



Zur sofortigen Veröffentlichung

MEDIEN Ansprechpartner:
U.S.A.: Lisa Beachy, Tel. +1 617 488 2945
Europa: Ulf Santjer, Tel. +49 9132 81 2489

INVESTOREN Ansprechpartner:
Dieter Bock, Tel. +49 9132 81 2261

Herzogenaurach, 27. Februar 2004 – Die PUMA AG berichtet über Ihre konsolidierten Geschäftsergebnisse für das 4. Quartal und Januar bis Dezember 2003.

Neuer Rekord bei Umsatz und Ertrag

Highlights Q4

- Umsatzwachstum mit 27% besser als erwartet
- Rohertragsmarge bei 47,5%
- Vorsteuergewinn 76% über Vorjahr
- Gewinn je Aktie €1,51 gegenüber €0,78 im Vorjahresquartal

Highlights Januar bis Dezember

- Weltweite Markenumsätze erreichen €1,7 Mrd.
- Konsolidierte Umsätze 40% über Vorjahr
- Rohertragsmarge mit 49% auf Spitzenniveau gesteigert
- Vorsteuergewinn im dritten Jahr in Folge mehr als verdoppelt
- Gewinn je Aktie springt von 5,44 € auf 11,26 €

PUMA konnte im Geschäftsjahr 2003 seine Position als begehrte Sportlifestyle-Marke weiter konsequent ausbauen. Die zu Jahresbeginn gesteckten finanziellen Ziele wurden bei weitem übertroffen und das Geschäftsjahr schließt mit neuen Rekorden bei Umsatz und Ertrag. Die weltweiten Markenumsätze erhöhten sich um 23% auf rund €1,7 Milliarden. Die konsolidierten Umsätze durchbrechen erstmals in der Unternehmensgeschichte die Milliarden Euro-Grenze und erreichen €1,3 Milliarden. Einhergehend mit der Umsatzsteigerung hat sich die Rohertragsmarge auf ein Spitzenniveau von 49% gesteigert. Der Vorsteuergewinn erreichte €264 Millionen und konnte im dritten Jahr in Folge mehr als verdoppelt werden. Das Ergebnis pro Aktie sprang von €5,44 auf €11,26. Die PUMA-Aktie erreichte im gleichen Zeitraum eine Wertsteigerung von 115% und notierte zum Jahresende bei €140,00.

Ausblick

- Auftragsbestand wächst um 36% oder währungsbereinigt 42%
 - Positiver Start in 2004 lässt neue Rekorde bei Umsatz und Ertrag erwarten
-



Umsatz- und Ertragslage

Konsolidierte Umsätze erreichen neuen Rekord

Im 4. Quartal stiegen die konsolidierten Umsätze um 27,1% auf €227,7 Mio. Vor Währungseinflüssen entspricht das einer Steigerung um 35,4%. Ohne die Erstkonsolidierung von PUMA Japan stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 20,4%. Textilien stiegen um 17,6% auf €68,8 Mio. (währungsbereinigt 26,4%). Schuhe erreichten ein Umsatzwachstum von 27,5% (währungsbereinigt 33,7%) auf €140,4 Mio. und Accessoires von 76,7% (währungsbereinigt 82,6%) auf €18,5 Mio. Ohne Effekte aus der Erstkonsolidierung lag das Wachstum mit Schuhen bei 14,7% und bei Accessoires bei 29,8% (währungsbereinigt).

Für das gesamte Geschäftsjahr 2003 konnte PUMA seinen Konzernumsatz zum neunten Mal in Folge steigern. Die Umsätze erhöhten sich um 40,0% von €909,8 Mio. auf €1.274,0 Mio. Bereinigt um Währungsveränderungen sind die Umsätze sogar um 48,4% gestiegen. Ohne Einflüsse aus der Erstkonsolidierung konnte ein organisches Wachstum von 30,7% oder währungsbereinigt 39,0% erzielt werden.

Mit Schuhen konnte eine Steigerung der Umsätze um 40,2% auf €859,3 Mio. erzielt werden. Das entspricht einer währungsbereinigten Steigerung von 47,8%. Ohne Effekte aus der Erstkonsolidierung von Japan stiegen die Umsätze mit Schuhen um 29,4% oder währungsbereinigt 37,0%. Die Umsätze mit Textilien stiegen um 41,3% (währungsbereinigt 49,6%) auf €337,0 Mio. Der Bereich Accessoires konnte um 33,3% ausgebaut werden und erreicht einen Umsatz von €77,7 Mio. Ohne Währungseffekte stiegen die Umsätze um 38,0%. Bedingt durch ein starkes Accessoiregeschäft in Japan hat die Erstkonsolidierung mit 30,7% zum Wachstum beigetragen.

Weltweite Markenumsätze erreichen €1,7 Mrd.

Die weltweiten PUMA-Markenumsätze, bestehend aus konsolidierten sowie Lizenzumsätzen, haben sich deutlich erhöht und stiegen im Geschäftsjahr um 22,6% auf €1.691,5 Mio. Währungsbereinigt entspricht das einem Wachstum von 30,5%. Schuhe verbesserten sich um 20,9% auf € 981,7 Mio., Textilien um 26,2% auf €580,4 Mio. und Accessoires um 20,3% auf €129,5 Mio.

Lizenzumsätze durch Übernahme in Japan rückläufig

Die außerhalb des PUMA-Konzerns getätigten Lizenzumsätze sind, bedingt durch die Übernahme des Lizenznehmers für den Schuh- und Accessoirebereich in Japan, im Geschäftsjahr von €470,2 Mio. auf €417,5 Mio. zurückgegangen. Ohne das neukonsolidierte Japangeschäft stiegen die Lizenzumsätze um 12,7%. Dabei konnten solide Zuwachsraten in nahezu allen Märkten und Produktsegmenten erzielt werden.

Aus den Lizenzumsätzen sind der Gesellschaft auf Jahresbasis insgesamt €40,3 Mio. an Lizenz- und Provisionseinnahmen gegenüber €44,9 Mio. im Vorjahr zugeflossen. Das entspricht 9,7% der Lizenzumsätze gegenüber 9,5%.

Rohrertragsmarge erreicht Allzeithoch

Die Rohrertragsmarge lag im 4. Quartal bei 47,5% gegenüber 44,3% im Vorjahr. Von Januar bis Dezember erreichte die Rohrertragsmarge ein Allzeithoch von 48,7%, eine Steigerung um 510 Basispunkte gegenüber dem Vorjahr. Neben der erfolgreichen Positionierung als begehrte Sportlifestyle-Marke und der damit einhergehenden Margenverbesserung hat sich auch die US-Dollarschwäche im abgelaufenen Geschäftsjahr (ca. 3,5%-Punkte) positiv auf die Marge ausgewirkt. Die Marge sprang bei Schuhen von 44,3% auf 49,5%, Textilien verbesserten sich von 41,7% auf 47,1% und Accessoires erreichten eine Marge von 46,6% gegenüber 44,8% im Vorjahr.



Nach Regionen zeigte sich in Europa die deutlichste Steigerung. Die Marge legte hier von 44,5% auf 51,3% zu. Diese Erhöhung ist unter anderem auf die Euro-Stärke zurückzuführen. In Amerika konnte die Marge in einem schwierigen Marktumfeld von 44,4% auf 44,6% weiter verbessert werden. In der Region Asien/Pazifik sprang die Marge von 37,5% auf 44,4%, was im Wesentlichen auf die Erstkonsolidierung in Japan, aber auch auf eine deutliche Verbesserung der Marge in Australien und Neuseeland zurückzuführen ist. In der Region Afrika/Mittlerer Osten stieg die Marge von 22,2% auf 27,4%.

Operative Aufwendungen unter 30 Prozent vom Umsatz

Die operativen Aufwendungen, bestehend aus Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen, stiegen im 4. Quartal um 7,1% auf €76,8 Mio. und von Januar bis Dezember um 23,9% auf €377,1 Mio. Insgesamt wurden in 2003 29,6% vom Umsatz gegenüber 33,4% im Vorjahr aufgewendet. Zu Beginn der Investitionsphase in 1998 betrug die operativen Aufwendungen noch über 40%. Durch das hohe Umsatzwachstum in Verbindung mit einem effizienten Kostenmanagement haben sich die Aufwendungen trotz des strategischen Aufbaus einer eigenen Retail-Struktur über die vergangenen Jahre deutlich unterproportional zum Umsatz entwickelt und nun sogar die 30%-Schwelle unterschritten.

Für Marketing und Retail wurden im Geschäftsjahr €163,9 Mio. oder 12,9% vom Umsatz gegenüber €125,1 Mio. oder 13,8% im Vorjahr aufgewendet. Die Aufwendungen für Produktentwicklung und Design stiegen um 23,4% von €24,2 Mio. auf €29,9 Mio. In Prozent der Umsatzerlöse reduzierten sich diese Ausgaben von 2,7% auf 2,3%. Die übrigen Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen erhöhten sich um 18,3% auf €183,3 Mio. In Prozent vom Umsatz entspricht das einem Rückgang von 17,0% auf 14,4%.

Abschreibungen erhöht

Im vierten Quartal erhöhten sich die Abschreibungen von €3,5 Mio. auf €9,5 Mio. Kumuliert erhöhten sich die Abschreibungen um 60,7% von €12,5 Mio. auf €20,1 Mio. Die Erhöhung der Abschreibungen ist im Wesentlichen auf den Ausbau des eigenen Retail-Geschäftes und die damit verbundenen Investitionen sowie einer Zunahme der Abschreibungen auf Firmenwerte zurückzuführen. Abschreibungen für Firmenwerte sind in Höhe von €4,8 Mio. (Vorjahr: €1,1 Mio.) enthalten. Die Zunahme der Abschreibungen auf Firmenwerte steht im Zusammenhang mit der Übernahme des Lizenznehmers in Japan und einer Verlagerung von Produktion nach Asien, die zu Einmalaufwendungen im 4. Quartal führten.

Profitabilität auf Rekordniveau

Eine höhere Rohertragsmarge und in Prozent vom Umsatz rückläufige Aufwendungen haben die Profitabilität nachhaltig verbessert. Im 4. Quartal stieg die operative Marge von 10,1% auf 14,1%. Insgesamt erreichte das Betriebsergebnis (EBIT) mit einer Steigerung um 110,5% ein neues Rekordniveau von €263,2 Mio. gegenüber €125,0 Mio. im Vorjahr. Im Jahresvergleich kletterte die Marge deutlich von 13,7% auf 20,7%. Zur Verbesserung des Betriebsergebnisses haben alle Regionen beigetragen.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) stieg im 4. Quartal um 76,2% auf €32,8 Mio. und von Januar bis Dezember um 112,3% auf €264,1 Mio. Das bedeutet mehr als eine Verdoppelung im Vorsteuerergebnis im dritten Jahr in Folge. Die ursprünglichen Erwartungen, die während des Jahres mehrfach nach oben revidiert werden konnten, wurden damit deutlich übertroffen. Die Bruttorendite vom Umsatz lag bei 20,7% in 2003 gegenüber 13,7% in 2002.

Der Steueraufwand hat sich von €39,8 Mio. auf €84,2 Mio. erhöht. Das entspricht einer Steuerquote von 31,9% gegenüber 32,0% im Vorjahr.

Gewinnsteigerung über Erwartungen

Der Konzerngewinn stieg im 4. Quartal um 95,7% auf €24,5 Mio. beziehungsweise um 111,3% auf €179,3 Mio. im Geschäftsjahr 2003. Der Gewinn je Aktie für den Zeitraum Oktober bis Dezember sprang von €0,78 auf €1,51 und erreichte im Geschäftsjahr 2003 insgesamt €11,26 verglichen mit €5,44 in 2002. Das verwässerte Ergebnis je Aktie betrug €10,90 gegenüber €5,34.

Vermögens- und Finanzlage

Eigenkapitalquote erstmals über 50 Prozent

Der Gesamtwert der Aktiva wuchs im Geschäftsjahr um 33,1% auf €700,1 Mio. gegenüber €525,8 Mio. im Vorjahr. Die Steigerung ist auf die erforderliche Erhöhung des betriebsnotwendigen Umlaufvermögens, die Akquisition in Japan und insbesondere durch den starken Anstieg der flüssigen Mittel zurückzuführen. Trotz einer deutlichen Erhöhung der Bilanzsumme konnte die Eigenkapitalquote von 48,0% auf 54,7% gesteigert werden. Damit verfügt PUMA über eine äußerst solide Vermögens- und Finanzlage.

Liquidität deutlich verbessert

Die stärkste Erhöhung der Aktiva zeigt sich in den flüssigen Mitteln. Insgesamt konnten die flüssigen Mittel nahezu verdoppelt werden und erreichten zum Jahresende €190,6 Mio. gegenüber €113,6 Mio. im Vorjahr. Gleichzeitig konnten die Finanzverbindlichkeiten von €19,3 Mio. auf €16,8 Mio. weiter zurückgeführt werden. Die Netto-Liquidität hat sich entsprechend von €94,3 Mio. auf €173,8 Mio. erhöht und spiegelt einen sehr positiven Cashflow wider.

Niedriges Working Capital

Die Vorräte stiegen um 16,9% auf €196,2 Mio. Dabei konnte der Lagerumschlag auf dem hohen Niveau des Vorjahres gehalten werden. Die Forderungen erhöhten sich um 29,1% auf €175,6 Mio. Die enthaltenen Lieferforderungen stiegen entsprechend der Umsätze im vierten Quartal um 26,9%. Das Working Capital lag zum Jahresende 2003 bei €155,7 Mio. gegenüber €114,0 Mio. im Vorjahr. In Prozent vom Umsatz bedeutet das 12,2% gegenüber 12,5% im Vorjahr.

Investitionen

Die Investitionen stiegen von €22,5 Mio. auf €58,3 Mio. Davon entfallen auf die Akquisition in Japan €30,3 Mio. und auf Investitionen im Anlagevermögen €28,0 Mio. Die Investitionen im Anlagevermögen betreffen neben laufenden Investitionen den strategischen Ausbau des Retail-Geschäftes (€13,1 Mio.) sowie das neue Verwaltungsgebäude in Herzogenaurach/Deutschland.

Freier Cashflow 10,8% vom Umsatz

Nach Berücksichtigung der Investitionen verbleibt ein freier Cashflow von €107,4 Mio. Bereinigt um die Mittelverwendung für die Akquisition wäre ein freier Cashflow von €137,7 Mio. oder 10,8% vom Umsatz gegenüber € 100,1 Mio. oder 11,0% im Vorjahr verblieben.

Dividende

Der Vorstand schlägt der Hauptversammlung am 20. April 2004 vor, aus dem Bilanzgewinn der PUMA AG eine Dividende von 0,70 € je Aktie (Vorjahr 0,55 € je Aktie) auszuschütten. Das bedeutet eine Ausschüttung von insgesamt €11,2 Mio. gegenüber €8,7 Mio. im Vorjahr.

Rückkauf eigener Aktien

In der Hauptversammlung am 16. April 2003 wurde der Vorstand ermächtigt, für die Dauer von 18 Monaten eigene Aktien bis zu 10% des Grundkapitals zur flexiblen Steuerung des Kapitalbedarfs zu erwerben. Gemäß Bekanntmachung (Ad-hoc) vom 13. Oktober 2003 hat der Vorstand beschlossen, von der Ermächtigung Gebrauch zu machen und über die Börse zunächst bis zu 300.000 Stück zurückzukaufen. Im letzten Kalendervierteljahr 2003 wurden 175.000 Stück Aktien oder 1,1 % des gezeichneten Kapitals zurückgekauft. Die erforderliche Investition betrug €20,9 Mio. Auf Grund der derzeitigen Geschäftsentwicklung soll der Rückkauf fortgesetzt und die bisher angekündigten 300.000 Stück auf insgesamt bis zu 800.000 Stück oder rund 5% der ausstehenden Aktien erweitert werden.

Regionale Highlights

Starkes Wachstum in allen Regionen

Der Umsatz in **Europa** stieg um 34,3% auf €852,3 Mio. und erreichte 66,9% am Konzernumsatz. Die stärksten Zugewinne verzeichnete mit 53,1% der Bereich Textil, gefolgt von Schuhen mit einer Steigerung von 31,6%. Die Umsätze bei Accessoires erreichten das Vorjahresniveau. Alle Märkte dieser Region haben sich mit zweistelligen Wachstumsraten sehr positiv entwickelt, was auf die einzigartige Positionierung von PUMA als Sportlifestyle-Marke zurückzuführen ist. Verstärkte Key Account- und eigene Einzelhandelsaktivitäten trieben die Umsatzentwicklung ebenfalls voran.

Innerhalb der Region **Amerika** konnte auf dem US-amerikanischen Markt trotz des allgemein schwierigen Umfelds erneut eine sehr positive Entwicklung verzeichnet werden. In Dollar stiegen die Umsätze um 42,4% auf USD 255,4 Mio. Alle Produktsegmente trugen mit hohen zweistelligen Wachstumsraten zum Erfolg bei. Bedingt durch den schwachen USD sind die Umsätze umgerechnet in Euro nur um 18,8% gestiegen. Auch die anderen Länder dieser Region konnten die Umsätze deutlich ausbauen. Insgesamt stiegen die Umsätze in Amerika um 22,2% auf €255,0 Mio. oder vor Währungseinflüssen sogar um 46,2%.

Aufgrund der Übernahme des bisherigen Lizenznehmers für den Schuh- und Accessoirebereich in Japan stieg der Umsatz in der Region **Asien/Pazifik** insgesamt um 190,2% von €47,4 Mio. auf €137,5 Mio. Damit erhöhte sich der Anteil am Konzernumsatz von 5,2% auf 10,8%. Ohne Effekte aus der Erstkonsolidierung erhöhten sich die Umsätze um 11,5% auf €52,1 Mio. Nach Segmenten erzielten Textilien ein Wachstum von 16,1%. Schuhe und Accessoires, die durch die Übernahme in Japan stark positiv beeinflusst wurden, stiegen um 291,1% auf €92,3 Mio. bzw. um 545,5% auf €21,5 Mio. Ohne Japan entspricht das einer Steigerung von 13,2% bzw. von 9,7%. Die Länder Japan (nur Schuhe und Accessoires), Australien, Neuseeland und die Pazifischen Inseln trugen zu den Umsätzen bei. Die übrigen Märkte dieser Region sind für PUMA reine Lizenzmärkte und damit nicht im Konzernumsatz berücksichtigt.

In der Region **Afrika/Mittlerer Osten** verbesserten sich die konsolidierten Umsätze um 51,6% auf €29,2 Mio. Sowohl Afrika als auch der Mittlere Osten trugen mit einem zweistelligen Wachstum zum Erfolg bei. Der Bereich Schuhe stieg um 66,2% und der Bereich Textil um 15,4%. Der Umsatz mit Accessoires lag um 0,9% über dem Vorjahr. Insgesamt erreicht die Region 2,3% vom Konzernumsatz.

Auftragslage

Bedeutende Steigerung der Auftragsbestände

Zum Jahresende 2003 lagen die Auftragsbestände um 36,0% oder €191,0 Mio. deutlich über dem Vorjahr und erreichten mit €722,0 Mio. erneut einen absoluten Rekordstand. Zum Jahresultimo sind somit die Auftragsbestände im achten Jahr in Folge auf ein neues Rekordniveau gestiegen. Währungsbereinigt haben die Aufträge sogar um 42,2 % zugenommen. Ohne Japan verbesserten sich die Aufträge um 26,6% oder währungsbereinigt 32,8%. Enthalten sind Aufträge zur Auslieferung insbesondere für das erste und zweite Quartal 2004.

Der Bereich Schuhe trug mit einer Steigerung der Auftragsbestände von 28,8% (35,1% währungsbereinigt) bei und erreichte €506,0 Mio. Aufträge für Textilien kletterten auf € 182,2 Mio. Das entspricht einer Verbesserung von 50,9% (56,8% währungsbereinigt). Aufträge für den Bereich Accessoires erhöhten sich um 91,9% (98,0% währungsbereinigt) auf € 33,9 Mio.

Nach Regionen ergibt sich folgende Auftragslage: Europa stieg um 32,9% auf €518,6 Mio. Nahezu alle Länder trugen mit einem zweistelligen Wachstum dazu bei. Für die Region Amerika lagen die Auftragsbestände in US-Dollar um 26,4% über dem Vorjahr und erhöhten sich auf USD 134,2 Mio. In Euro umgerechnet bedeutet das eine Erhöhung um 3,6% auf €114,8 Mio. Die in dieser Region enthaltenen Aufträge für die USA zeigen eine Steigerung von 18,7% und erreichten zum Jahresende USD 119,3 Mio. Asien/Pazifik wuchs deutlich um 296,3% auf €67,3 Mio., ohne Japan-Konsolidierung um 15,2% auf €17,7 Mio. Die Region Afrika/Mittlerer Osten legte zum Jahresende um 63,3% auf €21,3 Mio. zu.

Ausblick

Erneut zweistelliges Umsatzwachstum für 2004 erwartet

Die erzielten Ergebnisse bestätigen eindrucksvoll den Erfolg der Marken- und Unternehmensstrategie. Im Hinblick auf die Positionierung von PUMA als begehrte Sportlifestyle-Marke und der starken Auftragszuwächse für das erste Halbjahr 2004 erwartet das Management im sechsten Jahr in Folge ein Umsatzwachstum von über 10%.

Aufgrund der bereits vorhandenen Währungsabsicherung für den Einkauf auf US-Dollarbasis sollte die Rohertragsmarge mindestens auf dem Vorjahresniveau liegen. Die Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen werden in Prozent vom Umsatz auf Vorjahresniveau oder leicht darunter erwartet. Die Lizenz- und Provisionserlöse sollten auf Vorjahresniveau oder leicht darüber liegen, was noch auf den Konsolidierungseffekt von PUMA Japan im ersten Quartal zurückzuführen ist. Zusammenfassend sollte sich das Vorsteuerergebnis zumindest im Verhältnis zum Umsatz entwickeln.

Jochen Zeitz, Vorstandsvorsitzender: "Wir sind optimistisch, dass auch für 2004 eine weitere positive Entwicklung bei Umsatz und Ertrag erreicht werden kann. Wir lägen damit über den eigenen Erwartungen, die wir für die Phase III der langfristigen Unternehmensplanung angekündigt hatten. PUMA ist damit auf dem besten Weg, seine Marktanteile und Marktstellung als begehrte Sportlifestyle-Marke weiter global auszubauen."

Finanzkalender:

27. Februar 2004	Veröffentlichung Finanzergebnisse Geschäftsjahr 2003, Bilanz-Pressekonferenz und Analysten Conference Call
20. April 2004	Hauptversammlung
26. April 2004	Veröffentlichung 1. Quartal 2004
26. April 2004	Analystenkonferenz

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.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

	Q4/2003 €Mio.	Q4/2002 €Mio.	Abwei- chung	1-12/2003 €Mio.	1-12/2002 €Mio.	Abwei- chung
Nettoumsatzerlöse	227,7	179,1	27,1%	1.274,0	909,8	40,0%
Materialeinsatz	-119,5	-99,8	19,7%	-654,0	-512,9	27,5%
Rohergebnis	108,3	79,3	36,5%	620,0	396,9	56,2%
- in % der Nettoumsatzerlöse	47,5%	44,3%		48,7%	43,6%	
Lizenz- und Provisionserträge	10,2	14,1	-27,5%	40,3	44,9	-10,1%
	118,4	93,4	26,8%	660,4	441,8	49,5%
Vertriebs-, Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen	-76,8	-71,7	7,1%	-377,1	-304,3	23,9%
EBITDA	41,6	21,7	92,3%	283,3	137,5	106,0%
Abschreibungen	-9,5	-3,5	169,3%	-20,1	-12,5	60,7%
EBIT	32,1	18,1	77,3%	263,2	125,0	110,5%
- in % der Nettoumsatzerlöse	14,1%	10,1%		20,7%	13,7%	
Zinsergebnis	0,7	0,5		0,9	-0,6	
EBT	32,8	18,6	76,2%	264,1	124,4	112,3%
- in % der Nettoumsatzerlöse	14,4%	10,4%		20,7%	13,7%	
Ertragsteuern	-8,3	-5,9	41,1%	-84,2	-39,8	111,7%
- Steuerquote	25,4%	31,7%		31,9%	32,0%	
Ergebnisanteile anderer Gesellschafter	0,1	-0,2		-0,6	0,2	
Konzerngewinn	24,5	12,5	95,7%	179,3	84,9	111,3%
Ergebnis je Aktie (€)	1,51	0,78	93,6%	11,26	5,44	107,0%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	1,29	0,76	69,7%	10,90	5,34	104,3%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien				15,932	15,611	
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert				16,449	15,908	

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

Konzernbilanz

	31.12.2003 €Mio.	31.12.2002 €Mio.	Abwei- chung
AKTIVA			
Flüssige Mittel	190,6	113,6	67,8%
Vorräte	196,2	167,9	16,9%
Forderungen und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	177,5	143,9	23,3%
Umlaufvermögen	564,3	425,4	32,6%
Latente Steuern	36,5	23,8	53,2%
Sachanlagevermögen, netto	66,5	56,8	16,9%
Goodwill und sonstige langfristige Vermögensgegenstände	32,9	19,8	66,5%
	700,1	525,8	33,1%
PASSIVA			
Kurzfristige Bankdarlehen	16,8	19,3	-12,7%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	132,6	117,9	12,5%
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	69,0	47,2	46,1%
Verbindlichkeiten	218,5	184,4	18,5%
Pensionsrückstellungen	18,5	17,9	3,4%
Steuerrückstellungen	27,1	25,8	5,1%
Andere Rückstellungen	49,0	45,1	8,6%
Langfristige verzinsliche Schulden	0,0	0,1	-26,2%
Latente Steuern	3,2	0,0	
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	0,8	0,4	101,0%
Eigenkapital	383,0	252,2	51,9%
	700,1	525,8	33,1%

Konzernkapitalflussrechnung

	1-12/2003 € Mio.	1-12/2002 € Mio.	Abwei- chung
Ergebnis vor Ertragsteuern	264,1	124,4	112,3%
Abschreibungen	20,1	12,5	60,7%
Andere zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge, netto	-3,6	-1,8	96,0%
Brutto Cashflow	280,6	135,1	107,7%
Veränderung Betriebsvermögen, netto	-24,8	6,4	
Steuer-, Zins- und andere Zahlungen	-90,8	-22,4	305,2%
Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	165,0	119,1	38,6%
Zahlung für Akquisitionen	-30,3	0,0	
Erwerb von Anlagevermögen	-27,0	-22,5	19,7%
Erhaltene Zinsen und sonstige Veränderungen	-0,3	3,5	
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-57,6	-19,0	202,9%
Freier Cashflow vor Akquisitionen	137,7	100,1	37,6%
Kapitaleinzahlungen	9,5	10,0	-4,8%
Dividendenzahlung	-8,7	-4,6	88,3%
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	-24,2	-23,6	2,6%
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-23,4	-18,2	28,6%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	-7,0	-3,6	94,3%
Veränderung des Finanzmittelbestandes	77,0	78,3	-1,6%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	113,6	35,3	221,7%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	190,6	113,6	67,8%

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

Segmentdaten

	Umsätze		Rohergebnis	
	1-12/2003	1-12/2002	1-12/2003	1-12/2002
	nach Sitz der Kunden			
Aufgliederung nach Regionen	€ Mio.	€ Mio.	%	%
Europa	852,3	634,5	51,3%	44,5%
Amerika	255,0	208,7	44,6%	44,4%
- davon USA in US\$	255,4	179,3		
Asien/Pazifik	137,5	47,4	44,4%	37,5%
Afrika/Mittlerer Osten	29,2	19,2	27,4%	22,2%
	1.274,0	909,8	48,7%	43,6%
	Umsätze		Rohergebnis	
	1-12/2003	1-12/2002	1-12/2003	1-12/2002
Aufgliederung nach Produkt-Segmenten	€ Mio.	€ Mio.	%	%
Schuhe	859,3	613,0	49,5%	44,3%
Textil	337,0	238,4	47,1%	41,7%
Accessories	77,7	58,3	46,6%	44,8%
	1.274,0	909,8	48,7%	43,6%

Financial Highlights

	1-12/2003 € Mio.	1-12/2002 € Mio.	Abwei- chung
Markenumsätze	1.691,5	1.380,0	22,6%
Konsolidierte Umsätze	1.274,0	909,8	40,0%
Rohertragsmarge	48,7%	43,6%	
Ergebnis vor Ertragsteuern	264,1	124,4	112,3%
- in %	20,7%	13,7%	
Konzerngewinn	179,3	84,9	111,3%
- in %	14,1%	9,3%	
Bilanzsumme	700,1	525,8	33,1%
Eigenkapitalquote	54,7%	48,0%	
Nettoumlaufvermögen/Working Capital	155,7	114,0	36,5%
Brutto Cashflow	280,6	135,1	107,7%
Freier Cashflow (vor Akquisition)	137,7	100,1	37,6%
Ergebnis je Aktie (in €)	11,26	5,44	107,0%
Brutto Cashflow je Aktie (in €)	17,61	8,65	103,5%
Freier Cashflow je Aktie (in €)	8,64	6,41	34,9%
Aktienkurs am Ende der Periode (in €)	140,00	65,03	115,3%
Marktkapitalisierung	2.248,2	1.030,4	118,2%
Auftragsbestand	722,0	531,1	36,0%
Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Werten	28,0	22,5	24,5%

Markenumsätze	1. Januar - 31. Dezember 2003						+/- in %		
	Weltweit € Mio.		Lizenz € Mio.		PUMA Gruppe € Mio.		Welt- weit	Lizenz- nehmer	PUMA Gruppe
- nach Regionen									
Europa	954,2	56,4%	101,9	24,4%	852,3	66,9%	35,0%	41,3%	34,3%
Amerika	299,8	17,7%	44,9	10,7%	255,0	20,0%	23,7%	33,1%	22,2%
Asien/Pazifik	403,6	23,9%	266,0	63,7%	137,5	10,8%	-1,3%	-26,4%	190,2%
Afrika/Mittlerer Osten	33,9	2,0%	4,7	1,1%	29,2	2,3%	52,8%	60,7%	51,6%
Total	1.691,5	100,0%	417,5	100,0%	1.274,0	100,0%	22,6%	-11,2%	40,0%
- nach Produktsegmenten									
Schuhe	981,7	58,0%	122,3	29,3%	859,3	67,5%	20,9%	-38,6%	40,2%
Textil	580,4	34,3%	243,4	58,3%	337,0	26,4%	26,2%	9,8%	41,3%
Accessoires	129,5	7,7%	51,7	12,4%	77,7	6,1%	20,3%	4,9%	33,3%
Total	1.691,5	100,0%	417,5	100,0%	1.274,0	100,0%	22,6%	-11,2%	40,0%