



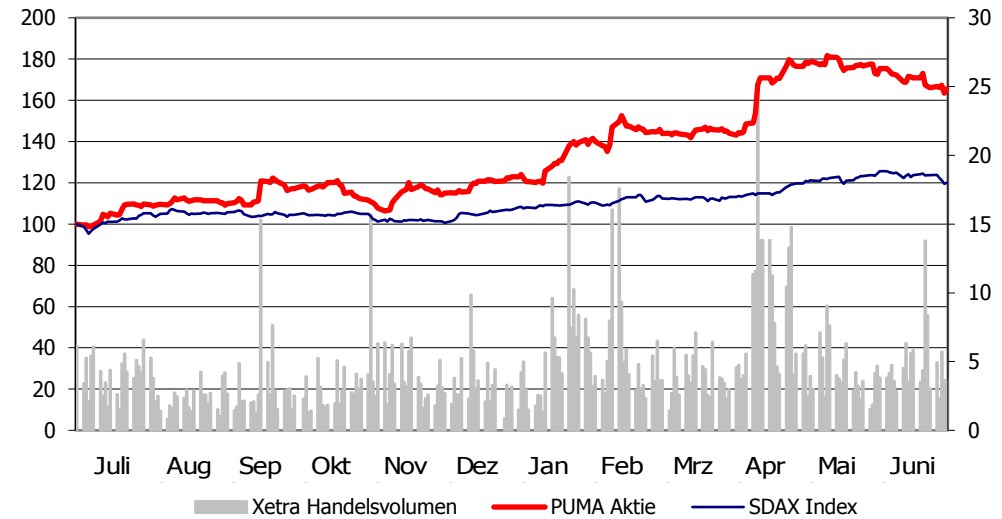
Finanzbericht Januar – Juni 2017



INHALTSVERZEICHNIS

Kennzahlen	3
Konzernzwischenlagebericht	
- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	4
- Marken- und Strategie-Update	4 - 5
- Umsatz- und Ertragslage	6 - 8
- Vermögens- und Finanzlage	9
- Ausblick	10
Konzernzwischenabschluss	
- Bilanz	11
- Gewinn- und Verlustrechnung	12
- Gesamtergebnisrechnung	13
- Kapitalflussrechnung	14
- Veränderungen im Eigenkapital	15
- Geschäftssegmente	16
- Anhang zum Finanzbericht	17 – 19
Geschäftsführende Direktoren / Verwaltungsrat	20
Finanzkalender	21

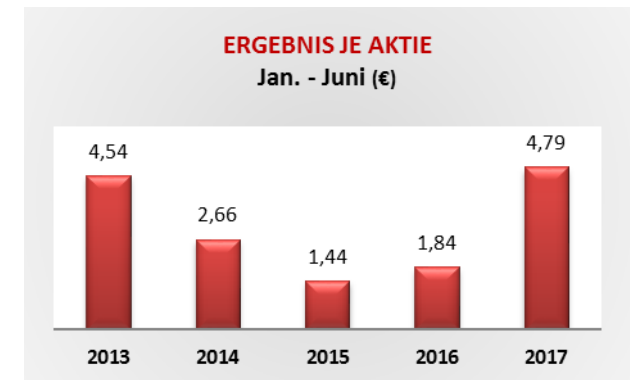
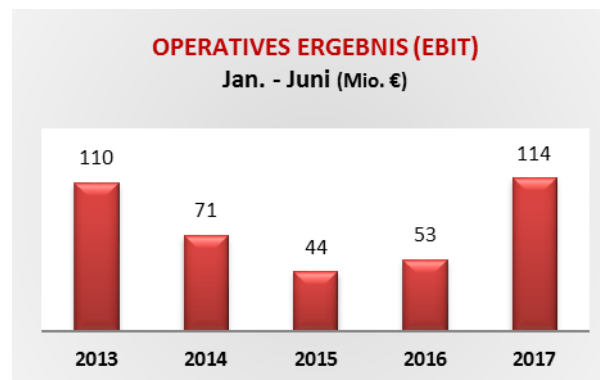
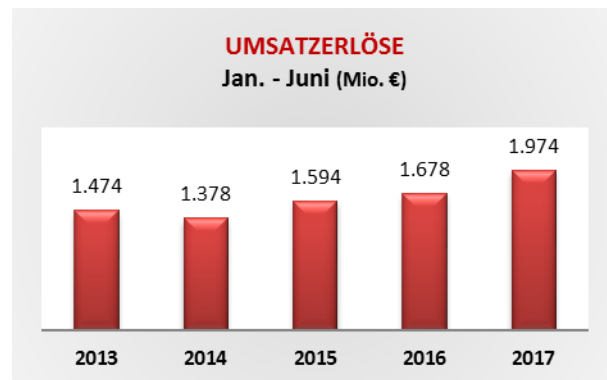
Jahresentwicklung der PUMA Aktie
Indizierte Entwicklung mit Handelsvolumen (Xetra)



Kennzahlen	1-6/2017 € Mio.	1-6/2016 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	1.973,8	1.678,4	17,6%
Rohertragsmarge	46,8%	46,2%	
Operatives Ergebnis	113,6	53,2	113,5%
Konzernergebnis - in %	71,5 3,6%	27,4 1,6%	160,5%
Bilanzsumme	2.833,5	2.693,4	5,2%
Eigenkapitalquote in %	58,0%	59,4%	
Netto-Umlaufvermögen (Working Capital)	700,1	658,2	6,4%
Brutto Cashflow	161,5	82,5	95,9%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-117,9	-100,5	17,3%
Gewinn je Aktie (in €)	4,79	1,84	160,5%
Brutto Cashflow je Aktie (in €)	10,81	5,52	95,9%
Freier Cashflow je Aktie (in €) (vor Akquisitionen)	-7,89	-6,73	17,3%
Aktienkurs am Ende der Periode (in €)	336,45	201,10	67,3%
Marktkapitalisierung am Ende der Periode	5.027	3.004	67,3%
Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Werten (ohne Firmenwerte)	43,8	31,0	41,1%

Bjørn Gulden, CEO:

“In einem weiteren positiven Quartal haben wir ein zweistelliges Wachstum sowohl in allen Regionen als auch bei Schuhen und Textilien erzielt. Zusammen mit einem guten Durchverkauf im Einzelhandel und einem guten Orderbuch hat dies dazu geführt, dass wir den Ausblick für das Gesamtjahr angehoben haben. Wir erwarten nun für das Gesamtjahr ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum zwischen 12% und 14% und ein EBIT zwischen € 205 Millionen und € 215 Millionen.“



Konzernzwischenlagebericht

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Gemäß der Sommerprognose des Kieler Instituts für Weltwirtschaft (ifw Kiel) vom 14. Juni 2017 befindet sich die Weltwirtschaft Mitte des Jahres 2017 im Aufschwung. Vor allem in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften ist die wirtschaftliche Stimmung gut, aber auch in den Schwellenländern hat sich die konjunkturelle Lage spürbar verbessert. Die Unsicherheit über die künftige Wirtschaftspolitik ist zwar groß, sie dämpft die wirtschaftliche Aktivität derzeit aber offenbar nicht erheblich.

MARKEN- UND STRATEGIE UPDATE

Die ersten sechs Monate des Jahres verliefen für PUMA sowohl geschäftlich als auch im sportlichen Bereich aufgrund starker Leistungen seiner Athleten und Markenbotschafter positiv.

Die **Fußballsaison** 2016/17 konnte PUMA mit einigen der wichtigsten Titel krönen: während Borussia Dortmund das DFB-Pokalfinale für sich entscheiden konnte, gewann der FC Arsenal den FA-Cup am selben Wochenende. Außerdem holten die Chivas in Mexiko den Liga MX Clausura-Titel, während die kamerunische Nationalmannschaft den Afrika-Cup 2017 gewann. Unser Portfolio an Top-Teams haben wir durch zwei weitere Vereine erweitert: Mit Olympique Marseille und Borussia Mönchengladbach hat PUMA mit Beginn der Saison 2018/19 zwei strategische und gleichzeitig langfristige Partnerschaften geschlossen, die unsere

Position sowohl in der Bundesliga als auch in der französischen Ligue 1 stärken.

Mit unseren weiblichen Fußballstars Ada Hegerberg (Norwegen), Dzsenerifer Marozsan (Deutschland) und Eugenie Le Sommer (Frankreich) sind wir sehr gut aufgestellt, um die Sichtbarkeit unserer Marke im Rahmen der Fußball-Europameisterschaft der Frauen 2017 in den Niederlanden zu verbessern. Insgesamt spielen 67 Fußballerinnen in PUMA-Schuhen und 14 davon für die deutsche Mannschaft. Vergangenes Wochenende wurde Dzsenerifer Marozsan von führenden Sportjournalisten im Rahmen einer Umfrage des Magazins „kicker“ zur Spielerin des Jahres gewählt.

In unserer Kategorie **Running** liegt unser Fokus auf der Leichtathletik-Weltmeisterschaft in London, die Ende nächster Woche beginnt. Unsere Sprintlegende Usain Bolt wird dort voraussichtlich seine aktive Sportkarriere beenden, bleibt aber weiterhin PUMAs Markenbotschafter. Spitzenleistungen erwarten wir auch von unserem kanadischen Sprinter André de Grasse, dem amtierenden Pan-Amerikanischen Meister über die 100- und 200-Meter-Distanz. Um unsere starke Präsenz in der Leichtathletik weiter zu festigen, haben wir unser Portfolio an Athleten um zahlreiche jamaikanische Sprinter ergänzt, darunter Julian Forte und Shericka Jackson. Forte gewann bei den Staffel-Weltmeisterschaften 2014 Gold mit dem

jamaikanischen Team über 4x100 Meter, während Jackson sowohl Bronze über 400 Meter als auch Silber mit der 4x400 Meter-Staffel bei den Olympischen Sommerspielen in Rio de Janeiro holte.

Im **Motorsport** führen unsere drei Formel 1 Partnerteams Mercedes AMG Petronas, Scuderia Ferrari und Red Bull Racing in dieser Saison die Ranglisten sowohl in der Fahrer- als auch in der Konstrukteurswertung an. Zudem haben wir unsere langjährige Partnerschaft mit BMW Motorsport als offizieller Lizenzpartner für BMW-Motorsportprodukte und als Ausrüster der BMW-Renntteams verlängert.

Unser strategischer Fokus liegt weiterhin auf fünf Prioritäten: kontinuierlich Markenbegehrtheit zu schaffen, die Frequenz von Produkteinführungen zu erhöhen und die Produktqualität weiter zu verbessern, den Vertrieb mit guten Durchverkäufen bei unseren Hauptkunden im Handel zu stärken, interne Prozesse in der Organisation zu beschleunigen und im Frauensegment sowohl im Bereich Performance als auch Sportstyle weiter zu wachsen. Die verbesserten Geschäftsergebnisse, der stärkere Durchverkauf und auch die weiterhin positive Resonanz unserer Handelspartner zeigen, dass PUMA auf dem richtigen Weg ist.



Um PUMAs **Markenbegehrtheit** weiter zu steigern, haben wir sowohl neue Athleten als auch verschiedene Künstler unter Vertrag genommen. Die Zusammenarbeit mit relevanten Influencern, die für uns kommunizieren, wird immer wichtiger. Einer von ihnen ist der Grammy-Nominierte, mehrfach mit Platin ausgezeichnete Kult-Rapper Big Sean, den wir als Design-Partner und globaler Markenbotschafter unter Vertrag genommen haben. Big Sean, das Gesicht der nächsten PUMA Classics-Kampagne in diesem Sommer, wird zusammen mit dem PUMA-Team eine exklusive Kollektion entwerfen, die im Frühjahr 2018 auf den Markt kommt.

In unserem **Frauensegment** haben wir im Rahmen unserer erfolgreichen „Do You“-Kampagne mit Stars wie Cara Delevingne, dem New York City Ballet und Kylie Jenner neue, feminine Styles eingeführt. Besonders gefragt sind hier der BASKET HEART, eine klassische Silhouette mit einer besonderen, weiblichen Note und der FIERCE, einer der starken Wachstumstreiber in unserem Frauensegment. Im Textilbereich sticht die Velvet Rope-Kollektion heraus, die technisch inspirierte Sportstyle- und Trainings-Outfits für Frauen anbietet, die die perfekte Mischung aus Funktion und Luxus, Sport und Mode suchen.

Mit dem „Run the Streets“-Konzept bieten wir **Produkte** an, die die Grenze zwischen Performance und Style überschreiten. Wir haben dazu den IGNITE Evoknit, IGNITE Limitless und das brandneue Sportstyle-Modell TSUGI auf den Markt gebracht. Alle verfügen über die von PUMA patentierte Mittelsohlen-Technologie in einem urbanen, frischen Look, der durch Street Style inspiriert ist.

Unser neues, individuell anpassbares Schnürsystem NETFIT, das von unseren Athleten bei der Leichtathletik-Weltmeisterschaft in London getragen wird, bietet unendliche Variationen für Sport und Style. Durch die innovative NETFIT-Technologie kann der Läufer den Schuh individuell auf seine Fußform und Laufstil einstellen, während der eher modeorientierte Konsument seinen persönlichen Stil durch verschiedene Arten der Schnürung zum Ausdruck bringen kann. Wir verwenden NETFIT ebenfalls in der Sportstyle-Kategorie und werden die Technologie auch in die Fußballschuhmodelle 365 NETFIT und FUTURE integrieren.

Unser kürzlich eingeführter Fußballschuh PUMA ONE deckt alle Bedürfnisse eines Spielers ab: Passform, Schnelligkeit und Gefühl. Unter dem Motto „Play Perfect“ haben wir die besten und aktuellsten Technologien gebündelt, um die technisch versiertesten Spieler optimal auszustatten.

Im **Vertrieb** sind wir weiterhin fest entschlossen, die Zusammenarbeit mit dem Handel zu stärken und ein verlässlicher Partner zu sein. Es ist wichtig für uns, dass unsere Handelspartner mit unseren Produkten Geld verdienen. Deshalb haben wir hart daran gearbeitet, die Anforderungen des Handels zu erfüllen und so zum Erfolg unserer Geschäftspartner beizutragen. Da die Nachfrage nach unseren Produkten oftmals unsere Erwartungen übertroffen hat, arbeiten unsere Großkunden-Teams eng mit unserer Beschaffungsorganisation zusammen, um die Verfügbarkeit viel gefragter Styles sicherzustellen. Aufgrund des verbesserten Durchverkaufs haben unsere Handelspartner PUMA mehr Regalfläche und damit mehr Sichtbarkeit in ihren Geschäften ermöglicht.

Wir bauen kontinuierlich unseren eigenen Einzelhandel durch weitere Eröffnungen und Modernisierungsmaßnahmen in unseren PUMA-Stores aus, wie beispielsweise im PUMA-Store in der Carnaby Street in London, und wir haben ein neues Ladenkonzept für unsere Outlet Stores eingeführt. Zudem sind wir im Moment dabei, unseren Online-Shop „puma.com“ zu modernisieren und für mobile Geräte zu optimieren. Als ersten Schritt in diesem Projekt haben wir im Juni die neue Version für die europäische Website implementiert.

Umsatz- und Ertragslage

ZWEITES QUARTAL 2017

Umsatzerlöse

PUMAs Umsatzwachstum setzte sich im zweiten Quartal 2017 weiter fort. Die Umsätze erhöhten sich währungsbereinigt um 16,3% auf € 968,7 Millionen (+17,2% in der Berichtswährung Euro) nach € 826,5 Millionen im Vorjahr. Alle Regionen trugen mit zweistelligen Wachstumsraten dazu bei, wobei das Segment Schuhe erneut Haupttreiber des Wachstums war. Textilien stiegen ebenfalls im zweistelligen Bereich an, während sich die Umsätze im Segment Accessoires nur geringfügig erhöhten.

Rohertragsmarge

Die Rohertragsmarge verbesserte sich trotz negativer Währungskurseffekte um 90 Basispunkte von 45,6% im zweiten Quartal 2016 auf 46,5% in diesem Jahr.

Operative Aufwendungen

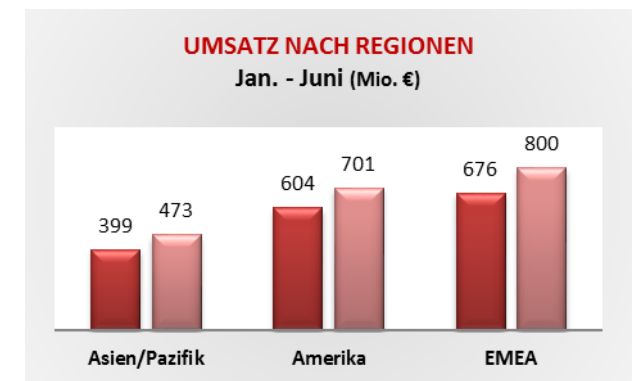
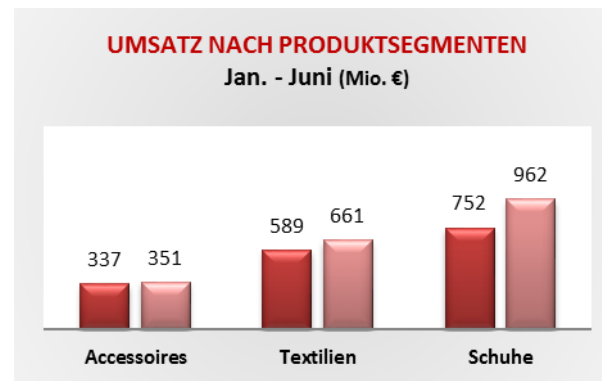
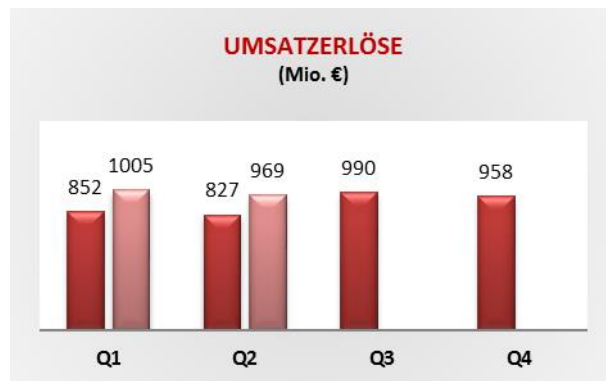
Die operativen Aufwendungen (OPEX) erhöhten sich im zweiten Quartal um 11,4% auf € 410,8 Millionen. Dies war vor allem auf höhere umsatzabhängige, variable Kosten sowie gestiegene Investitionen in Marketing und eigene Einzelhandelsgeschäfte zurückzuführen. In anderen operativen Funktionen stiegen die Kosten nur geringfügig.

Operatives Ergebnis (EBIT)

Das operative Ergebnis (EBIT) erhöhte sich von € 11,9 Millionen im Vorjahr auf € 43,4 Millionen. Dies ist im Wesentlichen auf das starke Wachstum der Umsätze und einer gleichzeitigen Verbesserung der Rohertragsmarge zurückzuführen.

Konzernergebnis und Ergebnis je Aktie

Das Konzernergebnis stieg von € 1,6 Millionen auf € 21,9 Millionen und das Ergebnis je Aktie stieg entsprechend auf € 1,46 gegenüber € 0,11 im zweiten Quartal im Vorjahr.



Zweites Quartal

Erstes Halbjahr

Umsatz nach Regionen und Produktsegmenten € Mio.	Q2		Wachstumsraten		1-6		Wachstumsraten	
	2017	2016	Euro	währungs- bereinigt	2017	2016	Euro	währungs- bereinigt
Aufgliederung nach Regionen								
EMEA	385,1	321,3	19,9%	20,1%	799,9	675,7	18,4%	17,9%
Amerika	354,6	315,6	12,4%	10,5%	701,1	603,6	16,1%	13,6%
Asien/Pazifik	229,0	189,6	20,8%	19,5%	472,9	399,0	18,5%	15,7%
Gesamt	968,7	826,5	17,2%	16,3%	1.973,8	1.678,4	17,6%	15,8%
Aufgliederung nach Produktsegmenten								
Schuhe	463,0	360,2	28,5%	27,2%	961,8	752,2	27,9%	25,9%
Textilien	334,8	299,1	11,9%	11,4%	661,2	589,2	12,2%	10,5%
Accessoires	170,9	167,1	2,3%	1,3%	350,8	336,9	4,1%	2,6%
Gesamt	968,7	826,5	17,2%	16,3%	1.973,8	1.678,4	17,6%	15,8%

ERSTES HALBJAHR 2017

Umsatzerlöse

Die Umsätze stiegen im ersten Halbjahr 2017 währungsbereinigt um 15,8% auf € 1.973,8 Millionen (+17,6% in der Berichtswährung Euro) und lagen damit über den Erwartungen. Alle Regionen trugen mit zweistelligen Wachstumsraten dazu bei und das Segment Schuhe war Haupttreiber des Wachstums. Die Kategorien Running & Training und Sportstyle verzeichneten besonders deutliche Zuwächse, da vor allem die Schuhmodelle Platform, Suede, BASKET HEART und IGNITE Limitless bei unseren Kunden stark nachgefragt waren.

PUMAs eigene Einzelhandelsumsätze, inklusive der Aktivitäten aus unserem eCommerce-Geschäft, erhöhten sich währungsbereinigt um 21,8% auf € 430,3 Millionen. Der Anteil am Gesamtumsatz im ersten Halbjahr 2017 betrug 21,8% (20,5% im Vorjahr). Die Umsatzentwicklung wurde durch ein positives Wachstum auf vergleichbarer Basis in unseren bestehenden Einzelhandelsgeschäften, ein starkes Wachstum in unserem eCommerce-Geschäft und der Eröffnung neuer zusätzlicher Einzelhandelsgeschäfte erzielt.

Rohertragsmarge

Die Rohertragsmarge verbesserte sich im ersten Halbjahr 2017 trotz negativer Währungskurseffekte um 60 Basispunkte von 46,2% auf 46,8%. Der Anstieg wurde im Wesentlichen durch weitere Verbesserungen in der Beschaffung und durch selektive Preisanpassungen erzielt.

Operative Aufwendungen

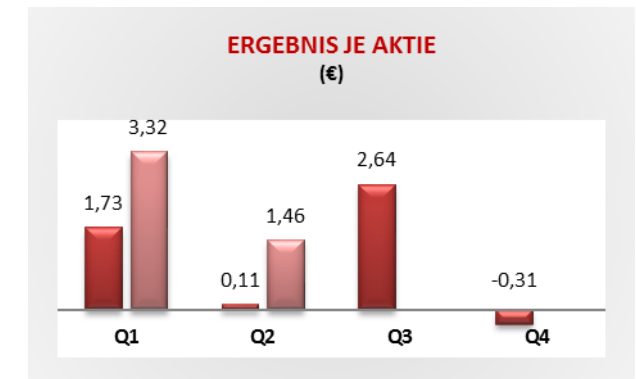
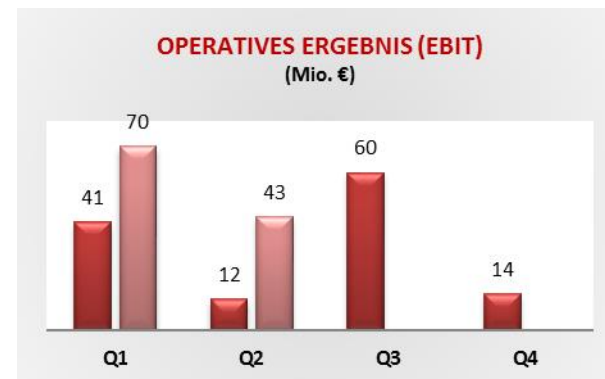
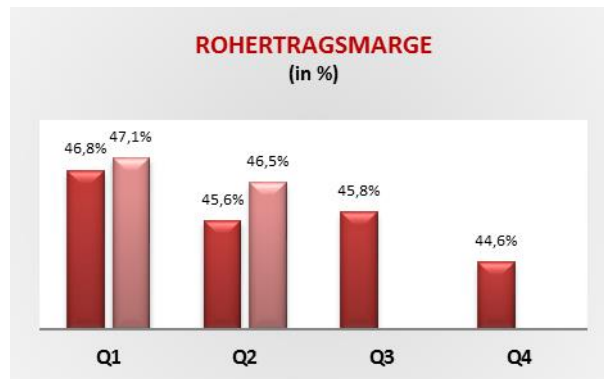
Die operativen Aufwendungen (OPEX) erhöhten sich um 11,9% auf € 817,6 Millionen. Dies war vor allem auf höhere umsatzabhängige, variable Kosten und gestiegene Marketingaktivitäten sowie Investitionen in eigene Einzelhandelsgeschäfte zurückzuführen. In anderen operativen Funktionen erhöhten sich die Kosten nur geringfügig.

Operatives Ergebnis (EBIT)

Das operative Ergebnis (EBIT) hat sich von € 53,2 Millionen im Vorjahr auf € 113,6 Millionen im ersten Halbjahr 2017 mehr als verdoppelt. Dies ist auf die verbesserte operative Geschäftsentwicklung mit einem starken Umsatzwachstum, einer höheren Rohertragsmarge sowie einem verbesserten operativen Leverage zurückzuführen.

Konzernergebnis und Ergebnis je Aktie

Das Konzernergebnis verbesserte sich im ersten Halbjahr 2017 deutlich von € 27,4 Millionen im Vorjahr auf € 71,5 Millionen. Das Ergebnis je Aktie stieg entsprechend von € 1,84 im Vorjahr auf € 4,79.





Vermögens- und Finanzlage

Working Capital

Trotz des zweistelligen Umsatzwachstums und der gestiegenen Anzahl an eigenen Einzelhandelsgeschäften erhöhte sich PUMAs Working Capital nur moderat um lediglich 6,4% auf € 700,1 Millionen. Die Vorräte erhöhten sich um 10,8% auf € 850,6 Millionen. Dies diente dem Zweck, die Warenverfügbarkeit sicherzustellen, das Umsatzwachstum zu unterstützen und den gestiegenen Produktbedarf unserer zusätzlichen Einzelhandelsgeschäfte zu decken. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen trotz des starken Umsatzwachstums um lediglich 9,0% auf € 561,8 Millionen. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich um 12,6% auf € 645,1 Millionen.

Cashflow

Infolge der Veränderung des Working Capitals und gesteigener Investitionen in das Anlagevermögen betrug der Freie Cashflow € -117,9 Millionen im Vergleich zu € -107,3 Millionen im ersten Halbjahr 2016. Die Nettoliquidität verbesserte sich zum 30. Juni von € 129,9 Millionen auf € 152,4 Millionen.



Ausblick 2017

Weltwirtschaft

Gemäß der Sommerprognose des Kieler Instituts für Weltwirtschaft (ifw Kiel) vom 14. Juni 2017 wird für das Jahr 2017 ein weiterer Anstieg des weltweiten Bruttoinlandsprodukts erwartet. Nach einem Wachstum von 3,1% im Jahr 2016 wird für die Jahre 2017 und 2018 ein Anstieg von 3,6% beziehungsweise 3,7% erwartet. Dies entspricht einer leichten Erhöhung gegenüber der letzten Prognose (Winterprognose 2016) um jeweils 0,1 Prozentpunkte. Risiken für die Prognose bestehen weiterhin vor allem aus den politischen Unwägbarkeiten und möglichen Problemen im Zusammenhang mit der anstehenden Normalisierung der Geldpolitik.

Investitionen

Für 2017 sind Investitionen in einer Höhe von rund € 95 Millionen geplant. Der wesentliche Teil betrifft dabei Investitionen in die Infrastruktur, um die operativen Voraussetzungen für das geplante langfristige Wachstum zu schaffen, den Ausbau unserer Kernmärkte und selektive Investitionen in Einzelhandelsgeschäfte.

Ausblick 2017

Angesichts der starken Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2017 sowie der positiven Geschäftsaussichten für das laufende Jahr 2017 erhöht PUMA die Prognose für Konzernumsatz und operatives Ergebnis (EBIT) für das Gesamtjahr 2017. Das Management erwartet nun einen währungsbereinigten Umsatzanstieg zwischen 12% und 14% (bisherige Prognose: währungsbereinigter Umsatzanstieg im niedrigen zweistelligen Prozentbereich) sowie ein operatives Ergebnis (EBIT) in einer Bandbreite zwischen € 205 Millionen und € 215 Millionen (bisherige Prognose: Bandbreite zwischen € 185 Millionen und € 200 Millionen). Übereinstimmend mit der bisherigen Prognose erwartet das Management mit Blick auf den Konzerngewinn weiterhin eine deutliche Verbesserung für das Gesamtjahr 2017.

Bilanz	30.06.'17 € Mio.	30.06.'16 € Mio.	Abwei- chung	31.12.'16 € Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	258,6	261,7	-1,2%	326,7
Vorräte	850,6	768,0	10,8%	718,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	561,8	515,6	9,0%	499,2
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital zugehörig)	171,0	166,1	3,0%	141,4
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	23,3	37,8	-38,4%	79,2
Kurzfristige Vermögenswerte	1.865,4	1.749,2	6,6%	1.765,4
Latente Steuern	218,5	221,5	-1,4%	229,5
Sonstige langfristige Vermögenswerte	749,6	722,8	3,7%	770,2
Langfristige Vermögenswerte	968,1	944,2	2,5%	999,7
Summe Aktiva	2.833,5	2.693,4	5,2%	2.765,1
PASSIVA				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	35,6	32,7	8,8%	25,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	645,1	572,9	12,6%	580,6
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital zugehörig)	238,4	218,6	9,0%	242,3
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	116,0	147,7	-21,5%	46,6
Kurzfristige Verbindlichkeiten	1.034,9	971,9	6,5%	894,9
Latente Steuern	61,0	56,6	7,8%	63,1
Pensionsrückstellungen	31,2	21,7	43,7%	31,6
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	62,3	42,1	48,2%	53,3
Langfristige Verbindlichkeiten	154,6	120,4	28,4%	148,0
Eigenkapital	1.644,0	1.601,1	2,7%	1.722,2
Summe Passiva	2.833,5	2.693,4	5,2%	2.765,1

Gewinn- und Verlustrechnung	Zweites Quartal			Erstes Halbjahr		
	Q2/2017 € Mio.	Q2/2016 € Mio.	Abwei- chung	1-6/2017 € Mio.	1-6/2016 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	968,7	826,5	17,2%	1.973,8	1.678,4	17,6%
Umsatzkosten	-517,9	-449,8	15,1%	-1.049,8	-902,9	16,3%
Rohertrag	450,8	376,7	19,7%	924,0	775,5	19,2%
- in % der konsolidierten Umsätze	46,5%	45,6%		46,8%	46,2%	
Lizenz- und Provisionserträge	3,4	4,0	-16,1%	7,2	8,2	-12,1%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-410,8	-368,8	11,4%	-817,6	-730,5	11,9%
Operatives Ergebnis (EBIT)	43,4	11,9	263,8%	113,6	53,2	113,5%
- in % der konsolidierten Umsätze	4,5%	1,4%		5,8%	3,2%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-3,1	-4,0	-21,0%	-2,5	-5,5	-55,1%
Gewinn vor Steuern (EBT)	40,2	8,0	405,8%	111,1	47,7	133,1%
- in % der konsolidierten Umsätze	4,2%	1,0%		5,6%	2,8%	
Ertragsteuern	-11,1	-2,3	377,3%	-30,8	-13,6	126,8%
- Steuerquote	27,6%	29,2%		27,7%	28,5%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Gewinne	-7,3	-4,0	81,8%	-8,8	-6,6	32,5%
Konzernergebnis	21,9	1,6	> 1.000%	71,5	27,4	160,5%
Ergebnis je Aktie (€)	1,46	0,11	> 1.000%	4,79	1,84	160,5%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	1,46	0,11	> 1.000%	4,79	1,84	160,5%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)				14,940	14,940	0,0%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)				14,940	14,940	0,0%

Gesamtergebnisrechnung	Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer	Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer
	2017	2017	2017	2016	2016	2016
	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
Konzernergebnis	80,3		80,3	34,1		34,1
Währungsänderungen	-63,7		-63,7	-5,8		-5,8
Neutrale Effekte Hedge Accounting	-76,1	2,4	-78,5	-29,2	8,7	-37,9
Neutrale Effekte finanzieller Vermögenswerte der Kategorie "zur Veräußerung verfügbar"	3,7	-0,8	4,5	-0,9	-0,8	-0,1
Anteile des sonstigen Ergebnisses, der auf at equity bilanzierte Unternehmen fällt	-0,1		-0,1	-0,1		-0,1
Bestandteile, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	-136,2	1,6	-137,8	-36,0	7,9	-43,9
Neubewertung der Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen	-0,0	0,0	-0,0	0,0	0,0	0,0
Bestandteile, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	-0,0	0,0	-0,0	0,0	0,0	0,0
Sonstiges Ergebnis	-136,2	1,6	-137,8	-36,0	7,9	-43,9
Gesamtergebnis	-55,9	1,6	-57,5	-1,9	7,9	-9,8
davon:						
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	7,6		7,6	6,5		6,5
Anteilseigner Mutterunternehmen	-63,6	1,6	-65,2	-8,4	7,9	-16,2

Kapitalflussrechnung	1-6/2017 € Mio.	1-6/2016 € Mio.	Abwei- chung
Gewinn vor Steuern (EBT)	111,1	47,7	133,1%
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	50,5	34,8	45,1%
Brutto Cashflow	161,5	82,5	95,9%
Veränderung Netto-Umlaufvermögen	-204,4	-136,5	49,8%
Steuer- und Zinszahlungen	-31,5	-19,8	59,5%
Mittelzufluss/ -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-74,4	-73,8	0,8%
Zahlungen für Akquisitionen	0,0	-6,8	-
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-43,8	-31,0	41,1%
Andere Investitionstätigkeiten	0,2	4,3	-
Mittelzufluss-/abfluss aus der Investitionstätigkeit	-43,5	-33,5	29,9%
Freier Cashflow	-117,9	-107,3	9,9%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-117,9	-100,5	17,3%
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen	-11,2	-7,5	50,0%
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Gesellschafter	-9,3	-8,9	4,4%
Einzahlungen aus der Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	51,7	24,3	112,4%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	19,2	21,7	-11,6%
Mittelzufluss-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	50,4	29,7	69,9%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-0,5	0,6	-
Veränderung des Finanzmittelbestandes	-68,1	-77,1	-11,7%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	326,7	338,8	-3,6%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	258,6	261,7	-1,2%

Veränderungen im Eigenkapital	Gezeichnetes Kapital	Rücklagen					Bilanzgewinn	Eigene Aktien	Eigenkapital vor Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	Eigenkapital gesamt
		Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Unterschied aus der Währungsrechnung	Cashflow Hedges	At-equity bewertete Unternehmen					
in € Mio.											
31.12.2015	38,6	193,7	59,7	-112,8	21,2	0,6	1.441,7	-31,4	1.611,3	8,0	1.619,3
Konzernergebnis							27,4		27,4	6,6	34,1
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			-0,9	-5,6	-29,2	-0,1			-35,8	-0,2	-36,0
Gesamtergebnis			-0,9	-5,6	-29,2	-0,1	27,4		-8,4	6,5	-1,9
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen / nicht beherrschende Gesellschafter							-7,5		-7,5	-8,9	-16,3
Veränderungen im Konsolidierungskreis				-0,0					-0,0		-0,0
30.06.2016	38,6	193,7	58,8	-118,4	-8,0	0,6	1.461,7	-31,4	1.595,5	5,6	1.601,1
31.12.2016	38,6	193,7	55,6	-100,9	54,3	0,5	1.496,6	-31,4	1.706,9	15,3	1.722,2
Konzernergebnis							71,5		71,5	8,8	80,3
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			3,7	-62,5	-76,2	-0,1			-135,1	-1,1	-136,2
Gesamtergebnis			3,7	-62,5	-76,2	-0,1	71,5		-63,6	7,6	-55,9
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen / nicht beherrschende Gesellschafter							-11,2		-11,2	-9,3	-20,5
Rückkauf von Optionen		-1,8							-1,8		-1,8
30.06.2017	38,6	191,8	59,3	-163,4	-21,9	0,4	1.556,9	-31,4	1.630,3	13,7	1.644,0

Geschäftssegmente 1-6/2017

Regionen

	Externe Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	1-6/2017 € Mio.	1-6/2016 € Mio.	1-6/2017 € Mio.	1-6/2016 € Mio.	1-6/2017 € Mio.	1-6/2016 € Mio.
EMEA	727,6	607,4	115,7	73,8	17,4	13,9
Amerika	616,7	522,1	68,2	58,6	5,8	8,1
Asien/Pazifik	391,9	328,8	71,7	49,1	8,1	5,3
Zentralbereiche /Konsolidierung	237,6	220,1	-142,0	-128,3	12,5	3,6
Total	1.973,8	1.678,4	113,6	53,2	43,8	31,0

	Abschreibungen		Vorräte		Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	
	1-6/2017 € Mio.	1-6/2016 € Mio.	1-6/2017 € Mio.	1-6/2016 € Mio.	1-6/2017 € Mio.	1-6/2016 € Mio.
EMEA	7,3	6,4	342,2	333,6	215,0	197,4
Amerika	7,9	7,2	295,0	245,2	187,0	160,0
Asien/Pazifik	8,0	5,8	140,9	129,4	73,4	71,8
Zentralbereiche /Konsolidierung	9,2	9,2	72,5	59,9	86,4	86,4
Total	32,4	28,6	850,6	768,0	561,8	515,5

Produkt

	Externe Umsatzerlöse		Rohertragsmarge	
	1-6/2017 € Mio.	1-6/2016 € Mio.	1-6/2017 € Mio.	1-6/2016 € Mio.
Schuhe	961,8	752,2	44,6%	42,7%
Textilien	661,2	589,2	49,4%	49,7%
Accessoires	350,8	336,9	48,0%	47,9%
Total	1.973,8	1.678,4	46,8%	46,2%

Überleitung EBT

	1-6/2017 € Mio.	1-6/2016 € Mio.
EBIT	113,6	53,2
Finanzergebnis	-2,5	-5,5
EBT	111,1	47,7

Anhang zum Finanzbericht Januar bis Juni 2017

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).

PUMA ist ein verbundenes Unternehmen der Kering-Gruppe und wird in deren Konzernabschluss einbezogen.

RECHNUNGSLEGUNGSGRUNDSÄTZE

Der nicht geprüfte Finanzbericht der PUMA SE und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen der PUMA Konzern) wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 "Zwischenberichterstattung" erstellt und sollte in Verbindung mit dem Jahresabschluss zum 31. Dezember 2016 gelesen werden. Die darin enthaltenen Angaben zum Konzernabschluss gelten, soweit nicht explizit auf Änderungen eingegangen wird, für die Finanzberichte des Jahres 2017.

Bei der Erstellung des Finanzberichts wurden die zum Jahresabschluss zum 31. Dezember 2016 angewandten und erläuterten Rechnungslegungsgrundsätze konsistent angewendet.

Bei der Aufstellung des Finanzberichts sind teilweise Annahmen getroffen und Schätzwerte verwandt worden, die sich auf Höhe und Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, 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 würden zum Zeitpunkt einer besseren Erkenntnis berücksichtigt.

NEUE IFRS STANDARDS

In Bezug auf die erstmalige Anwendung der neuen IFRS Standards, IFRS 9 und IFRS 15 (ab dem 1. Januar 2018) sowie IFRS 16 (ab dem 1. Januar 2019), wird auf die Ausführungen im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016 verwiesen.

SAISONALE EINFLÜSSE

Die Umsätze des Konzerns verlaufen saisonabhängig und führen zu unterschiedlichen Umsätzen und daraus resultierenden Gewinnen während eines Jahres.

MITARBEITER

	2017	2016
Mitarbeiter am Anfang der Periode	11.495	11.351
Mitarbeiter am Ende der Periode	11.172	11.054
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter	11.235	10.959

GEWINN JE AKTIE

Der Gewinn je Aktie wird in Übereinstimmung mit IAS 33 ermittelt, indem das Ergebnis des Berichtszeitraums durch die gewichtete Durchschnittszahl der ausstehenden Aktien dividiert wird. Die im eigenen Bestand gehaltenen Aktien vermindern die ausstehende als auch die verwässerte Anzahl der Aktien. Ausstehende Aktienoptionen (SOP) aus dem Management Incentive Programm können grundsätzlich zu einer Verwässerung des Gewinns je Aktie führen.

	2017	2016
Ergebnis je Aktie	€ 4,79	€ 1,84
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€ 4,79	€ 1,84

DIVIDENDE

Die Hauptversammlung hat am 12. April 2017 eine Dividende von € 0,75 je Aktie für das Geschäftsjahr 2016 beschlossen. Der Gesamtbetrag der Ausschüttung beträgt € 11,2 Millionen und wurde am 19. April 2017 an die Aktionäre ausgezahlt.

EIGENKAPITAL

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital beträgt zum Bilanzstichtag € 38,6 Millionen und ist eingeteilt in 15.082.464 stimmberechtigte Stückaktien ohne Nennwert.

Eigene Aktien

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 6. Mai 2015 wurde die Gesellschaft ermächtigt, bis zum 5. Mai 2020 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 142.551 Stück PUMA Aktien im eigenen Bestand, was einem Anteil von 0,95% des gezeichneten Kapitals entspricht.

Entwicklung der Anzahl der Aktien

	2017	2016
Anzahl der Aktien am Anfang und am Ende der Periode	15.082.464	15.082.464
davon eigene Aktien	-142.551	-142.551
Ausstehende Aktien am Ende der Periode	14.939.913	14.939.913
Durchschnittlich ausstehende Aktien	14.939.913	14.939.913
Verwässerte Anzahl der Aktien	14.939.913	14.939.913

GESCHÄFTSVORFÄLLE MIT NAHE STEHENDEN UNTERNEHMEN

Im Rahmen der Finanzierungstätigkeit hat die PUMA SE kurzfristige Finanzverbindlichkeiten in Höhe von € 70,7 Millionen (Vorjahr: € 99,0 Millionen) bei einem nahe stehenden Unternehmen des Kering-Konzerns aufgenommen. Der Ausweis erfolgt unter den Sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten die nicht dem Working Capital zugehörig sind.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung erfolgt gemäß der internen Berichtsstruktur nach geografischen Regionen. Die Umsatzerlöse und das Rohergebnis werden nach dem Sitz der jeweiligen Konzerngesellschaft der entsprechenden Region ausgewiesen. Die Innenumsätze der jeweiligen Region werden eliminiert. Die Aufteilung der übrigen Segmentinformationen wird ebenfalls nach dem Sitz der jeweiligen Konzerngesellschaft ermittelt. Die Summen entsprechen jeweils den Beträgen in der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. der Bilanz.

Aufgrund einer Änderung des internen Berichtswesens im Zusammenhang mit der Darstellung konzerninterner Verrechnungen hat sich eine Verschiebung der Profitabilität zwischen den einzelnen Regionen und dem Zentralbereich ergeben. Die Vorjahreszahlen für das operative Ergebnis (EBIT) wurden entsprechend angepasst. Die übrigen Segmentangaben sind von der Änderung nicht betroffen.

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Es bestehen keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die eine wesentliche Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. Juni 2017 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 2017

Die Geschäftsführenden Direktoren



Geschäftsführende Direktoren

Bjørn Gulden

(CEO, Chief Executive Officer)

Michael Lämmermann

(CFO, Chief Financial Officer)

Lars Radoor Sørensen

(COO, Chief Operating Officer)

Verwaltungsrat

Jean-François Palus

(Vorsitzender)

Thore Ohlsson

(Stellvertretender Vorsitzender)

François-Henri Pinault

(Stellvertretender Vorsitzender)
(bis 12. April 2017)

Jean-Marc Duplaix

Béatrice Lazat

Todd Hymel

(bis 12. April 2017)

Martin Köppel

(Arbeitnehmersvertreter)

Gernot Heinzl

(Arbeitnehmersvertreter)
(ab 12. April 2017)

Bernd Illig

(bis 12. April 2017)

Guy Buzzard

(bis 12. April 2017)

Finanzkalender Geschäftsjahr 2017

9. Februar 2017	Geschäftsergebnisse 2016
12. April 2017	Hauptversammlung
25. April 2017	Quartalsmitteilung Q1 2017
26. Juli 2017	Zwischenbericht Q2 2017
24. Oktober 2017	Quartalsmitteilung Q3 2017

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>

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

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 65 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 und Training, 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 Dobotex. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt weltweit mehr als 10.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <http://www.puma.com>