

Q1 2025



**PUMA erzielt in Q1 währungsbereinigte Umsätze auf
Vorjahresniveau und macht Fortschritte beim
Kosteneffizienzprogramm „nextlevel“**

Herzogenaurach, 08. Mai 2025

Geschäftsentwicklung Q1 2025

- Umsätze steigen währungsbereinigt um 0,1% auf € 2.076 Millionen (-1,3% in der Berichtswährung Euro)
- Rohertragsmarge sinkt um 60 Basispunkte auf 47,0%
- Operative Aufwendungen (OPEX) steigen um 7,1% auf € 905 Millionen
- Bereinigtes EBIT ohne Einmalkosten sinkt um 52,4% auf € 76 Millionen
- EBIT einschließlich Einmalkosten in Höhe von € 18 Millionen im Zusammenhang mit „nextlevel“ beträgt € 58 Millionen
- „Nextlevel“ Update: Der Abbau von rund 500 Stellen wird voraussichtlich bis Ende des zweiten Quartals abgeschlossen sein. Effizienzinitiativen für unrentable eigene Einzelhandelsgeschäfte, indirekten Einkauf, Produktbeschaffung und IT wurden eingeleitet
- PUMA ernennt Arthur Hoeld zum CEO (ab 01. Juli 2025) und Matthias Bäumer zum Chief Commercial Officer (seit 01. April 2025)

Ausblick 2025:

- Währungsbereinigtes Umsatzwachstum im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich
- Bereinigtes EBIT ohne Einmalkosten in der Bandbreite von € 520 Millionen bis € 600 Millionen
- Investitionen (CAPEX) in Höhe von rund € 300 Millionen
- Bestätigter Ausblick beinhaltet keine potenziellen Auswirkungen von US-Zöllen, die nach PUMAs ursprünglichem Ausblick vom 11. März 2025 angekündigt wurden

Markus Neubrand, Chief Financial Officer der PUMA SE:

„Im ersten Quartal erzielte PUMA trotz eines schwierigen Umfelds einen währungsbereinigten Umsatz auf Vorjahresniveau. Unser Direct-to-Consumer Geschäft wuchs um 12%, vor allem aufgrund von E-Commerce, während unser Großhandelsgeschäft um 4% zurückging, insbesondere wegen der USA und China. Unser bereinigtes operatives Ergebnis entsprach weitgehend unseren Erwartungen.

Trotz der Herausforderungen in diesem Quartal, wie etwa eine leicht rückläufige Rohertragsmarge und höhere operative Aufwendungen, konzentrieren wir uns auf die Umsetzung unseres “nextlevel”-Kosteneffizienzprogrammes, das planmäßig voranschreitet. Wir sind auf Kurs, um bis zum Ende des zweiten Quartals 2025 weltweit 500 Stellen abzubauen.

Im aktuellen Handelsumfeld und angesichts der makroökonomischen Volatilität konzentrieren wir uns auf Faktoren, die wir kontrollieren können, und darauf, unseren Großhandelspartnern, Konsument*innen und Markenbotschafter*innen die besten Geschäftspartner zu sein. Unser Ausblick für 2025 bleibt unverändert. Da die Auswirkungen der US-Zölle sehr ungewiss sind, quantifizieren wir die möglichen Folgen zu diesem Zeitpunkt nicht. Wir haben Importe aus China in die USA bereits reduziert und wir werden weiterhin agil bleiben, um die erhöhte Volatilität im Markt zu bewältigen und schnell auf ein wechselndes, externes Umfeld zu reagieren.“

Erstes Quartal 2025

in € Millionen	Q1 2025	Q1 2024	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	2.076,0	2.102,3	-1,3%	+0,1%
Umsatz nach Regionen				
EMEA	891,7	855,7	+4,2%	+5,1%
Amerika	753,7	790,0	-4,6%	-2,7%
Asien/Pazifik	430,5	456,6	-5,7%	-4,7%
Umsatz nach Produktbereichen				
Schuhe	1.186,0	1.181,5	+0,4%	+2,4%
Textilien	594,3	608,1	-2,3%	-1,5%
Accessoires	295,7	312,7	-5,4%	-5,7%
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Großhandelsgeschäft	1.529,5	1.608,1	-4,9%	-3,6%
Direct-to-Consumer-Geschäft	546,5	494,2	+10,6%	+12,0%

Die **Umsätze** stiegen währungsbereinigt um 0,1% auf € 2.076,0 Millionen (-1,3% in der Berichtswährung Euro). Die Region **EMEA** verzeichnete ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum von 5,1% auf € 891,7 Millionen, angetrieben durch zweistelliges Wachstum in EEMEA. In der Region **Amerika** verringerten sich die währungsbereinigten Umsätze um 2,7% auf € 753,7 Millionen, was auf einen Rückgang in Nordamerika zurückzuführen ist, während Lateinamerika ein zweistelliges Umsatzwachstum verzeichnete. Die Umsätze in der Region **Asien/Pazifik** gingen währungsbereinigt um 4,7% auf € 430,5 Millionen zurück, bedingt durch die anhaltende Schwäche in Großchina.

PUMAs **Großhandelsgeschäft** sank währungsbereinigt um 3,6% auf € 1.529,5 Millionen. Wie erwartet war der Rückgang hauptsächlich auf die USA und China zurückzuführen. Das **Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC)** stieg währungsbereinigt um 12,0% auf € 546,5 Millionen. Das E-Commerce-Geschäft verzeichnete ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum von 17,3%, während die Umsätze in den eigenen Einzelhandelsgeschäften währungsbereinigt um 8,9% stiegen. Der DTC-Anteil lag bei 26,3%, gegenüber 23,5% in Q1 2024.

Die Umsätze mit **Schuhen** stiegen währungsbereinigt um 2,4% auf € 1.186,0 Millionen. Dieser Anstieg war auf das Wachstum in den Kategorien Running, Basketball und Sportstyle zurückzuführen. Die Umsätze mit **Textilien** sanken währungsbereinigt um 1,5% auf

€ 594,3 Millionen, während **Accessoires** währungsbereinigt um 5,7% auf € 295,7 Millionen zurückgingen, was auf Golf zurückzuführen ist.

Die **Rohertragsmarge** sank um 60 Basispunkte auf 47,0% (Q1 2024: 47,5%). Belastungen aus positiven Vorratsbewertungseffekten im Vorjahr sowie unvorteilhafte Währungseffekte wurden durch niedrigere Beschaffungskosten sowie durch einen vorteilhaften Produkt- und Vertriebskanalmix teilweise ausgeglichen.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)**, ohne Einmalkosten im Zusammenhang mit dem „nextlevel“-Programm, stiegen um 7,1% auf € 904,9 Millionen (Q1 2024: € 845,3 Millionen). Der Anstieg ist hauptsächlich auf das anhaltende Wachstum des DTC-Geschäfts, insbesondere im E-Commerce, und höhere Abschreibungen aufgrund von Investitionen in DTC und Infrastruktur zurückzuführen. Darüber hinaus belasteten unvorteilhafte Währungseffekte und die zeitliche Verschiebung von Marketingaktivitäten die Kostenquote, die um 340 Basispunkte auf 43,6% (Q1 2024: 40,2%) anstieg.

Das **bereinigte EBIT**, ohne Einmalkosten im Zusammenhang mit dem „nextlevel“-Programm, sank um 52,4% auf € 75,7 Millionen (Q1 2024: € 159,0 Millionen) aufgrund einer niedrigeren Rohertragsmarge und höherer operativer Aufwendungen. Im Rahmen des Kosteneffizienzprogramms „nextlevel“ sind im ersten Quartal Einmalkosten in Höhe von € 18,0 Millionen angefallen. Diese Kosten standen hauptsächlich im Zusammenhang mit Personalkosten und anderen einmaligen, nicht-operativen Kosten. Infolgedessen verringerte sich das **operative Ergebnis (EBIT)** um 63,7% auf € 57,7 Millionen (Q1 2024: € 159,0 Millionen) und die EBIT-Marge lag bei 2,8% (Q1 2024: 7,6%).

Das **Finanzergebnis** verringerte sich um 56,8% auf € -42,0 Millionen (Q1 2024: € -26,8 Millionen), hauptsächlich aufgrund höherer Nettozinsaufwendungen. Die **Ertragssteuern** betrugen € -4,2 Millionen (Q1 2024: € -33,0 Millionen) und die Steuerquote lag bei 26,5% (Q1 2024: 25,0%), was auf höhere Quellensteuern und einen anderen Ergebnismix zurückzuführen ist. Das **Ergebnis für nicht beherrschende Anteile** betrug € -11,1 Millionen (Q1 2024: € -11,8 Millionen).

Somit beläuft sich das **Konzernergebnis** auf € 0,5 Millionen (Q1 2024: € 87,3 Millionen) und das **Ergebnis je Aktie** auf € 0,00 (Q1 2024: € 0,58)

Working Capital

Das **Working Capital** stieg um 12,8% auf € 2.081,6 Millionen (31. März 2024: € 1.845,7 Millionen). Die **Vorräte** stiegen um 16,3% auf € 2.076,1 Millionen (31. März 2024: € 1.785,6 Millionen), bedingt durch einen starken Anstieg der Waren in Transit. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** stiegen um 5,9% auf € 1.517,6 Millionen (31. März 2024: € 1.432,5 Millionen). Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** stiegen um 17,3% auf € 1.434,9 Millionen (31. März 2024: € 1.222,8 Millionen), entsprechend dem Anstieg der Vorräte.

Aktienrückkauf

Am 31. März 2025 hat PUMA den Erwerb von Aktien im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms der PUMA SE, das am 7. März 2024 begonnen hat, abgeschlossen. Im Verlauf des Programms wurden insgesamt 2.816.714 Aktien zurückgekauft, was rund 1,88% des Grundkapitals der Gesellschaft entspricht. Der an der Börse durchschnittlich gezahlte Kaufpreis pro Aktie betrug 35,50€. Der Gesamtpreis für die erworbenen Aktien belief sich auf € 100 Millionen (ohne Erwerbsnebenkosten).

Q1 Marke und Produkt

- PUMA launcht „Go Wild“, seine bislang größte Markenkampagne, mit einem ersten Kapitel zum Thema Laufen
- PUMA inspiriert Läufer dazu, beim Boston und London Marathon mit PUMAs schnellstem Laufschuh aller Zeiten, dem Fast-R NITRO™ Elite 3, neue persönliche Bestleistungen aufzustellen
- Der PUMA-Athlet und Stabhochsprung-Weltrekordhalter Armand „Mondo“ Duplantis gewinnt den Laureus World Sportsman of the Year Award

- PUMA wird offizieller Partner der englischen Premier League, der weltweit meistgesehenen Fußballliga
- Der PUMA Speedcat Ballet, mit K-Pop Star Rosé als Star der globalen Kampagne, wird in die Top 3 des LYST Index aufgenommen
- PUMA und HYROX, der globale Fitness-Racing Wettbewerb, bringen die erste gemeinsame Kollektion auf den Markt, die neben Performance-Textilien auch Schuhe mit Co-Branding umfasst.
- PUMA erreicht bereits 2024 sein Ziel, 9 von 10 Produkten aus recycelten oder zertifizierten Materialien herzustellen

Ausblick 2025

In einem herausfordernden Umfeld lag PUMAs Ergebnis im ersten Quartal 2025 weitestgehend im Rahmen der Erwartungen. Das Unternehmen konzentriert sich weiterhin auf die beeinflussbaren Faktoren und erwartet für das Geschäftsjahr 2025 ein **währungsbereinigtes Umsatzwachstum im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich.**

PUMA setzt das Kosteneffizienzprogramm „nextlevel“ fort. In diesem Zusammenhang werden Einmalkosten in Höhe von bis zu € 75 Millionen im Jahr 2025 erwartet, welche aus der Schließung unrentabler eigener Einzelhandelsgeschäfte, Umstrukturierungsaufwendungen und anderen einmaligen nicht-operativen Ausgaben resultieren. Im Gegenzug erwartet das Unternehmen, im Jahr 2025 ein zusätzliches EBIT von bis zu € 100 Millionen zu erwirtschaften.

Um die zugrunde liegende Geschäftsentwicklung besser widerzuspiegeln, gibt das Unternehmen einen Ausblick auf ein bereinigtes EBIT für 2025, welches einmalige Kosten im Zusammenhang mit dem Kosteneffizienzprogramm „nextlevel“ ausschließt. Dementsprechend erwartet PUMA für das Geschäftsjahr 2025 ein **bereinigtes EBIT in der Bandbreite von € 520 Millionen bis € 600 Millionen** (2024: € 622,0 Millionen).

PUMA nimmt die fortlaufenden Änderungen bei den zusätzlichen US-Zöllen zur Kenntnis. Zum derzeitigen Zeitpunkt ist der Ausgang dieser Entwicklungen noch höchst ungewiss, so dass dieser Ausblick keine potenziellen Auswirkungen der Zölle berücksichtigt, die nach der Veröffentlichung des ursprünglichen Ausblicks von PUMA am 11. März 2025 bekannt gegeben wurden.

PUMA plant, auch weiterhin in den Ausbau seines Netzwerks an Einzelhandelsgeschäften und in den Bereich E-Commerce sowie in die Lager- und digitale Infrastruktur zu investieren, um seine langfristigen Wachstumsziele zu erreichen, und rechnet daher für 2025 mit **Investitionen (CAPEX) in Höhe von rund € 300 Millionen** (2024: € 263,0 Millionen).

AUSBLICK 2025

UMSATZWACHSTUM (WÄHRUNGSBEREINIGT)	niedriger bis mittlerer einstelliger Prozentbereich
BEREINIGTES EBIT*	€ 520 Millionen bis € 600 Millionen
INVESTITIONEN (CAPEX)	rund € 300 Millionen

Während das Umfeld volatil bleibt, konzentriert sich das Unternehmen auf die kontrollierbaren Faktoren. PUMA ist weiterhin bestrebt, kurzfristige Herausforderungen zu bewältigen und gleichzeitig Investitionen in die Marke und Infrastruktur als Grundlage für mittel- bis langfristigen Erfolg zu priorisieren.

*Ohne Einmalkosten wie Umstrukturierungsaufwendungen und andere einmalige nicht-operative Ausgaben im Zusammenhang mit dem „nextlevel“-Programm

Gewinn- und Verlustrechnung Q1 2025

in € Millionen	Q1 2025	Q1 2024	Veränderung in %
Umsatzerlöse	2.076,0	2.102,3	-1,3%
Umsatzkosten	-1.100,9	-1.103,3	-0,2%
Rohhertrag	975,1	999,0	-2,4%
- in % der Umsatzerlöse	47,0%	47,5%	-0,6 PP
Lizenz- und Provisionserträge	5,5	5,2	5,1%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-904,9	-845,3	7,1%
Bereinigtes EBIT*	75,7	159,0	-52,4%
- in % der Umsatzerlöse	3,6%	7,6%	-4,0 PP
Einmalkosten	-18,0	0,0	-
Operatives Ergebnis (EBIT)	57,7	159,0	-63,7%
- in % der Umsatzerlöse	2,8%	7,6%	-4,8 PP
Finanzergebnis	-42,0	-26,8	56,8%
Gewinn vor Steuern (EBT)	15,7	132,2	-88,1%
- in % der Umsatzerlöse	0,8%	6,3%	-5,5 PP
Ertragsteuern	-4,2	-33,0	-87,4%
- Steuerquote	26,5%	25,0%	+1,5 PP
Nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnende Ergebnisse	-11,1	-11,8	-5,8%
Konzernergebnis	0,5	87,3	-99,5%
- in % der Umsatzerlöse	0,0%	4,2%	-4,1 PP
Ergebnis je Aktie (€)	0,00	0,58	-99,5%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	0,00	0,58	-99,5%
Gewichtete durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)	148,08	149,92	-1,2%
Gewichtete durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)	148,17	149,96	-1,2%

* ohne Einmalkosten aus dem „nextlevel“-Programm

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

Bilanz

in € Millionen	31.03.2025	31.03.2024	Veränderung in %	31.12.2024
AKTIVA				
Flüssige Mittel	283,9	294,5	-3,6%	368,2
Vorräte *	2.076,1	1.785,6	16,3%	2.013,7
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen *	1.517,6	1.432,5	5,9%	1.246,5
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte *	532,8	453,3	17,5%	516,8
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	71,4	96,6	-26,0%	160,0
Kurzfristige Vermögenswerte	4.481,9	4.062,5	10,3%	4.305,2
Latente Steueransprüche	288,6	290,6	-0,7%	243,6
Nutzungsrechte an Vermögenswerten	1.203,7	1.072,4	12,3%	1.116,8
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1.428,2	1.366,3	4,5%	1.475,0
Langfristige Vermögenswerte	2.920,6	2.729,4	7,0%	2.835,4
Summe Aktiva	7.402,5	6.791,8	9,0%	7.140,6
PASSIVA				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	978,8	537,0	82,3%	131,6
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen *	1.434,9	1.222,8	17,3%	1.893,5
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten *	610,0	602,9	1,2%	605,3
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	230,3	210,6	9,4%	220,6
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	28,4	25,5	11,3%	19,9
Kurzfristige Verbindlichkeiten	3.282,5	2.598,8	26,3%	2.870,9
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	300,0	357,4	-16,0%	356,4
Latente Steuerschulden	10,9	22,0	-50,4%	14,2
Pensionsrückstellungen	27,6	23,1	19,4%	27,3
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	1.084,7	995,4	9,0%	1.010,0
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	42,6	30,0	42,1%	33,3
Langfristige Verbindlichkeiten	1.465,9	1.427,9	2,7%	1.441,0
Eigenkapital	2.654,1	2.765,2	-4,0%	2.828,6
Summe Passiva	7.402,5	6.791,8	9,0%	7.140,6

* im Working Capital enthalten

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

Finanzkalender:

21. Mai 2025	Hauptversammlung
31. Juli 2025	Halbjahresfinanzbericht Q2 2025
30. Oktober 2025	Quartalsmitteilung Q3 2025

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

Pressekontakt:

Robert-Jan Bartunek - Teamhead Corporate Communications – PUMA SE - robert.bartunek@puma.com

Investor Relations:

Gottfried Hoppe – Director Investor Relations - PUMA SE – gottfried.hoppe@puma.com

Hinweise an die Redaktionen:

- Die Finanzberichte finden Sie online auf <https://about.puma.com>
- PUMA SE Börsenkürzel:
Reuters: PUMG.DE, Bloomberg: PUM GY
Börse Frankfurt: ISIN: DE0006969603 – WKN: 696960

Anmerkungen hinsichtlich zukunftsgerichteter Aussagen:

Dieses Dokument enthält Aussagen über die künftige Geschäftsentwicklung und die strategische Ausrichtung des Unternehmens. Die zukunftsgerichteten Aussagen basieren auf den aktuellen Erwartungen und Annahmen des Managements. Sie unterliegen gewissen Risiken und Schwankungen wie 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 mehr als 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 22.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <https://about.puma.com>.