



Halbjahresfinanzbericht - Januar bis Juni 2023

FOREVER. FASTER.

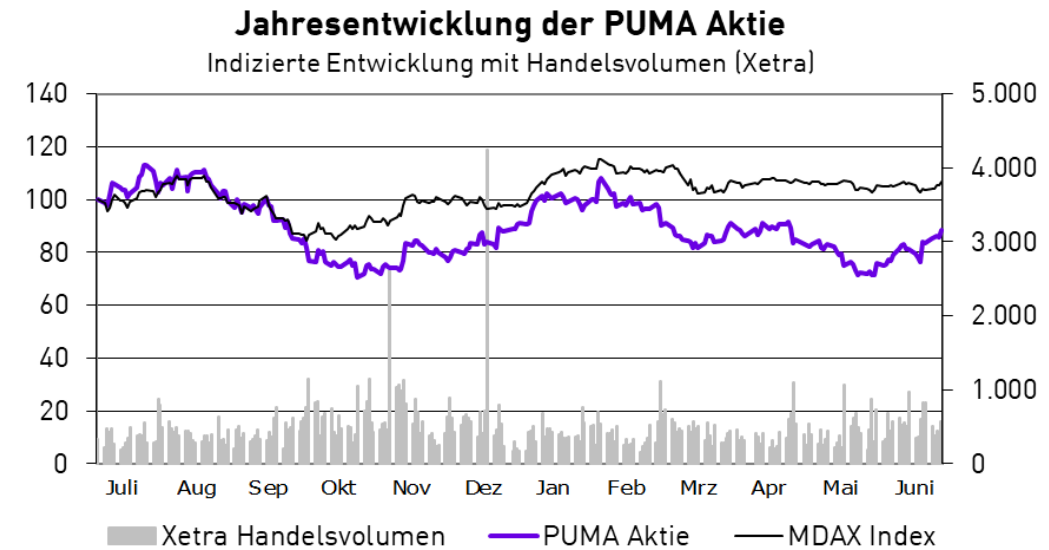
FOREVER. FASTER.





INHALTSVERZEICHNIS

Kennzahlen	3
Konzernzwischenlagebericht	
- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	4
- Marke und Strategie	4 - 6
- Umsatz- und Ertragslage	7 - 9
- Vermögens- und Finanzlage	10
- Ausblick	11
Verkürzter Konzernzwischenabschluss	
- Bilanz	12
- Gewinn- und Verlustrechnung	13
- Gesamtergebnisrechnung	14
- Kapitalflussrechnung	15
- Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung	16
- Geschäftssegmente	17 - 18
- Erläuternde Anhangangaben zum Konzernzwischenabschluss	19 – 24
Vorstand / Aufsichtsrat	25
Finanzkalender	26





Kennzahlen	1-6/2023 € Mio.	1-6/2022 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	4.308,3	3.914,1	10,1%
Rohertragsmarge	45,7%	46,8%	
Operatives Ergebnis (EBIT)	290,9	342,4	-15,0%
Konzernergebnis - in % der Umsatzerlöse	172,3 4,0%	205,6 5,3%	-16,2%
Bilanzsumme	6.899,7	6.606,4	4,4%
Eigenkapitalquote in %	37,1%	39,1%	
Working Capital	1.693,0	1.067,4	58,6%
Brutto Cashflow	491,4	455,3	7,9%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-341,4	38,6	-
Ergebnis je Aktie (in €)	1,15	1,37	-16,3%
Brutto Cashflow je Aktie (in €)	3,28	3,04	7,8%
Freier Cashflow je Aktie (vor Akquisitionen) (in €)	-2,28	0,26	-
Aktienkurs am Ende der Berichtsperiode (in €)	55,12	62,84	-12,2%
Marktkapitalisierung am Ende der Berichtsperiode	8.255	9.401	-12,2%
Investitionen in Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte	158,0	92,3	71,1%

Arne Freundt, CEO:

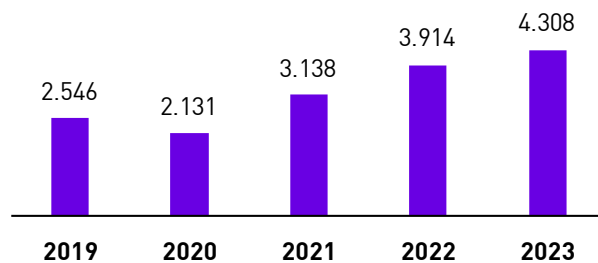
„Nach unserem zweiten Quartal sind wir auf gutem Weg, unseren Ausblick für das Übergangsjahr 2023 zu erreichen. In einem volatilen Marktumfeld ist PUMA weiterhin zweistellig gewachsen, was das anhaltende Momentum der Marke zeigt. Als bester Partner des Großhandels haben wir unsere Handelspartner unterstützt, erhöhte Lagerbestände abzarbeiten und waren in der Lage, unsere eigenen Vorräte wie geplant zu normalisieren.“

Unsere strategischen Prioritäten - die Stärkung der Marke und der Durchbruch in USA und China – spielen eine zentrale Rolle für unser zukünftiges Wachstum. Wir machen auf allen Ebenen gute Fortschritte und haben mit der Bekanntgabe des neuen Managements für unsere globale Marketingfunktion und für China die notwendigen organisatorischen Voraussetzungen geschaffen.

Darüber hinaus bin ich sehr stolz darauf, mit Xavi Simons einen der faszinierendsten Fußballspieler Europas und mit Julien Alfred eine der größten Talente im 100m Sprint mit Chancen auf eine Goldmedaille bei den Weltmeisterschaften in der PUMA Family zu begrüßen.“

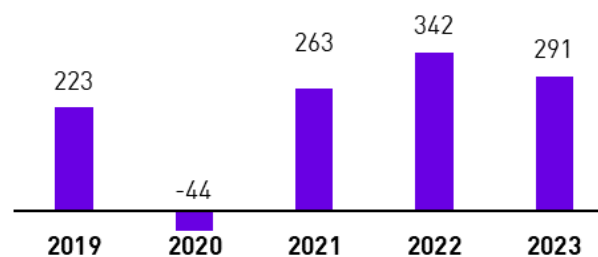
UMSATZERLÖSE

Jan. - Juni (Mio. €)



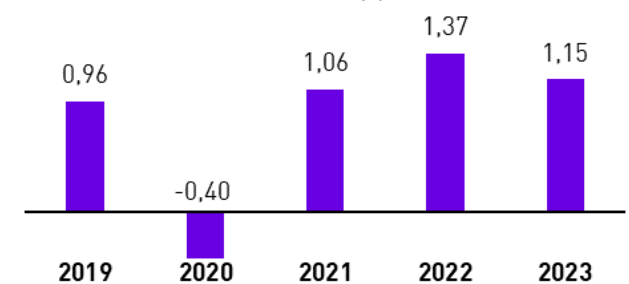
OPERATIVES ERGEBNIS (EBIT)

Jan. - Juni (Mio. €)



ERGEBNIS JE AKTIE

Jan. - Juni (€)





Konzernzwischenlagebericht

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Gemäß der Sommerprognose des Kieler Instituts für Weltwirtschaft (ifw Kiel) vom 15. Juni 2023 bleibt die Expansion der Weltwirtschaft vorerst schwach. Wichtige Rahmenbedingungen, die für die Abschwächung der Weltkonjunktur im vergangenen Jahr wesentlich verantwortlich waren, haben sich zuletzt deutlich verbessert. So sind Energiepreise wieder gesunken, in China haben sich mit der Abkehr von der Null-Covid-Politik die Aussichten verbessert und Lieferengpässe behindern die wirtschaftliche Aktivität nicht mehr ungewöhnlich stark. Bremsend wirkt allerdings die scharfe Straffung der Geldpolitik.

MARKE UND STRATEGIE

2023 feiern wir PUMAs 75. Jubiläum und die einzigartige Geschichte unserer Marke, in der wir an der Seite der schnellsten Athlet*innen der Welt Sport und Kultur vorangetrieben haben.

Zum Jahresauftakt haben wir unsere strategischen Prioritäten, nach denen wir unser Unternehmen ausrichten, genauer definiert. Der Kern unserer Strategie ist unverändert: Die Stärkung unserer Marke und stetige Verbesserung unserer Produkt- und Vertriebsqualität. Dabei fokussieren wir uns auf die drei Grundwerte People First, Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeit und die Digitalisierung

unserer Infrastruktur. Innerhalb dieser Strategie haben die Stärkung unserer Marke und die Verbesserung unserer Marktanteile in USA und China absolute Priorität.

Neue Versionen der Fußballschuhe ULTRA, FUTURE und KING

Im ersten Halbjahr haben wir neue Modelle unserer erfolgreichen Fußballschuhe ULTRA und FUTURE auf den Markt gebracht und unseren legendären KING als drittes Modell neu eingeführt, um unser Angebot angesichts unseres stark wachsenden Marktanteils zu erweitern. Jedes Modell ist klar bei unseren Konsument*innen positioniert und wird von den besten Fußballspieler*innen beworben, um die Glaubwürdigkeit unseres Angebots zu unterstreichen. Mit Jack Grealish und Xavi Simons haben wir in diesem Jahr neue Markenbotschafter für den FUTURE und den KING hinzugewonnen.

PUMA Teams unter den besten der Welt

Mit Jack Grealish in der Startformation gewann das PUMA-Team Manchester City das Triple - die UEFA Champions League, die Premier League und den FA CUP - und zeigte damit, dass es aktuell die beste Fußballmannschaft ist.

Auch in anderen Ländern waren unsere PUMA-Mannschaften unter den Besten: In der Bundesliga verpasste Borussia Dortmund nur knapp den Titel,

in der französischen Ligue 1 belegten der RC Lens und Olympique de Marseille den zweiten bzw. dritten Platz und in den Niederlanden gewann der PSV Eindhoven den KNVB-Cup. Bei der FIFA U-20-Weltmeisterschaft in Argentinien wurden die Nachwuchsspieler des PUMA-Teams Uruguay Weltmeister.

Bei der Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen in Australien und Neuseeland, die seit Juli läuft, tragen rund 90 Spielerinnen Fußballschuhe von PUMA. Nach zwei Jahren Forschung können wir heute all unsere Fußballschuhe auch in speziell für Frauen entwickelten Passformen anbieten. Der Unterschied zu den Unisex-Größen liegt im geringeren Volumen im Bereich des Mittelfußes und einem niedrigeren Spann. 90% unserer Profispielerinnen tragen diese Modelle – für uns der Beleg für die große Nachfrage in diesem Bereich.

PUMA etabliert NITRO-Technologie weiter für herausragende Leistungen im Laufsport

In der Kategorie Running fokussierten wir uns weiterhin darauf, unsere Schaumtechnologie NITRO zu etablieren. NITRO™ ist einer der besten Schaumstoffe auf dem Markt und bietet maximale Reaktionsfähigkeit, Dämpfung und ein extrem geringes Gewicht. Die NITRO-Technologie ist das Herz unserer preisgekrönten Laufschuhe DEVIATE, VELOCITY und unserem jüngsten Modell



FOREVERRUN. Wir verzeichneten einen starken Zuwachs unserer Marktanteile in dieser Kategorie und mit neuen Markenbotschafter*innen wie der 5.000m Europameisterin Konstanze Klosterhalfen, Marathonlegende Edna Kiplagat und Marathon-Europameisterin Aleksandra Lisowska konnten wir unsere Glaubwürdigkeit im Running-Bereich weiter stärken.

PUMA Athlet*innen dominieren in der Leichtathletik

In der Leichtathletik zeigte PUMA seine Dominanz mit 17 Medaillen bei der Indoor-Europameisterschaft in Istanbul und großartigen Leistungen während der gesamten Saison, wie zum Beispiel dem neuen Stabhochsprung-Weltrekord von Mondo Duplantis. Mit Olympiasieger Marcell Jacobs aus Italien und Julien Alfred, der aktuellen NCAA 100m Meisterin, konnten wir noch vor den Leichtathletik-Weltmeisterschaften in Budapest im August weitere hochkarätige Markenbotschafter*innen für uns gewinnen.

Bei den Para-Leichtathletik-Weltmeisterschaften in Paris haben PUMA-Athlet*innen 13 Medaillen geholt, allen voran die kubanische Sprinterin Omara Durand, die mit drei Goldmedaillen ihren Status als eine der besten Para-Athlet*innen ihrer Generation verdeutlichte.

Wichtige Siege für PUMA Golf Athlet*innen

Im Golf holte sich PUMA-Markenbotschafter Rickie Fowler beim Rocket Mortgage Classic in Detroit seinen sechsten Titel auf der PGA-Tour und bei den Belgian Ladies Open gewann Patricia Isabel Schmidt erstmalig auf der European Tour.

PUMA Vertrag mit der Formel 1 setzt neue Maßstäbe

Auch im Motorsport sind wir neue großartige Partnerschaften eingegangen und wurden zum offiziellen Ausrüster der Formel 1. Damit hat PUMA die Rechte erworben, Textilien, Schuhe und Accessoires mit dem Formel 1-Logo herzustellen. Der Vertrag beinhaltet auch die exklusiven Rechte für PUMAs Tochtergesellschaft stichd, rund um die Rennstrecke F1-Fanwear sowie Produkte aller zehn Teams zu verkaufen. Durch unsere Partnerschaften profitiert PUMA von der wachsenden Beliebtheit der Formel 1, insbesondere in den USA, wo in Miami und Las Vegas zwei der angesagtesten Rennen der Formel-1-Saison stattfinden.

PUMA mit LaMelo Ball weiter auf Erfolgskurs

Das Basketballgeschäft ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Strategie, unser Geschäft im wichtigen US-Markt zu stärken. Gemeinsam mit unserem Markenbotschafter LaMelo Ball haben wir eine von den beliebten Comics Rick and Morty inspirierte Version seines erfolgreichen Signature-Schuhs MB.02 auf den Markt gebracht. Mit Scoot Henderson, NBA-Rookie und dritter NBA Draft Pick, haben wir den All-Pro NITRO™ vorgestellt, PUMAs

neuesten Basketballschuh mit unserer NITRO™ Technologie. Breanna Stewart, unsere Markenbotschafterin in der WNBA, präsentierte den Stewie 2 Earth, die neueste Auflage ihres Signature-Basketballschuhs.

Da Basketball für PUMA auch über Nordamerika hinaus immer wichtiger wird, haben wir die „Melo Faster Tour“ mit Events in Berlin, London, Mailand und Paris organisiert, bei der LaMelo Ball seine europäischen Fans kennenlernen konnte.

Rihanna ist zurück!

Abseits der Stadien und Rennstrecken gaben wir bekannt, dass Rihanna, eine unserer erfolgreichsten Markenbotschafterinnen der vergangenen Jahrzehnte, zu PUMA zurückkehren wird. Bereits 2015 haben PUMA und Rihanna drei Jahre lang zahlreiche Bestseller auf den Markt gebracht, darunter den PUMA Creeper, der 2016 von Footwear News als „Shoe of the Year“ ausgezeichnet wurde. Rihanna wird in ihrer neuen, mehrjährigen Partnerschaft mit uns Unisex- und Kinderkollektionen entwerfen. Ihre Interpretation des Terrace Trends kommt im September mit dem ersten Fenty x PUMA-Produkt auf den Markt.

PUMA geht mit erfolgreichen neuen Modellen auf den Terrace-Trend ein

Mit der Neuauflage unserer Klassiker Palermo OG und Super Team OG, die erstmals in den Fußballstadien der 1980er auftauchten, gehen wir auf den immer beliebter werdenden Terrace Trend ein und konnten eine starke Nachfrage bei der



Produkteinführung verzeichnen. Der CA Pro und der Slipstream sind weiterhin beliebte Modelle für die anhaltend große Nachfrage nach weißen Court-Sneakern und mit dem RS-X haben wir unser Angebot an Progressive Running Styles ausgebaut. Auch der Mayze begeistert nach wie vor unsere Kundinnen.

Seit Beginn des Jahres haben wir gefragte Sportstyle-Kollektionen in Zusammenarbeit mit Noah, Koché, Juun.J, Liberty, Rhuigi, PLEASURES, JJJJound und weiteren inspirierenden Labels entwickelt, die allesamt für Aufsehen im Markt sorgten.

PUMA wird 2023 weltweit zum Top Employer gekürt

Größte Priorität haben unsere Mitarbeiter*innen. Unsere Auszeichnung als Global Top Employer 2023 hat uns deshalb sehr gefreut. Der Auszeichnung ging eine weitreichende Umfrage durch das Top Employer Institute voraus und PUMA erhielt den Titel erstmalig in Nord- und Lateinamerika und zum wiederholten Mal in Europa und in Asien/Pazifik.

PUMA hat ebenfalls die bereinigte Lohnlücke – oder Adjusted Pay Gap – zwischen PUMA-Mitarbeitern und -Mitarbeiterinnen in Deutschland geschlossen, wie eine unabhängige Analyse gezeigt hat. Das FPI Fair Pay Innovation Lab, das die Ergebnisse ausgewertet hat, hat uns daher den Titel „Universal Fair Pay Developer“ verliehen. PUMA ist eines von nur zwei Unternehmen in ganz Deutschland mit diesem Status, den nur Unternehmen erhalten, die eine bereinigte Lohnlücke zwischen +1 und -1% vorweisen können.

Dank unserer People-First Strategie konnten wir wichtige Positionen innerhalb unseres Unternehmens besetzen. Um unsere Marke weiter zu stärken und unseren Aufschwung in China voranzutreiben, haben wir die Führungspositionen im Marketing und China neu besetzt; Richard Teyssier wurde zum Global Brand & Marketing Director und Shirley Li zum General Manager in China ernannt.

Vertrag von PUMA CFO Hubert Hinterseher verlängert

Der Aufsichtsrat der PUMA SE hat den Vertrag von Hubert Hinterseher als Chief Financial Officer bis Ende 2027 verlängert. Hubert Hinterseher ist seit Juni 2021 Mitglied des Vorstands und CFO der PUMA SE.

PUMA verbessert weltweit seine Vertriebsqualität

Um unsere globale Vertriebsqualität stetig zu verbessern, haben wir eng mit unseren Großhandelspartnern zusammengearbeitet, um ihnen den bestmöglichen Service zu bieten und gleichzeitig sicherzustellen, dass sich unsere Produkte in einem Multi-Brand Umfeld abheben. Während unser Großhandelsgeschäft die größte Priorität hat, ergänzt unser Direct-to-Consumer-Angebot unsere Vertriebsstrategie. In Bangkok, Beijing und Mexiko City haben wir neue PUMA-Flagship-Stores eröffnet und unsere PUMA-App ist nun auch in Ozeanien verfügbar. In China hat eine lokale Designagentur ein neues Retailformat für unsere Stores entwickelt, um unsere lokalen Kund*innen zu begeistern.

PUMA macht 7 von 10 Produkten mit besseren Materialien

Im Bereich Nachhaltigkeit konnten wir einen weiteren Meilenstein unserer langfristigen Strategie erreichen. 2022 waren sieben von zehn PUMA-Produkten aus besseren Materialien gefertigt, darunter Baumwolle und Viskose aus zertifizierten Quellen und recycelter Polyester. Unser legendärer Fußballschuh PUMA KING wird jetzt ohne tierisches Leder hergestellt. Damit ist PUMA das erste große Sportunternehmen, das für seine Produkte kein Känguruleder mehr verwendet. Diese Materialien verursachen weniger CO₂-Emissionen und helfen uns, den ökologischen Fußabdruck unseres gesamten Produktsortiments zu reduzieren. Bis 2025 wollen wir neun von zehn Produkten aus besseren Materialien herstellen.

PUMA stellt zukünftige Generationen in den Mittelpunkt der Nachhaltigkeitsstrategie

Da sich unser nachhaltiges Handeln heute auf die Generationen von morgen auswirkt, haben wir unsere Initiative Voices of a RE:GENERATION ins Leben gerufen. Diese „Voices“ – Aktivist*innen und Umweltschützer*innen der GEN-Z – werden PUMA ein Jahr lang begleiten und unserem Managementteam Feedback zu unseren Nachhaltigkeitsinitiativen geben. Zudem werden sie uns bei der Kommunikation unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten an ein jüngeres Zielpublikum unterstützen. Im Rahmen unserer Bemühungen für mehr Transparenz und besseren Zugang zu Informationen veröffentlichen wir unseren Nachhaltigkeitsbericht nun auch als Podcast-Serie.

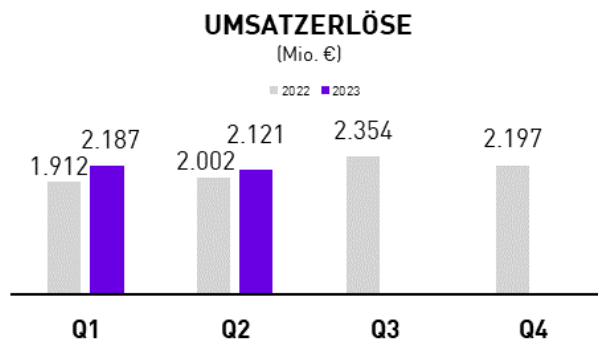


Umsatz- und Ertragslage

ZWEITES QUARTAL 2023

Umsatzerlöse

Die Umsätze stiegen währungsbereinigt um 11,1% auf € 2.120,7 Millionen (+5,9% in der Berichtswährung Euro). Die Region EMEA verzeichnete ein starkes währungsbereinigtes Umsatzwachstum von 25,0% auf € 846,0 Millionen, angetrieben von einer starken Nachfrage in EEMEA. Die Umsätze in der Region Asien/Pazifik stiegen währungsbereinigt um 24,4% auf € 413,3 Millionen, unterstützt durch die anhaltende Erholung in Großchina nach der Wiedereröffnung des Marktes. Die Umsätze in der Region Amerika lagen bei € 861,5 Millionen (währungsbereinigt -4,4%) aufgrund eines Umsatzrückgangs in Nordamerika, während Lateinamerika weiterhin ein starkes Wachstum verzeichnete. Der Rückgang in Nordamerika stand im Zusammenhang mit einem schwierigen makroökonomischen Marktumfeld und PUMAs relativer Abhängigkeit vom Großhandelsgeschäft im Off-Price-Segment, welches zukünftig strategisch kontrolliert wird. In einem insgesamt schwachen nordamerikanischen Markt ist PUMA in den Performance-Kategorien und im DTC-Geschäft gewachsen. Die PUMA-Gruppe profitierte von der geografischen Diversifizierung ihres Geschäfts, wodurch das starke Wachstum in anderen Regionen den Rückgang in Nordamerika mehr als ausgleichen konnte.

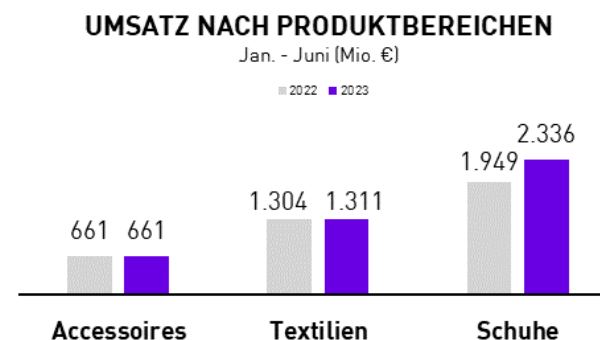


PUMAs Großhandelsgeschäft wuchs währungsbereinigt um 6,9% auf € 1.605,3 Millionen. Diese Entwicklung steht im Einklang mit dem Ziel, der beste Partner für die Einzelhändler zu sein und mit ihnen gemeinsam die erhöhten Vorratsbestände im Markt zu bewältigen. Das Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC) stieg währungsbereinigt um 26,5% auf € 515,4 Millionen. Die Umsätze in den eigenen Einzelhandelsgeschäften nahmen währungsbereinigt um 30,4% zu und E-Commerce wuchs währungsbereinigt um 19,1%. Das starke Wachstum im DTC-Geschäft war in erster Linie auf die anhaltende Markenbegehrlichkeit und verbesserte Produktverfügbarkeit zurückzuführen. Dies führte zu einem höheren DTC-Anteil von 24,3% (Q2 2022: 21,9%).

Die währungsbereinigten Umsätze mit Schuhen stiegen um 18,2%, bedingt durch die anhaltend hohe Nachfrage in unseren Kategorien Fußball, Basketball, Performance Running und Sportstyle. Die Umsätze im Bereich Textilien stiegen währungsbereinigt um 4,2% und bei Accessoires um 3,3%.

Rohertragsmarge

Die Rohertragsmarge sank um 170 Basispunkte auf 44,8% (Q2 2022: 46,5%). Im zweiten Quartal wirkten sich vermehrt Währungseffekte unvorteilhaft aus, während andere Faktoren wie Beschaffungspreise und Frachtkosten sowie Verkaufsförderungsmaßnahmen auch die Rohertragsmarge weiterhin belasteten. Positiv



wirkten sich hingegen Preisanpassungen und ein vorteilhafter Regional- und Vertriebskanalmix auf die Rohertragsmarge aus.

Operative Aufwendungen

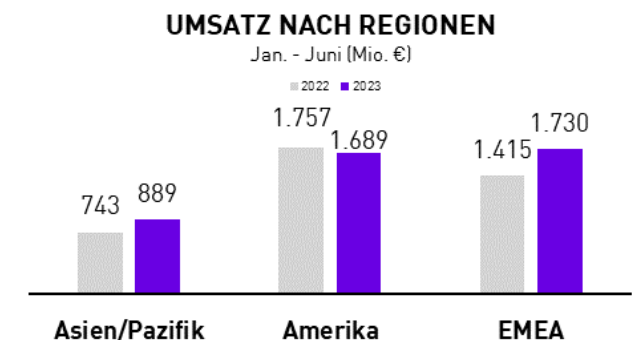
Die operativen Aufwendungen (OPEX) stiegen um 6,6% auf € 843,4 Millionen (Q2 2022: € 791,2 Millionen). Der moderate Anstieg der operativen Aufwendungen ist auf das Wachstum unseres DTC-Vertriebskanals, höhere Aufwendungen für Marketing und umsatzabhängige Vertriebskosten zurückzuführen, wohingegen die anderen Kostenbereiche einen operativen Leverage erzielten. Infolgedessen stieg die Kostenquote um 20 Basispunkte auf 39,8% (Q2 2022: 39,5%).

Operatives Ergebnis (EBIT)

Das operative Ergebnis (EBIT) sank um 21,2% auf € 115,3 Millionen (Q2 2022: € 146,3 Millionen), hauptsächlich aufgrund einer unvorteilhaften Rohertragsmarge. Dies führte zu einer EBIT-Marge von 5,4% (Q2 2022: 7,3%).

Konzernergebnis und Ergebnis je Aktie

Dementsprechend sank das Konzernergebnis um 34,7% auf € 55,0 Millionen (Q2 2022: € 84,3 Millionen) und das Ergebnis je Aktie belief sich auf € 0,37 (Q2 2022: € 0,56).





Zweites Quartal

Erstes Halbjahr

Umsatz nach Regionen und Produktbereichen € Mio.	Q2		Wachstumsraten		1-6		Wachstumsraten	
	2023	2022	Euro	währungs- bereinigt	2023	2022	Euro	währungs- bereinigt
Aufgliederung nach Regionen								
EMEA	846,0	706,2	19,8%	25,0%	1.729,7	1.415,1	22,2%	25,2%
Amerika	861,5	940,6	-8,4%	-4,4%	1.689,4	1.756,5	-3,8%	-2,7%
Asien/Pazifik	413,3	355,1	16,4%	24,4%	889,2	742,6	19,8%	26,0%
Gesamt	2.120,7	2.002,0	5,9%	11,1%	4.308,3	3.914,1	10,1%	12,7%
Aufgliederung nach Produktbereichen								
Schuhe	1.126,0	1.007,3	11,8%	18,2%	2.336,4	1.948,6	19,9%	23,5%
Textilien	663,3	665,7	-0,4%	4,2%	1.311,0	1.304,4	0,5%	2,9%
Accessoires	331,3	329,0	0,7%	3,3%	660,9	661,1	0,0%	0,8%
Gesamt	2.120,7	2.002,0	5,9%	11,1%	4.308,3	3.914,1	10,1%	12,7%



ERSTES HALBJAHR 2023

Umsatzerlöse

Die Umsätze stiegen währungsbereinigt um 12,7% auf € 4.308,3 Millionen (+10,1% in der Berichtswährung Euro). Die Region Asien/Pazifik führte das Wachstum mit einem währungsbereinigten Umsatzzanstieg von 26,0% an, gefolgt von der Region EMEA mit einem währungsbereinigten Wachstum von 25,2%. Die Umsätze in der Region Amerika gingen währungsbereinigt um 2,7% zurück, was auf ein schwieriges makroökonomisches Umfeld, hohe Vorratsbestände im Handel und PUMAs relative Abhängigkeit vom Großhandelsgeschäft im Off-Price-Segment in den USA zurückzuführen ist.

Das Großhandelsgeschäft wuchs währungsbereinigt um 9,6% auf € 3.327,4 Millionen und das Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC) stieg währungsbereinigt um 24,6% auf € 980,9 Millionen. Die Umsätze in eigenen Einzelhandelsgeschäften stiegen währungsbereinigt um 24,0% und im E-Commerce um 25,6%. Dies führte zu einem höheren DTC-Anteil von 22,8% (H1 2022: 21,0%).

Schuhe waren mit einem währungsbereinigten Umsatzwachstum von 23,5% weiterhin der Wachstumstreiber, während Textilien und Accessoires mit einem währungsbereinigten Anstieg von 2,9% bzw. 0,8% nur geringfügig zulegten.

Rohertragsmarge

Die Rohertragsmarge sank um 120 Basispunkte auf 45,7% (H1 2022: 46,8%). Unvorteilhafte Währungseffekte, höhere Beschaffungspreise und Frachtkosten sowie branchenweite Verkaufsförderungsmaßnahmen wirkten sich negativ auf die Rohertragsmarge aus. Die negativen Effekte wurden teilweise durch Preisanpassungen sowie einen vorteilhaften Regional- und Vertriebskanal-Mix ausgeglichen.

Operative Aufwendungen

Die operativen Aufwendungen (OPEX) stiegen um 12,5% auf € 1.691,7 Millionen (H1 2022: € 1.504,1 Millionen). Der Anstieg ist auf umsatzabhängige Vertriebs- und sonstige variable Kosten, das Wachstum in unserem DTC-Vertriebskanal und höhere Aufwendungen für Marketing zurückzuführen, wohingegen die anderen Kostenbereiche einen operativen Leverage erzielten. Infolgedessen stieg die Kostenquote um 80 Basispunkte auf 39,3% (H1 2022: 38,4%).

Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) sank im ersten Halbjahr 2023 auf € 455,6 Millionen (Vorjahr: € 500,8 Millionen).

Operatives Ergebnis (EBIT)

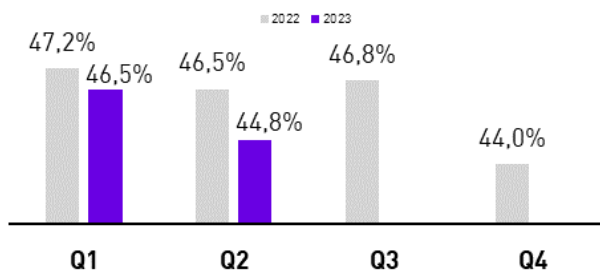
Das operative Ergebnis (EBIT) ging aufgrund einer unvorteilhaften Rohertragsmarge und höheren operativen Aufwendungen um 15,0% auf € 290,9 Millionen zurück (H1 2022: € 342,4 Millionen), was zu einer EBIT-Marge von 6,8% (H1 2022: 8,7%) führte. Diese Entwicklung liegt im Rahmen der bisherigen Erwartungen, wonach unsere Rohertragsmarge und Profitabilität im ersten Halbjahr stärker unter Druck stehen werden als im zweiten Halbjahr.

Konzernergebnis und Ergebnis je Aktie

Dementsprechend sank das Konzernergebnis um 16,2% auf € 172,3 Millionen (H1 2022: € 205,6 Millionen) und das Ergebnis je Aktie belief sich auf € 1,15 (H1 2022: € 1,37).

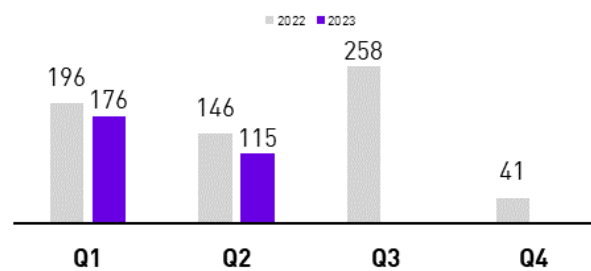
ROHERTRAGSMARGE

(in %)



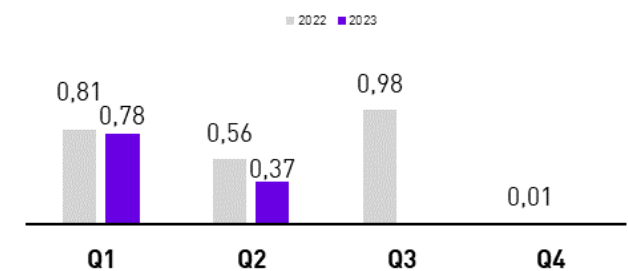
OPERATIVES ERGEBNIS (EBIT)

(Mio. €)



ERGEBNIS JE AKTIE

(€)





Vermögens- und Finanzlage

Working Capital

Das Working Capital wuchs um 58,6% auf € 1.693,0 Millionen (30. Juni 2022: € 1.067,4 Millionen). Die Vorräte erhöhten sich um 8,1% auf € 2.145,9 Millionen (30. Juni 2022: € 1.984,4 Millionen). PUMA erreichte sein Ziel, die Vorräte bis Mitte des Jahres zu normalisieren. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen um 13,3% auf € 1.348,4 Millionen (30. Juni 2022: € 1.189,8 Millionen). Auf der Passivseite sanken die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 12,1% auf € 1.457,3 Millionen (30. Juni 2022: € 1.657,1 Millionen).

Cashflow und Liquiditätslage

Der Freie Cashflow belief sich auf € -341,4 Millionen im ersten Halbjahr 2023 (H1 2022: € 38,6 Millionen). Zum 30. Juni 2023 verfügte PUMA über Flüssige Mittel in Höhe von € 307,9 Millionen (H1 2022: € 498,4 Millionen). Der Rückgang um 38,2% gegenüber dem Vorjahr ist hauptsächlich auf Mittelabflüsse für das Working Capital zurückzuführen. Darüber hinaus standen dem PUMA-Konzern zum 30. Juni 2023 Kreditlinien in Höhe von € 1.592,5 Millionen zur Verfügung (30. Juni 2022: € 1.276,9 Millionen). Der Anstieg der Kreditlinien ist auf eine Aufnahme von Schuldscheindarlehen in Höhe von € 300,0 Millionen im zweiten Quartal 2023 zurückzuführen. Zum 30. Juni 2023 beliefen sich die ungenutzten Kreditlinien auf € 846,0 Millionen (30. Juni 2022: € 923,6 Millionen).



Ausblick 2023

Weltwirtschaft

Gemäß der Sommerprognose des Kieler Instituts für Weltwirtschaft (ifw Kiel) vom 15. Juni 2023 dürfte die Weltwirtschaft in diesem und im nächsten Jahr moderat expandieren. Das Risiko eines Abrutschens in die Rezession ist gesunken, aber die konjunkturelle Dynamik wird durch die geldpolitische Straffung gebremst. Die Expert*innen des ifw Kiel erwarten für das Gesamtjahr 2023 einen Anstieg der Weltproduktion von rund 2,8%.

Investitionen

Für das Jahr 2023 sind Investitionen in das Anlagevermögen in einer Höhe von rund € 330 Mio. geplant. Der wesentliche Teil entfällt dabei auf Investitionen in die Infrastruktur, um die operativen Voraussetzungen für das geplante langfristige Wachstum zu schaffen. Die Investitionen betreffen im Wesentlichen Investitionen in eigene Distributions- und Logistikzentren, Investitionen in Verwaltungsgebäude und Investitionen in den Ausbau und die Modernisierung der eigenen Einzelhandelsgeschäfte.

Ausblick 2023

In der ersten Jahreshälfte baute PUMA seine Markenbegehrlichkeit weiter aus, führte spannende neue Produkte ein und stärkte seine Partnerschaften entlang der Wertschöpfungskette mit Athlet*innen, Einzelhändlern und Lieferanten. PUMA profitierte weiterhin von einer starken geografischen Diversifizierung seines Geschäfts, da das starke Wachstum in Kernmärkten wie Großchina einen Rückgang in Nordamerika ausglich. Die anhaltende Nachfrage nach PUMA Produkten, unterstützt durch unsere operative Flexibilität, führte wie erwartet zu einer Normalisierung der Vorratsbestände von PUMA.

Gleichzeitig bleiben das makroökonomische Umfeld und die volatile Nachfrage im Einzelhandel eine Herausforderung, insbesondere in Nordamerika und Europa, wo Rezessionsrisiken das Konsumklima belasten. Darüber hinaus ist die Entwicklung der wirtschaftlichen Erholung in China nach COVID-19 nach wie vor ungewiss.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Bedingungen und in Anbetracht des starken Umsatzwachstums von PUMA im ersten Halbjahr sowie der anhaltenden Markenbegehrlichkeit bestätigen wir ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum im hohen einstelligen Prozentbereich für das Geschäftsjahr 2023.

Im Einklang mit dem bisherigen Ausblick für 2023 erwartet PUMA ein operatives Ergebnis (EBIT) im Bereich zwischen € 590 Millionen bis € 670 Millionen (2022: € 641 Millionen) und eine entsprechende Veränderung vom Konzernergebnis. PUMA erwartet weiterhin eine Verbesserung der Profitabilität gegen Ende des Jahres, hauptsächlich aufgrund einer sequenziellen Verbesserung der Rohertragsmarge infolge niedrigerer Beschaffungspreise und Frachtkosten.

Sollte sich das Geschäft im dritten Quartal 2023 weiterhin positiv entwickeln, wird PUMA seinen Ausblick für 2023 entsprechend anpassen. Wie in den vergangenen Jahren wird sich PUMA weiterhin darauf konzentrieren, kurzfristige Herausforderungen zu meistern, ohne den mittel- und langfristigen Erfolg zu beeinträchtigen. Daher haben Umsatzwachstum und die Steigerung des Marktanteils Vorrang vor kurzfristiger Gewinnoptimierung.



Verkürzter Konzernzwischenabschluss (IFRS)

Bilanz	30.06.'23 € Mio.	30.06.'22 € Mio.	Abwei- chung	31.12.'22 € Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	307,9	498,4	-38,2%	463,1
Vorräte *	2.145,9	1.984,4	8,1%	2.245,1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen *	1.348,4	1.189,8	13,3%	1.064,9
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte *	374,3	273,9	36,7%	304,1
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	77,2	250,7	-69,2%	123,2
Kurzfristige Vermögenswerte	4.253,6	4.197,2	1,3%	4.200,4
Latente Steuern	327,6	298,2	9,8%	295,0
Nutzungsrechte an Vermögenswerten	1.063,2	1.001,4	6,2%	1.111,3
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1.255,3	1.109,6	13,1%	1.166,0
Langfristige Vermögenswerte	2.646,1	2.409,2	9,8%	2.572,3
Summe Aktiva	6.899,7	6.606,4	4,4%	6.772,7
PASSIVA				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	360,6	41,8	-	75,9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen *	1.457,3	1.657,1	-12,1%	1.734,9
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten *	718,3	723,6	-0,7%	792,3
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	197,1	190,8	3,3%	200,2
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	73,5	67,0	9,6%	39,7
Kurzfristige Verbindlichkeiten	2.806,7	2.680,3	4,7%	2.843,0
Latente Steuern	51,5	57,4	-10,4%	42,0
Pensionsrückstellungen	20,1	32,8	-38,6%	22,4
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	997,3	905,9	10,1%	1.030,3
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	461,9	345,0	33,9%	296,2
Langfristige Verbindlichkeiten	1.530,8	1.341,1	14,1%	1.390,9
Eigenkapital	2.562,2	2.585,0	-0,9%	2.538,8
Summe Passiva	6.899,7	6.606,4	4,4%	6.772,7

* im Working Capital beinhaltet



Zweites Quartal

Erstes Halbjahr

Gewinn- und Verlustrechnung	Q2/2023 € Mio.	Q2/2022 € Mio.	Abwei- chung	1-6/2023 € Mio.	1-6/2022 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	2.120,7	2.002,0	5,9%	4.308,3	3.914,1	10,1%
Umsatzkosten	-1.170,9	-1.071,1	9,3%	-2.341,6	-2.081,1	12,5%
Rohrertrag	949,8	930,9	2,0%	1.966,8	1.833,0	7,3%
- in % der Umsatzerlöse	44,8%	46,5%	-1,7 PP	45,7%	46,8%	-1,2 PP
Lizenz- und Provisionserträge	8,9	6,7	33,4%	15,9	13,4	18,3%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-843,4	-791,2	6,6%	-1.691,7	-1.504,1	12,5%
Operatives Ergebnis (EBIT)	115,3	146,3	-21,2%	290,9	342,4	-15,0%
- in % der Umsatzerlöse	5,4%	7,3%	-1,9 PP	6,8%	8,7%	-2,0 PP
Finanzergebnis	-23,0	-12,9	77,4%	-30,8	-25,9	18,6%
Gewinn vor Steuern (EBT)	92,4	133,4	-30,7%	260,1	316,4	-17,8%
- in % der Umsatzerlöse	4,4%	6,7%	-2,3 PP	6,0%	8,1%	-2,0 PP
Ertragsteuern	-23,0	-34,0	-32,3%	-65,0	-80,7	-19,5%
- Steuerquote	24,9%	25,5%	-0,6 PP	25,0%	25,5%	-0,5 PP
Nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnende Ergebnisse	-14,3	-15,1	-5,3%	-22,8	-30,1	-24,2%
Konzernergebnis	55,0	84,3	-34,7%	172,3	205,6	-16,2%
- in % der Umsatzerlöse	2,6%	4,2%	-1,6 PP	4,0%	5,3%	-1,3 PP
Ergebnis je Aktie (€)	0,37	0,56	-34,8%	1,15	1,37	-16,3%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	0,37	0,56	-34,8%	1,15	1,37	-16,3%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)				149,80	149,60	0,1%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)				149,81	149,63	0,1%



Gesamtergebnisrechnung	1-6/2023	1-6/2022
	€ Mio.	€ Mio.
Konzernergebnis vor nicht beherrschenden Anteilen (Konzernjahresüberschuss)	195,1	235,7
Währungsänderungen	-15,4	124,0
Nettogewinn/ -verlust aus der Absicherung von Cashflows, netto nach Steuern	-15,9	77,5
Bestandteile, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden	-31,3	201,6
Neubewertung der Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen, netto nach Steuern	1,6	0,0
Neutrale Effekte finanzieller Vermögenswerte der FVTOCI-Kategorie, netto nach Steuern	3,6	-3,8
Bestandteile, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden	5,2	-3,8
Sonstiges Ergebnis	-26,1	197,7
Gesamtergebnis	169,1	433,5
davon:		
Nicht beherrschende Anteile	21,6	36,5
Anteilseigner PUMA SE	147,5	397,0



Kapitalflussrechnung	1-6/2023 € Mio.	1-6/2022 € Mio.	Abwei- chung
Gewinn vor Steuern (EBT)	260,1	316,4	-17,8%
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	231,3	138,9	66,5%
Brutto Cashflow	491,4	455,3	7,9%
Veränderung im Netto-Umlaufvermögen	-603,9	-240,6	151,0%
Zahlungen für Ertragsteuern	-96,6	-92,7	4,1%
Mittelabfluss/-zufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-209,0	122,0	-271,4%
Auszahlungen für Akquisitionen	0,0	0,0	-
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-158,0	-92,3	71,1%
Übrige Investitions- und Desinvestitionstätigkeiten inkl. erhaltene Zinsen	25,6	9,0	186,1%
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-132,4	-83,4	58,8%
Freier Cashflow	-341,4	38,6	-
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-341,4	38,6	-
Dividendenzahlung an Anteilseigner PUMA SE	-122,8	-107,7	14,0%
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Anteile	-23,4	-22,8	2,3%
Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzverbindlichkeiten	460,9	42,1	-
Auszahlungen für die Rückzahlung von Finanzverbindlichkeiten	0,0	-68,5	-100,0%
Auszahlungen für die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-98,8	-97,6	1,2%
Zinszahlungen	-38,7	-23,0	68,4%
Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit	177,3	-277,6	-
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	8,9	-20,2	-
Veränderung des Finanzmittelbestands	-155,2	-259,2	-40,1%
Finanzmittelbestand am Anfang des Geschäftsjahres	463,1	757,5	-38,9%
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	307,9	498,4	-38,2%



Konzerneigenkapital- veränderungsrechnung in € Mio.	Gezeich- netes Kapital	Kapital- rücklage	Sonstige Rücklagen			Eigene Aktien	Eigenkapital vor Anteile nicht be- herrschender Gesellschafter	Nicht beherr- schende Anteile	Eigen- kapital Gesamt
			Gewinn- rücklagen einschließlich Ergebnisvortrag	Rücklage aus der Fremd- währungs- umrechnung	Cashflow Hedges				
31.12.2021	150,8	86,4	2.245,4	-320,6	78,1	-26,9	2.213,3	65,2	2.278,5
Konzernjahresüberschuss			205,6				205,6	30,1	235,7
Sonstiges Ergebnis			-3,8	116,8	78,4		191,4	6,4	197,7
Summe Gesamtergebnis			201,8	116,8	78,4		397,0	36,5	433,5
Dividendenzahlung an Anteilseigner PUMA SE / nicht beherrschende Anteile			-107,7				-107,7	-22,8	-130,6
Aktienbasierte Vergütung sowie Ver- wendung/Ausgabe von eigenen Aktien		0,3				0,1	0,3		0,3
Transaktion mit Gesellschaftern			1,1				1,1	2,2	3,3
30.06.2022	150,8	86,7	2.340,6	-203,8	156,5	-26,8	2.504,0	81,0	2.585,0
31.12.2022	150,8	90,8	2.496,2	-256,8	14,2	-23,5	2.471,7	67,1	2.538,8
Konzernjahresüberschuss			172,3				172,3	22,8	195,1
Sonstiges Ergebnis			5,2	-14,2	-15,9		-24,9	-1,2	-26,1
Summe Gesamtergebnis			177,5	-14,2	-15,9		147,5	21,6	169,1
Dividendenzahlung an Anteilseigner PUMA SE / nicht beherrschende Anteile			-122,8				-122,8	-23,4	-146,2
Aktienbasierte Vergütung sowie Ver- wendung/Ausgabe von eigenen Aktien		0,3				0,2	0,4		0,4
30.06.2023	150,8	91,0	2.551,0	-270,9	-1,7	-23,3	2.496,8	65,3	2.562,2



Geschäftssegmente 1-6/2023						
Regionen	Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	1-6/2023	1-6/2022	1-6/2023	1-6/2022	1-6/2023	1-6/2022
	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
Europa	1.013,0	874,7	129,5	118,9	9,7	11,3
EEMEA	801,0	542,1	204,5	109,0	11,2	10,8
Nordamerika	1.037,4	1.255,2	124,3	236,3	47,1	22,1
Lateinamerika	625,9	480,4	142,7	128,8	44,8	13,0
Großchina	305,1	268,0	52,0	35,8	2,6	2,5
Asien/ Pazifik (ohne Großchina)	282,7	271,9	35,2	33,3	4,1	3,8
stichd	237,1	221,9	46,0	51,1	6,0	7,5
Geschäftssegmente insgesamt	4.302,2	3.914,1	734,1	713,2	125,5	71,2
Regionen	Abschreibungen		Vorräte		Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (ggü. Dritten)	
	1-6/2023	1-6/2022	1-6/2023	1-6/2022	1-6/2023	1-6/2022
	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
Europa	30,4	28,7	613,6	516,2	284,1	264,6
EEMEA	28,0	24,8	368,8	321,5	314,7	145,8
Nordamerika	42,0	32,9	611,9	689,9	279,5	356,4
Lateinamerika	15,6	9,8	364,4	191,8	272,2	198,8
Großchina	15,4	19,5	116,2	191,1	40,7	49,2
Asien/ Pazifik (ohne Großchina)	14,3	16,0	124,0	107,6	79,2	110,1
stichd	5,1	4,0	102,8	96,1	73,4	68,0
Geschäftssegmente insgesamt	150,7	135,6	2.301,6	2.114,1	1.343,7	1.192,9
Regionen	Langfristige Vermögenswerte					
	1-6/2023	1-6/2022				
	€ Mio.	€ Mio.				
Europa	470,8	464,5				
EEMEA	175,4	212,6				
Nordamerika	769,3	623,7				
Lateinamerika	179,1	105,4				
Großchina	84,1	68,7				
Asien/ Pazifik (ohne Großchina)	120,4	148,3				
stichd	210,6	198,3				
Geschäftssegmente insgesamt	2.009,7	1.821,5				



Produkt	Umsatzerlöse		Rohertragsmarge	
	1-6/2023 € Mio.	1-6/2022 € Mio.	1-6/2023 € Mio.	1-6/2022 € Mio.
Schuhe	2.336,4	1.948,6	44,2%	45,6%
Textilien	1.311,0	1.304,4	47,7%	48,0%
Accessoires	660,9	661,1	46,6%	48,0%
Gesamt	4.308,3	3.914,1	45,7%	46,8%

Überleitungsrechnungen	Umsatzerlöse	
	1-6/2023 € Mio.	1-6/2022 € Mio.
Geschäftssegmente insgesamt	4.302,2	3.914,1
Zentralbereiche	6,2	0,0
Gesamt	4.308,3	3.914,1

	EBIT	
	1-6/2023 € Mio.	1-6/2022 € Mio.
Geschäftssegmente insgesamt	734,1	713,2
Zentralbereiche	-193,3	-160,3
Zentrale Aufwendungen Marketing	-249,9	-210,7
Konsolidierung	0,0	0,0
EBIT	290,9	342,4
Finanzergebnis	-30,8	-25,9
EBT	260,1	316,4

	Investitionen		Abschreibungen	
	1-6/2023 € Mio.	1-6/2022 € Mio.	1-6/2023 € Mio.	1-6/2022 € Mio.
Geschäftssegmente insgesamt	125,5	71,2	150,7	135,6
Zentralbereiche	22,4	16,3	19,3	18,9
Konsolidierung	0,0	0,0	0,0	0,0
Gesamt	147,9	87,4	170,1	154,4

	Vorräte		Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (ggü. Dritten)		Langfristige Vermögenswerte	
	1-6/2023 € Mio.	1-6/2022 € Mio.	1-6/2023 € Mio.	1-6/2022 € Mio.	1-6/2023 € Mio.	1-6/2022 € Mio.
Geschäftssegmente insgesamt	2.301,6	2.114,1	1.343,7	1.192,9	2.009,7	1.821,5
Den Geschäftssegmenten nicht zugeordnet	-155,7	-129,6	4,7	-3,1	217,8	200,1
Gesamt	2.145,9	1.984,4	1.348,4	1.189,8	2.227,5	2.021,5



Erläuternde Anhangangaben zum verkürzten Konzernzwischenabschluss (IFRS) zum 30. Juni 2023

GRUNDSÄTZLICHES

Die PUMA SE und ihre Tochtergesellschaften (der „PUMA Konzern“) entwickeln und vertreiben unter dem Markennamen „PUMA“ ein breites Angebot von Sport- und Sportlifestyle-Artikeln, das Schuhe, Textilien und Accessoires umfasst. Die Gesellschaft hat ihren Sitz in Herzogenaurach, Bundesrepublik Deutschland. Das zuständige Registergericht befindet sich in Fürth (Bayern).

RECHNUNGSLEGUNGSGRUNDSÄTZE

Der nicht geprüfte Halbjahresfinanzbericht der PUMA SE und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen der PUMA Konzern) wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 "Zwischenberichterstattung" erstellt und sollte in Verbindung mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2022 gelesen werden. Die darin enthaltenen Angaben zum Konzernabschluss gelten, soweit nicht explizit auf Änderungen eingegangen wird, für die Finanzberichte des Jahres 2023.

Bei der Erstellung des Halbjahresfinanzberichts wurden die zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2022 angewandten und erläuterten Rechnungslegungsgrundsätze konsistent angewendet.

Im zweiten Quartal 2023 kam es erstmalig zur Anwendung der Rechnungslegung für als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien gemäß IAS 40. Diese werden analog zu den Sachanlagen gemäß dem Anschaffungskostenmodell mit ihren Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen und ggf. notwendiger Wertminderungen bilanziert. Die als Finanzinvestitionen gehaltenen Immobilien sind mit einem Buchwert von € 23,3 Mio. (Vorjahr: € 0,0 Mio.) in den Sachanlagen enthalten.

Zudem wurden im zweiten Quartal erstmalig für PUMA als Leasinggeber die Rechnungslegungsgrundsätze des IFRS 16 angewendet. Sofern PUMA im Rahmen einer Untervermietung als Leasinggeber auftritt wird zu Beginn des Leasingvertrags festgelegt, ob es sich um ein Finanzierungsleasing oder um ein Operating-Leasing handelt. Um den Leasingvertrag zu klassifizieren, nimmt PUMA eine Gesamtbeurteilung vor, ob das Leasing im Wesentlichen alle mit dem Eigentum des zugrundeliegenden Vermögenswerts verbundenen Risiken und Vorteile überträgt. Wenn dies der Fall ist, dann ist das Leasing ein Finanzierungsleasing, wenn nicht, dann ist es ein Operating-Leasing. Als Teil dieser Beurteilung berücksichtigt PUMA bestimmte Indikatoren, wie z.B. ob das Leasing den

größten Teil der Laufzeit des Hauptleasings des Vermögenswerts umfasst. Nach unserem Ermessen handelt es sich dabei ausschließlich um Finanzierungsleasingverhältnisse, da die Untervermietung stets den größten Teil der Laufzeit des Hauptleasings umfasst. Es verbleiben keine wesentlichen Risiken bei PUMA. Hieraus ergaben sich Forderungen aus Leasingverhältnissen mit einem Buchwert von € 13,8 Mio. (Vorjahr: € 0,0 Mio.), welche in den sonstigen Vermögenswerten (ohne Einbezug ins Working Capital) enthalten sind.

Bei Finanzierungsleasingverhältnissen wird eine Nettoinvestition (Forderung) in Höhe der abgezinsten zukünftig zu erhaltenden Mietzahlungen bilanziell erfasst. Zur Ermittlung der Abzinsung wird der Grenzfremdkapitalzinssatz verwendet, da der dem Leasingverhältnis zugrunde liegende Zinssatz in der Regel nicht bekannt ist. Die Zinserträge aus Leasingverhältnissen werden im Cashflow aus der Investitionstätigkeit ausgewiesen.



Bei der Aufstellung des Finanzberichts sind teilweise Annahmen getroffen und Schätzwerte verwandt worden, die sich auf Höhe und Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte, Schulden und der Erträge und Aufwendungen ausgewirkt haben. Die tatsächlichen Werte können zu einem späteren Zeitpunkt in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen. Entsprechende Änderungen werden zum Zeitpunkt einer besseren Erkenntnis berücksichtigt. Die wesentlichen Schätzungsunsicherheiten und Ermessensentscheidungen sind im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2022 dargestellt.

SAISONALE EINFLÜSSE

Die Umsätze des Konzerns verlaufen saisonabhängig und führen zu unterschiedlichen Umsätzen und daraus resultierenden Gewinnen während eines Jahres. Tendenziell sind die Umsätze und die daraus resultierenden Gewinne im ersten und im dritten Quartal des Geschäftsjahres am stärksten und die Vorratsbestände tendenziell am niedrigsten. Dies ist jeweils bedingt durch den Start der Kollektionen Frühjahr/Sommer und Herbst/Winter.

STEUERUNGSSYSTEM

Die Veränderung der Umsatzerlöse wird auch durch **Währungseffekte** beeinflusst. Daher geben wir, um entscheidungsrelevante Informationen zur Beurteilung der Umsatzlage zu vermitteln, neben den Umsätzen in der Berichtswährung Euro auch die um Währungseffekte bereinigte Umsatzveränderung an. Die währungsbereinigten Umsatzgrößen dienen Vergleichszwecken und ergeben sich, wenn die Vorjahresbeträge der in den Konzernabschluss einbezogenen Fremdwährungsabschlüsse nicht mit den Durchschnittskursen des Vorjahres, sondern mit den entsprechenden Durchschnittskursen des aktuellen Berichtsjahres umgerechnet werden. Dabei sind währungsbereinigte Kennzahlen nicht als Ersatz oder höherwertige Finanzkennzahlen, sondern stets als Zusatzinformation anzusehen.

Zur Beurteilung der Finanzlage verwenden wir die Kennzahl **Working Capital**. Im Deutschen oft als Betriebskapital bezeichnet, handelt es sich dabei im Wesentlichen um die Differenz aus den kurzfristigen Vermögenswerten, insbesondere den Vorräten und den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und den kurzfristigen Verbindlichkeiten. Der Bestand an Flüssigen Mitteln, die Leasingforderungen, die positiven und negativen Marktwerte der derivativen Finanzinstrumente und die kurzfristigen Finanz- und Leasingverbindlichkeiten sind nicht im Working Capital enthalten.

Das **Netto-Umlaufvermögen** beinhaltet das Working Capital sowie die kurzfristigen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, welche nicht dem Working Capital zuzurechnen sind. Die kurzfristigen Leasingverbindlichkeiten sind nicht Teil des Netto-Umlaufvermögens.

ANGABEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Die Umsatzerlöse des Konzerns untergliedern sich nach Distributionskanälen wie folgt:

	2023 € Mio.	2022 € Mio.
Großhandelsgeschäft (Wholesale)	3.327,4	3.091,4
Eigene Einzelhandelsaktivitäten (Retail/Direct to Consumer-business)	980,9	822,8
Gesamt	4.308,3	3.914,2



ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie wird in Übereinstimmung mit IAS 33 ermittelt, indem das Ergebnis des Berichtszeitraums durch die durchschnittliche Zahl der im Umlauf befindlichen Aktien dividiert wird. Die durchschnittliche Zahl der im Umlauf befindlichen Aktien beinhaltet auch erdiente, noch nicht ausgegebene Aktien. Die im eigenen Bestand gehaltenen Aktien vermindern sowohl die im Umlauf befindliche als auch die verwässerte Anzahl der Aktien. Ausstehende Aktienoptionen aus dem Management Incentive Programm können grundsätzlich zu einer Verwässerung des Ergebnisses je Aktie führen.

	2023	2022
Ergebnis je Aktie	€ 1,15	€ 1,37
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€ 1,15	€ 1,37

MITARBEITER*INNEN

Die Entwicklung der Anzahl der Mitarbeiter*innen auf Basis von Vollzeitäquivalenten (FTE) stellt sich wie folgt dar:

	2023	2022
Mitarbeiter*innen zum 1. Januar	18.071	16.125
Mitarbeiter*innen zum 30. Juni	17.590	16.444
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter*innen	17.876	16.072

DIVIDENDE

Die Hauptversammlung hat am 24 Mai 2023 eine Dividende von € 0,82 je Aktie für das Geschäftsjahr 2022 beschlossen. Der Gesamtbetrag der Ausschüttung beträgt € 122,8 Millionen. Die Dividende wurde in den Tagen nach der Hauptversammlung an die Aktionär*innen ausgezahlt.

EIGENKAPITAL

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital beträgt zum Bilanzstichtag gemäß Satzung € 150.824.640,00 und ist eingeteilt in 150.824.640 stimmberechtigte Stückaktien ohne Nennwert. Dies entspricht einem anteiligen Betrag von € 1,00 je Aktie.

Eigene Aktien

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 7. Mai 2020 wurde die Gesellschaft ermächtigt, bis zum 6. Mai 2025 eigene Aktien bis zu zehn Prozent des Grundkapitals zu erwerben.

Die Gesellschaft hat in den ersten sechs Monaten keine Aktien zurückgekauft.

Zum Ende des zweiten Quartals hält die Gesellschaft insgesamt 1.057.505 Stück PUMA Aktien im eigenen Bestand, was einem Anteil von 0,70% des gezeichneten Kapitals entspricht.

Entwicklung der Anzahl der Aktien

	2023	2022
Anzahl der Aktien zum 1. Januar und zum 30. Juni	150.824.640	150.824.640
davon eigene Aktien	-1.057.505	-1.215.779
Im Umlauf befindliche Aktien zum 30. Juni	149.767.135	149.608.861
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien	149.801.086	149.603.420
Verwässerte Anzahl der durchschnittlich im Umlauf befindlichen Aktien	149.814.188	149.625.443



FINANZINSTRUMENTE

Die Bewertungsmethoden der beizulegenden Zeitwerte nach Level 1 bis 3 sind unverändert und können dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2022 entnommen werden.

Die Finanzinstrumente, die in der Bilanz zum beizulegenden Zeitwert („Fair Value“) bewertet werden, wurden nach der folgenden Hierarchie ermittelt:

Level 1: Verwendung von auf aktiven Märkten für identische Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten notierten Preisen.

Level 2: Verwendung von Inputfaktoren, bei denen es sich nicht um die in Level 1 berücksichtigten notierten Preise handelt, die sich aber für den Vermögenswert oder die Verbindlichkeit entweder direkt (d.h. als Preis) oder indirekt (d.h. in Ableitung von Preisen) beobachten lassen.

Level 3: Verwendung von nicht auf beobachtbaren Marktdaten basierenden Faktoren für die Bewertung des Vermögenswertes oder der Verbindlichkeit.

Der Fair Value der aus strategischen Gründen gehaltenen Beteiligungen betrifft ausschließlich Eigenkapitalinstrumente, die der Kategorie „Fair Value through OCI“ (FVOCI) zugeordnet und gemäß Level 1 ermittelt wurden. Die Marktwerte der derivativen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten wurden gemäß Level 2 ermittelt.



	Bewertungs- kategorien nach IFRS 9	Beizulegender Zeitwert					Beizulegender Zeitwert				
		Buchwert 2023 € Mio.	Zeitwert 2023 € Mio.	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Buchwert 2022 € Mio.	Zeitwert 2022 € Mio.	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Aktiva											
Flüssige Mittel	¹⁾ AC	307,9					498,4				
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	AC	1.348,4					1.189,8				
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte											
Derivate mit Hedgebeziehung (Fair Value)	n.a.	39,6	39,6		39,6		170,7	170,7		170,7	
Derivate ohne Hedgebeziehung (Fair Value)	²⁾ FVPL	21,7	21,7		21,7		79,9	79,9		79,9	
Forderungen aus Leasingverhältnissen	n.a.	4,3					0,0				
Übrige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	AC	26,7					16,6				
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte											
Derivate mit Hedgebeziehung (Fair Value)	n.a.	3,4	3,4		3,4		20,6	20,6		20,6	
Beteiligungen	³⁾ FVOCI	25,4	25,4	25,4			21,3	21,3	21,3		
Forderungen aus Leasingverhältnissen	n.a.	13,8					0,0				
Übrige langfristige finanzielle Vermögenswerte	AC	34,4					38,4				
Passiva											
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten											
Bankverbindlichkeiten	AC	175,6					41,8				
Schuldschein	AC	185,0	183,4		183,4		0,0	0,0			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	AC	1.457,3					1.657,1				
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	n.a.	197,1					190,8				
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten											
Derivate mit Hedgebeziehung (Fair Value)	n.a.	45,7	45,7		45,7		39,0	39,0		39,0	
Derivate ohne Hedgebeziehung (Fair Value)	²⁾ FVPL	27,6	27,6		27,6		26,8	26,8		26,8	
Übrige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	AC	35,1					45,4				
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	n.a.	997,3					905,9				
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten											
Langfristige Finanzverbindlichkeiten (Schuldschein)	AC	427,6	419,8		419,8		311,5	311,5		311,5	
Derivate mit Hedgebeziehung (Fair Value)	n.a.	1,5	1,5		1,5		1,5	1,5		1,5	
Übrige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	AC	0,2					0,6				
Gesamte finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten		1.717,3					1.743,2				
Gesamte finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten		2.280,6					2.056,4				
Gesamte finanzielle Vermögenswerte erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert		21,7					79,9				
Gesamte finanzielle Verbindlichkeiten zum beizulegenden Zeitwert		27,6					26,8				
Gesamte Finanzanlagen erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert		25,4					21,3				

¹⁾ AC (at amortised cost) = fortgeführte Anschaffungskosten

²⁾ FVPL (fair value through PL) = erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert

³⁾ FVOCI (fair value through OCI) = erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert im sonstigen Ergebnis bewertete Eigenkapitalinstrumente



SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung erfolgt gemäß der PUMA-internen Berichtsstruktur nach geographischen Verantwortungsgebieten mit Ausnahme von stichd. Das geographische Verantwortungsgebiet bildet das Geschäftssegment. Die Umsatzerlöse und das operative Ergebnis (EBIT) sowie die übrigen Segmentinformationen werden nach dem Sitz der jeweiligen Konzerngesellschaft den entsprechenden geographischen Verantwortungsgebieten zugewiesen.

Die interne Managementberichterstattung enthält folgende Berichtssegmente: Europa, EEMEA (Osteuropa, Naher Osten, Afrika, Indien und Südostasien), Nordamerika, Lateinamerika, Großchina, Übriges Asien/ Pazifik (ohne Großchina und Südostasien) und stichd. Diese werden entsprechend der Kriterien des IFRS 8 als berichtspflichtige Geschäftssegmente ausgewiesen.

Die Überleitungsrechnung enthält die Angabe zu den Vermögenswerten, Schulden, Aufwendungen und Erträgen in Zusammenhang mit zentralisierten Funktionen, welche die Definition von IFRS 8 bezüglich Geschäftssegmenten nicht erfüllen. Die zentralen Aufwendungen und Erträge beinhalten insbesondere die weltweite Beschaffung (inkl. Hedging), das zentrale Treasury, das zentrale Marketing, Wertminderungsaufwendungen auf langfristige Vermögenswerte und andere globale Funktionen der Unternehmenszentrale.

Der Hauptentscheidungsträger des Unternehmens ist definiert als der gesamte Vorstand der PUMA SE.

Zwischen den Geschäftssegmenten fallen, mit Ausnahme von Warenverkäufen der stichd in Höhe von € 20,7 Millionen (Vorjahr: € 22,6 Millionen), keine wesentlichen internen Umsätze an, daher werden sie in der Darstellung nicht berücksichtigt.

Das operative Ergebnis (EBIT) der Geschäftssegmente ist definiert als Rohertrag abzüglich der zurechenbaren sonstigen operativen Aufwendungen zuzüglich der Lizenz- und Provisionserträge und der sonstigen operativen Erträge, jedoch ohne Berücksichtigung der Kosten der Zentralbereiche und der zentralen Aufwendungen für Marketing.

Da PUMA nur in einem Geschäftsfeld, der Sportartikelindustrie, tätig ist, erfolgt zusätzlich die Aufgliederung nach Produkten gemäß der internen Berichtsstruktur nach den Produktsegmenten Schuhe, Textilien und Accessoires.

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Es bestehen keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die eine wesentliche Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. Juni 2023 haben könnten.

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

"Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage vermittelt und im Zwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind."

Herzogenaurach, den 26. Juli 2023

Der Vorstand der PUMA SE



Vorstand

Arne Freundt

(CEO, Chief Executive Officer)

Anne-Laure Descours

(CSO, Chief Sourcing Officer)

Maria Valdes

(CPO, Chief Product Officer)

Hubert Hinterseher

(CFO, Chief Financial Officer)

Aufsichtsrat

Héloïse Temple-Boyer

(Vorsitzende)

Thore Ohlsson

(Stellvertretender Vorsitzender)

Jean-François Palus (bis 24. Mai 2023)

Jean-Marc Duplaix (ab 24. Mai 2023)

Fiona May

Martin Köppel

(Arbeitnehmersvertreter)

Bernd Illig

(Arbeitnehmersvertreter)



Finanzkalender Geschäftsjahr 2023

28. Februar 2023	Geschäftsergebnisse 2022
26. April 2023	Quartalsmitteilung Q1 2023
24. Mai 2023	Hauptversammlung
26. Juli 2023	Halbjahresfinanzbericht 2023
24. Oktober 2023	Quartalsmitteilung Q3 2023

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

Herausgeber

PUMA SE
PUMA Way 1
D-91074 Herzogenaurach

Tel.: +49 (0)9132 81-0
email: investor-relations@puma.com
Internet: <http://www.puma.com>

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 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 und beschäftigt weltweit ungefähr 20.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <https://about.puma.com>.