



MEDIEN Ansprechpartner:

U.S.A. Lisa Beachy, Tel. +1 978 698 1124

Europa Ulf Santjer, Tel. +49 9132 81 2489

INVESTOREN Ansprechpartner:

Dieter Bock, Tel. +49 9132 81 2261

Ergebnisse für das 3. Quartal und Januar bis September 2002

Herzogenaurach, 6. November 2002 – Die PUMA AG berichtet über ihre konsolidierten Geschäftsergebnisse für das 3. Quartal und Januar bis September 2002.

Entwicklung 3. Quartal

- Anhaltend starkes Wachstum, konsolidierte Umsätze steigen um 48%
- Rohertragsmarge auf 44% weiter gesteigert
- Vorsteuerergebnis mit €49 Millionen oder 17% vom Umsatz auf Höchststand
- Gewinn je Aktie springt von €1,13 auf €2,16

Entwicklung Januar bis September

- Weltweiter Markenumsatz steigt um 38%
- Konsolidierte Umsätze wachsen um 54%
- Rohertragsmarge bei 43,5%
- Vorsteuerergebnis steigt um 125% von €47 Mio. auf €106 Mio.
- Gewinn je Aktie mit €4,66 (€1,89) mehr als verdoppelt

Ausblick

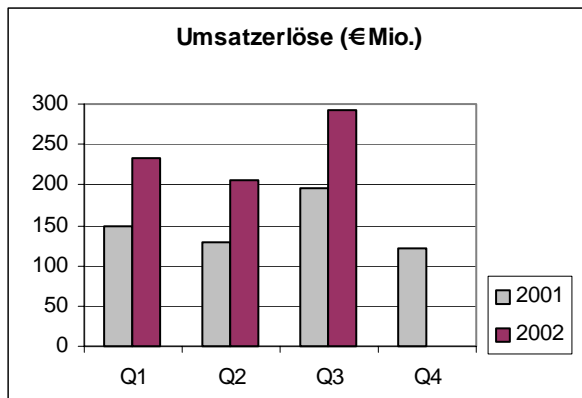
- Auftragsbestand mit +60% auf Höchststand von €501 Mio.
- Umsatzwachstum für 2002 von annähernd 50% erwartet
- Vorsteuerergebnis über 12% vom Umsatz angepeilt

Umsatz- und Ertragslage

Anhaltend starkes Wachstum

Im 3. Quartal stiegen die konsolidierten Umsätze um 48,2% von €197,1 Mio. auf €292 Mio. und erreichten erneut den höchsten Umsatz in einem Quartal in der Firmengeschichte. In den ersten neun Monaten verbesserten sich die Umsätze um 53,6% von €475,8 Mio. auf €730,6 Mio. Währungsbereinigt bedeutet das eine Steigerung um 55%. Trotz des anhaltend schwierigen Marktumfeldes kann PUMA seine Position als eine der am schnellsten wachsenden Firmen in der Sportartikelindustrie weiterhin behaupten.

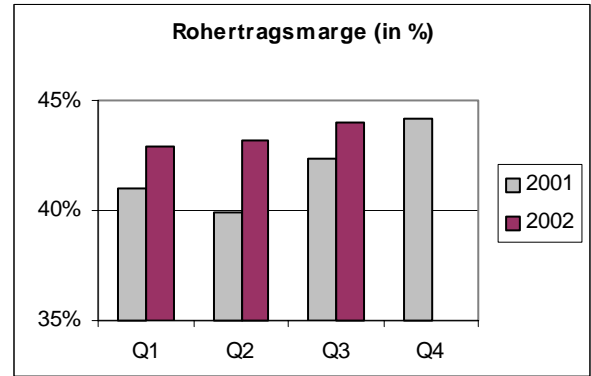
Insbesondere Schuhe haben sich positiv entwickelt und stiegen im 3. Quartal um 60,3% bzw. 60,7% in den ersten neun Monaten und erreichten €198,5 Mio. bzw. €502,9 Mio. Textilien verbesserten sich um 32,8% auf €75,5 Mio. bzw. 37,6% auf €180 Mio. Accessoires wuchsen um 9,5% auf €18 Mio. im 3. Quartal und kumuliert um 49,1% auf €47,8 Mio.



Die weltweiten PUMA-Markenumsätze einschließlich der Lizenzumsätze stiegen deutlich um 37,9% auf € 1.060,8 Mio. Währungsbereinigt bedeutet das eine Steigerung um 41,1%. In Prozent des weltweiten Markenumsatzes erreichten Schuhe 60,9%, Textilien 31,3% und Accessoires 7,8%. Nach Regionen ergibt sich folgende Aufteilung: Europa 54%, Amerika 17,1%, Asien/Pazifik 27,2% und Afrika/Mittlerer Osten 1,7%.

Hohe Rohertragsmarge

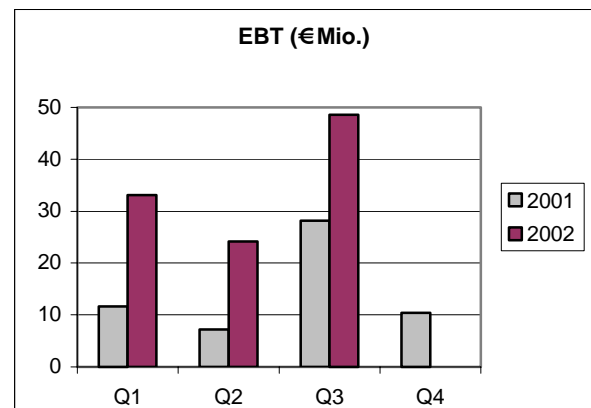
Im 3. Quartal verbesserte sich die Rohertragsmarge auf 44,1% im Vergleich zu 42,4% im Vorjahr. In den ersten neun Monaten erreichte die Rohertragsmarge 43,5% gegenüber 41,3%.



Die Lizenz- und Provisionserträge stiegen im 3. Quartal um 10,4% auf €9,6 Mio. und um 20,7% auf €30,8 Mio. von Januar bis September. Im 3. Quartal erhöhten sich die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen um 41,9% auf €86,4 Mio. und kumuliert um 38,3% auf €232,6 Mio. In Prozent vom Umsatz sanken die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen von 30,9% auf 29,6% bzw. von 35,3% auf 31,8%. Für Marketing- und Retailaufwendungen wurden 13,3% vom Umsatz investiert und die Aufwendungen für Forschung, Design und Entwicklung lagen bei 2,4%.

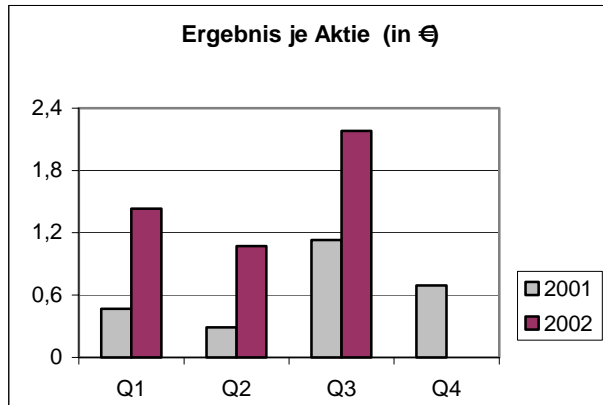
Vorsteuerergebnis auf Höchststand

Das Vorsteuerergebnis konnte im 3. Quartal um 72,7% gesteigert werden und erreichte €48,6 Mio. oder 16,7% vom Umsatz gegenüber €28,2 Mio. oder 14,3% vom Umsatz im Vorjahr. Das ist der höchste Stand, der bisher in der Firmengeschichte in einem Quartal erreicht wurde. In den ersten neun Monaten stieg das Vorsteuerergebnis deutlich um 125,1% von €47 Mio. auf €105,8 Mio. Damit wurden bereits in den ersten neun Monaten die revidierten Erwartungen für das Geschäftsjahr 2002 erreicht.



Gewinn je Aktie mehr als verdoppelt

Der Konzerngewinn im 3. Quartal erreichte €33,7 Mio. oder €2,16 je Aktie verglichen mit €17,5 Mio. oder €1,13 im Vorjahr. Kumuliert stieg der Konzerngewinn von €29,1 Mio. auf €72,3 Mio. Das bedeutet eine Steigerung um 148,2%. Der Gewinn je Aktie hat sich mehr als verdoppelt und stieg von €1,89 auf €4,66 oder verwässert auf €4,57 pro Aktie.



Bilanz

Die Bilanzsumme stieg um 40,8% auf €539 Mio. insbesondere durch den Anstieg der flüssigen Mittel. Das Eigenkapital erhöhte sich von €159,3 Mio. auf €246,2 Mio. oder um 54,6%. Die Eigenkapitalquote sprang von 41,6% auf 45,7%.

Ende September betragen die Vorräte €126,5 Mio. und stiegen damit um 17,5% gegenüber dem Vorjahr. Die Forderungen erhöhten sich um 26,8% auf €219 Mio. und damit deutlich geringer als der Umsatz im 3. Quartal (48,2%).

Aufgrund des sehr positiven Cashflows verbesserten sich die flüssigen Mittel deutlich von €22,9 Mio. Ende September 2001 auf €96,1 Mio. Ende September 2002. Saldiert mit Bankverbindlichkeiten konnten die flüssigen Mittel von €-21,7 Mio. auf €52,5 Mio. gesteigert werden.

Regionale Highlights

Europa

Im 3. Quartal stiegen die Umsätze um 54,5% auf €221 Mio. Der Umsatz in den ersten neun Monaten sprang um 59,3% auf €514,3 Mio. gegenüber €322,9 Mio. im Vorjahr. Sämtliche Länder realisierten ein eindrucksvolles zwei-stelliges Wachstum. Bei den Produktgruppen stiegen Schuhe um 72,3%, Textilien um 33% und

Accessoires um 47,9%. Mit einem Anteil von insgesamt 70,4% vom konsolidierten Umsatz ist Europa weiterhin die stärkste Region.

Amerika

Der Umsatz im 3. Quartal stieg um 34% auf €53,6 Mio. und erreichte in den ersten neun Monaten €165,8 Mio. Im Vorjahresvergleich bedeutet das einen Anstieg um 47,2%.

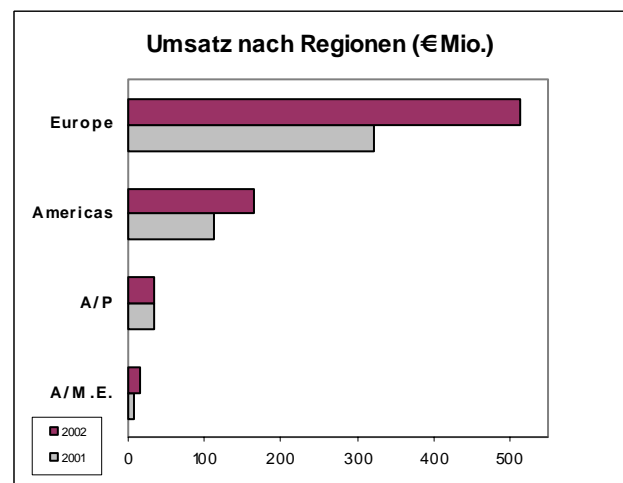
Dieser Erfolg ist ausschließlich auf das starke Umsatzwachstum in den USA zurückzuführen. Währungsbereinigt erhöhte sich der Umsatz in den USA um 51,9% im 3. Quartal und um 58,8% von Januar bis September 2002. In absoluten Zahlen zeigten Schuhe das größte Wachstum, während der Umsatz bei Textilien und Accessoires fast verdoppelt werden konnte. Die Umsätze in Lateinamerika blieben aufgrund des allgemein schwierigen Marktumfeldes auf Vorjahresniveau. Insgesamt trugen die Umsätze in Amerika mit 22,7% zum konsolidierten Umsatz bei.

Asien/Pazifik

In der Region Asien/Pazifik betragen die Umsätze €11 Mio. im 3. Quartal und wuchsen um 4,7% auf €34,8 Mio. in den ersten neun Monaten. Dabei werden lediglich die Länder Australien, Neuseeland und die Pazifischen Inseln konsolidiert. Die weiteren asiatischen Märkte wie Japan, Korea und Südostasien sind für PUMA reine Lizenzmärkte.

Afrika/Mittlerer Osten

Im 3. Quartal sowie in den ersten neun Monaten konnten die Umsätze in der Region Afrika/Mittlerer Osten mehr als verdoppelt werden und erreichten €6,3 Mio. bzw. €15,8 Mio.



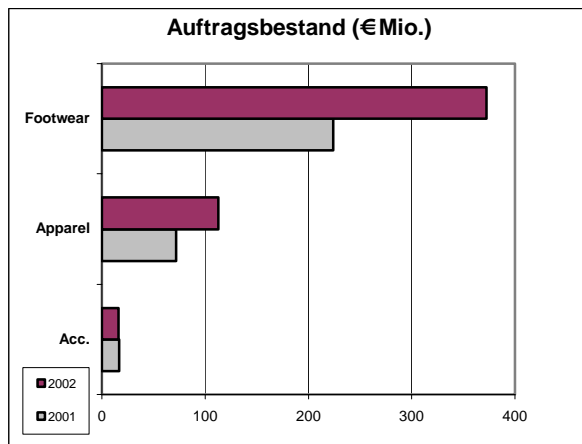
Auftragslage

Auftragsbestand +60%

Der Auftragsbestand, für Auslieferungen im Wesentlichen in den nächsten sechs Monaten, erreicht mit €501,4 Mio. den bisherigen Höchststand und liegt um 60,4% über dem Vorjahr, währungsbereinigt ein Anstieg um 61,6%.

Schuhe stiegen deutlich um 66,3% auf €372,4 Mio., Textilien verbesserten sich um 56,6% auf €112,8 Mio. und Accessoires erreichten das Vorjahresniveau.

Nach Regionen ergibt sich folgende Auftragslage: Europa +63,2% auf €373,9 Mio. und Amerika +67,3% auf €102,8 Mio. Währungsbereinigt erhöhten sich die Aufträge in den USA deutlich um 73,3%. Für Asien/Pazifik stiegen die Aufträge um 17,4% auf €20 Mio. und für Afrika/Mittlerer Osten von €5 Mio. auf €7,7 Mio.



Ausblick

Umsatzwachstum für 2002 von annähernd 50% erwartet

Das Management erwartet für 2002 ein Umsatzwachstum von annähernd 50%. Das wäre die höchste Wachstumsrate in acht aufeinander folgenden Wachstumsjahren.

Die Rohertragsmarge sollte auf hohem Niveau bei 43% oder leicht darüber liegen. Die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen werden zwischen 33% und 34% des Umsatzes erwartet. Das Vorsteuerergebnis sollte über 12% des Umsatzes erreichen. Beim Ergebnis pro Aktie werden über €5,00 angepeilt.

Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender und CEO: "Im Hinblick auf das allgemein schwierige Marktumfeld ist unser außergewöhnlicher Erfolg im dritten Quartal umso erfreulicher. Wir sind gut positioniert, um auch in Zukunft weiterhin Marktanteile hinzuzugewinnen mit dem Ziel, zur begehrtesten Sportlifestylemarke der Welt zu werden."

Finanzkalender

Die vorläufigen Ergebnisse für das 4. Quartal und Geschäftsjahr 2002 werden voraussichtlich Ende Januar und die endgültigen Ergebnisse Ende Februar 2003 veröffentlicht.

Die Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2002 findet am 17. April 2003 in Herzogenaurach statt.

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

Die vorstehenden Aussagen beinhalten Prognosen über die künftige Geschäftsentwicklung im Hinblick auf Umsatzerlöse, Rohergebnis, Aufwendungen, Erträge, Auftragsbestände, Forecasts, Strategien und Zielsetzungen. Jede dieser Aussagen unterliegt gewissen Risiken und Schwankungen, die dazu führen können, dass die aktuellen Ergebnisse von diesen vorausschauenden Prognosen abweichen. Zukünftige Informationen basieren auf den aktuellen Erwartungen und Schätzungen des Managements. Diese Informationen unterliegen dem Risiko, dass Erwartungen bzw. Annahmen anders als erwartet eintreffen können. Bestimmte Faktoren können dazu führen, dass das tatsächliche Ergebnis vom prognostizierten abweicht.

###

PUMA ist die globale Sportmarke, die erfolgreich die Einflüsse aus der Welt des Sports, Lifestyle und Mode vereint. Mit seiner einzigartigen Ausrichtung liefert PUMA das Unerwartete in Sportlifestyle bei Schuhen, Textilien und Accessoires durch technische Innovationen und revolutionäres Design. PUMA wurde 1948 in Herzogenaurach gegründet und vertreibt heute Produkte in mehr als 80 Ländern.

Weitere Informationen stehen auf der PUMA-Homepage unter www.puma.com zur Verfügung.

Gewinn- und Verlustrechnung PUMA Gruppe	Q3/2002 € Mio.	Q3/2001 € Mio.	Abwei- chung	1-9/2002 € Mio.	1-9/2001 € Mio.	Abwei- chung
Nettoumsatzerlöse	292,0	197,1	48,2%	730,6	475,8	53,6%
Materialeinsatz	-163,2	-113,4	43,9%	-413,1	-279,2	48,0%
Rohergebnis	128,8	83,6	53,9%	317,6	196,6	61,5%
- in % der Nettoumsatzerlöse	44,1%	42,4%		43,5%	41,3%	
Lizenz- und Provisionserträge	9,6	8,7	10,4%	30,8	25,6	20,7%
Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen	138,4	92,3	49,8%	348,4	222,2	56,8%
EBITDA	52,0	31,5	65,1%	115,9	54,0	114,4%
Abschreibungen	-3,1	-2,4	27,3%	-9,0	-5,5	62,4%
EBIT	48,9	29,1	68,3%	106,9	48,5	120,4%
- in % der Nettoumsatzerlöse	16,7%	14,7%		14,6%	10,2%	
Finanzierungskosten	-0,3	-0,9	-69,6%	-1,1	-1,5	-27,8%
EBT	48,6	28,2	72,7%	105,8	47,0	125,1%
- in % der Nettoumsatzerlöse	16,7%	14,3%		14,5%	9,9%	
Ertragsteuern	-15,0	-10,7	40,1%	-33,9	-17,9	89,6%
- Steuerquote	30,8%	38,0%		32,0%	38,0%	
Ergebnisanteile anderer Gesellschafter	0,1	0,0		0,4	0,0	
Konzerngewinn	33,7	17,5	93,2%	72,3	29,1	148,2%
Ergebnis je Aktie (€)	2,16	1,13	91,2%	4,66	1,89	146,2%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	2,13	1,13	88,5%	4,57	1,89	141,5%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				15,516	15,390	
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				15,817	15,390	

Segmentdaten	Umsätze		Rohergebnis	
	1-9/2002	1-9/2001	1-9/2002	1-9/2001
	nach Sitz der Kunden			
	€ Mio.	€ Mio.	%	%
Aufgliederung nach Regionen				
Europa	514,3	322,9	44,6%	42,8%
Amerika	165,8	112,6	43,3%	40,2%
Asien/Pazifik	34,8	33,2	36,4%	33,8%
Afrika/Mittlerer Osten	15,8	7,0	23,1%	25,7%
	730,6	475,8	43,5%	41,3%
	nach Produkt-Segmente			
	€ Mio.	€ Mio.	%	%
Aufgliederung nach Produkt-Segmente				
Schuhe	502,9	312,9	44,2%	42,8%
Textil	180,0	130,8	40,9%	37,6%
Accessories	47,8	32,1	45,5%	42,3%
	730,6	475,8	43,5%	41,3%

Konsolidierte Bilanz zum 30. September	2002	2001	Abwei-
	€ Mio.	€ Mio.	chung
AKTIVA			
Flüssige Mittel	96,1	22,9	320,3%
Vorräte	126,5	107,6	17,5%
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	219,0	172,7	26,8%
Umlaufvermögen	441,6	303,2	45,6%
Latente Steuern	22,4	17,4	28,3%
Sachanlagevermögen, netto	54,2	42,3	28,2%
Goodwill und sonstige langfristige Vermögensgegenstände	20,9	19,9	5,0%
	539,0	382,8	40,8%
PASSIVA			
Kurzfristige Bankdarlehen	43,6	44,6	-2,1%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	61,4	52,8	16,3%
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	168,5	106,3	58,5%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	273,5	203,7	34,3%
Pensionsrückstellungen	18,1	17,1	5,7%
Langfristige verzinsliche Schulden	0,9	2,4	-60,8%
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	0,3	0,3	-21,3%
Eigenkapital	246,2	159,3	54,6%
	539,0	382,8	40,8%

Cash Flow Rechnung PUMA Gruppe	1-9/2002	1-9/2001	Abwei-
	€ Mio.	€ Mio.	chung
Ergebnis vor Ertragsteuern	105,8	47,0	125,1%
Zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	13,2	11,9	10,7%
Cash Flow - Brutto	119,0	58,9	102,0%
Veränderung Working Capital	-35,3	-27,1	30,1%
Zins-, Steuer- und andere Zahlungen	-9,8	-8,1	20,8%
Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	74,0	23,7	211,6%
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	-14,9	-35,9	-58,5%
Free Cash Flow	59,1	-12,1	
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	3,5	-7,9	
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-1,9	0,1	
Veränderung des Finanzmittelbestandes	60,8	-20,0	
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	35,3	42,8	-17,6%
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	96,1	22,9	320,3%

Ausgewählte Kennzahlen	2002	2001	Abwei-
			chung
Weltweite Umsätze (€ Mio.)	1.060,8	769,2	37,9%
Eigenkapitalquote	45,7%	41,6%	
Working Capital/Nettoumlaufvermögen (€ Mio.)	135,5	121,2	11,7%
Auftragsbestand (€ Mio.)	501,4	312,7	60,4%
Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Werten (€ Mio.)	14,9	16,4	-8,9%
Mitarbeiter (30. September)	2.463	1.898	29,8%

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