



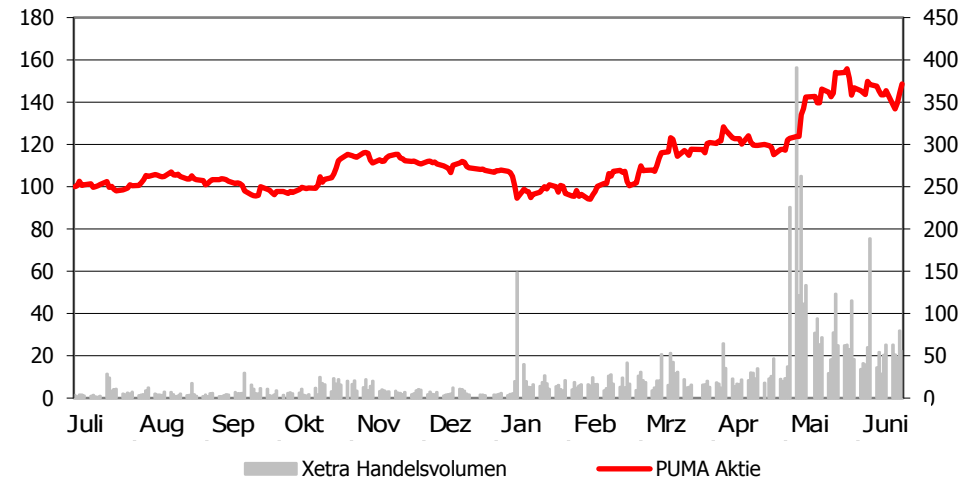
Finanzbericht
Januar – Juni 2018



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
- Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung	15
- Geschäftssegmente	16
- Anhang zum Finanzbericht	17 – 19
Vorstand / Aufsichtsrat	20
Finanzkalender	21

Jahresentwicklung der PUMA Aktie
Indizierte Entwicklung mit Handelsvolumen (Xetra)



Die PUMA Aktie wurde im Juni 2018 in den MDAX aufgenommen.

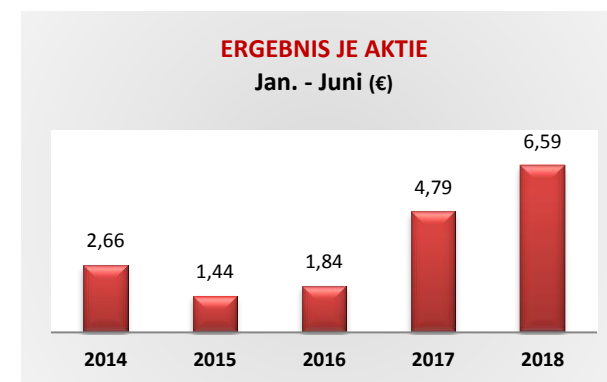
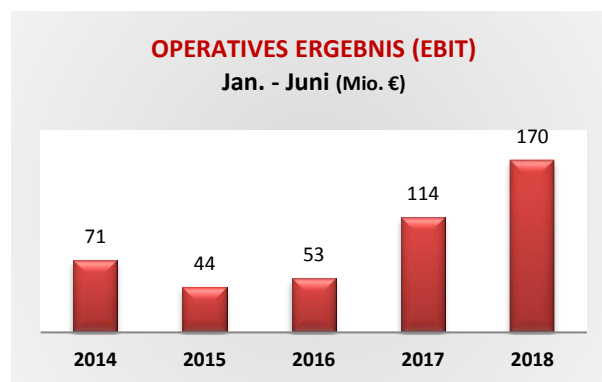
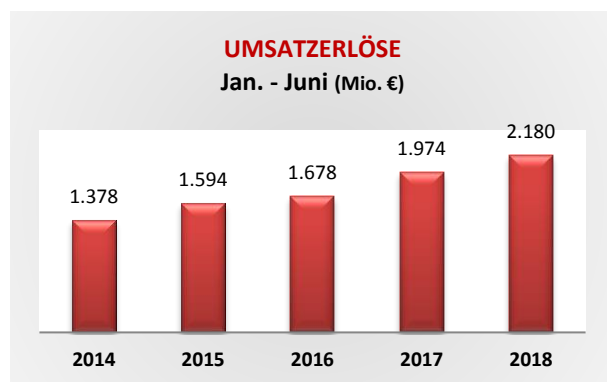
Kennzahlen	1-6/2018 € Mio.	1-6/2017 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	2.180,3	1.973,8	10,5%
Rohertragsmarge	48,4%	46,8%	
Operatives Ergebnis (EBIT)	169,8	113,6	49,6%
Konzernergebnis - in %	98,5 4,5%	71,5 3,6%	37,8%
Bilanzsumme	3.099,8	2.833,5	9,4%
Eigenkapitalquote in %	52,0%	58,0%	
Netto-Umlaufvermögen (Working Capital)	685,2	700,1	-2,1%
Brutto Cashflow	186,5	161,5	15,4%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-103,3	-117,9	-12,4%
Gewinn je Aktie (in €)	6,59	4,79	37,7%
Brutto Cashflow je Aktie (in €)	12,48	10,81	15,4%
Freier Cashflow je Aktie (in €) (vor Akquisitionen)	-6,91	-7,89	-12,4%
Aktienkurs am Ende der Periode (in €)	501,00	336,45	49,0%
Marktkapitalisierung am Ende der Periode	7.488	5.027	49,0%
Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Werten (ohne Firmenwerte)	44,4	43,8	1,5%

Björn Gulden, CEO:

„Das zweite Quartal entwickelte sich für uns positiv. Die Umsätze stiegen organisch um 15% und das EBIT um 33%. Alle Regionen und alle Produktkategorien erzielten ein zweistelliges organisches Wachstum. Der anhaltend starke Euro verlangsamte zwar das Umsatzwachstum in der Berichtswährung, aber zusammen mit anderen Währungseffekten wirkte sich dies positiv auf unsere Rohertragsmarge aus.

In den ersten sechs Monaten kam es zu größeren Veränderungen der Produkttrends und Konsumenten-nachfrage, vor allem bei Schuhen. Wir sind jedoch der Ansicht, dass unsere "fast attitude" und die schnelle Reaktionszeit es uns ermöglicht haben, unser Wachstum fortzusetzen. Auf unsere Pläne, wieder in die Kategorie Basketball einzusteigen, haben wir sehr positives Feedback erhalten. Sowohl unsere neuen Vertragsspieler in der NBA wie auch unser Produkt kamen bei Einzelhändlern und Basketballfans gut an. Die Fußballweltmeisterschaft in Russland war für uns ein gutes Turnier. Mit Antoine Griezmann und Romelu Lukaku haben es PUMA-Spieler auf die Plätze zwei und drei der Torschützenliste geschafft. Der Launch der Kollektionen für unsere neuen Spitzenklubs AC Mailand, Olympique Marseille und Borussia Mönchengladbach waren weitere Höhepunkte und haben unser Engagement für den Fußball gezeigt.

Trotz der veränderten Produkttrends, des unsicheren Geschäftsumfelds aufgrund volatiler Wechselkurse, und eines schwierigen globalen Handelsumfelds sind wir zuversichtlich, unser EBIT-Ziel für das Gesamtjahr zwischen € 310 Millionen und € 330 Millionen erreichen zu können. Das entspricht einem Wachstum von rund 30 Prozent.“



Konzernzwischenlagebericht

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Gemäß der Sommerprognose des Kieler Instituts für Weltwirtschaft (ifw Kiel) vom 20. Juni 2018 hat sich die Expansion der Weltwirtschaft nach einem kräftigen Anstieg im Verlauf des Jahres 2017 zu Jahresbeginn 2018 verlangsamt. Dies war jedoch auch auf Sonderfaktoren zurückzuführen. Vor allem in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften hat der Konjunkturaufschwung an Fahrt verloren, da insbesondere der Handel im asiatischen Raum spürbar langsamer angestiegen ist. Demgegenüber hat sich das Expansionstempo in den Schwellenländern nur vergleichsweise wenig verringert. Da die Sonderfaktoren nach Meinung der Experten des ifw für die geringere konjunkturelle Dynamik verantwortlich sind, wird für die kommenden Monate wieder mit einem kräftigeren Konjunkturanstieg gerechnet.

MARKEN- UND STRATEGIE UPDATE

Dank der von uns gesponserten Athleten, Teams und anderen Markenbotschaftern hat PUMA erfolgreich seine Positionierung im Sport- und Lifestyle-Bereich im ersten Halbjahr gestärkt.

Ein Höhepunkt war die Ankündigung von PUMAs Wiedereinstieg in die **Basketball**-Kategorie. Jay-Z hat die Rolle des Kreativdirektors für PUMA Basketball übernommen.

In dieser Funktion wird er die Kreativ-Strategie, das Marketing und das Produktdesign für alle basketballbezogenen Produkte beaufsichtigen. Marvin Bagley, Deandre Ayton, Zhaire Smith, Michael Porter Jr. und Rudy Gay sind die ersten Spieler in der NBA, die nach fast 20 Jahren zum ersten Mal wieder Basketballschuhe von PUMA tragen werden. Neben dem Leistungsanspruch auf dem Platz wird PUMA seine Glaubwürdigkeit in der Kultur rund um Basketball, die immer mehr Aufmerksamkeit bei den amerikanischen Konsumenten auf sich zieht, weiter ausbauen. Unser Wiedereinstieg in die Kategorie Basketball ist ein ganz klares Bekenntnis zum nordamerikanischen Markt, aber auch ein Grundstein, um unser Geschäft ebenfalls in anderen Performance-Kategorien zu stärken.

Im **Fußball** waren alle Augen auf die FIFA WM 2018 in Russland gerichtet. Unsere vier Nationalmannschaften - Uruguay, Schweiz, Serbien und Senegal - sowie eine Vielzahl herausragender Einzelspieler sorgten für eine hohe Sichtbarkeit der PUMA-Marke während des Turniers. Die Hälfte unserer Teams erreichte die K.o.-Phase, während zwei der drei Top-Torschützen, Antoine Griezmann (2.) und der belgische Stürmer Romelu Lukaku (3.), PUMA-Schuhe trugen. Antoine Griezmann, der die französische Mannschaft mit seinem Tor zum Sieg führte, wurde im WM-Finale ebenfalls zum "FIFA Mann des Spiels" gewählt.

Zusammen mit Olivier Giroud und Lukaku sorgte Griezmann für eine hohe Sichtbarkeit unserer Marke während der beiden Final-Spiele des Turniers. Unsere Spieler trugen Schuhe mit PUMAs neuesten Technologien, den PUMA FUTURE und den PUMA ONE, in speziell angefertigten Editionen.

Das Ende der Saison 2017/18 im Vereinsfußball war geprägt von hervorragenden Leistungen unserer Spieler auf dem Platz. So wurden alle Tore des Endspiels der UEFA Europa League von PUMA-Spielern erzielt, als Griezmann und Gabi mit drei Treffern Atlético Madrid zum Sieg schossen. In Mexiko gewann das PUMA-Team Santos Laguna die Liga MX Clausura, das Endspiel der höchsten mexikanischen Fußballliga.

Mit den Vereinen Olympique Marseille, AC Mailand, Borussia Mönchengladbach und Palmeiras aus São Paulo, die zu dem Portfolio von PUMAs prestigeträchtigen Fußballklubs gehören, wird PUMA seine Position im internationalen Fußball in den kommenden Saisons stärken. Die neuen Trikots für die Saison 2018/19 erhielten positives Feedback von Fans und Medien.

Im Bereich **Running** und **Leichtathletik** beeindruckten unsere Athleten mit Weltklasse-Leistungen. Der 19-jährige Kubaner Juan Miguel Echevarria belegte mit seinem unglaublichen Weitsprung von 8,83 Metern den ersten Platz beim Stockholmer Diamond League Meeting.



Sein Sprung wurde ebenfalls von der IAAF zum "Highlight der Saison 2018" gewählt. Bei den Commonwealth Games konnten PUMA-Athleten insgesamt elf Medaillen gewinnen. Der Olympia- und Weltmeisterschafts-Silbermedaillengewinner Will Claye gewann bei den Hallenweltmeisterschaften in Birmingham mit 17,43 Metern den Herren-Dreisprung.

Zu Beginn des Jahres haben wir die Anzahl unserer Partner-Verbände durch einen langfristigen Sponsorenvertrag mit dem norwegischen Leichtathletikverband erhöht. Darüber hinaus sind wir stolz, dass wir zwei weitere Top-Athleten unter Vertrag genommen haben: den französischen Sprinter und europäischen Rekordhalter über 100 Meter, Jimmy Vicaut, und den italienischen Hochspringer Gianmarco Tamberi.

Im **Motorsport** dominieren unsere drei Formel 1-Teams MERCEDES AMG PETRONAS, Scuderia FERRARI und RED BULL RACING weiterhin die Rennserie und belegen derzeit sowohl in der Fahrer- als auch in der Konstrukteurswertung die drei Top-Positionen des diesjährigen Wettbewerbs.

Unsere **Strategie** konzentriert sich weiterhin auf fünf Prioritäten: die Steigerung der Markenbegehrtheit, eine wettbewerbsfähige Produktpalette, ein führendes Angebot für Frauen sowie die Verbesserung der Vertriebsqualität und Stärkung unserer organisatorischen Infrastruktur.

Wir glauben, dass PUMA auf dem richtigen Weg ist, nachdem unsere Strategie, das Marketing und die Produkte erste Ergebnisse aufweisen. Dies wurde erneut durch verbesserte Geschäftsergebnisse, gesteigerte Abverkäufe und ein anhaltend positives Feedback unserer Handelspartner belegt.

Die richtigen Influencer für unsere Marke kommunizieren zu lassen, ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Strategie geworden: Wir haben neue Athleten, kulturell-relevante Stars und Influencer unter Vertrag genommen, die dazu beitragen, PUMAs **Markenbegehrtheit** weiter zu steigern. So zum Beispiel Selena Gomez, die Person mit den meisten Followern auf Instagram. Selena hat zusammen mit dem Design-Team von PUMA gearbeitet, um aufregende Produkte für unsere Kundinnen zu kreieren.

In unserem Segment **Women's** setzten wir unsere erfolgreiche "Do You"-Kampagne mit ihren starken Botschafterinnen, zu denen Cara Delevingne und die Tänzerinnen des New York City Ballet gehören, fort. Die wichtigsten Styles in diesem Segment waren im ersten Halbjahr die Trainingsschuhe PHENOM, MUSE und MUSE ECHO, während das neu-eingeführte DEFY erste vielversprechende Ergebnisse gezeigt hat.

Der vierfache Formel-1-Weltmeister Lewis Hamilton verkörpert perfekt unsere Trainingskampagne für Männer "24/7". Mit dieser Produktlinie hat PUMA seine Leistungsphilosophie neu definiert und bietet **Produkte** an, die rund um die Uhr im Fitnessstudio wie auch auf der Straße getragen werden können.

Als Teil dieser Linie hat PUMA jüngst den Trainingsschuh Mantra FUSEFIT vorgestellt.

Ein weiterer Erfolg in der Schuhkategorie ist der kürzlich lancierte THUNDER, der durch sein disruptives Design und sein klobiges, selbstbewusstes Aussehen die Herzen der modebewussten Konsumenten erobert hat. Die ersten beiden Produkteinführungen waren binnen Stunden ausverkauft.

Vertriebsqualität steht weiterhin im Fokus bei PUMA. Für uns hat der Mehrwert, den wir unseren Handelspartnern bieten, oberste Priorität. Wir arbeiten jeden Tag daran, einen positiven Beitrag zu deren Geschäft zu liefern und es weiter zu verbessern. Das Feedback unserer Handelspartner ist weiterhin gut. In den meisten Vertriebskanälen beginnen Einzelhändler, PUMA mehr Regalfläche einzuräumen, sodass wir unser Geschäft auf eine breitere Auswahl von Produkten stellen können.

Wir haben auch unsere **Organisationsstruktur** und Infrastruktur weiter optimiert. Dazu gehört auch die Erweiterung unserer Firmenzentrale in Herzogenaurach. Seit Juli ist der Neubau bezogen und das erweiterte Headquarter bietet nun über 1.000 Kolleginnen und Kollegen in hochmodernen Büroräumen unter einem Dach Platz. Dies ermöglicht eine schnellere Kommunikation und bessere Abstimmung und unterstützt PUMAs Teamgeist.

Umsatz- und Ertragslage

ZWEITES QUARTAL 2018

Umsatzerlöse

Das Umsatzwachstum von PUMA setzte sich im zweiten Quartal 2018 weiter fort. Die Umsätze erhöhten sich währungsbereinigt um 15,0% auf € 1.049,2 Millionen. Alle Regionen und Produktsegmente trugen mit zweistelligen, währungsbereinigten Wachstumsraten zum Umsatzanstieg bei. Das Segment Schuhe war erneut Haupttreiber; Textilien und Accessoires verzeichneten ebenfalls zweistellige Wachstumsraten. Das Umsatzwachstum in der Berichtswährung Euro betrug lediglich 8,3%, da sich die Stärke des Euros gegenüber den meisten anderen Währungen negativ auswirkte.

Rohertragsmarge

Die Rohertragsmarge verbesserte sich im zweiten Quartal auf 48,6% (Vorjahr: 46,5%). Höhere Umsätze durch neue Produkte mit einer besseren Marge, weitere Verbesserungen in der Beschaffung und positive Währungskurseinflüsse trugen zum Anstieg bei.

Operative Aufwendungen

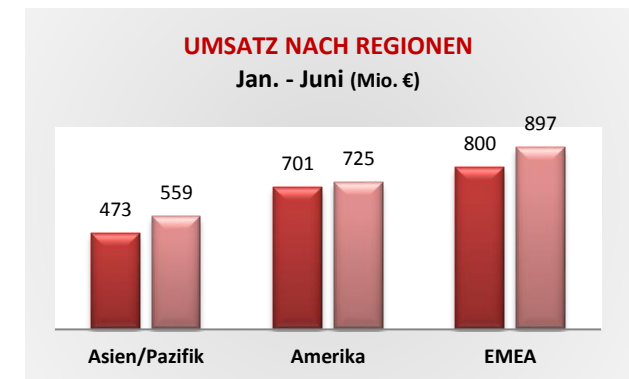
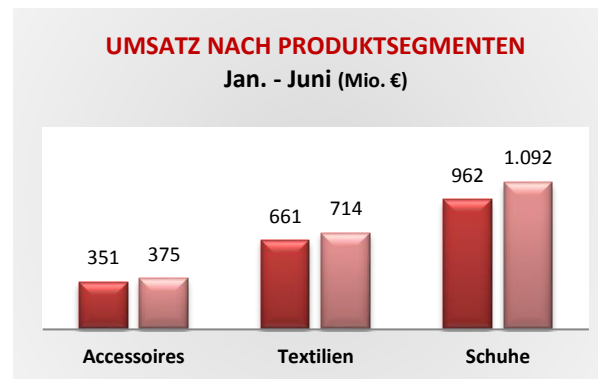
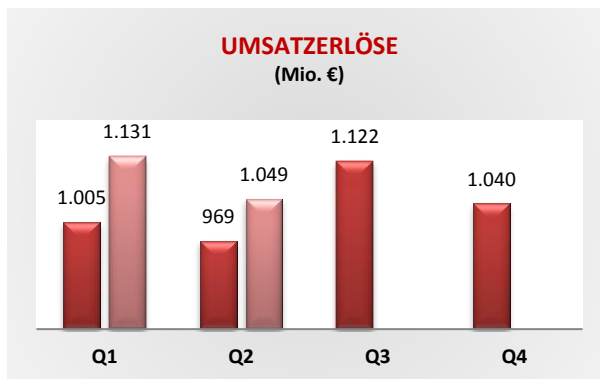
Die operativen Aufwendungen (OPEX) erhöhten sich im zweiten Quartal um 11,1% auf € 456,3 Millionen. Dies war vor allem auf zusätzliche Marketingaktivitäten und höhere umsatzabhängige variable Kosten in Folge der gestiegenen Umsätze zurückzuführen. Der Anstieg der Investitionen in unser Einzelhandelsgeschäft ist durch die höhere Anzahl an eigenen Geschäften im Vergleich zum Vorjahr bedingt.

Operatives Ergebnis (EBIT)

Das operative Ergebnis (EBIT) erhöhte sich von € 43,4 Millionen im Vorjahr auf € 57,6 Millionen im zweiten Quartal 2018. Dies ist auf das starke Wachstum der Umsätze und einer gleichzeitigen Verbesserung der Rohertragsmarge zurückzuführen.

Konzernergebnis und Ergebnis je Aktie

Das Konzernergebnis stieg von € 21,9 Millionen auf € 31,1 Millionen und das Ergebnis je Aktie stieg entsprechend von € 1,46 auf € 2,08 im zweiten Quartal 2018.



Zweites Quartal

Erstes Halbjahr

Umsatz nach Regionen und Produktsegmenten € Mio.	Q2		Wachstumsraten		1-6		Wachstumsraten	
	2018	2017	Euro	währungs- bereinigt	2018	2017	Euro	währungs- bereinigt
Aufgliederung nach Regionen								
EMEA	416,0	385,1	8,0%	10,5%	896,7	799,9	12,1%	14,7%
Amerika	377,3	354,6	6,4%	18,7%	725,0	701,1	3,4%	17,2%
Asien/Pazifik	255,9	229,0	11,8%	17,3%	558,5	472,9	18,1%	26,2%
Gesamt	1.049,2	968,7	8,3%	15,0%	2.180,3	1.973,8	10,5%	18,3%
Aufgliederung nach Produktsegmenten								
Schuhe	511,1	463,0	10,4%	18,4%	1.091,5	961,8	13,5%	22,4%
Textilien	349,6	334,8	4,4%	10,5%	713,7	661,2	8,0%	15,3%
Accessoires	188,4	170,9	10,3%	15,0%	375,0	350,8	6,9%	12,8%
Gesamt	1.049,2	968,7	8,3%	15,0%	2.180,3	1.973,8	10,5%	18,3%

ERSTES HALBJAHR 2018

Umsatzerlöse

Die Umsätze stiegen im ersten Halbjahr 2018 währungsbereinigt um 18,3% auf € 2.180,3 Millionen. Alle Regionen trugen mit zweistelligen Wachstumsraten dazu bei, wobei Schuhe auch hier der Haupttreiber des Anstiegs waren. Das Umsatzwachstum in der Berichtswährung Euro betrug lediglich 10,5%, da sich die Stärke des Euros gegenüber den meisten anderen Währungen deutlich negativ auswirkte.

PUMAs eigene Einzelhandelsumsätze, inklusive unseres eCommerce-Geschäfts, erhöhten sich währungsbereinigt um 23,7% auf € 490,0 Millionen. Der Anteil am Gesamtumsatz betrug im ersten Halbjahr 2018 22,5% (21,8% im Vorjahr). Gründe für den Umsatzanstieg waren ein Wachstum auf vergleichbarer Basis in unseren bestehenden Geschäften, die Eröffnung neuer Geschäfte und ein anhaltend starkes Wachstum unseres eCommerce-Geschäfts.

Rohertagsmarge

Die Rohertagsmarge verbesserte sich im ersten Halbjahr 2018 um 160 Basispunkte von 46,8% auf 48,4%. Höhere Umsätze durch neue Produkte mit einer höheren Marge und weitere Verbesserungen in der Beschaffung trugen hauptsächlich dazu bei. Zusätzlich wurden im zweiten Quartal positive Währungskurseinflüsse verzeichnet.

Operative Aufwendungen

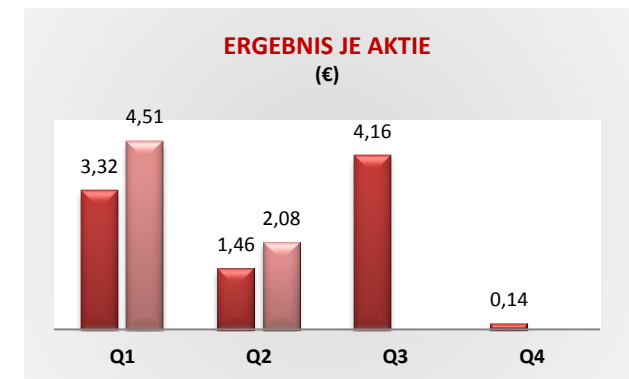
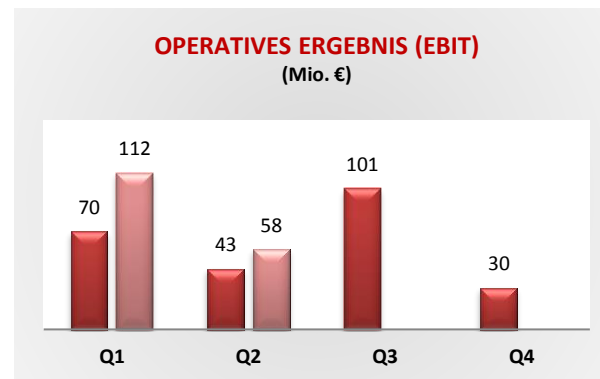
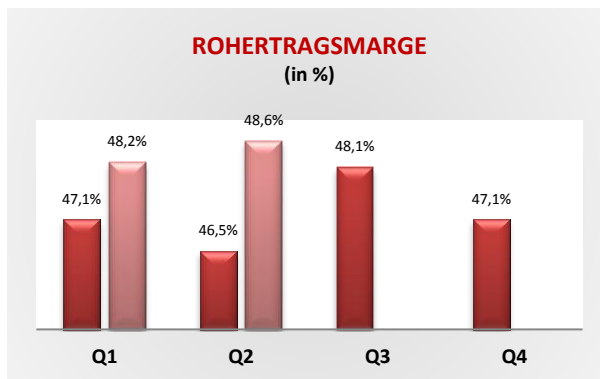
Die operativen Aufwendungen (OPEX) stiegen um 9,3% auf € 893,7 Millionen. Dies war vor allem auf höhere umsatzabhängige variable Kosten, gestiegene Marketingaktivitäten und Investitionen in die Modernisierung und den Ausbau der eigenen Einzelhandelsgeschäfte zurückzuführen.

Operatives Ergebnis (EBIT)

Das operative Ergebnis (EBIT) erhöhte sich um 49,6% von € 113,6 Millionen im Vorjahr auf € 169,8 Millionen im ersten Halbjahr 2018. Dies ist auf das starke Umsatzwachstum und die höhere Rohertagsmarge zurückzuführen. Die EBIT-Marge im ersten Halbjahr stieg dementsprechend von 5,8% im Vorjahr auf 7,8% an.

Konzernergebnis und Ergebnis je Aktie

Das Konzernergebnis verbesserte sich im ersten Halbjahr 2018 um 37,8% von € 71,5 Millionen im Vorjahr auf € 98,5 Millionen. Das Ergebnis je Aktie stieg entsprechend von € 4,79 im Vorjahr auf € 6,59.





Vermögens- und Finanzlage

Working Capital

Währungskurseffekte und unser weiterhin striktes Working Capital Management führten zu einem Rückgang des Working Capitals um 2,1% auf € 685,2 Millionen. Ohne diese Währungseffekte wäre das Working Capital um rund 6% angestiegen, was dennoch niedriger ist, als unser währungsbereinigter Umsatzanstieg. Die Vorräte erhöhten sich um 4,7% auf € 890,5 Millionen und die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen um 12,8% auf € 633,6 Millionen. Auf der Passivseite erhöhten sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und die anderen kurzfristigen Verbindlichkeiten um 16,2% auf insgesamt € 1.026,8 Millionen.

Cashflow

Infolge des gestiegenen Gewinns vor Steuern (EBT) und der positiven Entwicklung des Working Capitals verbesserte sich der Freie Cashflow von € -117,9 Millionen auf € -103,3 Millionen im ersten Halbjahr 2018. Die Flüssigen Mittel erhöhten sich, ebenso wie die Bankverbindlichkeiten, in Folge der Dividendenzahlung von € 186,8 Millionen im zweiten Quartal. Insgesamt verringerte sich die Nettoliquidität auf € 88,8 Millionen (Vorjahr: € 152,4 Millionen).

Ausblick 2018

Weltwirtschaft

Gemäß der Sommerprognose des Kieler Instituts für Weltwirtschaft (ifw Kiel) vom 20. Juni 2018 ist nach einer Verlangsamung der konjunkturellen Entwicklung zu Jahresbeginn für die kommenden Monate wieder mit einem kräftigeren Anstieg zu rechnen. Nach einem Wachstum des weltweiten Bruttoinlandsprodukts von knapp 5 Prozent im Jahr 2017 wird für dieses Jahr mit einem Anstieg von 3,8% gerechnet. Dies entspricht einer leichten Verringerung gegenüber der letzten Prognose (Winterprognose 2017) um 0,1 Prozentpunkte. Risiken für die Prognose bestehen insbesondere hinsichtlich potentiellen Handelskonflikten, welche den Handel stark dämpfen und zu einem verringerten Weltwirtschaftswachstum führen könnten.

Investitionen

Für 2018 sind Investitionen in einer Höhe von rund € 125 Millionen geplant. Der wesentliche Teil betrifft dabei Investitionen in die Infrastruktur, um die operativen Voraussetzungen für das geplante langfristige Wachstum zu schaffen. Ebenso werden in 2018 weitere Investitionen in das neue Verwaltungsgebäude und den Ausbau und die Modernisierung der eigenen Einzelhandelsgeschäfte getätigt.

Ausblick 2018

Unsere Gesamtjahresprognose für das operative Ergebnis (EBIT) bleibt unverändert und wir erwarten weiterhin ein operatives Ergebnis in einer Bandbreite zwischen € 310 Millionen und € 330 Millionen. Dies ist nun der kombinierte Effekt eines währungsberinigten Umsatzanstiegs um 12% bis 14% (bisherige Prognose: zwischen 10% und 12%), einer Verbesserung der Rohertragsmarge um rund 100 Basispunkte und eines Anstiegs der operativen Aufwendungen im hohen einstelligen Prozentbereich aufgrund zusätzlicher Investitionen in Sportmarketing und höherer umsatzabhängiger variabler Kosten. Das Management geht weiterhin davon aus, dass sich das Konzernergebnis im Jahr 2018 deutlich verbessern wird.

Änderung der Governance-Struktur

Infolge der Ausschüttung von rund 70% der PUMA-Aktien an die Aktionäre der Kering S.A. ist der Streubesitz von PUMA von rund 14% auf 55% angestiegen. Die Ausschüttung fand am 16. Mai statt und wurde von PUMA durch Kommunikationsaktivitäten für Investoren, wie Roadshows und einem Capital Markets Day, begleitet. Die Rückmeldungen der Investoren bestätigen das Vertrauen in die Strategie und das Potenzial von PUMA.

Die Hauptversammlung der PUMA SE hat am 12. April 2018 beschlossen, das bestehende monistische Führungssystem der Gesellschaft, mit dem Verwaltungsrat als einheitlichem Leitungs- und Kontrollorgan, durch das dualistische Führungssystem zu ersetzen und die Satzung entsprechend anzupassen. Das dualistische System besteht aus dem Vorstand als Leitungsorgan und dem Aufsichtsrat als Kontrollorgan. Die Satzungsänderung wurde am 9. Juli 2018 in das Handelsregister des Amtsgerichts Fürth eingetragen. Dementsprechend wurde die Änderung der Governance-Struktur an diesem Tag wirksam. Der Vorstand besteht aus Bjørn Gulden (CEO), Michael Lämmermann (CFO) und Lars Sørensen (COO). Der Aufsichtsrat besteht aus Jean-François Palus (Vorsitzender), Jean-Marc Duplaix, Béatrice Lazat und Thore Ohlsson, die von den Aktionären gewählt wurden, sowie Martin Köppel und Bernd Illig, die von den Arbeitnehmern gewählt wurden.

Bilanz	30.06.'18 € Mio.	30.06.'17 € Mio.	Abwei- chung	31.12.'17 € Mio.
AKTIVA				
Flüssige Mittel	360,0	258,6	39,2%	415,0
Vorräte	890,5	850,6	4,7%	778,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	633,6	561,8	12,8%	503,7
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital)	187,8	171,0	9,8%	164,0
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	48,3	23,3	107,6%	23,6
Kurzfristige Vermögenswerte	2.120,3	1.865,4	13,7%	1.884,8
Latente Steuern	202,3	218,5	-7,4%	207,9
Sonstige langfristige Vermögenswerte	777,2	749,6	3,7%	761,1
Langfristige Vermögenswerte	979,6	968,1	1,2%	969,0
Summe Aktiva	3.099,8	2.833,5	9,4%	2.853,8
PASSIVA				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	271,2	35,6	-	29,0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	638,4	645,1	-1,0%	646,1
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital)	388,4	238,4	62,9%	306,1
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	20,3	116,0	-82,5%	75,2
Kurzfristige Verbindlichkeiten	1.318,2	1.034,9	27,4%	1.056,5
Latente Steuern	42,1	61,0	-31,0%	37,6
Pensionsrückstellungen	29,9	31,2	-4,2%	29,7
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	96,2	62,3	54,3%	73,3
Langfristige Verbindlichkeiten	168,2	154,6	8,8%	140,7
Eigenkapital	1.613,4	1.644,0	-1,9%	1.656,7
Summe Passiva	3.099,8	2.833,5	9,4%	2.853,8

Gewinn- und Verlustrechnung	Zweites Quartal			Erstes Halbjahr		
	Q2/2018 € Mio.	Q2/2017 € Mio.	Abwei- chung	1-6/2018 € Mio.	1-6/2017 € Mio.	Abwei- chung
Umsatzerlöse	1.049,2	968,7	8,3%	2.180,3	1.973,8	10,5%
Umsatzkosten	-539,1	-517,9	4,1%	-1.124,7	-1.049,8	7,1%
Rohertrag	510,0	450,8	13,1%	1.055,6	924,0	14,2%
- in % der konsolidierten Umsätze	48,6%	46,5%		48,4%	46,8%	
Lizenz- und Provisionserträge	3,9	3,4	13,8%	7,9	7,2	10,5%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-456,3	-410,8	11,1%	-893,7	-817,6	9,3%
Operatives Ergebnis (EBIT)	57,6	43,4	32,8%	169,8	113,6	49,6%
- in % der konsolidierten Umsätze	5,5%	4,5%		7,8%	5,8%	
Finanzergebnis / Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-2,9	-3,1	-7,3%	-13,4	-2,5	-
Gewinn vor Steuern (EBT)	54,7	40,2	35,9%	156,5	111,1	40,9%
- in % der konsolidierten Umsätze	5,2%	4,2%		7,2%	5,6%	
Ertragsteuern	-15,4	-11,1	38,7%	-43,5	-30,8	41,2%
- Steuerquote	28,2%	27,6%		27,8%	27,7%	
Nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnende Ergebnisse	-8,1	-7,3	12,0%	-14,4	-8,8	64,4%
Konzernergebnis	31,1	21,9	42,3%	98,5	71,5	37,8%
Ergebnis je Aktie (€)	2,08	1,46	42,3%	6,59	4,79	37,7%
Ergebnis je Aktie (€) - verwässert	2,08	1,46	42,3%	6,59	4,79	37,7%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)				14,946	14,940	0,0%
Durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)				14,946	14,940	0,0%

Gesamtergebnisrechnung	Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer	Nach Steuer	Steuer	Vor Steuer
	2018	2018	2018	2017	2017	2017
	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.	€ Mio.
Konzernjahresüberschuss	113,0		113,0	80,3		80,3
Währungsänderungen	-4,1		-4,1	-63,7		-63,7
Neutrale Effekte Hedge Accounting	72,2	-4,2	76,4	-76,1	2,4	-78,5
Anteile des sonstigen Ergebnisses, der auf at equity bilanzierte Unternehmen fällt	-0,2		-0,2	-0,1		-0,1
Bestandteile, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	67,9	-4,2	72,1	-139,9	2,4	-142,3
Neubewertung der Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen	-0,0		-0,0	-0,0		-0,0
Neutrale Effekte finanzieller Vermögenswerte der FVTOCI-Kategorie *	-7,3		-7,3	3,7		3,7
Bestandteile, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	-7,3	0,0	-7,3	3,7	0,0	3,7
Sonstiges Ergebnis	60,7	-4,2	64,9	-136,2	2,4	-138,6
Gesamtergebnis	173,6	-4,2	177,8	-55,9	2,4	-58,3
davon:						
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	14,7		14,7	7,6		7,6
Anteilseigner Mutterunternehmen	158,9	-4,2	163,1	-63,6	2,4	-66,0

* Die Zeile „Neutrale Effekte finanzieller Vermögenswerte der Kategorie „zur Veräußerung verfügbar““ wurde aufgrund der Erstanwendung von IFRS 9 in der Gesamtergebnisrechnung den Bestandteilen, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden zugeordnet und in „Neutrale Effekte finanzieller Vermögenswerte der FVTOCI-Kategorie“ umbenannt

Kapitalflussrechnung	1-6/2018 € Mio.	1-6/2017 € Mio.	Abwei- chung
Gewinn vor Steuern (EBT)	156,5	111,1	40,9%
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	30,0	50,5	-40,5%
Brutto Cashflow	186,5	161,5	15,4%
Veränderung Netto-Umlaufvermögen	-183,8	-204,4	-10,1%
Steuer- und Zinszahlungen	-61,7	-31,5	95,7%
Mittelzufluss/-abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-59,0	-74,4	-20,7%
Zahlungen für Akquisitionen	0,0	0,0	-
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-44,4	-43,8	1,5%
Andere Investitionstätigkeiten	0,1	0,2	-
Mittelzufluss/-abfluss aus der Investitionstätigkeit	-44,3	-43,5	1,8%
Freier Cashflow	-103,3	-117,9	-12,4%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	-103,3	-117,9	-12,4%
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen	-186,8	-11,2	-
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Gesellschafter	-30,0	-9,3	-
Einzahlungen aus der Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	259,7	51,7	-
Andere Einzahlungen/Auszahlungen	-2,0	19,2	-
Mittelzufluss/-abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	40,9	50,4	-18,8%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestandes	7,5	-0,5	-
Veränderung des Finanzmittelbestandes	-55,0	-68,1	-19,2%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	415,0	326,7	27,0%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	360,0	258,6	39,2%

Konzerneigenkapital- veränderungsrechnung in € Mio.	Gezeichnetes Kapital	Rücklagen					Bilanz- gewinn	Eigene Aktien	Eigenkapital vor Anteile nicht be- herrschender Gesellschafter	Anteile nicht be- herrschender Gesellschafter	Eigen- kapital gesamt
		Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen	Unterschied aus der Währungs- umrechnung	Cashflow Hedges	At-equity bewertete Unternehmen					
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
Konzernjahresüberschuss							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
31.12.2017	38,6	192,6	115,3	-212,6	-44,8	0,2	1.566,1	-30,0	1.625,5	31,2	1.656,7
Konzernjahresüberschuss							98,5		98,5	14,4	113,0
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			-7,3	-4,5	72,3	-0,2			60,4	0,3	60,7
Gesamtergebnis			-7,3	-4,5	72,3	-0,2	98,5		158,9	14,7	173,6
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen / nicht beherrschende Gesellschafter							-186,8		-186,8	-30,0	-216,9
30.06.2018	38,6	192,6	108,1	-217,1	27,6	-0,0	1.477,8	-30,0	1.597,5	15,9	1.613,4

Geschäftssegmente 1-6/2018

Regionen	Externe Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	1-6/2018 € Mio.	1-6/2017* € Mio.	1-6/2018 € Mio.	1-6/2017* € Mio.	1-6/2018 € Mio.	1-6/2017* € Mio.
EMEA	834,5	755,7	149,3	121,3	6,3	10,4
Amerika	717,2	694,0	96,1	73,7	5,9	6,9
Asien/Pazifik	499,7	406,3	114,2	74,5	9,2	8,1
Zentralbereiche/Konsolidierung**	128,8	117,9	-189,8	-156,0	32,1	18,4
Total	2.180,3	1.973,8	169,8	113,6	53,6	43,8

	Abschreibungen		Vorräte		Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (3.)	
	1-6/2018 € Mio.	1-6/2017* € Mio.	1-6/2018 € Mio.	1-6/2017* € Mio.	1-6/2018 € Mio.	1-6/2017* € Mio.
EMEA	7,1	7,4	395,2	353,2	267,2	225,3
Amerika	8,5	8,7	329,1	331,7	240,4	216,1
Asien/Pazifik	10,3	7,7	165,7	149,5	83,7	77,1
Zentralbereiche/Konsolidierung**	11,7	8,6	0,5	16,3	42,4	43,4
Total	37,7	32,4	890,5	850,6	633,6	561,8

Produkt

	Externe Umsatzerlöse		Rohertragsmarge	
	1-6/2018 € Mio.	1-6/2017 € Mio.	1-6/2018 € Mio.	1-6/2017 € Mio.
Schuhe	1.091,5	961,8	45,9%	44,6%
Textilien	713,7	661,2	51,7%	49,4%
Accessoires	375,0	350,8	49,6%	48,0%
Total	2.180,3	1.973,8	48,4%	46,8%

Überleitung EBT

	1-6/2018 € Mio.	1-6/2017 € Mio.
EBIT	169,8	113,6
Finanzergebnis	-13,4	-2,5
EBT	156,5	111,1

* angepasste Vorjahreswerte, siehe Erläuterungen im Anhang zum Finanzbericht, Absatz Segmentberichterstattung

** beinhaltet Dobotex, Branded Sports Merchandising, sowie die zentralen Aufwendungen für Marketing, Sourcing und andere Zentralfunktionen

Anhang zum Finanzbericht Januar bis Juni 2018

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 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 2017 gelesen werden. Die darin enthaltenen Angaben zum Konzernabschluss gelten, soweit nicht explizit auf Änderungen eingegangen wird, für die Finanzberichte des Jahres 2018.

Bei der Erstellung des Finanzberichts wurden die zum Jahresabschluss zum 31. Dezember 2017 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 neuer IFRS Standards (IFRS 9 Finanzinstrumente und IFRS 15 Erlöse aus Verträgen mit Kunden, anzuwenden ab dem 1. Januar 2018 sowie IFRS 16 Leasingverhältnisse, anzuwenden ab dem 1. Januar 2019) verweisen wir auf die Erläuterungen im Konzernanhang zum 31. Dezember 2017.

Die Erstanwendung von IFRS 9 und IFRS 15 hatte keine wesentliche Auswirkung auf den Konzernabschluss von PUMA.

Bezüglich der Erstanwendung von IFRS 16 hat das Unternehmen folgende neuere Informationen: PUMA hat sich für die modifizierte retrospektive Erstanwendung entschieden. Somit erfolgt keine Anpassung der Vorjahreszahlen.

Darüber hinaus hat PUMA entschieden die praktischen Vereinfachungsregeln, zum Beispiel für kurz laufende Leasingvereinbarungen und den Verzicht auf die Berücksichtigung von anfänglichen direkten Kosten, anzuwenden.

SAISONALE EINFLÜSSE

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

MITARBEITER

	2018	2017
Mitarbeiter am Anfang der Periode	11.787	11.495
Mitarbeiter am Ende der Periode	12.064	11.172
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter	11.869	11.235

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.

	2018	2017
Ergebnis je Aktie	€ 6,59	€ 4,79
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€ 6,59	€ 4,79

DIVIDENDE

Die Hauptversammlung hat am 12. April 2018 eine einmalige Dividende von € 12,50 je Aktie für das Geschäftsjahr 2017 beschlossen (Vorjahr: reguläre Dividende € 0,75 je Aktie). Der Gesamtbetrag der Ausschüttung beträgt € 186,8 Millionen und wurde am 17. April 2018 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 136.108 Stück PUMA Aktien im eigenen Bestand, was einem Anteil von 0,9% des gezeichneten Kapitals entspricht.

Entwicklung der Anzahl der Aktien

	2018	2017
Anzahl der Aktien am Anfang und am Ende der Periode	15.082.464	15.082.464
davon eigene Aktien	-136.108	-142.551
Ausstehende Aktien am Ende der Periode	14.946.356	14.939.913
Durchschnittlich ausstehende Aktien	14.946.356	14.939.913
Verwässerte Anzahl der Aktien	14.946.356	14.939.913

GESCHÄFTSVORFÄLLE MIT NAHE STEHENDEN UNTERNEHMEN

Zum 30. Juni 2018 bestehen keine Finanzverbindlichkeiten bei Unternehmen des Kering-Konzerns (Vorjahr: € 70,7 Millionen). Der Ausweis der Verbindlichkeiten erfolgte im Vorjahr 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 von CPG (COBRA PUMA Golf) hat sich eine Verschiebung der Segmentangaben zwischen dem Zentralbereich und den einzelnen Regionen ergeben. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Es bestehen keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die eine wesentliche Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. Juni 2018 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 2018

Der Vorstand der PUMA SE



Vorstand

Bjørn Gulden

(CEO, Chief Executive Officer)

Michael Lämmermann

(CFO, Chief Financial Officer)

Lars Radoor Sørensen

(COO, Chief Operating Officer)

Aufsichtsrat

Jean-François Palus

(Vorsitzender)

Jean-Marc Duplaix

Béatrice Lazat

Thore Ohlsson

Martin Köppel

(Arbeitnehmersvertreter)

Bernd Illig

(Arbeitnehmersvertreter)

Finanzkalender Geschäftsjahr 2018

12. Februar 2018	Geschäftsergebnisse 2017
12. April 2018	Hauptversammlung
24. April 2018	Quartalsmitteilung Q1 2018
26. Juli 2018	Zwischenbericht Q2 2018
25. Oktober 2018	Quartalsmitteilung Q3 2018

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 3 Performance- und sportlich-inspirierten Lifestyle-Produktkategorien gehören u.a. Fußball, Running, Training und Fitness, 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 13.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <http://www.puma.com>