte finden Sie online auf [about.puma.com](http://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 70 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 und beschäftigt weltweit mehr als 13.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <http://www.puma.com>