



## **Nach drittem Quartal ist PUMA auf Kurs, den Gesamtjahresausblick zu erreichen**

Herzogenaurach, 24. Oktober 2023

### **Geschäftsentwicklung im dritten Quartal 2023**

- Umsätze steigen währungsbereinigt um 6,0% auf € 2.311 Millionen (Q3 2022: € 2.354 Millionen) mit Umsatzwachstum in allen Regionen
- Rohertragsmarge steigt um 30 Basispunkte auf 47,1% (Q3 2022: 46,8%) trotz starker negativer Währungseffekte
- Operative Aufwendungen (OPEX) steigen moderat um 1,2% auf € 864 Millionen (Q3 2022: € 853 Millionen), begünstigt durch anhaltende Kostendisziplin
- Operatives Ergebnis (EBIT) beträgt € 236 Millionen (Q3 2022: € 258 Millionen), was einer EBIT-Marge von 10,2% entspricht (Q3 2022: 10,9%)
- Konzernergebnis beläuft sich auf € 132 Millionen (Q3 2022: € 146 Millionen)
- Vorräte normalisieren sich weiter auf ein angemessenes Niveau von € 1.874 Millionen (30. September 2022: € 2.350 Millionen)
- PUMA ist auf Kurs, den Gesamtjahresausblick zu erreichen

### **Produkt-, Marketing- und weitere Highlights**

- PUMA und Rihanna verzeichnen starke Nachfrage für den Avanti, dem ersten PUMA x FENTY Produkt der erneuten Zusammenarbeit mit der globalen Ikone
- PUMA heißt A\$AP Rocky als Creative Director für die PUMA x F1 Partnerschaft willkommen
- PUMA-Spieler Neymar Jr. ist neuer Rekordtorschütze der brasilianischen Nationalmannschaft und überholt bisherigen Rekordhalter, PUMA-Spieler Pelé

- PUMA wird offizieller Partner des südamerikanischen Fußballverbandes CONMEBOL und des afrikanischen Fußballverbandes CAF
- PUMA unterzeichnet eine langfristige Partnerschaft mit dem deutschen Nationalspieler und Arsenal-Star Kai Havertz
- PUMA-Athlet\*innen gewinnen 22 Medaillen bei der Leichtathletik-Weltmeisterschaft in Budapest, doppelt so viele wie im vorherigen Jahr in Eugene
- PUMA-Athlet Armand „Mondo“ Duplantis springt 6,23 Meter und bricht damit zum siebten Mal den Stabhochsprung-Weltrekord
- PUMA unterzeichnet eine mehrjährige Vertragsverlängerung mit dem F1-Team Scuderia Ferrari und geht eine langfristige Partnerschaft mit dem F1-Team Williams Racing ein
- PUMA-Athlet Dennis Schröder, Kapitän der deutschen Basketball-Nationalmannschaft, wird zum Most Valuable Player der FIBA Basketball-Weltmeisterschaft 2023 gewählt, und Breanna Stewart gewinnt den WNBA Most Valuable Player Award 2023
- PUMA und LaMelo Ball lancieren mit der LaFrancé-Kollektion den MB.03, LaMelo Balls dritten Signature-Basketballschuh
- PUMA und Swarovski lancieren eine Kollektion anlässlich des 75-jährigen Firmenjubiläums von PUMA
- PUMA sorgt auf der Paris Fashion Week mit den Modelabels Coperni und Ottolinger für ein Comeback der Low-Profile Sneaker
- PUMA ernennt Javier Ortega zum General Manager Europa

**Arne Freundt, Chief Executive Officer PUMA SE:**

„Obwohl das Marktumfeld schwierig bleibt und 2023 ein Übergangsjahr ist, sind wir mit einem währungsbereinigten Umsatzwachstum von 6% schneller gewachsen als der Markt und haben ein EBIT von € 236 Millionen erzielt - beides vollkommen entsprechend den Erwartungen. Wir haben erneut das anhaltende Momentum unserer Marke unter Beweis gestellt und Marktanteile dazugewonnen. Wir sind auf dem besten Weg, unsere Prognose für das Gesamtjahr zu erreichen.“

Im verbleibenden Quartal werden wir viele neue, aufregende Produkte auf den Markt bringen und großartige Markenmomente feiern. Ausschlaggebend für unseren Erfolg waren erneut unsere starken Partnerschaften mit Einzelhändlern, Athlet\*innen und Lieferanten, unterstützt vom schnellsten und agilsten Team der Industrie.“

## Umsatzentwicklung:

Umsatz nach Regionen und Produktbereichen € Mio.	Q3		Wachstumsraten		1-9		Wachstumsraten	
	2023	2022	Euro	währungs- bereinigt	2023	2022	Euro	währungs- bereinigt
<b>Aufgliederung nach Regionen</b>								
EMEA	1.020,7	971,7	5,0%	9,9%	2.750,5	2.386,7	15,2%	19,1%
Amerika	854,6	931,8	-8,3%	2,5%	2.543,9	2.688,3	-5,4%	-1,0%
Asien/Pazifik	435,9	450,9	-3,3%	4,6%	1.325,1	1.193,4	11,0%	18,0%
<b>Gesamt</b>	<b>2.311,1</b>	<b>2.354,4</b>	<b>-1,8%</b>	<b>6,0%</b>	<b>6.619,5</b>	<b>6.268,5</b>	<b>5,6%</b>	<b>10,3%</b>
<b>Aufgliederung nach Produktbereichen</b>								
Schuhe	1.215,0	1.192,5	1,9%	11,3%	3.551,5	3.141,0	13,1%	19,0%
Textilien	794,6	855,0	-7,1%	-0,5%	2.105,6	2.159,5	-2,5%	1,6%
Accessoires	301,6	306,8	-1,7%	4,2%	962,4	968,0	-0,6%	1,8%
<b>Gesamt</b>	<b>2.311,1</b>	<b>2.354,4</b>	<b>-1,8%</b>	<b>6,0%</b>	<b>6.619,5</b>	<b>6.268,5</b>	<b>5,6%</b>	<b>10,3%</b>

### Drittes Quartal 2023

Die **Umsätze** stiegen währungsbereinigt um 6,0% auf € 2.311,1 Millionen, während Währungseffekte den Umsatz in der Berichtswährung Euro negativ belasteten (-1,8% in der Berichtswährung Euro). Die Region **EMEA** verzeichnete ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum von 9,9% auf € 1.020,7 Millionen, angetrieben von einer starken Nachfrage in EEMEA. Die Umsätze in der Region **Asien/Pazifik** stiegen währungsbereinigt um 4,6% auf € 435,9 Millionen, unterstützt durch die anhaltende Erholung in Großchina nach der Wiedereröffnung des Marktes sowie durch das anhaltende Wachstum in Japan und Indien. Die Umsätze in der Region **Amerika** stiegen währungsbereinigt um 2,5% auf € 854,6 Millionen. Im Einklang mit den Erwartungen und der Entwicklung im bisherigen Jahresverlauf verzeichnete Nordamerika aufgrund des schwierigen makroökonomischen Marktumfelds und PUMAs relativer Abhängigkeit vom Großhandelsgeschäft im Off-Price-Segment einen Rückgang, während Lateinamerika weiterhin stark wuchs. Die PUMA-Gruppe profitiert weiterhin von der geografischen Diversifizierung ihres Geschäfts.

PUMAs **Großhandelsgeschäft** wuchs währungsbereinigt um 3,1% auf € 1.786,3 Millionen. Diese Entwicklung steht im Einklang mit dem Ziel, der beste Partner für Einzelhändler zu sein und mit ihnen gemeinsam die erhöhten Vorratsbestände im Markt zu bewältigen. Das **Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC)** stieg währungsbereinigt um 17,4% auf € 524,9 Millionen. Die Umsätze in den eigenen Einzelhandelsgeschäften nahmen währungsbereinigt um 21,8% zu und E-Commerce wuchs währungsbereinigt um 8,3%. Das weiterhin starke Wachstum im

DTC-Geschäft war auf die anhaltende Markenbegehrlichkeit, die Eröffnung eigener Einzelhandelsgeschäfte und deren Produktivitätssteigerung zurückzuführen. Dies führte zu einem höheren DTC-Anteil von 22,7% (Q3 2022: 20,8%).

Die währungsbereinigten Umsätze mit **Schuhen** stiegen um 11,3%, bedingt durch die anhaltend hohe Nachfrage in unseren Kategorien Fußball, Basketball, Performance Running und Sportstyle. Die Umsätze im Bereich **Textilien** gingen währungsbereinigt um 0,5% zurück, während **Accessoires** währungsbereinigt um 4,2% wuchsen.

Die **Rohhertragsmarge** stieg um 30 Basispunkte auf 47,1% (Q3 2022: 46,8%). Währungseffekte wirkten sich erwartungsgemäß im Vergleich zum Vorjahr ungünstig aus und verstärkten sich zusätzlich gegenüber dem Vorquartal. Dies konnte durch niedrigere Beschaffungspreise und Frachtkosten, Preisanpassungen und einen vorteilhaften Regional- und Vertriebskanal-Mix mehr als ausgeglichen werden. Diese Entwicklungen führten zu einer verbesserten Rohhertragsmarge.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)** stiegen um 1,2% auf € 863,7 Millionen (Q3 2022: € 853,2 Millionen). Der moderate Anstieg der operativen Aufwendungen ist auf das anhaltende Wachstum unseres DTC-Vertriebskanals und Marketinginvestitionen zurückzuführen, während sich die fortgesetzte Kostendisziplin und Währungseffekte positiv auswirkten. Infolgedessen stieg die Kostenquote um 120 Basispunkte auf 37,4% (Q3 2022: 36,2%).

Das **operative Ergebnis (EBIT)** sank um 8,3% auf € 236,3 Millionen (Q3 2022: € 257,7 Millionen). Während sich eine verbesserte Rohhertragsmarge positiv auswirkte, sank das EBIT als Folge von Währungseffekten. Die EBIT-Marge belief sich auf 10,2% (Q3 2022: 10,9%).

Dementsprechend sank das **Konzernergebnis** um 10,0% auf € 131,7 Millionen (Q3 2022: € 146,4 Millionen) und das **Ergebnis je Aktie** belief sich auf € 0,88 (Q3 2022: € 0,98).

## Januar bis September 2023

Die **Umsätze** stiegen währungsbereinigt um 10,3% auf € 6.619,5 Millionen (+5,6% in der Berichtswährung Euro). Die Region **EMEA** führte das Wachstum mit einem währungsbereinigten Umsatzanstieg von 19,1% an, gefolgt von der Region **Asien/Pazifik** mit einem währungsbereinigten Wachstum von 18,0%. Die Umsätze in der Region **Amerika** gingen währungsbereinigt um 1,0% zurück, was auf ein schwieriges makroökonomisches Umfeld, hohe Vorratsbestände im Handel und PUMAs relative Abhängigkeit vom Großhandelsgeschäft im Off-Price-Segment in den USA zurückzuführen ist.

Das **Großhandelsgeschäft** wuchs währungsbereinigt um 7,3% auf € 5.113,7 Millionen und das **Direct-to-Consumer-Geschäft (DTC)** stieg währungsbereinigt um 22,0% auf € 1.505,8 Millionen. Die Umsätze in eigenen Einzelhandelsgeschäften stiegen währungsbereinigt um 23,2% und im E-Commerce um 19,5%. Dies führte zu einem höheren DTC-Anteil von 22,7% (9M 2022: 20,9%).

**Schuhe** waren mit einem währungsbereinigten Umsatzwachstum von 19,0% weiterhin der Wachstumstreiber, während **Textilien** und **Accessoires** mit einem währungsbereinigten Anstieg von 1,6% bzw. 1,8% moderat zulegen.

Die **Rohhertragsmarge** sank um 60 Basispunkte auf 46,2% (9M 2022: 46,8%). Unvorteilhafte Währungseffekte, branchenweite Verkaufsförderungsmaßnahmen sowie höhere Beschaffungspreise und Frachtkosten wirkten sich negativ auf die Rohhertragsmarge aus. Die negativen Effekte wurden teilweise durch Preisanpassungen und einen vorteilhaften Regional- und Vertriebskanal-Mix ausgeglichen.

Die **operativen Aufwendungen (OPEX)** stiegen um 8,4% auf € 2.555,5 Millionen (9M 2022: € 2.357,3 Millionen). Der Anstieg ist auf umsatzabhängige Vertriebs- und sonstige variable Kosten, das Wachstum in unserem DTC-Vertriebskanal und höhere Marketinginvestitionen zurückzuführen. Diese Entwicklung wurde teilweise durch einen operativen Leverage in anderen Kostenbereichen und vorteilhafte Währungseffekte ausgeglichen. Die Kostenquote stieg um 100 Basispunkte auf 38,6% (9M 2022: 37,6%).

Das **operative Ergebnis (EBIT)** ging aufgrund einer unvorteilhaften Rohertragsmarge und höheren operativen Aufwendungen um 12,1% auf € 527,2 Millionen zurück (9M 2022: € 600,1 Millionen), was zu einer EBIT-Marge von 8,0% (9M 2022: 9,6%) führte.

Dementsprechend sank das **Konzernergebnis** um 13,6% auf € 304,0 Millionen (9M 2022: € 352,1 Millionen) und das **Ergebnis je Aktie** belief sich auf € 2,03 (9M 2022: € 2,35).

### **Working Capital**

Das **Working Capital** stieg um 34,0% auf € 1.794,9 Millionen (30. September 2022: € 1.339,0 Millionen). Die **Vorräte** verringerten sich um 20,3% auf ein angemessenes Niveau von € 1.874,1 Millionen (30. September 2022: € 2.350,2 Millionen). Diese Entwicklung ist das Ergebnis vorangegangener Maßnahmen zur Anpassung der Vorratsbestände und wird zusätzlich durch eine höhere Vergleichsbasis im Vorjahr begünstigt. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** stiegen um 12,9% auf € 1.457,3 Millionen (30. September 2022: € 1.290,3 Millionen). Auf der Passivseite sanken die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** um 32,0% auf € 1.230,1 Millionen (30. September 2022: € 1.810,2 Millionen).

### **Ausblick 2023**

In den ersten neun Monaten erzielte PUMA ein zweistelliges Umsatzwachstum und ein EBIT im Rahmen der Erwartungen, basierend auf einer anhaltend starken Markenbegehrlichkeit, spannenden Produkteinführungen und starken Partnerschaften entlang der Wertschöpfungskette mit Einzelhändlern, Athlet\*innen, und Lieferanten. Die anhaltende Nachfrage nach PUMA-Produkten, unterstützt durch unsere operative Flexibilität, führte wie erwartet zu einer weiteren Normalisierung der Vorratsbestände von PUMA.

Während sich PUMA vollumfänglich auf die Faktoren konzentriert, die es direkt beeinflussen kann, ist das Unternehmen weiterhin mit einem zunehmend schwierigen, geopolitischen und makroökonomischen Umfeld konfrontiert. Der jüngste Konflikt im Nahen Osten, der Krieg in

der Ukraine, die anhaltende Inflation und Rezessionsrisiken belasten das Konsumklima und führen zu einer volatilen Nachfrage im Einzelhandel.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Bedingungen und in Anbetracht des starken Umsatzwachstums von PUMA in den ersten neun Monaten **bestätigen wir ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum im hohen einstelligen Prozentbereich** für das Geschäftsjahr 2023. Im Einklang mit dem bisherigen Ausblick für 2023 erwartet PUMA weiterhin ein **operatives Ergebnis (EBIT) zwischen € 590 Millionen bis € 670 Millionen** und eine entsprechende Veränderung des Konzernergebnisses. PUMA erwartet weiterhin eine Verbesserung der Profitabilität im vierten Quartal, hauptsächlich aufgrund einer signifikanten Verbesserung der Rohertragsmarge infolge niedrigerer Beschaffungspreise, Frachtkosten und geringerer Verkaufsförderungsmaßnahmen.

Wie in den vergangenen Jahren wird sich PUMA weiterhin darauf konzentrieren, kurzfristige Herausforderungen zu meistern, ohne den mittel- und langfristigen Erfolg zu beeinträchtigen. Daher haben Umsatzwachstum und die Steigerung des Marktanteils Vorrang vor kurzfristiger Gewinnoptimierung.

Gewinn- und Verlustrechnung	03/2023	03/2022	Abwei-	1-9/2023	1-9/2022	Abwei-
	€ Mio.	€ Mio.	chung	€ Mio.	€ Mio.	chung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>2.311,1</b>	<b>2.354,4</b>	-1,8%	<b>6.619,5</b>	<b>6.268,5</b>	5,6%
Umsatzkosten	-1.222,4	-1.251,9	-2,4%	-3.564,0	-3.333,0	6,9%
<b>Rohertrag</b>	<b>1.088,7</b>	<b>1.102,4</b>	-1,2%	<b>3.055,5</b>	<b>2.935,5</b>	4,1%
- in % der Umsatzerlöse	47,1%	46,8%	+0,3 PP	46,2%	46,8%	-0,6 PP
Lizenz- und Provisionserträge	11,3	8,5	33,6%	27,2	21,9	24,3%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-863,7	-853,2	1,2%	-2.555,5	-2.357,3	8,4%
<b>Operatives Ergebnis (EBIT)</b>	<b>236,3</b>	<b>257,7</b>	-8,3%	<b>527,2</b>	<b>600,1</b>	-12,1%
- in % der Umsatzerlöse	10,2%	10,9%	-0,7 PP	8,0%	9,6%	-1,6 PP
Finanzergebnis	-45,5	-36,9	23,1%	-76,2	-62,9	21,2%
<b>Gewinn vor Steuern (EBT)</b>	<b>190,9</b>	<b>220,8</b>	-13,6%	<b>451,0</b>	<b>537,2</b>	-16,1%
- in % der Umsatzerlöse	8,3%	9,4%	-1,1 PP	6,8%	8,6%	-1,8 PP
Ertragsteuern	-47,9	-56,3	-15,0%	-112,8	-137,0	-17,6%
- Steuerquote	25,1%	25,5%	-0,4 PP	25,0%	25,5%	-0,5 PP
Nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnende Ergebnisse	-11,3	-18,1	-37,6%	-34,1	-48,2	-29,2%
<b>Konzernergebnis</b>	<b>131,7</b>	<b>146,4</b>	-10,0%	<b>304,0</b>	<b>352,1</b>	-13,6%
- in % der Umsatzerlöse	5,7%	6,2%	-0,5 PP	4,6%	5,6%	-1,0 PP
<b>Ergebnis je Aktie (€)</b>	<b>0,88</b>	<b>0,98</b>	-10,1%	<b>2,03</b>	<b>2,35</b>	-13,7%
<b>Ergebnis je Aktie (€) - verwässert</b>	<b>0,88</b>	<b>0,98</b>	-10,2%	<b>2,03</b>	<b>2,35</b>	-13,7%
Gewichtete durchschn. im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)				149,82	149,63	0,1%
Gewichtete durchschn. im Umlauf befindliche Aktien - verwässert (Mio. Stück)				149,83	149,64	0,1%

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



Bilanz	30.09.'23 € Mio.	30.09.'22 € Mio.	Abwei- chung	31.12.'22 € Mio.
<b>AKTIVA</b>				
Flüssige Mittel	288,0	407,0	-29,2%	463,1
Vorräte *	1.874,1	2.350,2	-20,3%	2.245,1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen *	1.457,3	1.290,3	12,9%	1.064,9
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte *	421,1	341,0	23,5%	304,1
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	115,6	349,5	-66,9%	123,2
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>4.156,1</b>	<b>4.738,1</b>	<b>-12,3%</b>	<b>4.200,4</b>
Latente Steuern	304,1	294,9	3,1%	295,0
Nutzungsrechte an Vermögenswerten	1.061,1	1.033,2	2,7%	1.111,3
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1.329,0	1.205,1	10,3%	1.166,0
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>2.694,2</b>	<b>2.533,2</b>	<b>6,4%</b>	<b>2.572,3</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>6.850,3</b>	<b>7.271,3</b>	<b>-5,8%</b>	<b>6.772,7</b>
<b>PASSIVA</b>				
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	385,0	168,8	128,1%	75,9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen *	1.230,1	1.810,2	-32,0%	1.734,9
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten *	727,5	832,3	-12,6%	792,3
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	204,0	200,2	1,9%	200,2
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	38,5	55,3	-30,5%	39,7
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>2.585,0</b>	<b>3.066,9</b>	<b>-15,7%</b>	<b>2.843,0</b>
Latente Steuern	35,8	58,2	-38,5%	42,0
Pensionsrückstellungen	19,7	23,3	-15,4%	22,4
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	1.003,1	939,7	6,7%	1.030,3
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	462,2	285,9	61,7%	296,2
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>1.520,8</b>	<b>1.307,1</b>	<b>16,3%</b>	<b>1.390,9</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>2.744,5</b>	<b>2.897,3</b>	<b>-5,3%</b>	<b>2.538,8</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>6.850,3</b>	<b>7.271,3</b>	<b>-5,8%</b>	<b>6.772,7</b>

\* Im Working Capital beinhaltet

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

### **Finanzkalender:**

27. Februar 2024	Geschäftsergebnisse 2023
08. Mai 2024	Quartalsmitteilung Q1 2024
22. Mai 2024	Hauptversammlung
07. August 2024	Halbjahresfinanzbericht Q2 2024
06. November 2024	Quartalsmitteilung Q3 2024

Die Finanzveröffentlichungen und andere Finanzinformationen stehen im Internet unter „[about.puma.com](https://about.puma.com)“ zur Verfügung.

### **Pressekontakt:**

Robert-Jan Bartunek - Teamhead Corporate Communications – PUMA SE - +49 9132 813134 - [robert.bartunek@puma.com](mailto:robert.bartunek@puma.com)

### **Investor Relations:**

Gottfried Hoppe – Head of Investor Relations & Finance Strategy - PUMA SE - +49 9132 81 3157 – [gottfried.hoppe@puma.com](mailto: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 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 20.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: <https://about.puma.com>.