



## QUARTALSMITTEILUNG Q1 2022

### **PUMA verzeichnet starkes Umsatz- und EBIT-Wachstum im ersten Quartal trotz geopolitischer Spannungen und Einschränkungen in der Lieferkette**

Herzogenaurach, 27. April 2022

#### **Geschäftsentwicklung im ersten Quartal 2022**

- Umsätze steigen währungsbereinigt um 19,7% auf € 1.912 Millionen (+23,5% in der Berichtswährung Euro / Q1 2021: € 1.549 Millionen)
- Rohertragsmarge sinkt auf 47,2% (Q1 2021: 48,5%)
- Operative Aufwendungen (OPEX) steigen um 18,6% bei gleichzeitiger Verbesserung der Kostenquote
- Operatives Ergebnis (EBIT) verbessert sich um 27,0% auf € 196 Millionen (Q1 2021: € 154 Millionen)
- EBIT-Marge steigt um 30 Basispunkte auf 10,3% (Q1 2021: 10,0%)
- Konzernergebnis verbessert sich um 11,2% auf € 121 Millionen (Q1 2021: € 109 Millionen)
- PUMA und die französische Modemarke AMI bringen exklusive Kollektion auf den Markt
- PUMA bringt Sonderedition von LaMelo Balls Signature-Basketballschuh MB.01 auf den Markt
- PUMA kooperiert mit dem Alfa Romeo F1 Team ORLEN und stattet Chinas ersten Formel-1-Piloten Zhou Guanyu und Valtteri Bottas mit Rennbekleidung aus
- PUMA und die italienische Lega Serie A kündigen neue langfristige Partnerschaft ab der Saison 2022/23 an
- PUMA testet Recycling von Kleidungsstücken im Rahmen des Forschungsprojekts RE:JERSEY und verwendet alte Fußballtrikots zur Herstellung neuer Trikots
- Neymar Jr. und PUMA lancieren Fußballschuh FUTURE Instinct

- PUMA setzt Markenkampagne "SHE MOVES US" mit Läuferin Molly Seidel und Fußballerin Sara Björk Gunnarsdottir fort
- PUMA schließt mehrjährigen Vertrag mit brasilianischem Leichtathletik-Verband (CBAt)

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

"Wir hatten einen sehr guten Start ins Jahr 2022. Trotz aller Hindernisse und Unsicherheiten haben wir im ersten Quartal ein Umsatzwachstum von 20% auf € 1.912 Millionen und ein EBIT-Wachstum von 27% auf € 196 Millionen erzielt.

Die Nachfrage nach unseren Produkten war sowohl seitens des Einzelhandels als auch seitens der Verbraucher\*innen hoch und unsere Mitarbeiter\*innen waren in der Lage, trotz Einschränkungen in der Lieferkette genügend Produkte zu beschaffen, um die steigende Nachfrage teilweise bedienen zu können.

Ich freue mich sehr, dass das Wachstum aus allen Produktbereichen und Kategorien stammt. Die höchsten Wachstumsraten erzielten wir in den Performance-Kategorien wie beispielsweise Running, Fußball, Basketball und Golf. Dies bestätigt, dass sich unsere Investitionen in Innovation und Marketing auszahlen. Ausgehend von einem so starken ersten Quartal würden wir üblicherweise unseren Ausblick für das Gesamtjahr anheben. Angesichts der zunehmenden globalen Unsicherheit haben wir uns jedoch entschieden, unseren ursprünglichen Ausblick vom Jahresanfang beizubehalten.

Der Ausbruch von COVID-19 in China, die Krise in der Ukraine, die sehr angespannte Frachtsituation und der Inflationsdruck sind allesamt Unsicherheitsfaktoren, die uns dazu veranlassen, sehr flexibel zu bleiben und unser Geschäft kurzfristig so gut wie möglich zu steuern, ohne PUMAs mittelfristige Markendynamik zu beeinträchtigen. Wir sehen weiteres Wachstumspotential auf der Umsatzseite, aber auch einen erhöhten Druck auf unsere OPEX und Rohertragsmarge aufgrund all dieser Unwägbarkeiten. In dieser Situation werden wir weiterhin die Steigerung von Marktanteilen und unser mittelfristiges Wachstumspotenzial über die kurzfristige Gewinnoptimierung stellen.

Wir werden auch weiterhin die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter\*innen in den Vordergrund stellen und dabei an nichts sparen. Das ist besonders wichtig für alle unsere Mitarbeiter\*innen und ihre Familien in der Ukraine. Die PUMA-Familie bedeutet mehr als Profitabilität."

## Umsatzentwicklung:

Umsatz nach Regionen und Produktbereichen		Q1		Wachstumsraten	
€ Mio.	2022	2021	Euro	währungs- bereinigt	
<b>Aufgliederung nach Regionen</b>					
EMEA	708,8	572,4	23,8%	25,5%	
Amerika	815,9	533,9	52,8%	44,1%	
Asien/Pazifik	387,4	442,4	-12,4%	-17,0%	
<b>Gesamt</b>	<b>1.912,2</b>	<b>1.548,8</b>	<b>23,5%</b>	<b>19,7%</b>	
<b>Aufgliederung nach Produktbereichen</b>					
Schuhe	941,3	773,8	21,6%	18,2%	
Textilien	638,7	532,0	20,1%	16,0%	
Accessoires	332,2	243,0	36,7%	32,2%	
<b>Gesamt</b>	<b>1.912,2</b>	<b>1.548,8</b>	<b>23,5%</b>	<b>19,7%</b>	

### Erstes Quartal 2022

Die **Umsätze** stiegen währungsbereinigt um 19,7% auf € 1.912,2 Millionen (+23,5% in der Berichtswährung Euro). Die Region **Amerika** verzeichnete mit einem währungsbereinigten Umsatzzanstieg von 44,1% das stärkste Wachstum, angetrieben durch die anhaltend hohe Nachfrage nach der Marke PUMA in Nord- und Lateinamerika. Die Umsätze in der Region **EMEA** stiegen währungsbereinigt um 25,5%. Dies ist auf ein starkes Wachstum in allen wichtigen Märkten in Europa zurückzuführen. Die Umsätze in der Region **Asien/Pazifik** gingen aufgrund des derzeitigen Marktumfeldes in Großchina, das durch COVID-19-bedingte Einschränkungen und geopolitische Spannungen geprägt ist, währungsbereinigt um 17,0% zurück. Alle Produktbereiche wuchsen zweistellig mit einem währungsbereinigten Umsatzzanstieg von 18,2% bei **Schuhen**, 16,0% bei **Textilien** und 32,2% bei **Accessoires**. Das Wachstum wurde von einer starken Nachfrage nach unseren Performance-Kategorien Running & Training, Teamsports, Golf und Basketball sowie der Kategorie Sportstyle getragen.

PUMAs **Großhandelsgeschäft** wuchs währungsbereinigt um 23,3% auf € 1.528,2 Millionen und das **Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC)** stieg währungsbereinigt um 7,1% auf € 384,0 Millionen. Während die Umsätze in den eigenen Einzelhandelsgeschäften währungsbereinigt um 21,3% stiegen, gingen die Umsätze im E-Commerce währungsbereinigt um 13,2% zurück.

Dies ist auf eine Priorisierung der Einzelhandelspartner bei begrenzter Produktverfügbarkeit sowie auf das aktuelle Marktumfeld in Großchina zurückzuführen.

Die **Rohermargen** sank um 130 Basispunkte auf 47,2%, hauptsächlich verursacht durch einen negativen Regional- und Vertriebskanal-Mix sowie Kostensteigerungen für eingehende Frachten, während die Währungen einen leicht positiven Effekt hatten.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)** stiegen um 18,6% auf € 712,8 Millionen aufgrund höherer Aufwendungen für Marketing, einer größeren Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte sowie höherer umsatzabhängiger Vertriebs- und Lagerhaltungskosten. Trotz anhaltender operativer Ineffizienzen aufgrund von COVID-19, insbesondere in der Lieferkette, sank die Kostenquote auf 37,3% (Q1 2021: 38,8%).

Das **operative Ergebnis (EBIT)** stieg um 27,0% auf € 196,0 Millionen (Q1 2021: € 154,3 Millionen). Ein starkes Umsatzwachstum und eine verbesserte Kostenquote führten zu einem Anstieg der EBIT-Marge um 30 Basispunkte auf 10,3% (Q1 2021: 10,0%).

Das **Konzernergebnis** erhöhte sich von € 109,2 Millionen auf € 121,4 Millionen, und das **Ergebnis je Aktie** erhöhte sich um 11,1% von € 0,73 im ersten Quartal 2021 auf € 0,81 im ersten Quartal 2022.

### **Working Capital**

Das **Working Capital** stieg um 35,8% auf € 1.004,8 Millionen (31. März 2021: € 740,2 Millionen). Die **Vorräte** stiegen um 32,2% auf € 1.618,3 Millionen (31. März 2021: € 1.224,0 Millionen), wobei der größte Teil des Anstiegs auf Waren auf dem Transportweg entfiel. Angesichts der Ungewissheit über die Auswirkungen der COVID-19-Beschränkungen auf unsere Lieferanten in Asien haben wir die Lieferung unserer Produkte nach Möglichkeit beschleunigt. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** erhöhten sich um 23,0% auf € 1.128,5 Millionen (31. März 2021: € 917,5 Millionen), was hauptsächlich auf das starke Umsatzwachstum zurückzuführen ist. Auf der Passivseite stiegen die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** um 20,9% auf € 1.275,0 Millionen (31. März 2021: € 1.054,9 Millionen).

## **Ausblick 2022**

PUMA hatte einen starken Start in das Jahr mit einem währungsbereinigten Umsatzwachstum von 19,7% auf € 1.912 Millionen und einem EBIT-Anstieg von 27,0% auf € 196 Millionen im ersten Quartal 2022, was die anhaltende Dynamik der Marke PUMA in einem schwierigen Marktumfeld unterstreicht.

Das Jahr 2022 hat erneut mit einem hohen Maß an Unsicherheit im globalen Geschäftsumfeld begonnen. Mehrere Regierungen haben aufgrund einer Rekordzahl von COVID-19-Infektionen regionale oder landesweite Beschränkungen erlassen, die sich weiterhin auf unsere Wertschöpfungskette von der Herstellung bis zum Betrieb der Einzelhandelsgeschäfte auswirken. Die allgemeine Situation in der Lieferkette bleibt aufgrund von Hafenerüberlastungen, begrenzten Lieferkapazitäten und anhaltenden Frachtraterhöhungen schwierig. Die Krise in der Ukraine hat direkte negative Auswirkungen – die zu Umsatz- und EBIT-Einbußen führen – sowie indirekte Auswirkungen durch die allgemein angespannte geopolitische Lage und die weltweit zunehmende Unsicherheit. Infolgedessen ist in allen Märkten weiterhin ein Inflationsdruck zu beobachten.

Trotz der zunehmenden Unsicherheiten im Jahr 2022 bestätigen wir ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum von mindestens zehn Prozent - mit Aufwärtspotenzial - im Geschäftsjahr 2022. Im Einklang mit unserem bisherigen Ausblick erwarten wir ein operatives Ergebnis (EBIT) in einer Bandbreite von € 600 Millionen und € 700 Millionen (2021: € 557 Millionen) und eine entsprechende Verbesserung des Konzernergebnisses. Die Entwicklung unserer Rohertragsmarge und unserer Kostenquote wird im Jahr 2022 weiterhin hauptsächlich vom Ausmaß und der Dauer der oben beschriebenen negativen Einflüsse abhängen. Während wir uns auch zukünftig auf die Wachstumsdynamik konzentrieren werden, indem wir unsere Einzelhandelspartner und Verbraucher bestmöglich bedienen, erwarten wir, dass der Inflationsdruck durch höhere Frachtraten und Rohstoffpreise sowie operative Ineffizienzen aufgrund von COVID-19 und der Ukraine-Krise unsere Profitabilität im Jahr 2022 verwässern werden.

Das Erreichen dieses Ausblicks setzt voraus, dass die Produktion in unseren wichtigsten Beschaffungsländern in Asien aufrechterhalten wird und es zu keinen größeren

Geschäftsunterbrechungen aufgrund von COVID-19 kommt. Wie in den vergangenen Jahren wird PUMA auch weiterhin die kurzfristigen Herausforderungen meistern, ohne mittelfristig die positive Markendynamik zu beeinträchtigen. Das starke und profitable Wachstum im ersten Quartal, ein hoher Auftragsbestand, eine attraktive Produktpalette sowie sehr gutes Feedback von Einzelhändlern und Konsument\*innen stimmen uns zuversichtlich für den mittelfristigen Erfolg und das Wachstum von PUMA.

Gewinn- und Verlustrechnung	Q1/2022 € Mio.	Q1/2021 € Mio.	Abwei- chung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.912,2</b>	<b>1.548,8</b>	23,5%
Umsatzkosten	-1.010,0	-797,9	26,6%
<b>Rohhertrag</b>	<b>902,2</b>	<b>750,9</b>	20,1%
- in % der konsolidierten Umsätze	47,2%	48,5%	
Lizenz- und Provisionserträge	6,7	4,5	49,3%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-712,8	-601,1	18,6%
<b>Operatives Ergebnis (EBIT)</b>	<b>196,0</b>	<b>154,3</b>	27,0%
- in % der konsolidierten Umsätze	10,3%	10,0%	
Finanzergebnis	-13,0	0,5	-
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>183,0</b>	<b>154,8</b>	18,3%
- in % der konsolidierten Umsätze	9,6%	10,0%	
Ertragsteuern	-46,7	-39,5	18,3%
- Steuerquote	25,5%	25,5%	
Nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnende Ergebnisse	-15,0	-6,1	144,9%
<b>Konzernergebnis</b>	<b>121,4</b>	<b>109,2</b>	11,2%
<b>Ergebnis je Aktie (€)</b>	<b>0,81</b>	<b>0,73</b>	11,1%
<b>Ergebnis je Aktie (€) - verwässert</b>	<b>0,81</b>	<b>0,73</b>	11,1%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)	149,61	149,58	0,0%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)	149,61	149,58	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.'22</b>	<b>31.03.'21</b>	<b>Abwei-</b>
	<b>€ Mio.</b>	<b>€ Mio.</b>	<b>chung</b>
<b>AKTIVA</b>			
Flüssige Mittel	537,2	702,1	-23,5%
Vorräte	1.618,3	1.224,0	32,2%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.128,5	917,5	23,0%
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital)	257,8	193,1	33,5%
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	141,5	42,1	-
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>3.683,2</b>	<b>3.078,9</b>	19,6%
Latente Steuern	289,5	274,9	5,3%
Nutzungsrechte an Vermögenswerten	948,5	882,3	7,5%
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1.032,4	944,7	9,3%
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>2.270,4</b>	<b>2.102,0</b>	8,0%
<b>Summe Aktiva</b>	<b>5.953,6</b>	<b>5.180,9</b>	14,9%
<b>PASSIVA</b>			
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	0,3	114,7	-99,8%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.275,0	1.054,9	20,9%
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital)	724,8	539,6	34,3%
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	178,6	155,6	14,8%
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	59,4	68,3	-13,1%
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>2.238,1</b>	<b>1.933,1</b>	15,8%
Latente Steuern	49,8	41,5	20,0%
Pensionsrückstellungen	32,5	39,2	-17,2%
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	857,9	783,1	9,6%
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	344,9	425,4	-18,9%
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>1.285,1</b>	<b>1.289,2</b>	-0,3%
<b>Eigenkapital</b>	<b>2.430,4</b>	<b>1.958,6</b>	24,1%
<b>Summe Passiva</b>	<b>5.953,6</b>	<b>5.180,9</b>	14,9%

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



### Finanzkalender:

11. Mai 2022	Hauptversammlung
27. Juli 2022	Zwischenbericht Q2 2022
26. Oktober 2022	Quartalsmitteilung Q3 2022

Die Finanzveröffentlichungen und andere Finanzinformationen stehen im Internet unter „[about.puma.com](https://about.puma.com)“ zur Verfügung.

### Pressekontakt:

Kerstin Neuber – Senior Head of Corporate Communications - PUMA SE - +49 9132 81 2984 - [kerstin.neuber@puma.com](mailto:kerstin.neuber@puma.com)

### Investor Relations:

Gottfried Hoppe – Head of Investor Relations & Finance Strategy - PUMA SE - +49 9132 81 3157 – [gottfried.hoppe@puma.com](mailto:gottfried.hoppe@puma.com)

### Hinweise an die Redaktionen:

- 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 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 ungefähr 16.000 Mitarbeiter\*innen. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <https://about.puma.com>.