



Geschäftsbericht 2021

ONLY
SEE
GREAT





INHALTSVERZEICHNIS

04 AN UNSERE AKTIONÄRE

- 05 CEO-Letter
- 09 Bericht des Aufsichtsrats

15 UNSERE MITARBEITER*INNEN

- 16 Only See Great
- 19 Unternehmenskultur
- 27 Individuelle Entwicklung

30 NACHHALTIGKEIT

- 31 Vorwort
- 33 PUMAs Nachhaltigkeitsstrategie
Forever Better
- 48 Soziale Aspekte
- 68 Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- 71 Umwelt
- 133 Zusammenfassung und Ausblick
- 135 Index zum gesonderten zusammengefassten
nichtfinanziellen Bericht und GRI-Inhalt
- 149 Prüfungsvermerk Deloitte





152 ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2021	221 KONZERNABSCHLUSS
153 Das Geschäftsjahr 2021 im Überblick	224 Konzernbilanz
157 Grundlagen des PUMA-Konzerns	226 Konzerngewinn- und Verlustrechnung
157 Geschäftsaktivitäten und Organisationsstruktur	227 Konzerngesamtergebnisrechnung
157 Ziele und Strategie	228 Konzernkapitalflussrechnung
161 Produktentwicklung und Design	230 Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung
163 Beschaffung	232 Konzernanhang
165 Mitarbeiter*innen	256 Angaben zur Konzernbilanz
169 Steuerungssystem	288 Angaben zur Konzerngewinn- und Verlustrechnung
170 Angaben zum nichtfinanziellen Bericht	295 Weitere Angaben
171 Wirtschaftsbericht	313 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
172 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	314 Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers
172 Umsatzlage	323 ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN
174 Regionale Entwicklung	324 Die PUMA-Aktie
177 Ertragslage	326 PUMA im Jahresvergleich
181 Dividende	328 Entwicklung PUMA Konzern
182 Vermögens- und Finanzlage	331 Impressum
186 Cashflow	
189 Gesamtaussage zum Geschäftsverlauf und zur Lage des Konzerns	
190 Erläuterungen zum Jahresabschluss der PUMA SE nach HGB	
194 Übernahmerelevante Angaben	
197 Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f und § 315d HGB	
207 Risiko- und Chancenbericht	
221 Prognosebericht	





AN UNSERE AKTIONÄRE

- 05 CEO-Letter
- 09 Bericht des Aufsichtsrats





CEO-LETTER



↗ **BJØRN GULDEN**
CHIEF EXECUTIVE OFFICER PUMA

SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

ich hoffe, Ihnen geht es gut – trotz aller Herausforderungen, die derzeit weltweit zu meistern sind. Auch nach über zwei Jahren beeinträchtigt die Coronapandemie noch unser tägliches Leben und unser Geschäft. Hinzu kommt der Konflikt in der Mitte Europas, der schreckliches Leid mit sich bringt.

Wir stehen mit allen unseren Stakeholdern in der Ukraine regelmäßig in Kontakt und unterstützen unsere Mitarbeiter*innen vor Ort und ihre Angehörigen sowie unsere Partner, Markenbotschafter*innen und Athlet*innen so gut es geht. Wie wir bereits während der Pandemie unter Beweis gestellt haben, hat die Gesundheit und Sicherheit unserer Belegschaft höchste Priorität. In der Ukraine haben wir eine sichere Unterkunft eingerichtet und versorgen unsere Mitarbeiter*innen direkt mit Lebensmitteln, Wasser und Dingen des täglichen Bedarfs. Frauen und Kinder, die das Land verlassen möchten, können auf unsere Unterstützung zählen. Aktuell stellen wir Unterkünfte für 40 Frauen und Kinder in Polen und für circa 120 in Deutschland bereit. Die Erwachsenen gehen größtenteils bereits einer Arbeit nach und die meisten Kinder haben einen Platz in einer Schule bzw. einem Kindergarten gefunden. Die positive Einstellung dieser Menschen, ihre Bereitschaft zum Arbeiten und zur Integration sind beeindruckend. Sie beweisen Stärke und Optimismus. Ich hoffe inständig, dass sich der Konflikt schnellstmöglich mit diplomatischen Mitteln lösen lässt, damit weiteres Blutvergießen vermieden werden und der Frieden Einzug halten kann.

Während sich unsere Sorgen vorrangig um das Leben und die Lebensgrundlage der Menschen drehen, die direkt in der Ukraine und von der COVID-19 betroffen sind, hat unsere Branche und unser Unternehmen die Auswirkungen des Konflikts und der Pandemie deutlich zu spüren bekommen. Neben der Beeinträchtigung unserer Aktivitäten in Russland und in der Ukraine



begleiten uns auch noch Herausforderungen seit 2021: die Corona-bedingten Lockdowns und Einschränkungen in verschiedenen Regionen der Welt, das abflachende Konsumverhalten in einigen großen Märkten, Komplikationen entlang unserer Beschaffungskette, erheblicher Inflationsdruck und geopolitische Spannungen.

Dennoch war 2021 ein sehr erfolgreiches Jahr für PUMA – aber nicht nur das: Es war das **beste Jahr in der Unternehmensgeschichte**. Dank des anhaltenden Momentum der Marke, der außerordentlichen betrieblichen Flexibilität und des beeindruckenden Einsatzes unserer Mitarbeiter*innen stieg unser Umsatz um 32% auf € 6,805 Millionen und unser EBIT um 166% auf € 557 Millionen. Gegenüber 2019, dem Jahr vor der Pandemie, konnten wir einen Umsatzanstieg von 30% verbuchen und erzielten somit – allen Herausforderungen zum Trotz – eine Zwei-Jahres-CAGR von knapp 15%. Unsere Strategie der engen Zusammenarbeit mit allen Lieferanten und Einzelhandelspartnern zur Bewältigung kurzfristiger Problemstellungen ohne Beeinträchtigung unseres mittelfristigen Momentum hat sich erneut ausgezahlt. Von unseren externen Partnern erhielten wir herausragende Unterstützung und auch das Engagement und die Hingabe aller unserer Mitarbeiter*innen in diesem von Herausforderungen geprägten Jahr waren hervorragend. Viele Mitglieder unserer Belegschaft haben mit ihrem Einsatz alle Erwartungen übertroffen. Im Namen des gesamten PUMA-Vorstands bedanke ich mich an dieser Stelle bei allen für ihren Beitrag zu den Ergebnissen. Die Leute machen den Unterschied und die PUMA-Familie ist unsere Stärke und unser wichtigstes Kapital.

Über das gesamte letzte Jahr hinweg haben wir unser Augenmerk vorrangig auf die drei Schwerpunkte gerichtet, die wir Anfang 2020 angesichts der Coronapandemie festgelegt hatten: den bestmöglichen Umgang mit dem Virus, die Fortführung unseres Geschäfts und die Konzentration auf soziale Verantwortung und ökologische Nachhaltigkeit.

Zum bestmöglichen **Umgang mit dem Virus** zählte zuallererst, die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter*innen und aller Menschen entlang unserer Beschaffungskette sicherzustellen. Neben stringenten Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen in allen betrieblichen Bereichen haben wir auch Impfprogramme für unsere Belegschaften in denjenigen Ländern eingeführt, wo dies gestattet war. So konnten wir in unserer Unternehmenszentrale in Herzogenaurach bis Mitte Juli Impfraten von über 90% erzielen und Ende des Jahres mit den Auffrischimpfungen starten. Mein Dank an dieser Stelle geht an unsere weltweiten Teams in People & Organization (ehemals Human Resources) für den erfolgreichen Umgang mit einem weiteren Pandemiejahr und für die bestmögliche Unterstützung unserer Mitarbeiter*innen.

In Form von angeordneten Schließungen und weiteren Einschränkungen wirkte sich die Pandemie ungefähr bis zum ersten Quartal 2021 hauptsächlich auf die Stores unserer eigenen Retail-Organisation und unserer Einzelhandelspartner aus. Darauf folgten gravierende Unterbrechungen unserer Beschaffungskette aufgrund von Lockdowns und Fabrikschließungen in unseren wichtigsten Beschaffungsmärkten wie Bangladesch, Kambodscha, China und Vietnam. Insbesondere der Lockdown in Südvietnam, einer unserer wichtigsten Beschaffungsregionen, im dritten Quartal 2021 hatte schwerwiegende Folgen für unsere Beschaffungskette. Aufgrund strenger lokaler Lockdown-Maßnahmen musste die Produktion von Schuhen, Textilien und Accessoires für PUMA dort – knapp 15% unseres globalen Beschaffungsvolumens – circa zehn Wochen lang ausgesetzt werden. Wir haben versucht, Produktionsverzögerungen bestmöglich zu vermeiden und, wo möglich, haben wir die Produktion an andere Orte verlagert. Dank der kurzfristigen Umsetzung des Impfprogramms in Südvietnam konnten die Fabriken ab Oktober sukzessive öffnen und waren zum Jahresende wieder voll funktionsfähig. Nachdem der Normalbetrieb bei unseren Lieferanten wiederhergestellt war, wurden die Fabrikschließungen weniger und waren auf einige Teile Asiens beschränkt. Unsere Produktlieferungen waren davon nicht wesentlich betroffen. Wir sind dankbar, dass unsere Lieferanten Teil der PUMA-Familie sind. Die intensive Zusammenarbeit mit ihnen, die langjährige Partnerschaft und die beeindruckende Unterstützung, die wir von ihnen erfahren durften, haben



es ermöglicht, dass unsere Produkte auch unter schwierigsten Umständen geliefert werden konnten.

Auch andere Bereiche unserer Beschaffungskette waren pandemiebedingt beeinträchtigt und wir mussten neben Kapazitätsengpässen, Containermangel und überlasteten Seefrachthäfen auch Herausforderungen beim Luft- und beim Straßen- und Schienentransport bewältigen. Dies brachte einen erheblichen Anstieg der Frachtkosten mit sich, der wiederum den Inflationsdruck anfachte und zu höheren Energie-, Rohstoff- und Lohnkosten führte.

Wie unser starkes Umsatzwachstum zeigt, haben wir **auch 2021 die Fortführung und den Ausbau unseres Geschäfts** nicht aus den Augen verloren. Nach den Corona-bedingten Lockdowns stellte sich eine gewisse „Normalisierung“ des Einkaufsverhaltens ein, da wieder mehr offline gekauft wurde. In unserem Direct-to-Consumer-Geschäft lagen daher die Wachstumsraten unserer Geschäfte über denen unserer Online-Shops. Dennoch stiegen die Umsätze in beiden Kanälen im letzten Jahr im zweistelligen Bereich, und wir haben weiterhin in die Optimierung unserer Stores, in das Einkaufserlebnis auf unseren bestehenden Onlineplattformen sowie in neue E-Commerce-Seiten investiert. Bei der Produktverteilung unter eingeschränkten Lieferbedingungen hatten unsere Einzelhandelspartner immer Priorität. Wir sind von dem Mehrmarken-Modell im Retail-Bereich überzeugt und werden demzufolge die Beziehungen zu allen Einzelhandelspartnern weltweit ausbauen und unser Bestes tun, um sie optimal zu betreuen.

Nachdem 2020 keine großen Sportveranstaltungen stattfinden konnten, liefen 2021 Ligaspiele, Turniere und andere Wettbewerbe glücklicherweise wieder an, größtenteils sogar vor Live-Publikum. Im Sommer glänzten unsere Teams und Athlet*innen mit Weltklasseleistungen auf der Laufstrecke und auf dem Spielfeld. Unsere Glaubwürdigkeit und ambitionierten Ziele im Bereich Fußball konnten wir mit dem Sieg der von PUMA ausgerüsteten italienischen Nationalmannschaft bei der UEFA Euro 2020 ebenso untermauern wie mit diversen Liga- und Pokaltiteln der PUMA-Mannschaften und der herausragenden Sichtbarkeit unserer Produkte auf dem Spielfeld. Bei den Olympischen und den Paralympischen Spielen in Tokyo holten unsere Athlet*innen über 70 Medaillen und stellten damit die Leistungsstärke unserer Produkte auf der Weltbühne unter Beweis, einschließlich unserer neuen Laufschuhe NITRO, auf die ich persönlich unendlich stolz bin. Als weiteren Schritt in unserem erfolgreichen Wiedereinstieg in das Basketballgeschäft, insbesondere für den nordamerikanischen Markt, präsentierten wir Ende des Jahres unseren ersten Signature-Schuh mit LaMelo Ball. Die Stärkung unserer Glaubwürdigkeit als Performance-Marke steht seit jeher im Vordergrund und ich freue mich über die großartigen Fortschritte in den Produktkategorien Fußball, Running, Fitness, Golf, Motorsport, Basketball und in anderen Sportarten mit lokaler Relevanz. Für mehr Markenbegehrtheit im Bereich Sportstyle haben wir mit spannenden neuen Produkten und Kooperationen sowie mit einer umfassenden Kollektion in allen Preissegmenten mit dem Fokus auf Komfort gesorgt. Das Geschäft mit unseren Klassikern verzeichnet noch immer hohe Wachstumsraten und wir freuen uns über die Nachfrage unserer jugendlichen Kund*innen nach Schuhen und Textilien aus den 70er, 80er und 90er Jahren, inspiriert von unserem PUMA-Archiv. Auch das anhaltende Momentum unserer Produktkategorie Women's nach dem Launch unserer Markenplattform „She Moves Us“ erfüllt uns mit Stolz und wir werden unser inklusives Produktangebot weiterhin über Geschlechter-, Alters- und andere Grenzen hinweg vermarkten.

Ein weiterer Schwerpunkt war, als Firma und als Individuen stets das Richtige zu tun (**„do the right thing“**). Wir wollen ein guter Corporate Citizen sein und soziale Verantwortung und ökologische Nachhaltigkeit in allen unseren Geschäftsaktivitäten zeigen. Im Rahmen unserer sozialen Verantwortung haben wir mehrere Initiativen unter dem Dach unserer #REFORM-Plattform zur Geschlechtergleichstellung fortgeführt. Für uns bei PUMA ist die gleiche Behandlung aller Menschen unabhängig von Geschlecht, Alter, Herkunft, Religion, sexueller Orientierung oder anderen Faktoren selbstverständlich. Gemeinsam mit unseren Markenbotschafter*innen und Partnerorganisationen wollen wir zur Förderung der



Gleichstellung und zum Kampf gegen jede Art von Diskriminierung im Sport und in der Gesellschaft allgemein beitragen. Im Rahmen unserer ehrgeizigen 10FOR25-Nachhaltigkeitsziele haben wir unsere Geschäftsmethoden in allen Bereichen, vom Einkauf bis hin zum Einzelhandel, nachhaltiger gestaltet und sowohl den Einsatz nachhaltigerer Materialien als auch den Anteil an nachhaltigeren Produkten in unseren Kollektionen ausgeweitet. Des Weiteren haben wir uns vermehrt dem Thema Kreislaufwirtschaft gewidmet, diverse Pilotprojekte ins Leben gerufen und die nachhaltigkeitsbezogene Kommunikation mit unseren Kund*innen über unsere Markenplattform „FOREVER BETTER“ ausgebaut. Gemeinsam mit meinem Team habe ich an der Klimakonferenz COP26 in Glasgow teilgenommen, um unser Engagement gegen den Klimawandel und für die Eindämmung der Erderwärmung auf 1,5° C gegenüber dem vorindustriellen Niveau zu untermauern. Wir glauben fest an den Erfolg dieser Initiativen im Rahmen von PUMAs Grundwerten und werden „do the right thing“ auch in Zukunft verfolgen.

Angesichts unserer starken Ergebnisse 2021 und des positiven Momentum in den ersten Monaten des neuen Jahres sehen wir der Zukunft unserer Branche und unseres Unternehmens trotz externer Hürden mit Optimismus entgegen. Nach wie vor lässt sich in unserer Branche eine starke Grunddynamik erkennen, die durch die zunehmende Beteiligung am Sport und den ungebrochenen Trend zum Sneaker und zur legeren Kleidung bei Verbraucher*innen weltweit bestärkt wird. Zudem gehen wir fest davon aus, dass das Momentum der Marke PUMA anhält, und werden uns für betriebliche Flexibilität in einem zunehmend volatilen und unberechenbaren Marktumfeld einsetzen. Wie auch in den vergangenen zwei Jahren werden wir eng mit unseren Partnern im Einzelhandel zusammenarbeiten, um die uns zur Verfügung gestellte Regalfläche zu erweitern und den Abverkauf unserer Produkte in ihren Geschäften zu unterstützen. Die Entwicklung starker Partnerschaften mit allen wichtigen Stakeholdern wie Lieferanten, dem Einzelhandel, unseren Markenbotschafter*innen und unseren Athlet*innen ist uns wichtig, denn sie helfen ihnen und uns, Hürden zu meistern. Diese Partnerschaften werden wir auch weiterhin fördern und rechnen für 2022 mit einem weiteren Rekordjahr für PUMA: mit mindestens 10% Umsatzwachstum und Potenzial nach oben sowie einem EBIT von € 600 bis 700 Millionen. Unser Ziel ist nicht die kurzfristige Maximierung des EBIT, sondern weiterhin das langfristige, gesunde Wachstum von Umsatz und EBIT. Unser Fokus bleibt nach wie vor auf unseren Mitarbeiter*innen und wir werden allen unseren Partnern konsequent zur Seite stehen.

Ich wünsche mir, dass wir unsere positive Einstellung beibehalten, dass der Frieden in der Ukraine schnellstmöglich wiederhergestellt werden kann und dass die Auswirkungen der Coronapandemie weiter abklingen.

Danke, dass Sie Teil der PUMA-Familie sind!

Bleiben Sie stark, gesund und optimistisch!

Björn Gulden
Chief Executive Officer PUMA



BERICHT DES AUFSICHTSRATS



↗ JEAN-FRANÇOIS PALUS
VORSITZENDER DES
AUFSICHTSRATS

SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

Das Geschäftsjahr 2021 wurde erneut stark von der COVID-19-Pandemie beeinflusst. Trotz der damit verbundenen Unsicherheiten, Lieferkettenengpässen aufgrund von Containerknappheit, Hafenüberlastung und pandemiebedingten Fabrikschließungen in wichtigen Beschaffungsregionen sowie politischer Spannungen in wichtigen Märkten ist es uns gelungen, mit einer hohen Wachstumsdynamik in das Jahr 2021 zu starten. Wegen des weiterhin entschlossenen und konsequenten Handelns unseres Vorstands und den herausragenden Leistungen unserer Mitarbeiter*innen konnten wir unsere Markendynamik und operative Flexibilität über das Jahr aufrechterhalten. Folglich konnten wir unseren Ausblick für das Geschäftsjahr 2021 im Jahresverlauf anheben und das Jahr mit dem höchsten Umsatz und Gewinn in der Geschichte von PUMA abschließen. Gleichzeitig war es für uns von größter Bedeutung, die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen durch die beherzte Ausarbeitung und Umsetzung von Hygiene- und Arbeitsschutzkonzepten und die Durchführung von Impfkampagnen bestmöglich zu schützen. Für unsere Lieferanten und Kunden waren wir erneut ein flexibler und zuverlässiger Geschäftspartner. Wir haben möglichst eng mit ihnen zusammengearbeitet, um unsere Lieferketten zu stabilisieren und den Verkauf unserer Produkte zu steigern. Durch die Berufung von Hubert Hinterseher und Arne Freundt in den Vorstand konnten wir unsere Organisation weiter verstärken und so die Grundlagen für ein erfolgreiches Jahr 2022 schaffen.

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2021 sämtliche ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben wahrgenommen. Er hat sich intensiv mit der Lage und der Entwicklung von PUMA, weiterhin auch mit besonderem Blick auf die COVID-19-Pandemie, auseinandergesetzt und den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten und überwacht.



Hierzu hat sich der Aufsichtsrat in vier ordentlichen Sitzungen über die Geschäftspolitik, über alle relevanten Aspekte der Unternehmensentwicklung und Unternehmensplanung, über die wirtschaftliche Lage der Gesellschaft, einschließlich ihrer Vermögens-, Finanz- und Ertragslage, die Angemessenheit der Kapitalausstattung sowie über alle für den Konzern wichtigen Entscheidungen beraten und Beschlüsse gefasst. Der Vorstand hat den Aufsichtsrat regelmäßig, umfassend und zeitnah in schriftlicher und mündlicher Form über die Umsetzung aller Entscheidungen sowie über alle bedeutenden Geschäftsvorgänge informiert. Darüber hinaus fand im Jahr 2021 eine außerordentliche Sitzung des Aufsichtsrats statt. Eilige Angelegenheiten wurden durch Umlaufbeschlüsse unter Nutzung elektronischer Kommunikationsmittel entschieden. Alle Mitglieder haben an den Beschlussfassungen teilgenommen. Vertreter der Anteilseigner und der Arbeitnehmer berieten sich bei Bedarf vor den Sitzungen in getrennten Vorbesprechungen.

Aufsichtsratsplenum	Sitzungsanwesenheit (bezogen auf ordentliche und außerordentliche Sitzungen)	Anwesenheit in %
Jean-François Palus	5/5	100
Thore Ohlsson	5/5	100
Héloïse Temple-Boyer	5/5	100
Fiona May	5/5	100
Martin Köppel	5/5	100
Bernd Illig	5/5	100

Sämtliche für das Unternehmen bedeutenden Geschäftsvorgänge hat der Aufsichtsrat auf Basis der Berichte des Vorstands und der Ausschüsse ausführlich erörtert und eigene Vorstellungen eingebracht. Abweichungen des Geschäftsverlaufs von der budgetierten Planung hat der Vorstand dem Aufsichtsrat ausführlich schriftlich und mündlich erläutert. Diese Erläuterungen hat der Aufsichtsrat anhand von vorgelegten Unterlagen überprüft, die ihn stets rechtzeitig vor den Sitzungen erreichten. In alle wesentlichen Entscheidungen wurde der Aufsichtsrat frühzeitig eingebunden. Der Aufsichtsratsvorsitzende stand zudem, und steht weiterhin, in regelmäßigem mündlichem oder schriftlichem Kontakt mit dem Vorstandsvorsitzenden und informiert sich über wesentliche Entwicklungen. Insgesamt ergaben sich keine Zweifel im Hinblick auf die Rechtmäßigkeit und Ordnungsmäßigkeit der Leitung des Unternehmens durch den Vorstand.

Die Aufsichtsratsmitglieder nahmen auf eigene Initiative hin an den für die Wahrnehmung ihrer Aufgaben erforderlichen Aus- und Fortbildungsmaßnahmen teil. Die Gesellschaft unterstützt die Mitglieder des Aufsichtsrats bei ihrer Fortbildungstätigkeit, beispielsweise indem die Rechtsabteilung regelmäßig Änderungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen für den Aufsichtsrat prüft und darüber in den Sitzungen berichtet. Der Aufsichtsrat erhielt 2021 ein Training zu der Sustainability Strategie des Unternehmens und den Herausforderungen in der Lieferkette. Dabei wurde auf das Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz) und die EU-Verordnung über die Einrichtung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen (EU-Taxonomie-Verordnung) eingegangen.

BERATUNGSSCHWERPUNKTE

Im Geschäftsjahr 2021 standen im Wesentlichen die folgenden Themenkomplexe im Vordergrund: Prüfung und Billigung des Konzern- und des Jahresabschlusses 2020 sowie des nicht-finanziellen Berichts, Dividendenvorschlag, Beschluss des neuen Vergütungssystems für den Vorstand und Vorlage an die Hauptversammlung 2021 zur Billigung, kontinuierliche Bewertung der Auswirkungen und Umgang mit der COVID-19-Pandemie, Festlegung der Tagesordnung für die ordentliche Hauptversammlung am 5. Mai 2021, Zustimmung zu den Entscheidungen des Vorstands über die Durchführung der Hauptversammlung als



virtuelle Hauptversammlung ohne physische Anwesenheit der Aktionäre oder ihrer Bevollmächtigten, Bestellung von Hubert Hinterseher in den Vorstand als Nachfolger von Michael Lämmermann und Bestellung von Arne Freundt in den Vorstand, Einrichtung eines Nachhaltigkeitsausschusses, Festsetzung neuer Zielgrößen für den zu erreichenden Frauenanteil in Aufsichtsrat und Vorstand, Selbstbeurteilung des Aufsichtsrats, laufende Geschäfts- und Umsatzentwicklung, Märkte und Trends, Finanzlage des Konzerns, Unternehmens- und Budgetplanung 2022 sowie Mittelfristplanung, einschließlich Investitionen, weitere Verbesserung des Compliance Management- und internen Kontrollsystems sowie wesentliche Rechtsstreitigkeiten im Konzern.

Der Prüfungsausschuss hat dem Aufsichtsrat eine Empfehlung für die Wahl des Abschlussprüfers vorgelegt, die im Anschluss an ein Auswahlverfahren im Sinne des Art. 16 Abs. 3 Verordnung (EU) Nr. 537/2014 erstellt wurde, zwei Kandidaten umfasste und begründet wurde.

Turnusgemäß bestimmten der Personalausschuss und der Aufsichtsrat den Grad der Erreichung der Ziele für die einzelnen Vorstandsmitglieder im Hinblick auf 2020. Der Aufsichtsrat beschloss auf Empfehlung seines Personalausschusses die Ziele für die variable Vorstandsvergütung für das Geschäftsjahr 2021.

INTERESSENKONFLIKTE

Die Mitglieder des Aufsichtsrats sind gehalten, dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats unverzüglich offenzulegen, wenn bei ihnen Interessenkonflikte auftreten. Im abgelaufenen Geschäftsjahr lagen keine solchen Mitteilungen vor.

AUSSCHÜSSE

Der Aufsichtsrat hat zur Wahrnehmung seiner Aufgaben vier Ausschüsse eingerichtet: den Personalausschuss, den Prüfungsausschuss, den Nominierungsausschuss und den im April 2021 eingerichteten Nachhaltigkeitsausschuss. Dem Personalausschuss, dem Prüfungsausschuss und dem Nachhaltigkeitsausschuss gehören je zwei Vertreter der Anteilseigner- und ein Vertreter der Arbeitnehmerseite an. Der Nominierungsausschuss setzt sich nur aus Vertretern der Anteilseigner zusammen. Die personelle Zusammensetzung der Ausschüsse lässt sich dem Konzernanhang entnehmen. Der Aufsichtsrat lässt sich regelmäßig über deren Arbeit berichten.

PERSONALAUSSCHUSS

Der Personalausschuss hat die Aufgabe, den Abschluss und die Änderung von Anstellungsverträgen mit den Mitgliedern des Vorstands vorzubereiten und die Grundsätze des Personalwesens und der Personalentwicklung festzulegen. Er tagte im Jahr 2021 einmal regulär und einmal außerordentlich und befasste sich im Wesentlichen mit dem Vergütungssystem für den Vorstand, das von der Hauptversammlung 2021 gebilligt wurde. Darüber hinaus standen die Festlegung der Zielerreichung für die einzelnen Vorstandsmitglieder und die Festlegung der Ziele für 2021 im Mittelpunkt der Beratungen. Dem Aufsichtsrat wurden entsprechende Empfehlungen zu Beschlussfassungen gegeben.

Personalausschuss	Sitzungsanwesenheit	Anwesenheit in %
Jean-François Palus	2/2	100
Fiona May	2/2	100
Martin Köppel	2/2	100



PRÜFUNGSAUSSCHUSS

Der Prüfungsausschuss tagte im Geschäftsjahr 2021 in vier ordentlichen Sitzungen. Darüber hinaus fand 2021 eine außerordentliche Sitzung des Prüfungsausschusses statt. Der Prüfungsausschuss ist insbesondere zuständig für Fragen der Rechnungslegung, welche insbesondere den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht, Konzernzwischenbericht, unterjährige Finanzinformationen und den Einzelabschluss nach HGB umfasst. Darüber hinaus ist er verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses, der Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems, des internen Revisionssystems sowie der Compliance und der Abschlussprüfung, hier auch der Durchführung des Auswahlverfahrens des Abschlussprüfers. Darüber hinaus überwacht der Prüfungsausschuss die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers und stellt sicher, dass die durch den Vorstand beauftragten Nichtprüfungsleistungen des Abschlussprüfers keine Anhaltspunkte für Ausschluss- oder Befangenheitsgründe oder eine Gefährdung der Unabhängigkeit ergeben. Der Prüfungsausschuss erteilt für den Aufsichtsrat den Prüfungsauftrag an den von der Hauptversammlung gewählten Abschlussprüfer, legt die Prüfungsschwerpunkte fest und vereinbart das Honorar mit ihm. Zu einzelnen Tagesordnungspunkten standen zusätzlich Leiter der Konzernfunktionen in den Ausschusssitzungen für Berichte und Fragen zur Verfügung. Der Prüfungsausschuss tagt regelmäßig mit dem Abschlussprüfer auch ohne den Vorstand.

Prüfungsausschuss	Sitzungsanwesenheit (bezogen auf ordentliche und außerordentliche Sitzungen)	Anwesenheit in %
Thore Ohlsson	5/5	100
Héloïse Temple-Boyer	5/5	100
Bernd Illig	5/5	100

NOMINIERUNGSAUSSCHUSS

Der Nominierungsausschuss hat die Aufgabe, dem Aufsichtsrat geeignete Kandidaten für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung zu nennen. Er ist im abgelaufenen Geschäftsjahr zu keiner Sitzung zusammengekommen.

NACHHALTIGKEITSAUSSCHUSS

Der Nachhaltigkeitsausschuss wurde im April 2021 eingerichtet und tagte im Geschäftsjahr 2021 einmal, um über die Nachhaltigkeitsstrategien des Unternehmens zu beraten. Der Nachhaltigkeitsausschuss besteht aus drei Mitgliedern.

CORPORATE GOVERNANCE

Wie in den Vorjahren hat sich der Aufsichtsrat auch im Geschäftsjahr 2021 mit den aktuellen Entwicklungen zum Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 16. Dezember 2019 (in Kraft getreten am 20. März 2020) (DCGK) befasst. Der DCGK enthält wesentliche gesetzliche Vorschriften und Empfehlungen zur Leitung und Überwachung börsennotierter Unternehmen und Standards verantwortungsvoller Unternehmensführung. Die Corporate-Governance-Standards gehören seit langem zum Unternehmensalltag.

Über die Corporate Governance bei PUMA berichtet der Aufsichtsrat gemäß Grundsatz 22 DCGK in der Erklärung zur Unternehmensführung. Die Gesellschaft erfüllt sämtliche Anforderungen des DCGK, soweit sie ihm folgen muss. Die Entsprechenserklärung vom 9. November 2021 ist unseren Aktionären dauerhaft auf der Homepage der Gesellschaft zugänglich unter <https://about.PUMA.com/de-de/investor-relations/corporate-governance> unter ENTSPRECHENDERKLÄRUNG.



JAHRESABSCHLUSS FESTGESTELLT

Der vom Vorstand nach den Vorgaben des HGB aufgestellte Jahresabschluss der PUMA SE, der gemäß § 315a HGB auf der Grundlage der International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellte Konzernabschluss sowie der zusammengefasste Lagebericht für die PUMA SE und den PUMA-Konzern, jeweils für das Geschäftsjahr 2021, sind von dem durch die Hauptversammlung am 5. Mai 2021 gewählten und vom Aufsichtsrat mit der Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses beauftragten Abschlussprüfer, der Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden.

Der Abschlussprüfer kommt in seinem Bericht zu der Überzeugung, dass das bei PUMA institutionalisierte Risikomanagementsystem gemäß § 91 Absatz 2 AktG geeignet ist, den Fortbestand des Unternehmens gefährdende Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und diesen entgegenzuwirken. Der Aufsichtsrat hat sich hierzu vom Vorstand regelmäßig über alle relevanten Risiken, insbesondere dessen Einschätzung der Markt- und Beschaffungsrisiken, der finanzwirtschaftlichen Risiken (einschließlich der Währungsrisiken und der Risiken aufgrund der COVID-19-Pandemie) sowie der Risiken aus dem organisatorischen Bereich in Kenntnis setzen lassen.

Die Abschlussunterlagen und Prüfungsberichte des Abschlussprüfers sowie der Vorschlag des Vorstands und des Aufsichtsrats für die Verwendung des Bilanzgewinns lagen allen Mitgliedern des Aufsichtsrats rechtzeitig vor. In der Sitzung des Prüfungsausschusses am 22. Februar 2022 sowie in der darauf folgenden Aufsichtsratssitzung am gleichen Tag hat der Abschlussprüfer über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung berichtet und diese im Detail mit dem Vorstand und den Mitgliedern des Aufsichtsrats erörtert. Dabei kam es zu keiner Unstimmigkeit.

Der Aufsichtsrat hat den Jahresabschluss, den zusammengefassten Lagebericht für die PUMA SE und den PUMA-Konzern, den Vorschlag des Vorstands und des Aufsichtsrats für die Verwendung des Bilanzgewinns sowie den Konzernabschluss eingehend geprüft und keine Einwendungen erhoben. Gemäß der Empfehlung des Prüfungsausschusses stimmte er dem Ergebnis der Prüfung beider Abschlüsse zu und billigte den Jahresabschluss der PUMA SE sowie den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2021. Der Jahresabschluss 2021 ist damit festgestellt.

Der Vorstand und der Aufsichtsrat beschlossen, der Hauptversammlung vorzuschlagen, für das Geschäftsjahr 2021 eine Dividende in Höhe von € 0,72 je dividendenberechtigter Stückaktie an die Aktionäre auszuschütten. In diesem Zusammenhang wurde die Liquiditätslage der Gesellschaft, die Finanzierung und die Auswirkungen auf den Kapitalmarkt erörtert. Die Auszahlung ist abhängig von insgesamt soliden makroökonomischen Rahmenbedingungen. Insgesamt soll ein Betrag von ca. € 107,7 Mio. aus dem Bilanzgewinn der PUMA SE als Dividende ausgeschüttet werden. Der verbleibende Bilanzgewinn von ca. € 382,4 Mio. soll auf neue Rechnung vorgetragen werden.

In seiner Sitzung am 22. Februar 2022 wurde dem Aufsichtsrat der Stand der Datenerhebung zum nicht-finanziellen Bericht nach §§ 315c in Verbindung mit §§ 289c bis 289e HGB vorgelegt. Sobald der nicht-finanzielle Bericht finalisiert wird, wird er dem Aufsichtsrat zur Zustimmung vorgelegt und ab dem 30. April 2022 auf der Internetseite der Gesellschaft veröffentlicht.



DANK

Wir sprechen den Mitgliedern des Vorstands, den Unternehmensleitungen der Konzerngesellschaften, dem Betriebsrat sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Dank und Anerkennung für ihren tatkräftigen Einsatz und die konstruktive Zusammenarbeit im Geschäftsjahr 2021 aus.

Herzogenaurach, den 22. Februar 2022

Für den Aufsichtsrat

Jean-François Palus
Vorsitzender



UNSERE MITARBEITER*INNEN

- 16 Only See Great
- 19 Unternehmenskultur
- 27 Individuelle Entwicklung





ONLY SEE GREAT

Effektive Kommunikation und die Priorisierung von Gesundheit und Wohlergehen unserer Mitarbeiter*innen waren 2021 die Hauptpfeiler unserer „People & Organization“-Strategie. Wir haben die weltweite Entwicklung der COVID-19-Pandemie beobachtet, transparent kommuniziert und die richtigen Maßnahmen ergriffen, um die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter zu gewährleisten, die finanziellen Auswirkungen zu minimieren und gleichzeitig sicherzustellen, dass unser Unternehmen weiterhin effizient arbeitet.

Gleichzeitig werden wir den Werten unserer Markenkampagne „Only See Great“ gerecht, indem wir unser Unternehmen auf künftiges Wachstum vorbereiten. Um dies zu erreichen, brauchen wir engagierte und kreative Mitarbeiter*innen und setzen auf ein vielfältiges und integratives Arbeitsumfeld. Dies fördert flexibles Denken, Kreativität und Interaktion. Wir stellen unsere Mitarbeiter*innen in den Mittelpunkt unseres Handelns und verpflichten uns, ihre berufliche und persönliche Entwicklung zu fördern und sie bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu unterstützen.

VERGÜTUNG UND SONDERLEISTUNGEN

Wir bei PUMA bieten unseren Mitarbeiter*innen ein zielgerichtetes und konkurrenzfähiges Vergütungssystem, das aus mehreren Komponenten besteht. Neben einem fixen Basisgehalt tragen das PUMA-Bonussystem, Gewinnbeteiligungsprogramme und diverse Sozialleistungen zu einem attraktiven und leistungsgerechten Vergütungssystem bei. Darüber hinaus stellen wir unseren Mitarbeiter*innen umfangreiche Angebote in den Bereichen Weiterentwicklung, Mitarbeitermotivation, Gesundheitsmanagement und Wellbeing zur Verfügung. Für die obere Managementebene bieten wir außerdem langfristige Anreizprogramme an, die nachhaltige Geschäftsergebnisse honorieren. Das Bonussystem ist transparent gestaltet und weltweit vereinheitlicht. Incentives sind ausschließlich an Unternehmensziele gekoppelt.

Unser Ziel ist es, eine transparente und faire Vergütungsstruktur zu gewährleisten. Deshalb haben wir weltweit eine Neubewertung unserer Funktionen vorgenommen und eine spezifischere, einheitliche Struktur zur Abbildung von Gehaltsbändern eingeführt.

Darüber hinaus haben wir eine Zusammenarbeit mit dem Fair Wage Network begonnen. Auf diese Weise können wir auf Benchmarks für alle unsere Tochtergesellschaften zugreifen und sie im Hinblick auf existenzsichernde Gehälter gemäß der Definition des Fair Wage Network analysieren. Für das Jahr 2021 können wir bestätigen, dass alle unsere Mitarbeiter*innen mindestens ein Gehalt erhalten, das auf Grundlage des Durchschnitts sämtlicher vom Fair Wage Network erhobener Benchmarks als existenzsichernd definiert ist.

DIGITALISIERUNG

Auch im Jahr 2021 lag unser Fokus auf der Vereinfachung, Beschleunigung und Vereinheitlichung von Geschäftsprozessen weltweit sowie auf der fortschreitenden Digitalisierung. Seit 2017 setzen wir für eine Vielzahl von HR-Prozessen die Softwarelösung „Workday“ ein. Damit stehen Mitarbeiter*innen und Führungskräften die notwendigen Prozesse und Werkzeuge für das tägliche Personalmanagement zur Verfügung. Darüber hinaus liefern benutzerfreundliche Dashboards den Führungskräften die Informationen und datengetriebenen Erkenntnisse, die sie für die Planung und Steuerung benötigen. Die Analyse unserer zentral verfügbaren globalen Daten bietet eine solide Grundlage für strategische Entscheidungen und messbare Ergebnisse. Digitale Unterschriften und Chatbots trugen zur weiteren Digitalisierung und Optimierung von Schlüsselprozessen weltweit bei.



SOZIALES ENGAGEMENT

Dank unserer Mitarbeiter*innen auf der ganzen Welt konnten wir unser Engagement für Gemeinden, in denen wir tätig sind, fortsetzen. Aufgrund der jeweiligen Vorschriften vor Ort, die zu einer Verringerung der sozialen Kontakte und zu physischer Distanz führten, mussten sie oft neue Wege des Engagements finden, konnten aber wieder eine breite Palette an Projekten durchführen.

Hier einige Beispiele:

Gemeinsam mit [The Wonderfund](#), einer gemeinnützigen Organisation, die sich für Kinder unter der Fürsorge des Massachusetts Department of Children and Families (DCF) einsetzt, haben Mitarbeiter*innen von PUMA North America Räume für Familienbesuche und Konferenzen bei DCF Metro North mit selbstgebauten Möbeln sowie mit Bildern und Spielzeug ausgestattet.

Im Rahmen des Projekts Cultiva Reforestation haben unsere Mitarbeiter*innen in Chile mit der Stiftung Cultiva die Region des Cerro Renca aufgeforstet und 316 Bäume gepflanzt. Für die von COVID-19 betroffenen Waisenkinder im Tan Binh Children House hat das Team von PUMA Vietnam in der Weihnachtszeit eine Geschenkaktion organisiert.

Die Kolleg*innen von PUMA China haben eine Woche lang in der Nanling Primary School in der Provinz Yunnan mitgearbeitet und die Kinder mit PUMA-Produkten, Uniformen und Stiften ausgestattet und ihnen Sportgeist nähergebracht. Das gesamte Managementteam und weitere Freiwillige aus dem China-Team beteiligten sich.

Unser Ziel war es, eine Gesamtzahl von Stunden für soziales Engagement zu erreichen, die unser durchschnittliches Vollzeitäquivalent (FTE) pro Jahr um das 1,5-fache übersteigt. Alle Mitarbeiter*innen wurden zur Teilnahme angeregt. Auf unserer Online-Plattform können entsprechende Projekte und dafür aufgewendete Stunden eingetragen werden. Insgesamt wurden bei den von unseren Tochtergesellschaften auf fünf Kontinenten durchgeföhrten Initiativen 39.320 Stunden (PUMA SE: 2.582 Stunden) gemeinnütziger Arbeit geleistet. Die Projektthemen reichten von Umweltschutz über die Förderung von Gesundheit und Fitness bis hin zum Kampf gegen Diskriminierung sowie Bildung für bedürftige Kinder. Viele dieser Projekte wurden mithilfe gemeinnütziger Organisationen vor Ort durchgeführt. Bei einer Anzahl von 14.846 (PUMA SE: 1.083) FTEs haben wir unser Ziel 2021 weit übertroffen.

➔ G.01 SOZIALES ENGAGEMENT 2021





CHARITY CAT

Unsere 2004 von PUMA-Mitarbeiter*innen gegründete Wohltätigkeitsorganisation Charity Cat e.V. unterstützte weiterhin verschiedene Projekte in Deutschland und auf der ganzen Welt. Die globale COVID-19-Pandemie hat leider die Menschen am härtesten getroffen, die ohnehin schon sehr wenig haben. Großzügige Spenden von PUMA und einzelnen Unterstützern ermöglichten es unserer gemeinnützigen Organisation Charity Cat, Bedürftige sowohl finanziell als auch mit Sachspenden zu unterstützen. Beispiele sind: Charity Cat arbeitet unter anderem mit „von Herz zu Herz e.V.“ zusammen. Der Verein engagiert sich in abgelegenen Gebieten auf der Insel Samar auf den Philippinen. Sie berichteten über die verheerenden Auswirkungen der COVID-19-Pandemie in dem kleinen Dorf Lucerdoni. Dank der kontinuierlichen finanziellen Unterstützung von Charity Cat konnte „von Herz zu Herz e.V.“ die Dorfbewohner*innen mit Lebensmitteln versorgen, mit dem Bau neuer Häuser für zwei Familien beginnen und die Gemeinde mit drei Computern an das Internet anbinden.

In der bergigen, ländlichen Gegend von Bambamarca in Peru konnte die „Asociación José Dammert Bellido“ dank der finanziellen Unterstützung von Charity Cat einen Operationssaal in einer örtlichen Klinik fertigstellen. Zuvor mussten die Einwohner*innen fünf Stunden in die nächste Stadt fahren, was oft bedeutete, dass im Notfall die Hilfe zu spät kam. Das Projekt in Peru wird durch den Partner von Charity Cat „Förderkreis Cajamarca e.V.“ unterstützt.

In Deutschland spendete Charity Cat an „Lauf gegen Krebs“ in Erlangen, eine Initiative, die Mittel für die Krebsforschung und -behandlung sammelt. Die Gruppe unterstützte auch eine Sportspendenaktion für die „Elterninitiative krebskranker Kinder“, die Familien krebskranker Kinder hilft. In Berlin half Charity Cat bei der Finanzierung eines Jugendzentrums und unterstützte die Organisation „Straßenkinder e.V.“. Diese sorgt dafür, dass Kinder, die auf der Straße leben – und solche, die Gefahr laufen, auf der Straße zu landen – einen Ort haben, an den sie sich wenden können, um gesund zu bleiben und ihre Ausbildung fortzusetzen.

Weitere Informationen zu Charity Cat e.V., den Mitgliedern und weiteren Projekten und Initiativen sind unter www.charity-cat.de zu finden.



UNTERNEHMENSKULTUR

PUMAs einzigartige Arbeitskultur wird von unseren Mitarbeiter*innen getragen. Insbesondere während der COVID-19-Pandemie konnten wir unter Beweis stellen, dass unsere Unternehmenskultur schnelle Entscheidungsfindungen ermöglicht, uns agil und widerstandsfähig macht und uns das gegenseitige Vertrauen verleiht, um neue Lösungen und Arbeitsweisen zu finden. Eine wichtige Rolle spielt hierbei die Diversität unserer Teams und das ständige Bemühen um eine transparente und rasche Kommunikation mit allen Mitarbeiter*innen.

DIVERSITÄT, GLEICHBEHANDLUNG UND INKLUSION

Als globales Sportunternehmen entwickeln wir Produkte, die im Trend liegen und für unsere Kund*innen weltweit relevant sind. Die unterschiedlichen Nationalitäten und Biografien unserer Mitarbeiter*innen sehen wir dabei als eine unserer größten Stärken an. Vielfältige Teams mit unterschiedlichen Kompetenzen und Hintergründen sind eine wichtige Ressource, wenn es darum geht, kreativ zu denken, Entscheidungen zu treffen und Innovationen voranzutreiben. Weltweit beschäftigen wir Mitarbeiter*innen aus 134 Ländern, das entspricht zwei Dritteln der Nationalitäten weltweit. Die Belegschaft in unserer Unternehmenszentrale in Herzogenaurach verfügt über Reisepässe aus insgesamt 76 Ländern.

Im Jahr 2021 haben wir unsere Diversitätsrichtlinien evaluiert und unsere globalen Direktor*innen zu diesem Thema geschult. Wir haben neue Trainings und Schulungen für unsere Mitarbeiter*innen eingeführt, um ihnen zu helfen, Mikroaggressionen zu erkennen und interkulturelle Kommunikation, Vielfalt, Inklusion und Zugehörigkeit zu schulen. Um das Bewusstsein für diese Themen weiter zu schärfen, haben wir außerdem Vorträge mit internen und externen Referent*innen veranstaltet und Artikel auf unseren internen Kommunikationsplattformen veröffentlicht. Während unserer Stronger Together Days, einer Woche mit virtuellen und persönlichen Veranstaltungen für unsere Mitarbeiter*innen, nutzten wir die Gelegenheit, viele verschiedene Aktivitäten anzubieten, um die Themen Vielfalt und Integration weiter zu beleuchten.

Einer von PUMAs Arbeitgeberwerten ist „BE YOU“. Das bedeutet, dass unsere Mitarbeiter*innen keine Büropersönlichkeit mit zur Arbeit bringen müssen. Wir wollen, dass jede Person sie selbst sein kann, und bieten ein faires Arbeitsumfeld und Chancengleichheit für alle unsere Mitarbeiter*innen, unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion, körperlichen Einschränkungen, Alter oder sexueller Orientierung. Diese Verpflichtungen sind auch Teil des Code of Ethics (2005) von PUMA und unserer Charta der Vielfalt (2010). Wir haben unser Engagement für Vielfalt und Inklusion während des Pride Month im Juni hervorgehoben, indem wir den Christopher Street Day in Nürnberg mit Veranstaltungen und einem Live-DJ-Set unterstützt haben. Das DJ-Set wurde von unserer Zentrale aus gestreamt. Als Teil unserer LGBTQ+-Feierlichkeiten begrüßten wir auch einen regenbogenfarbenen Schiffscontainer unseres Logistikpartners Maersk vor unserem Hauptsitz. Außerdem haben wir erneut unser Brand Center in den Farben des Regenbogens beleuchtet.

In unserer 2021 weltweit durchgeföhrten Mitarbeiterumfrage haben 85% unserer Mitarbeiter*innen bestätigt, dass PUMA als Arbeitgeber in Bezug auf Diversität und Inklusion auf dem richtigen Weg ist. 91% gaben an, dass „PUMA seine Mitarbeiter*innen mit Respekt behandelt“, 92% waren der Meinung, dass PUMA ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld bietet und 88% stimmten zu, dass sie bei PUMA als eigenständige Persönlichkeiten wahrgenommen werden und nicht um Akzeptanz besorgt sein müssen. Für unser Engagement auf diesem Gebiet wurden wir unter anderem von der Financial Times zum zweiten Mal in Folge als Diversity Leader in Europa ausgezeichnet. Das ist ein Beleg für unsere erfolgreiche Unternehmenskultur, in der Diversität, Gleichstellung und Inklusion großgeschrieben werden.

Wir möchten attraktive Arbeitsplätze für Menschen aller Geschlechter bieten. Im Jahr 2021 betrug das Verhältnis zwischen Männern und Frauen bei unseren Mitarbeiter*innen 49/51. Von allen unseren



Mitarbeiter*innen, die in MINT-Funktionen (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik) arbeiten, sind 46% Frauen.

Es ist Teil unserer Strategie, dafür zu sorgen, dass sich dieses ausgewogene Geschlechterverhältnis auch in den Führungspositionen widerspiegelt. Wir ermutigen unsere Mitarbeiterinnen dazu, Führungspositionen bei PUMA zu übernehmen. Aus diesem Grund haben wir unsere „SHE MOVES US“-Plattform auch für die interne Kommunikation genutzt. Wir haben mehrere Interviews in unserem Mitarbeiter*innen-Magazin „CATch Up“ veröffentlicht, um die Karrieren erfolgreicher Frauen bei PUMA zu beleuchten und andere Kolleginnen zu inspirieren. Wir haben uns Catalyst, einer globalen Non-Profit-Organisation, angeschlossen, um unsere Reise fortzusetzen und unsere Fortschritte beim Aufbau eines noch attraktiveren und vielfältigeren Arbeitsumfelds bei PUMA zu beschleunigen.

2021 lag der Anteil an Frauen in Führungspositionen konzernweit bei 44%.

↗ T.01 ANTEIL VON FRAUEN IN FÜHRUNGSPositionEN (in %)

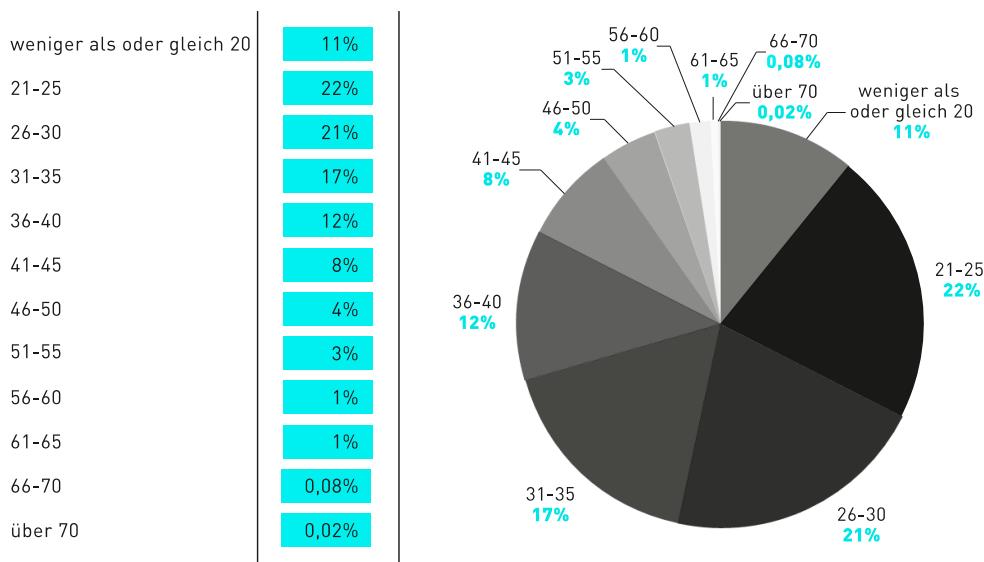
Region	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Europa	30	31	31	35	34	37
EEMEA	40	38	43	42	44	42
Nordamerika	45	46	48	50	48	48
LATAM	34	35	38	38	40	45
Asien/Pazifik	43	41	44	43	48	49
Gesamt	38	38	40	41	43	44

Für 2021 haben wir unser Ziel erreicht, mindestens 30% Frauen im Aufsichtsrat und 20% im Vorstand zu haben. Mit 40% Frauenanteil auf der zweiten Führungsebene haben wir auch unser Ziel erreicht, dass die PUMA-Group auf der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands einen Frauenanteil von 40% aufweist. Leider haben wir mit 20% Frauenanteil auf der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands unser ehrgeiziges Ziel von 30% auf PUMA-Group-Ebene nicht erreicht. Dies ist darauf zurückzuführen, dass unser Managementteam auf der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands in den letzten Jahren stabil geblieben ist und keine wesentlichen neuen Positionen auf dieser Führungsebene geschaffen wurden. Aufgrund der starken Entwicklung auf der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands ist der Vorstand der PUMA SE jedoch sehr zuversichtlich, dass das neue Ziel für die erste Führungsebene im Rahmen interner Nachfolgebesetzungen auf natürliche Weise erreicht wird.

Unsere neuen Zielvorgaben, die bis 2026 erreicht werden sollen, sehen vor, dass im Aufsichtsrat mindestens zwei Frauen (33%) und im Vorstand mindestens eine Frau (25%) vertreten sein sollen, wenn der Vorstand aus vier Mitgliedern besteht, mindestens eine Frau (20%) im Vorstand, wenn der Vorstand aus fünf Mitgliedern besteht und mindestens zwei Frauen (33%) im Vorstand, wenn der Vorstand aus sechs Mitgliedern besteht. Bei der PUMA-Group liegt die Zielvorgabe für den Frauenanteil auf der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands bei 30% und auf der zweiten Führungsebene bei 40%.

Das Durchschnittsalter unserer Mitarbeiter*innen lag 2021 bei 31 Jahren.

↗ G.02 ALTERSGRUPPE



Für uns ist es sehr wichtig, ein integratives Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem Mitarbeiter*innen mit Behinderungen ihre Aufgaben erfüllen und gleichzeitig ihr Potenzial entfalten können. Deshalb passen wir die Arbeitsplätze an ihre besonderen Bedürfnisse an und bieten geeignete Schulungen an. In Deutschland werden die Interessen von Mitarbeiter*innen mit Behinderungen durch ein gewähltes Mitglied des Betriebsrats vertreten. Aufgrund der unterschiedlichen Rechtslage in unseren Gesellschaften ist es in einigen Ländern nicht erlaubt, den Status der Behinderung zu erfassen: Darüber hinaus bestehen unterschiedliche Definitionen der Schwerbehinderteneigenschaft eines Mitarbeitenden. Etwa 1% unserer Mitarbeiter*innen hat uns mitgeteilt, dass sie schwerbehindert sind. Die tatsächliche Zahl ist jedoch wahrscheinlich höher.

WELLBEING

Die Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden unserer Mitarbeiter*innen hat für uns höchste Priorität. Daher bieten wir ihnen ein vielfältiges Angebot an Maßnahmen. Unser Konzept zu Wellbeing wurde zunächst in unserer Unternehmenszentrale in Herzogenaurach umgesetzt und danach an lokale Bedürfnisse und Bestimmungen in anderen Ländern angepasst. Heute spielt es eine bedeutende Rolle in allen PUMA-Tochtergesellschaften weltweit.

Unser Wellbeing-Programm ist in vier Kategorien gegliedert: Flex, Social, Finance und Athlete. Als Sportunternehmen wollen wir unseren Mitarbeiter*innen möglichst viele Möglichkeiten anbieten, damit sie ihre Leidenschaft für den Sport ausleben können. Yoga-, Jumping-Fitness-, Krav-Maga- und zahlreiche andere Kurse sind genauso Teil des Programms wie der kostenlose Zugang zum Fitnessstudio und zu unseren Fußball-, Basketball-, Tennis- und Beach-Volleyball-Plätzen.

Da sich die COVID-19-Pandemie in den verschiedenen Regionen der Welt unterschiedlich schnell entwickelte, mussten wir unser Wellbeing-Angebot anpassen und die Zahl der Online-Optionen erweitern. Dazu gehörte auch die PUMA Home Academy, die hilfreiche Tipps zu den Themen Ernährung, Sport und mentale Gesundheit bereitstellt.

Während unserer „Be Well Weeks“, in denen wir einen gesunden Lebensstil fördern, boten wir kostenlose Gesundheitschecks und Ernährungsberatung an und gaben unseren Mitarbeiter*innen die Möglichkeit, die neuesten Bewegungs- und Sporttrends auszuprobieren.



FLEXIBLE ARBEITSBEDINGUNGEN

Da uns das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter*innen am Herzen liegt, bieten wir die bestmöglichen Arbeitsbedingungen auf der Grundlage einer einzigartigen Kultur. Um unseren Mitarbeiter*innen die Möglichkeit zu geben, Beruf und Privatleben miteinander in Einklang zu bringen, bieten wir verschiedene Modelle wie flexible Arbeitszeiten, Homeoffice, Teilzeitarbeit und Sabbaticals an, die sie in verschiedenen Lebensabschnitten in Anspruch nehmen können. Im Hinblick auf die COVID-19-Pandemie sind wir in der Lage, mit größtmöglicher Flexibilität in Bezug auf Zeit und Ort der Arbeitstätigkeit unserer Mitarbeiter*innen zu reagieren. Um uns an die neuen Gegebenheiten anzupassen, haben wir unsere regulären Arbeitszeitmodelle noch flexibler gestaltet.

In Deutschland können die Mitarbeiter*innen kostenlose Beratungs- und Vermittlungsservices durch einen Kooperationspartner in Anspruch nehmen. Mit einem Eltern-Kind-Büro, einem Stillzimmer, Betreuungsplätzen und Feriencamps für Kinder in den Schulferien wurde unser Hauptsitz in Herzogenaurach mit dem deutschen Zertifikat „Audit Beruf & Familie“ ausgezeichnet und 2021 erfolgreich reauditiert. Im vergangenen Jahr haben wir zur Unterstützung unserer Mitarbeiter*innen, die von zu Hause aus arbeiten, auch eine virtuelle Kinderbetreuung während der Schulferien angeboten.

Unser Ziel ist es, die Zahl der von Mitarbeitenden initiierten Austritte zu minimieren und den Anteil der Mitarbeiter*innen in einem unbefristeten Arbeitsverhältnis bei über 80% zu halten. Im Jahr 2021 hatten 89% unserer Mitarbeiter*innen weltweit einen unbefristeten Vertrag und die Beschäftigung von über 28% unserer Mitarbeiter*innen wurde durch einen Tarifvertrag abgedeckt. Die Fluktuationsrate ist stark abhängig vom Anteil des Einzelhandelsgeschäfts in den jeweiligen Märkten und der Region. Insgesamt lag die Fluktuationsrate bei 26% (9% für Büromitarbeiter und 38% für Mitarbeiter im Einzelhandel). Die Gesamtfluktuationsrate betrug 34% (inklusive Einzelhandelsmitarbeiter). Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten lag Ende 2021 bei 22%.

➤ T.02 ARBEITSVERTRÄGE (UNBEFRISTET/BEFRISTET)

	Unbefristet					Befristet			
	Gesamt	Gesamt	Frauen	Männer	Diverse	Gesamt	Frauen	Männer	Diverse
Europa	4.200	3.440	1.751	1.688	1	760	445	315	0
EEMEA	4.098	4.011	1.622	2.389	0	87	55	32	0
Nordamerika	3.159	2.388	1.290	1.094	4	771	393	374	4
LATAM	2.501	2.501	1.024	1.477	0	0	0	0	0
Asien/Pazifik	4.362	3.935	2.454	1.481	0	427	263	164	0
Gesamt	18.320	16.275	8.141	8.129	5	2.045	1.156	885	4

➤ T.03 ARBEITSVERTRÄGE (VOLLZEIT/TEILZEIT) (in %)

Arbeitsverträge	Frauen	Männer	Diverse	Gesamt
Vollzeit	48	52	0	100
Teilzeit	61	39	0	100



GESUNDHEIT UND SICHERHEIT AM ARBEITSPLATZ

Eine sichere Arbeitsumgebung für unsere Mitarbeiter*innen zu gewährleisten, hat für uns größte Priorität. Auch 2021 hat uns die Coronapandemie vor zahlreiche Herausforderungen gestellt. Wir haben unser striktes Hygiene- und Sicherheitskonzept beibehalten und alle geltenden Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften eingehalten, d. h. Abstandsregelungen, Installation von Händedesinfektionsmittelständern und die Verpflichtung zum Tragen von Masken. Darüber hinaus stellen wir allen unseren Mitarbeiter*innen kostenlos Schutzhandschuhe und -masken sowie Schnelltests zur Verfügung. Auf diese Weise halten wir das Infektionsrisiko auf einem absoluten Minimum.

PUMA informierte und motivierte alle Mitarbeiter, sich impfen zu lassen, und organisierte, soweit möglich, Impfkampagnen an den Standorten weltweit. So erreichten wir in den meisten unserer Tochtergesellschaften eine Impfquote von über 85%, an einigen Standorten sogar 100%.

2021 haben wir auch unsere globale „Occupational Health and Safety Policy“ zu Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz angepasst, um die Bedeutung des Themas hervorzuheben.

PUMA hat einen Arbeits- und Sicherheitsausschuss am Hauptsitz in Herzogenaurach, dem Spezialist*innen für Gesundheit und Sicherheit angehören, die regelmäßig interne Gesundheits- und Sicherheitsinspektionen durchführen. Diese werden durch externe Inspektionen ergänzt, die zum Beispiel durch offizielle Stellen wie die deutsche Berufsgenossenschaft durchgeführt werden. Darüber hinaus sind in allen unseren größeren Einheiten engagierte lokale Gesundheits- und Sicherheitsexpert*innen tätig. Unser Global Director People & Organization ist Teil unseres Executive Management-Teams und informiert unseren Vorstand regelmäßig über relevante Gesundheits- und Sicherheitsaspekte. Während der COVID-19-Pandemie wurde unser Vorstand täglich über den neuesten Stand der globalen Gesundheits- und Sicherheitslage informiert.

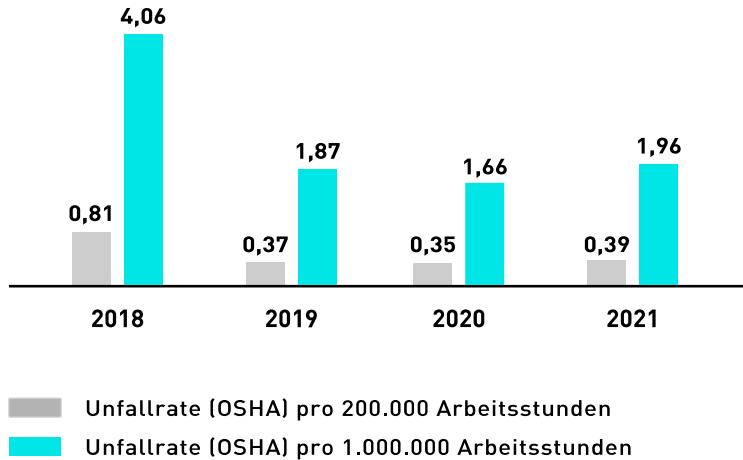
Wir haben uns zum Ziel gesetzt, die durchschnittliche Unfallrate jedes Jahr zu senken. Für das Jahr 2021 haben wir uns vorgenommen, unter einer Unfallrate von 0,50 gemäß der Occupational Safety and Health Administration (OSHA) zu bleiben. Neben der Durchführung von sicherheitsrelevanten Schulungen an allen Standorten bieten wir auch Online-Schulungen an, um die Mitarbeiter*innen auf mögliche Notfallsituationen vorzubereiten und so die Zahl der Unfälle zu verringern. Im Jahr 2021 haben wir ein neues digitales Training zu Occupational Health and Safety (OHS) für alle unsere Standorte eingeführt, das auch Hygiene und richtiges Verhalten im Homeoffice umfasst. Im vergangenen Jahr haben wir insgesamt 20.595 Stunden Sicherheitsschulungen durchgeführt. Außerdem wurden 6.355 Mitarbeiter in Brandschutz und 4.852 in Erster Hilfe geschult.

Weltweit wurden im Jahr 2021 nur 66 Arbeitsunfälle registriert, die eine Arbeitsunterbrechung erforderlich machten. Nach Angaben der Occupational Safety and Health Administration (OSHA) entspricht dies einer Unfallrate von 0,39 im Vergleich zu 0,35 im Jahr 2020, was bedeutet, dass wir unsere Leistung verbessert haben. Die (OSHA-)Unfallrate für PUMA SE lag 2021 bei 0,31 und im Vorjahr bei 0,13.

Eine weitere Kennzahl für den Einsatz unserer Mitarbeiter*innen und deren Gesundheit ist die niedrige Krankheitsrate, die 2021 1,98% betrug. Die Rate der berufsbedingten Krankheiten und der tödlichen Unfälle lag bei null wie in den letzten 10 Jahren.



↗ **G.03 UNFÄLLE GEMÄß DER OCCUPATIONAL SAFETY AND HEALTH ADMINISTRATION**
(OSHA-Rate)





FEEDBACK

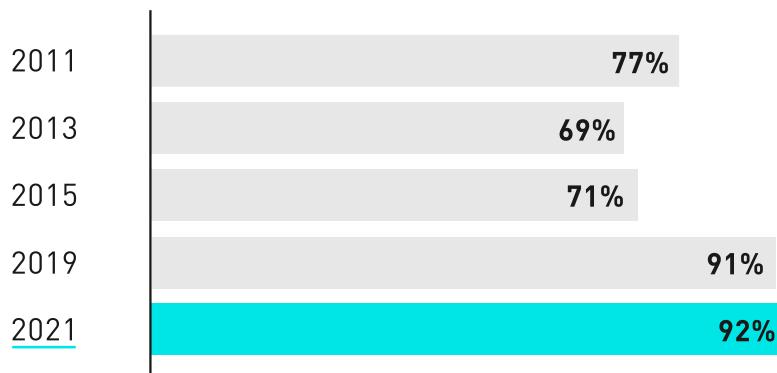
Feedback ist ein wesentlicher Bestandteil unserer PUMA-Kultur. Rückmeldungen von innen und außen ermöglichen es uns, uns ständig zu verbessern. Seit 2009 führen wir regelmäßig globale Mitarbeiter*innen-Befragungen durch, um Feedback zu einer Vielzahl von Themen zu erhalten und das Engagement unserer Belegschaft zu messen. Insgesamt haben 12.875 Mitarbeiter*innen an unserer globalen Umfrage 2021 teilgenommen und die Gelegenheit genutzt, uns ihre Meinung über ihren Arbeitsplatz und ihr Arbeitsleben mitzuteilen. Dies entspricht einer Teilnahmequote von 86% (2019: 85%). Trotz der schwierigen Umstände, die durch die COVID-19-Pandemie verursacht wurden, konnten wir in allen Kategorien einen Anstieg der positiven Bewertungen im Vergleich zur letzten Umfrage verzeichnen. Wir vergleichen unsere Umfrageergebnisse mit verschiedenen Marktdaten, einschließlich der High-Performance-Daten, die wir in allen Kategorien außer einer übertreffen. Als leistungsstarke Unternehmen gelten solche, die den Markt in finanzieller Hinsicht übertreffen und regelmäßig hervorragende Umfrageergebnisse bei den Mitarbeiter*innen erzielen. Dieses positive Feedback ermutigt uns, die von uns eingeleiteten Maßnahmen fortzusetzen und weiter zu verstärken. Die Umfrageergebnisse wurden auf globaler, lokaler und Abteilungsebene kommuniziert. Darauf basierend wurden anschließend Folgemaßnahmen festgelegt.

Im Laufe des Jahres wurden auch Pulsbefragungen durchgeführt, um schnell Feedback zu aktuellen Themen zu erhalten und so wertvolle Erkenntnisse von unseren Mitarbeiter*innen zu gewinnen. Über Workday können alle unsere Mitarbeiter*innen schnell und einfach ein 360°-Feedback anfordern oder erhalten. Darüber hinaus findet ein regelmäßiges Benchmarking mit der Branche statt, was sich zum Beispiel in unserer Top-Arbeitgeber-Zertifizierung, unserer „Great Place to Work“-Auszeichnung und dem Audit „berufundfamilie“ sowie weiteren Auszeichnungen widerspiegelt.

MITARBEITERENGAGEMENT

Nur mit einem hohen Maß an Engagement aller unserer Mitarbeiter*innen können wir hervorragende Leistungen erzielen und unsere Ziele erreichen. Wir messen das Engagement unserer Mitarbeiter*innen durch regelmäßige globale Mitarbeiter*innen-Befragungen und sind besonders stolz darauf, dass wir den Wert für das Mitarbeiter*innen-Engagement von 91% in der letzten Umfrage auf 92% verbessern konnten. Wir schätzen das hohe Engagement unserer Mitarbeiter*innen sowie ihre Loyalität gegenüber der Marke und wollen das Engagement in den kommenden Jahren auf diesem hohen Niveau halten.

➤ G.04 MITARBEITERENGAGEMENT





AUSZEICHNUNGEN

2021 haben wir mehrere Auszeichnungen erhalten, die PUMA als globale Arbeitgebermarke wertschätzen. Unseren Mitarbeiter*innen einen Arbeitsplatz zu bieten, an dem sie sich entwickeln, wachsen und neue Chancen ergreifen können, ist eine unserer obersten Prioritäten. Forbes hat gemeinsam mit dem Marktforschungsunternehmen Statista die Zertifizierung „World's Best Employers“ ins Leben gerufen. Wir sind stolz darauf, im Jahr 2021 zu den 25 besten Unternehmen zu gehören. Auch auf regionaler Ebene wurden unsere Bemühungen mehrfach gewürdigt:

Die Auszeichnung als einer von Europa's Leaders in Diversity, die uns die Financial Times zum zweiten Mal in Folge verliehen hat, spiegelt unsere Bemühungen wider, eine diverse, gleichberechtigte und integrative Unternehmenskultur zu schaffen. Unser Engagement, unseren Mitarbeiter*innen ein optimales Arbeitsumfeld anzubieten, wurde auch mit der Auszeichnung „Top Employer“ für sechzehn PUMA-Tochtergesellschaften unter anderem in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Spanien, Italien und Südafrika sowie für gesamt Europa und Asien belohnt. Unsere PUMA-Familie in den Vereinigten Staaten wurde außerdem von Forbes und Statista als einer von „America's Best Large Employers“ gelistet. Hierfür wurden über 50.000 amerikanische Arbeitnehmer, die in Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeiter*innen in den Vereinigten Staaten arbeiten, um ihre Stimme gebeten. Außerdem erhielten wir in Argentinien das zweite Jahr in Folge die Auszeichnung „Great Place To Work“.



INDIVIDUELLE ENTWICKLUNG

Als Unternehmen können wir unsere Ziele nur erreichen, indem wir Talente rekrutieren und an uns binden. Im Wettbewerb um die besten Talente auf dem Markt wollen wir PUMA als Top-Arbeitgeber bekanntmachen, der Kandidaten sowohl ein anspruchsvolles Tätigkeitsfeld als auch professionelles Talentmanagement und hervorragende Entwicklungschancen bietet.

RECRUITING

Es ist entscheidend, dass wir als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werden und externe Kandidat*innen anziehen. Um mit diesen potenziellen Kandidat*innen in Kontakt zu treten, nutzen wir digitale Plattformen und soziale Medien für unsere zielgruppenspezifischen, individuellen und proaktiven Rekrutierungsmaßnahmen sowie unsere Karriere-Website. Umfangreiche Netzwerke von qualifizierten Bewerber*innen und aktuelle Kandidat*innen-Pools helfen uns dabei, offene Stellen schnell zu besetzen. Im Jahr 2021 haben wir mit der Entwicklung eines kulturellen Pre-Checks begonnen. Dabei handelt es sich um einen freiwilligen Test für Kandidat*innen, um herauszufinden, ob die PUMA-Kultur zu ihnen passt.

TALENTMANAGEMENT

Wir sind der festen Überzeugung, dass unsere Mitarbeiter*innen ihre berufliche Entwicklung selbst proaktiv vorantreiben. Mit einem integrierten Talentmanagement-Ansatz fördern wir eine feedback- und ergebnisorientierte Kultur bei PUMA und eine selbstgesteuerte Lernhaltung. Wir evaluieren regelmäßig alle Mitarbeiter*innen, erstellen individuelle Entwicklungspläne und identifizieren diejenigen Mitarbeiter, die wir darauf vorbereiten, PUMAs Zukunft mit uns zu gestalten.

Talentkonferenzen werden weltweit durchgeführt, um die gesamte PUMA-Belegschaft zu beurteilen, einschließlich der Führungsebenen. Die Mitarbeiter*innen werden nach Kriterien wie individuelle Leistung und Kompetenzen, Potenzial, Ehrgeiz und Mobilität bewertet. Die gezielte Analyse der Profile unserer Mitarbeiter*innen ermöglicht es uns, interne Talente mit zukünftigen Vakanzen abzugleichen. Dies hilft uns, potenzielle Nachfolger innerhalb des Unternehmens zu finden und den künftigen Kompetenzbedarf unserer Organisation vorherzusehen und zu decken. Interne Mobilität unterstützt die berufliche Entwicklung unserer Mitarbeiter*innen, insbesondere wenn sie grenzüberschreitend erfolgt. Deshalb haben unsere Mitarbeiter*innen die Möglichkeit, ihr persönliches Karrieroprofil in Workday zu hinterlegen, proaktiv gezielte Job Alerts einzurichten und sich mit nur einem Klick auf interne Stellenausschreibungen zu bewerben. Die „Job Alert“-Funktion in Workday erlaubt es uns, den Mitarbeiter*innen offene Stellen automatisch anzuzeigen, was die Sichtbarkeit von Karrieremöglichkeiten innerhalb der PUMA-Group unterstützt. Infolgedessen erfolgte eine beträchtliche Anzahl von internen Besetzungen, einschließlich Versetzungen ins Ausland. Insgesamt konnten wir auch im Jahr 2021 wieder 4 von 5 unserer vakanten Schlüsselpositionen weltweit durch interne Beförderungen oder horizontale Versetzungen besetzen. 29% aller offenen Stellen wurden an interne Kandidat*innen vergeben. Wir sehen dies als Bestätigung unserer Talent- und Entwicklungsstrategie.

WEITERBILDUNG

Durch die kontinuierliche berufliche und persönliche Entwicklung unserer Mitarbeiter*innen erreichen wir auch, dass sie über die Kompetenzen verfügen, um sowohl ihre eigene Entwicklung als auch die Erreichung unserer Unternehmensziele voranzutreiben. Dank strategischer Arbeitsplanung und Workday vermeiden wir Skill Gaps und erzielen mehr Transparenz in Bezug auf die Kompetenzen unserer Mitarbeiter*innen.

Unser breites Weiterbildungsangebot umfasst sowohl standardisierte als auch individuell zugeschnittene Online- und Präsenzkurse sowie Workshops. Mit dem lebenslangen Lernen und einer Kultur des selbstgesteuerten Lernens im Fokus stellen wir auf der Grundlage von Workday eine hochmoderne Lerninfrastruktur für interne und externe Schulungen bereit. Über LinkedIn Learning und GoodHabitz stehen unseren Mitarbeiter*innen über 18.000 Onlineschulungen für die persönliche und berufliche



Entwicklung auf ganz unterschiedlichen Gebieten zur Verfügung. Im Jahr 2021 erhielten wir gemeinsam mit GoodHabit die Auszeichnung für das beste Soft Skills E-Learning Angebot in Deutschland. Mit Lerninhalten zu Themen wie mentale Gesundheit, Resilienz, Achtsamkeit und emotionale Stabilität konnten wir unsere Mitarbeiter*innen weltweit während der COVID-19-Pandemie bestmöglich unterstützen. Auch 2021 haben wir unser Schulungsangebot an die Herausforderungen der COVID-19-Pandemie angepasst und unsere Präsenzschulungen durch hybride Konzepte ersetzt. Weltweit nahmen im vergangenen Jahr 18.983 Mitarbeiter*innen an Schulungen und Workshops mit einer Gesamtdauer von 436.734 Stunden teil. Das entsprach 29 Schulungsstunden pro FTE und 201 € pro FTE für Schulungen. Der Großteil der Schulungen erfolgte digital.

Um unser Ziel einer agilen Lernorganisation zu erreichen und den Einsatz agiler Arbeitsmethoden auszuweiten, bieten wir auf diverse Zielgruppen zugeschnittene digitale Programme für agile Coaches an.

FÜHRUNGSKRÄFTEPROGRAMM ILP/ILP²/PLE

Unsere PUMA-Führungskräfte spielen eine wichtige Rolle bei der Erfüllung unserer Mission, „Forever Faster“ zu werden. Um die neuen komplexen Herausforderungen in einem unbeständigen Arbeitsumfeld zu meistern, die insbesondere die COVID-19-Pandemie mit sich bringt, und gleichzeitig unsere Ziele mit herausragenden Leistungen zu erreichen, sind wir in hohem Maße von ihren Fähigkeiten und ihrem Führungswissen abhängig. Um unsere Mitarbeiter*innen mit den notwendigen Kompetenzen auszustatten und ein gemeinsames Führungsverständnis in der gesamten Organisation sicherzustellen, haben wir das International Leadership Program (ILP und ILP²) entwickelt. PUMA-Führungskräfte erhalten ein intensives Training und Coaching, das interaktives Lernen, Rollenspielsimulationen und Best-Practice-Learning sowie gemeinsame Projekte umfasst. Die Schwerpunkte liegen dabei insbesondere auf achtsamer Führung und agilen Arbeitsmethoden. Das Programm besteht aus verschiedenen Modulen, die den Führungskräften die Möglichkeit geben, das neu erworbene Wissen zwischen den Seminaren anzuwenden.

Um Leadership im Jahr 2021 neu zu denken, haben wir die PUMA Leadership Expedition (PLE) eingeführt. Das ist ein neues Programm, das Führungskräfte befähigen soll, in der VUCA-Welt (Volatilität, Unsicherheit, Komplexität, Mehrdeutigkeit) effektiv zu führen. Es ist vollständig virtuell, leicht zugänglich und als selbstgesteuertes und angepasstes Lernformat konzipiert. Selbst gewählte virtuelle Trainingssitzungen mit Trainer*innen, regelmäßiger Austausch mit anderen internationalen Teilnehmer*innen in kleinen Arbeitsgruppen und gecoachte Sitzungen sind ebenso enthalten wie individuelle Lernsprints mit selbstgewählten Learning Nuggets und Check-ins mit den Trainer*innen.

Unser Training für neue Führungskräfte ist darauf ausgerichtet, Mitarbeiter*innen, die erstmals eine Führungsrolle übernehmen, gezielt auf ihre neue Rolle vorzubereiten. Neben dem Trainingsmodul umfasst dieses Programm auch individuelles Coaching sowie Pre- und Post-Learnings.

SPEED UP / SPEED UP²

Die Entwicklung unserer Mitarbeiter*innen voranzutreiben ist eine der wichtigsten Säulen für den Erfolg unseres Unternehmens. Unsere beiden Personalentwicklungsprogramme Speed Up und Speed Up² zielen deshalb darauf ab, das Potenzial unserer Mitarbeiter*innen voll auszuschöpfen. Um sie intensiv auf den nächsten Schritt in ihrer beruflichen Laufbahn vorzubereiten, bieten wir ihnen die Möglichkeit der Übernahme fachübergreifender Projekte und Aufgaben sowie Coaching, Mentoring, Jobrotationen und gezielte Trainings. Die erhöhte Sichtbarkeit der Teilnehmer*innen bis hin zur obersten Führungsebene sowie die Etablierung eines starken globalen Netzwerks sind ebenfalls wesentliche Bestandteile des Programms. 2021 startete die dritte globale Kohorte von Speed Up bzw. Speed Up² mit einem ersten virtuellen Modul.



FUTURE TALENTS

Wir sind kontinuierlich auf der Suche nach „Future Talents“, die wir erfolgreich entwickeln und mit der Ausbildung entsprechender Fähigkeiten auf die Übernahme zukünftiger anspruchsvoller Aufgaben in der PUMA-Group vorbereiten können. Vielfältige Initiativen an Universitäten im In- und Ausland geben uns die Möglichkeit, potenzielle Mitarbeiter*innen anzusprechen und geeignete Kandidat*innen zu identifizieren. Wir bieten viele Möglichkeiten in einem internationalen Arbeitsumfeld und schaffen so die perfekten Voraussetzungen für Berufseinsteiger*innen. Im Jahr 2021 haben 15 duale Studierende und Auszubildende in der PUMA-Zentrale in Herzogenaurach angefangen. Insgesamt beschäftigte PUMA bis Ende 2021 39 Auszubildende und duale Studierende in den verschiedensten Fachrichtungen, von International Business bis IT. Eine weitere Möglichkeit, PUMA kennenzulernen, ist ein Praktikum für Studierende, bei dem sie die Möglichkeit haben, sechs Monate Berufserfahrung zu sammeln.



NACHHALTIGKEIT

- 31 Vorwort
- 33 PUMAs Nachhaltigkeitsstrategie
Forever Better
- 48 Soziale Aspekte
- 68 Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- 71 Umwelt
- 133 Zusammenfassung und Ausblick
- 135 Index zum gesonderten zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht und GRI-Inhalt
- 149 Prüfungsvermerk Deloitte



„WIR MACHEN UNSER UNTERNEHMEN FOREVER BETTER.“

Vorwort von Anne-Laure Descours, CSO



Auch 2021 stand für PUMA und die gesamte Branche im Zeichen der Coronapandemie und der damit verbundenen Herausforderungen. Mit der erneuten Ausbreitung des Virus in unseren größten Beschaffungsmärkten wie Vietnam, China und Bangladesch waren Transportwege eingeschränkt und Fabriken vorübergehend geschlossen. Arbeiter*innen sorgten sich um ihre Gesundheit und um ihr Einkommen, und auch unsere PUMA-Kolleg*innen in Indien und Südafrika waren stark von der Situation betroffen.

Wir haben an unserer Strategie der Zusammenarbeit mit Lieferanten und Kund*innen festgehalten und Flexibilität gezeigt, um Aufträge verlagern und Stornierungen vermeiden zu können. Als weitere Hilfestellung für unsere Lieferanten haben wir unser Forever Better Financing Program ausgeweitet.

Unsere Priorität war nach wie vor die Sicherheit und der Schutz unserer Mitarbeiter*innen durch Einhaltung strenger Hygienestandards. Wir haben uns vergewissert, dass die Fabrikarbeiter*innen in demselben Umfang geschützt sind und, im Falle von Fabrikschließungen, weiterhin bezahlt werden.



Nachhaltigkeit gehörte 2021 zu den wichtigsten Themen überhaupt. Auf den Konferenzen zu Biodiversität und Klimawandel haben sich die Staats- und Regierungschefs aus aller Welt über die wichtigen Meilensteine für Dekarbonisierung und Umweltschutz beraten.

Dennoch nehmen Treibhausgase und die Geschwindigkeit des Biodiversitätsverlusts weiter zu. Viele unserer Mitarbeiter*innen, Kund*innen und Geschäftspartner wollen zu einer Lösung beitragen und fordern nicht nur nachhaltigere Produktinitiativen, sondern auch die Trennung von Konsum und Ressourcenverbrauch und Emissionen.

Als Antwort auf diese Forderungen haben wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie 10FOR25 umgesetzt, die sich an den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen orientiert. Zu den Schwerpunkten dieser Strategie zählen faire Arbeitsbedingungen in allen Fabriken, die für PUMA produzieren, und die Einführung von Strom aus erneuerbaren Quellen an unseren Standorten weltweit ebenso wie der Ersatz unserer wichtigsten Materialien durch nachhaltigere Alternativen und der Ausbau eines nachhaltigeren Produktangebots.

Unser Social-Compliance-Programm, das seit 2007 von der Fair Labor Association akkreditiert ist, ist und bleibt der Grundpfeiler unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten. 99% der Baumwolle und des Leders sowie 80% des Polyesters für unsere Produkte stammen heute aus akkreditierten bzw. zertifizierten Quellen wie BCI, bluesign® oder der Leather Working Group.

Um dem Biodiversitätsverlust Einhalt zu gebieten haben wir eine Richtlinie zu Biodiversität und zum Schutz der Wälder eingeführt und sind eine Partnerschaft mit der Nichtregierungsorganisation Canopy eingegangen, in deren Rahmen wir sicherstellen wollen, dass die Beschaffung von künstlich hergestellten Zellulosematerialien wie Viskose für unsere Produkte sowie Papier und Kartonagen nicht zur Abholzung der Wälder beiträgt. Gemäß unserem Ziel, bis zum Jahr 2025 75% recycelten Polyester in unseren Textilien und Accessoires einzusetzen, haben wir den Anteil von recyceltem Polyester auf 43% erhöht. Wir sind zudem auf einem guten Weg hin zu unserem Ziel, bis spätestens 2023 keine Plastikeinkaufstüten mehr in unseren Stores zu verwenden.

Unsere Nachhaltigkeitsplattform Forever Better für unsere Kund*innen haben wir erweitert und unsere Kollektion RE.GEN aus recycelten Materialien und aus PUMAs eigenen Industrieabfällen und anderen recycelten Materialien auf den Markt gebracht. Eine weitere Kollektion, die wir präsentiert haben, war Exhale mit Cara Delevingne, bei der die CO₂-Emissionen, die bei der Produktion und während des Transports entstehen, kompensiert werden. Im Rahmen unseres Experiments RE:SUEDE prüfen wir die Machbarkeit einer biologisch abbaubaren Version unseres Kultsneakers, dem PUMA Suede.

Zum Jahresausklang fand unser Stakeholder-Dialog erstmals virtuell statt. Hier standen wichtige Themen wie Kreislaufwirtschaft und Klimaschutz auf der Tagesordnung. PUMA und die gesamte Textil- und Schuhbranche haben hier noch viel zu tun, wenn wir unser lineares Produktionsmodell durch ein Geschäftsmodell ersetzen wollen, das in Richtung Kreislaufwirtschaft geht, und die CO₂-Emissionen aus unserer Beschaffungskette eliminieren wollen.

There is only one Forever – Let's make it Better.



PUMAS NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE FOREVER BETTER

Seit über 20 Jahren sind der PUMA-Verhaltenskodex und unser Vendor Compliance Program das Fundament für alle unsere Vertragsbeziehungen mit Herstellern auf der ganzen Welt sowie für PUMAs Strategie und Programm für verantwortungsvolle Beschaffung.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie Forever Better basiert auf unseren 10FOR25-Zielen, die wir 2019 anhand einer umfassenden Wesentlichkeitsanalyse und des Dialogs mit unseren Stakeholdern erstellt haben.

Insgesamt haben wir zehn Zielbereiche identifiziert, in denen wir unsere Bestrebungen in Sachen Nachhaltigkeit vorantreiben wollen: Menschenrechte, Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft, Produkte, Wasser und Luft, Biodiversität, Plastik und Meere, Chemikalien, Gesundheit und Sicherheit sowie Faire Löhne.

Für jeden dieser Bereiche, die in Bezug zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen stehen, haben wir mindestens drei konkrete Ziele sowie relevante Kennzahlen festgelegt, mit denen wir den erzielten Fortschritt messen.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie Forever Better hilft uns, das Thema Nachhaltigkeit vollumfänglich in alle unsere Kerngeschäftsfunktionen zu integrieren. Nachhaltigkeitsziele sind zudem Bestandteil der Bonusvereinbarungen eines jeden Mitglieds unseres Leadership-Teams weltweit, vom CEO bis zu den Teamleitungen.

Nachhaltigkeit und die Kommunikation unserer Aktivitäten wurde auch in unsere strategischen Prioritäten integriert.

AUSZEICHNUNGEN UND EHRUNGEN

Für unsere langfristigen Aktivitäten für mehr Nachhaltigkeit wurden wir erneut in zahlreiche Benchmarks und Indizes aufgenommen.

2021 wurden wir weiterhin im FTSE4Good Sustainability Index (Branchenführer) geführt. Zudem erhielten wir die Bewertung Triple A im MSCI ESG Rating sowie die Bewertung ESG Prime von ISS. Die Financial Times zeichnete PUMA als Climate Leader aus.

Erstmals in unserer Unternehmensgeschichte erlangten wir den Status des Climate Leader des CDP (A- und A in der Kategorie Supplier Engagement) und kamen unter die 100 nachhaltigsten Unternehmen weltweit im Index von Corporate Knights.

S&P zeichnete PUMA mit dem Status Industry Mover im Bereich Nachhaltigkeit aus, und Textile Exchange verlieh uns den Status Material Change Index Leader.

Wir wollen auch in Zukunft mit den wichtigsten Benchmarks der Branche zusammenarbeiten und unsere Bewertungen darin noch verbessern, insbesondere in den Bereichen, in denen unsere Performance noch hinter den Branchenführern zurückliegt.





STAKEHOLDER DIALOG

Seit PUMAs erstem Stakeholder-Dialog im Jahr 2003 haben wir 15 Meetings dieser Art als Präsenzveranstaltungen organisiert. 2021 fand erstmals ein virtuelles Treffen statt.

Über 100 Teilnehmer*innen – von Lieferanten, Kund*innen, Investor*innen, Sportvereinen und NGOs über Branchenpartner, Expert*innen auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit bis hin zu Vertreter*innen der Nachwuchsgeneration – sprachen anderthalb Tage lang über Kreislaufwirtschaft und Klimaschutz. Auch unser gesamter Vorstand und ausgewählte Mitglieder des PUMA-Aufsichtsrats nahmen teil. Die Ergebnisse dieser intensiven Gespräche und Diskussionen werden uns bei der Entwicklung einer Strategie und eines Handlungsplans für Kreislaufwirtschaft und Klimaschutz helfen. In einem ersten konkreten Schritt nach dem Meeting wollen wir künftig unsere Produkte auf ihre Eignung für die Kreislaufwirtschaft hin prüfen und eine Richtlinie für zirkuläres Design einführen. Im Rahmen des Meetings wurden zudem der nächste Schwerpunkt für das PUMA Circular Lab und der Bedarf nach vermehrter Kundenkommunikation zum Thema Kreislaufwirtschaft aufgezeigt.

Im Bereich Klimaschutz werden wir den ökologischen Fußabdruck unserer meistverkauften Produkte berechnen. Wir haben unsere Selbstverpflichtung zur Aktualisierung unseres wissenschaftsbasierten Ziels (Science-Based Target, SBT) für CO₂-Emissionen in Richtung 1,5 Grad erneuert und werden unsere Kundenkommunikation zum Klimaschutz ausbauen.

Auch unsere regionalen Dialoge zum Thema verantwortungsvolle Beschaffung haben wir fortgeführt. Auf drei virtuellen Treffen mit unseren Lieferanten in unseren größten Beschaffungsmärkten wurden soziale sowie umwelt- und chemikalienbezogene Themen behandelt.

Auf der UN-Klimakonferenz in Glasgow hatte PUMAs CEO Björn Gulden die Gelegenheit, sich mit Branchenpartnern über die noch ambitionierteren Ziele der Fashion Industry Charter for Climate Action und über den Weg der Modeindustrie zum 1,5-Grad-Ziel auszutauschen.

Unser Stakeholder-Dialog umfasst auch die aktive Mitwirkung an diversen Nachhaltigkeitsinitiativen. 2021 sind wir eine Partnerschaft mit Canopy eingegangen, einer kanadischen Nichtregierungsorganisation (NRO), die sich dem Schutz der Wälder und der Biodiversität verschrieben hat. Zudem haben wir uns dem International Safety Accord angeschlossen, einem Übereinkommen mit internationalen Gewerkschaftsverbänden nach dem Ablauf des Bangladesh Accord on Fire and Building Safety im letzten Jahr. Seit Januar 2022 ist PUMA auch Mitglied von econsense, einem deutschen Partner des World Business Council for Sustainable Development.



↗ G.01 MATRIX UNSERER WICHTIGSTEN PARTNERSCHAFTSINITIATIVEN

Menschenrechte		Chemikalien	Produkte	Klimaschutz	Sicherheit am Arbeitsplatz	Wasser	Menschenrechte	Chemikalien	Produkte	Klimawandel
ILO Better Work (Bangladesch, Kambodscha, Vietnam, Indonesien)	UN Global Compact (Deutschland)	Zero Discharge of Hazardous Chemicals Foundation (ZDHC)	Textile Exchange	Fashion Industry Charter for Climate Action (UNFCCC)	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) [Vietnam, Bangladesch, Kambodscha, Pakistan]	RMG Sustainability Council (Bangladesch)	Zero Discharge of Hazardous Chemicals Foundation (ZDHC)	Fashion Pact	Fashion Pact	Circle Economy
Fair Labor Association (FLA)	Fair Factories Clearinghouse (FFC)	AFIRM Group	Better Cotton Initiative (BCI)	Carbon Disclosure Project (CDP)	World Wildlife Fund (WWF) [China]	ITC-ILO	Sustainable Apparel Coalition (SAC)	Forest Stewardship Council (FSC)	Textiles Exchange	Fair Wage Network (Bangladesch, Kambodscha, Indonesien)
Social and Labor Convergence Program (SLCP)	Amader Kotha (Bangladesch)	Federation of the European Sporting Goods Industry (FESI)	Bluesign® Technologies	Stiftung 2 Grad (Deutschland)	World Resource Institute (WRI) [Mexiko]		Institute of Public and Environmental Affairs (IPE) [China]	Canopy	Microfiber Consortium	Federation of the European Sporting Goods Industry (FESI)
Industry Summit	MicroBenefits (China, Vietnam)	GoBlu	Leather Working Group	International Finance Corporation (IFC) (Bangladesch)						
Better Buying	Bündnis für nachhaltige Textilien (Deutschland)		First Mile und Central St. Martins	Apparel Impact Institute (China, Taiwan, Vietnam)						

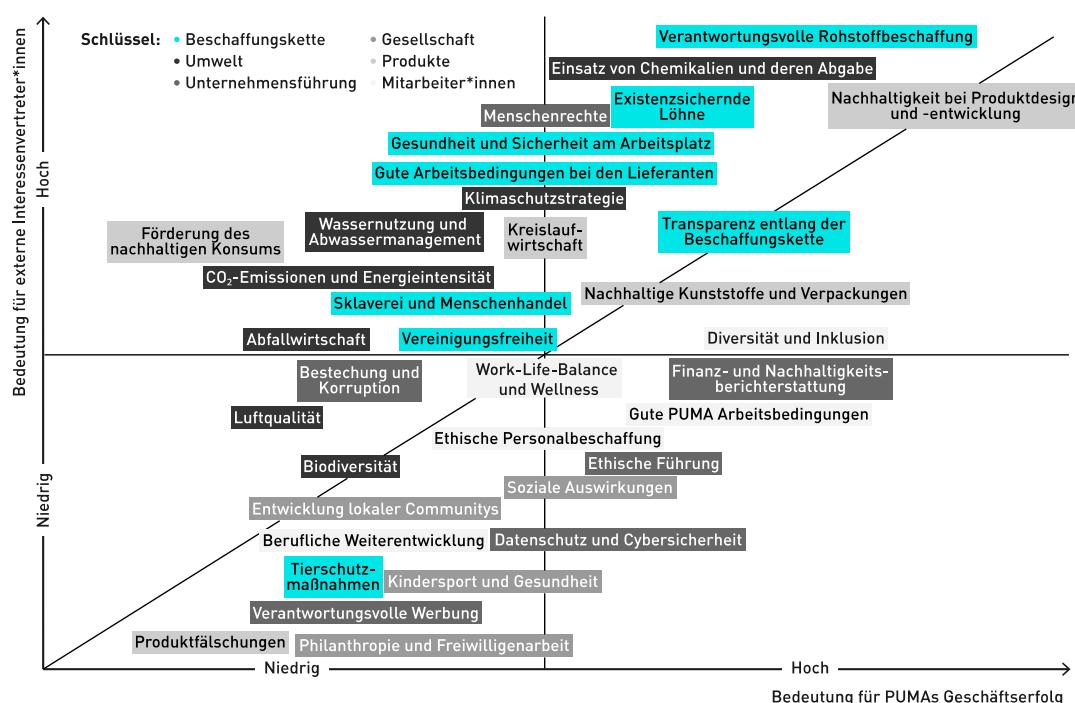
international national

AFIRM: Apparel and Footwear International RSL Management, BCI: Better Cotton Initiative, CDP: Carbon Disclosure Project, FESI: Federation of the European Sporting Industry, FFC: Fair Factories Clearinghouse, FSC: Forest Stewardship Council, FLA: Fair Labor Association, GIZ: Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit, IFC: International Finance Corporation, ILO: International Labour Organization, IPE: Institute of Public and Environmental Affairs, ITC: International Training Center, RMG: Ready Made Garments, SAC: Sustainable Apparel Coalition, SLCP: Social and Labor Convergence Program, UNFCCC: United Nations Framework Convention Climate Change, WRI: World Resource Institute, WWF: World Wide Fund for Nature, ZDHC: Zero Discharge of Hazardous Chemicals Foundation

WESENTLICHE ASPEKTE

Für die aktuelle 10FOR25-Zielperiode haben wir unsere wesentlichen Aspekte größtenteils anhand einer umfassenden Wesentlichkeitsanalyse aus 2018/19, inklusiven Gesprächen mit externen und internen Interessensvertretern sowie den Ergebnissen einer Umfrage und eines Meetings im Rahmen unseres Stakeholder-Dialogs überarbeitet. Das Resultat des Prozesses, der von Business for Social Responsibility (BSR) koordiniert wurde, war die in Graph G.02 dargestellte Materialitätsmatrix. Obwohl das Ziel für Wasser und Luft nicht eigens in der formellen Wesentlichkeitsanalyse identifiziert wurde, haben wir es für die neue Zielperiode übernommen. Angesichts unserer Selbstverpflichtung zum Fashion Pact und der steigenden Bedeutung des Themas Biodiversität haben wir Biodiversität als neues Ziel aufgenommen. Die Ergebnisse unserer Wesentlichkeitsmatrix und deren Übersetzung in unsere 10FOR25-Zielbereiche sind in Graph G.02 zu erkennen.

↗ G.02 WESENTLICHE ASPEKTE



Übersetzung der Ergebnisse unserer Wesentlichkeitsmatrix in unsere 10FOR25-Zielbereiche:

- IDENTIFIZIERUNG DER WICHTIGSTEN THEMEN**
- Verantwortungsvolle Rohstoffbeschaffung
 - Transparenz entlang der Beschaffungskette
 - Gute Arbeitsbedingungen bei den Lieferanten
 - Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
 - Existenzsichernde Löhne
 - Einsatz von Chemikalien und deren Abgabe
 - Klimaschutzstrategie
 - Nachhaltigkeit bei Produktdesign und -entwicklung
 - Nachhaltige Kunststoffe und Verpackungen
 - Kreislaufwirtschaft
 - Menschenrechte
 - Diversität und Inklusion

- 10FOR25-ZIELBEREICHE**
- Produkte
 - Menschenrechte
 - Menschenrechte
 - Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
 - Faire Löhne
 - Chemikalien
 - Klimaschutz
 - Produkte
 - Plastik und Meere
 - Kreislaufwirtschaft
 - Menschenrechte
 - Menschenrechte



G.03 PUMAS NACHHALTIGKEITSZIELE 2025



Menschenrechte
(SDG Nr. 3, 5, 8 und 10*)



Biodiversität
(SDG Nr. 14 und 15*)



Faire Löhne
(SDG Nr. 1, 2 und 10*)



**Gesundheit und
Sicherheit am Arbeitsplatz**
(SDG Nr. 3*)



**PUMA
Nachhaltigkeitsziele**
2025



Chemikalien
(SDG Nr. 3 und 6*)



Kreislaufwirtschaft
(SDG Nr. 9, 12, 14 und 15*)



Wasser und Luft
(SDG Nr. 6, 14 und 15*)



Klima
(SDG Nr. 7 und 13*)



Produkte
(SDG Nr. 12*)



Plastik und Meere
(SDG Nr. 3, 14 und 15*)

* SDG: Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen



PUMAS 10FOR25 SUSTAINABILITY TARGETS PERFORMANCE SUMMARY

T.01 FORTSCHRITT BEIM ERREICHEN UNSERER NACHHALTIGKEITSZIELE 10FOR25

Steht noch aus In Arbeit Auf Kurs Erreicht

Ziel	Ziele für 2025	Fortschritt 2021	Status
Menschenrechte	Ziel 1: Schulungen zum Thema Stärkung von Frauen für 100.000 Mitarbeiter*innen an unseren Standorten und bei Lieferanten	Pilotveranstaltung Train the Trainer Pilotierung zum Hochladen des Videos von Better Work auf die MicroBenefits-Plattform	
	01 Ziel 2: Risikobeurteilung hinsichtlich Menschenrechten bei Subunternehmern und Ebene-2-Lieferanten	Risikobeurteilung bei Ebene-2-Lieferanten abgeschlossen	
	Ziel 3: 25.000 Stunden ehrenamtliche Arbeit weltweit pro Jahr	39.000 Stunden	
Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	Ziel 1: Keine tödlichen Unfälle (PUMA und Lieferanten)	Keine tödlichen Unfälle bei unseren Lieferanten und bei PUMA	
	02 Ziel 2: Unfallrate <0,5 (PUMA und Lieferanten)	Unfallrate bei unseren Lieferanten: 0,3 Unfallrate bei PUMA: 0,4	
	Ziel 3: Gebäudesicherheitsüberprüfungen in allen Hochrisikoländern	Unterzeichnung des International Safety Accord Gebäudesicherheitsüberprüfungen in Bangladesch, Indien und Pakistan	



Ziel	Ziele für 2025	Fortschritt 2021	Status
03 Chemikalien	Ziel 1: Gewährleisten der sicheren Verwendung aller unserer Produkte	Keine Produkt-Rückrufe	
	Ziel 2: Erhalt der RSL-Erfüllungsquote über 90% (Ziel seit 2020 geändert)	RSL-Erfüllungsquote: 98,4%	
	Ziel 3: Reduzierung des Einsatzes organischer Lösungsmittel auf unter 10 g/Paar	VOC-Index: 13,6 g/Paar	
04 Wasser und Luft	Ziel 1: 90% Einhaltung der ZDHC-Abwasserrichtlinie	93,2% Einhaltung (auf Parameterebene)	
	Ziel 2: 90% Einhaltung der ZDHC-Richtlinie für Luftemissionen	Einhaltung lokaler Vorgaben durch unsere Lieferanten der Ebene 1 und 2	
05 Klimaschutz	Ziel 3: 15% weniger Wasserverbrauch pro Paar oder Stück als im Vergleichsjahr 2020	Textilien: -4% Leder: -11% Bekleidung: -8% Schuhe: -21%	
			 Stufe 1 und 2
	Ziel 1: Ausrichtung unseres Ziels am 1,5-Grad-Ziel	Selbstverpflichtung zur aktualisierten Fashion Industry Charter on Climate Action	 Stufe 3
	Ziel 2: 100% Strom aus erneuerbaren Quellen an unseren Standorten	100% Strom aus erneuerbaren Quellen an unseren Standorten (inklusive RECs)	
	Ziel 3: 25% Energie aus erneuerbaren Quellen bei Kernlieferanten	Bei Lieferanten der Ebene 1 (PUMA-Produkte): 5% Bei Lieferanten der Ebene 2 (Materialien): 5% (inklusive RECs)	



Ziel	Ziele für 2025	Fortschritt 2021	Status
 06 Plastik und Meere	Ziel 1: Eliminierung von Plastiktüten aus unseren Stores	50% weniger Plastiktüten gegenüber 2020 (189 Tonnen)	
	Ziel 2: Förderung der wissenschaftlichen Forschung zum Thema Mikrofasern	Kooperation mit TMC für die Roadmap 2030, Entwicklung von Richtlinien zu Abwasser und biologischer Abbaubarkeit; Durchführung von 17 Abriebtests	
	Ziel 3: Forschung auf dem Gebiet der biologisch abbaubaren Plastikalternativen für unsere Produkte	Launch des RE:SUEDE zum Prüfen der biologischen Abbaubarkeit	
 07 Kreislaufwirtschaft	Ziel 1: Produkt-Rücknahmeprogramme in allen unseren Hauptmärkten	Pilotierung Produkt-Rücknahmeprogramm ; in Hongkong läuft das Programm seit 2019	
	Ziel 2: Reduzierung von Produktionsabfall auf Deponien um mindestens 50% gegenüber 2020	Abfall auf Deponien pro Paar Schuhe: -19% Abfall auf Deponien pro Stück Textilie: -9%	
	Ziel 3: Entwicklung von recycelten Materialalternativen zu Baumwolle, Leder und Gummi	Verwendung von recycelter Baumwolle und recyceltem Leder in der Kollektion RE.GEN	
 08 Produkte	Ziel 1: 100% Baumwolle, Polyester, Leder und Daunen aus zertifizierten Quellen	Baumwolle: 99% Polyester: 80% Leder: 99,9% Daunen: 100%	
	Ziel 2: Steigerung des Anteils an recyceltem Polyester auf 75% (Textilien und Accessoires)	48% recycelter Polyester für Textilien und Accessoires	
	Ziel 3: Klassifizierung von 90% der Textilien und Accessoires als nachhaltigere Produkte Mindestens eine nachhaltigere Komponente in 90% aller Schuhe	Textilien: 67% aller Styles Accessoires: 30% aller Styles Schuhe: 52% aller Styles	



Ziel	Ziele für 2025	Fortschritt 2021	Status
09 Faire Löhne	Ziel 1: Untersuchungen bezüglich fairer Löhne in den fünf größten Beschaffungsmärkten	3 von 5 (Bangladesch, Kambodscha, Indonesien)	
	Ziel 2: Rechtskräftige und frei gewählte Arbeiter*innenvertretungen bei allen Kernlieferanten	35,4% Kernfabriken der Ebene 1	
	Ziel 3: Sicherstellen von Lohnzahlungen per Banküberweisung für alle Kernlieferanten	96,7% Kernlieferanten der Ebene 1 und 2 nutzen digitale Zahlungen	
10 Biodiversität	Ziel 1: Förderung der Entwicklung eines SBT für Biodiversität	Noch nicht begonnen	
	Ziel 2: 100% Baumwolle, Leder und Viskose aus zertifizierten Quellen	Baumwolle: 99% Leder: 99,9% Viskosefasern: 38%	
	Ziel 3: Keine Verwendung von Leder und Häuten exotischer Tiere	Veröffentlichung der neuen Tierschutzrichtlinie	

TMC: The Microfiber Consortium, REC: Renewable Energy Attribute Certificates (Grünstrom-Herkunftsachweise), RSL: Restricted Substances List (Produkt-Schadstoffliste), SBT: Science-Based Target (Ziel basierend auf wissenschaftlichen Erkenntnissen), Ebene 1: Hersteller von gefertigten Produkten, Ebene 2: Hersteller von Materialien und Komponenten, VOC: Volatile Organic Compound (flüchtige organische Verbindung), ZDHC: Zero Discharge of Hazardous Chemicals Foundation



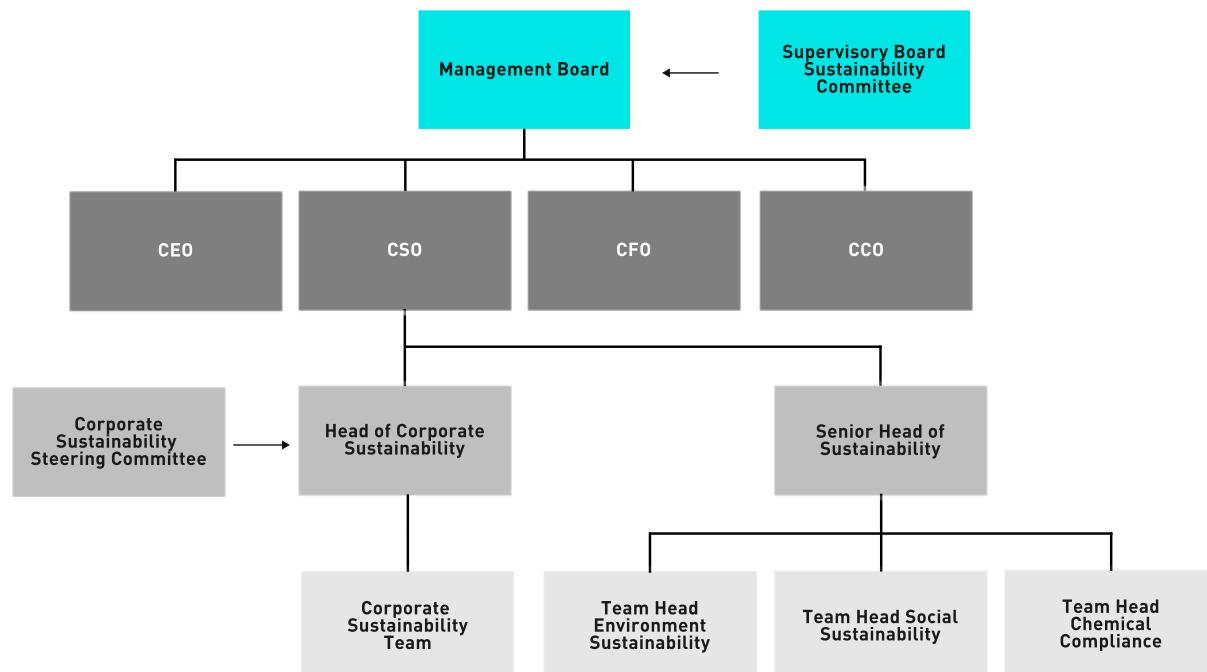
NACHHALTIGKEITSORGANISATION UND FÜHRUNGSSTRUKTUR

Die Struktur und Verwaltung von PUMAs Nachhaltigkeitsorganisation ergibt sich wie folgt:

- Auf Aufsichtsratsebene: über das Sustainability Committee
 - Eines der Meetings umfasste eine Schulung zu Nachhaltigkeitsthemen und zu PUMAs Nachhaltigkeitsstrategie 10FOR25 für den gesamten Aufsichtsrat.
- Auf Vorstandsebene: über den Chief Sourcing Officer, der über die entsprechenden Kompetenzen für Nachhaltigkeitsthemen verfügt
 - 2021 fanden zahlreiche Vorstandstreffen zu konkreten Nachhaltigkeits-Updates statt, so zum Beispiel zum Fortschritt beim Erreichen der Nachhaltigkeitsziele und zu nachhaltigeren Produktinitiativen.
 - Der gesamte PUMA-Vorstand nahm an unserem Stakeholder-Dialog Meeting mit Fokus auf Kreislaufwirtschaft und Klimaschutz teil.
 - Ein Mal pro Monat kommt unser Chief Sourcing Officer mit den Sustainability Leads für Nachhaltigkeitsthemen im Unternehmen und entlang PUMAs Beschaffungskette zusammen. Bei diesen Meetings geht es unter anderem um Menschenrechte, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, Chemikalienprogramme und um Klimaschutz- und Wasserprojekte entlang unserer Beschaffungskette.
- Auf Funktionsleiterebene: über das Executive Sustainability Committee
 - Das Executive Sustainability Committee setzt sich zusammen aus PUMAs Funktionsleitern (Global Directors for Retail, Logistic, Legal Affairs usw.). 2021 hielten die Mitglieder zwei Meetings ab und verabschiedeten unter anderem die Ziele für die Nachhaltigkeits-Boni.
- Auf Produktebene: über Cross-Functional Business Unit Calls (monatliche Updates zu PUMAs Strategie für nachhaltigere Produkte und deren Umsetzung)
- Auf Ebene der Tochtergesellschaften: über die Sustainability Leads der jeweiligen PUMA-Tochtergesellschaften (vierteljährliche Updates zu PUMAs Nachhaltigkeitsstrategie und deren Umsetzung sowie zu Best Practices einzelner Tochtergesellschaften)
- Auf Ebene der Nachhaltigkeitsexpert*innen: jeweils über eine Nachhaltigkeitsabteilung für das Unternehmen und für die Beschaffungskette sowie die Nachhaltigkeitsfunktion in der Strategieabteilung.

Bei PUMA erhalten alle Führungskräfte – vom CEO bis zu den Teamleitungen – klar definierte Nachhaltigkeitsziele im Rahmen ihrer jährlichen Performance-Boni. Diese Ziele sind an PUMAs Nachhaltigkeitsstrategie Forever Better ausgerichtet und adressieren die 10FOR25-Zielbereiche Menschenrechte, Klimaschutz, Plastik und Meere sowie Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz. Sie machen jeweils 5% des Gesamtbonus aus.

↗ G.04 PUMAS NACHHALTIGKEITSORGANISATION 2021



UMFANG DER DATENERHEBUNG

Die Daten in diesem Bericht beziehen sich auf die PUMA Group. Getrennte Berichte für die PUMA SE und die PUMA Group haben wir lediglich in den Abschnitten „Governance“ und „Unsere Mitarbeiter*innen“ aufgeführt. Aus unserer Wesentlichkeitsanalyse und unserer ökologischen Gewinn- und Verlustrechnung (EP&L) wissen wir, dass die Material- und Komponentenproduktion viel größere Auswirkungen auf unser Umfeld hat als die Konfektionierung unserer Produkte. Daher erfassen wir nun auch Daten unserer wichtigsten Teile- und Materialzulieferer bei der Datenerhebung. In unseren materialbezogenen Daten sind keine Daten zu den von Stichd und für Produkte von Cobra Golf verwendeten Materialien enthalten, da die Beschaffung in diesen Unternehmen eigenständig erfolgt. In unsere Daten zur Social Compliance werden die Fabriken von Stichd und Cobra Golf jedoch einbezogen.

DATENQUELLEN

Um ein hohes Maß an Transparenz zu erreichen und sicherzustellen, dass unsere Branchenpartner Zugriff auf Umwelt- und Sozialkennzahlen haben, nutzen wir die folgenden externen Datenbanken, die größtenteils öffentlich zugänglich sind:

- das Fair Factories Clearinghouse: Austausch von Compliance-Audit-Daten mit anderen Marken
- die Abwasserdaten-Plattform von Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC): Daten zu Abwasserkontrollen bei Lieferanten (ClearStream-Berichte)
- das Chemicals Gateway der ZDHC: Daten zum sicheren Einsatz von Chemikalien
- die chinesische Nichtregierungsorganisation IPE: Veröffentlichung von Umweltkennzahlen unserer Lieferanten
- die Green Supply Chain Map von IPE: Umweltkennzahlen einiger unserer Kernlieferanten in China <http://www.ipe.org.cn/GreenSupplyChain/Main.html>
- die Higg Index Platform der Sustainable Apparel Coalition <https://apparelcoalition.org/the-higg-index/>



Des Weiteren erfassen wir mit unserem Instrument für die Erfassung von Kennzahlen zur Nachhaltigkeit auch Sozial- und Umweltkennzahlen unserer eigenen bzw. der von uns betriebenen Standorte sowie der Kernlieferanten, die unsere Produkte herstellen.

DUE DILIGENCE UND RISIKOBEURTEILUNGEN

Wir führen ein regelmäßiges Risikomonitoring in Bezug auf Menschenrechte, arbeitsrechtliche Themen, Umwelt und Integrität (siehe Tabelle) für unsere eigenen Aktivitäten und die Lieferanten entlang unserer Beschaffungskette durch. Dabei halten wir uns an die Vorgaben der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und der [Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains in the Garment and Footwear Sector](#) der OECD sowie an weitere einschlägige Standards für verantwortungsvolle Geschäftsführung. Über unsere Richtlinien, unsere Schulungen und unser Managementsystem stellen wir verantwortungsvolle Geschäftsführung sicher, identifizieren, eliminieren bzw. vermeiden oder reduzieren tatsächliche und potentielle Risiken in unseren Aktivitäten und entlang unserer Beschaffungskette, halten die Kommunikation mit wichtigen Stakeholdern aufrecht und sorgen für oder beteiligen uns bei Bedarf an Abhilfemaßnahmen.

Risiken in Bezug auf Menschenrechte und arbeitsrechtliche Themen	Risiken in Bezug auf die Umwelt	Risiken in Bezug auf die Integrität
Kinderarbeit	Gefährliche Chemikalien	Bestechung und Korruption
Diskriminierung	Wasserverbrauch	
Zwangsarbeit	Wasserverschmutzung	
Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz (z. B. Unfälle und Erkrankungen der Arbeiter*innen)	CO ₂ -Emissionen	
Verstöße gegen die Koalitionsfreiheit und das Recht auf Tarifverhandlungen		
Verstoß gegen Mindestlohngesetze		
Löhne decken die grundlegenden Bedürfnisse der Arbeiter*innen und ihrer Familien nicht ab		

Due Diligence bezeichnet einen fortlaufenden Prozess zur Identifizierung, Reduzierung und Vermeidung bestehender und potentieller negativer Auswirkungen (Kinderarbeit, Diskriminierung, gefährliche Chemikalien usw.) und zum Nachweis des Umgangs damit.

Aufgrund der COVID-19-Pandemie, möglicher zukünftiger Krisen und der Umsetzung unserer Richtlinien empfehlen wir unseren Lieferanten, eine eigene Due Diligence durchzuführen, falls nötig auch virtuell.

Folgende Daten beziehen wir in unsere Bewertungen der potentiellen Risiken für die Arbeiter*innen mit ein (Risiken in Bezug auf Menschenrechte und arbeitsrechtliche Themen sowie auf die Umwelt):

- Externe Quellen: Berichte von Nichtregierungsorganisationen, Medien, Länderindizes, nationale Regulierungen, PUMA-Partnerschaften (FLA, BW, Fashion Charter, ZDHC, AFIRM usw.) und unser Stakeholder-Dialog.
- Interne Quellen: Erkenntnisse aus unseren Sozial-, Chemikalien- und Umweltaudits/Datenanalysen und Beschwerden der Arbeiter*innen aus den einzelnen Ländern, Risikobeurteilungen unserer Beschaffungskette, Anzahl der Fabriken in Hochrisikoländern, pro Produkt, inklusive Nicht-Kernlieferanten, Lieferanten der Ebene 3 und 4 und Rohstoffgewinnung.



Die **Priorisierung** der Risiken erfolgt in Abhängigkeit

- der Schwere: Ausmaß (der Auswirkungen), Tragweite (Anzahl der Menschen, die beeinträchtigt sind bzw. werden) und Unabänderlichkeit sowie
- der Eintrittswahrscheinlichkeit in der jeweiligen Betriebsumgebung: Konfliktregion, schwache Unternehmensführung, Diskrepanz zwischen lokaler Praxis und internationalen Standards.

Unsere **Gegenmaßnahmen** umfassen ein Monitoring-Programm für Fabriken, Beschwerdesysteme, Beurteilungsparameter/Score Cards für Lieferanten, Geschäftsintegration, Zielsetzung sowie internes und externes Reporting. Die Wirksamkeit unserer Maßnahmen messen wir anhand des erzielten Fortschritts und der Einhaltung unserer Richtlinien.

Unsere **Richtlinien** veröffentlichen wir auf unserer Website. Unsere **Monitoring-Programme und -Standards für Fabriken** sind in unseren Leitfäden für soziale Themen, Umweltthemen, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz bzw. für Chemikalien festgelegt. [PUMAs Nachhaltigkeitsleitfaden und Verhaltenskodex](#)

Zudem nutzen wir Daten aus ELEVATE (EiQ), einem umfassenden Analysetool für Beschaffungsketten,

- für Risikobeurteilungen entlang unserer Beschaffungskette nach Region, Produkt und Problemstellung.
- für Risikobeurteilungen von Lieferanten, Fabriken und Standorten.
- für das Management von Risiken, die für die jeweiligen Lieferanten, Fabriken und Standorte als wesentlich eingestuft werden.

Unsere 10FOR25-Ziele stehen zudem in direktem Zusammenhang mit den vier wesentlichen nachhaltigkeitsbezogenen Risiken, die wir im Rahmen unserer Due Diligence identifiziert haben:

- A. potenzielle Menschenrechtsverletzungen oder Vorfälle in Verbindung mit Menschenrechten entlang unserer Beschaffungskette (Ebene 1 und 2*).
- B. potenzielle Umweltverschmutzung entlang unserer Beschaffungskette (Ebene 1 oder 2).
- C. potenzielle Verstöße gegen Chemikalienverordnungen in der Produktion (Ebene 1 oder 2).
- D. negative Auswirkungen des Klimawandels.

Im Kapitel „Risikomanagement“ ist PUMAs Risikomanagement im Einzelnen erläutert. Für den Berichtszeitraum wurden keine berichtspflichtigen Nettorisiken im Sinne des § 315c i. V. m. § 289c Abs. 3 Nr. 3 und 3 HGB identifiziert.

* Ebene-1-Hersteller von PUMA-Produkten; Ebene-2-Hersteller von Materialien und Komponenten



VERIFIZIERTE WERTUNG FÜR PUMA IM BRAND AND RETAILER MODULE 2020

Im Rahmen unserer Risikobeurteilungen und des brancheninternen Benchmarkings nutzen wir das Modul Brand and Retailer der Sustainable Apparel Coalition (Higg BRM), das Marken und Einzelhändlern Hilfestellungen auf ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit gibt und dabei Schwachstellen und Verbesserungspotenzial für ihre globale Wertschöpfungskette aufzeigt.

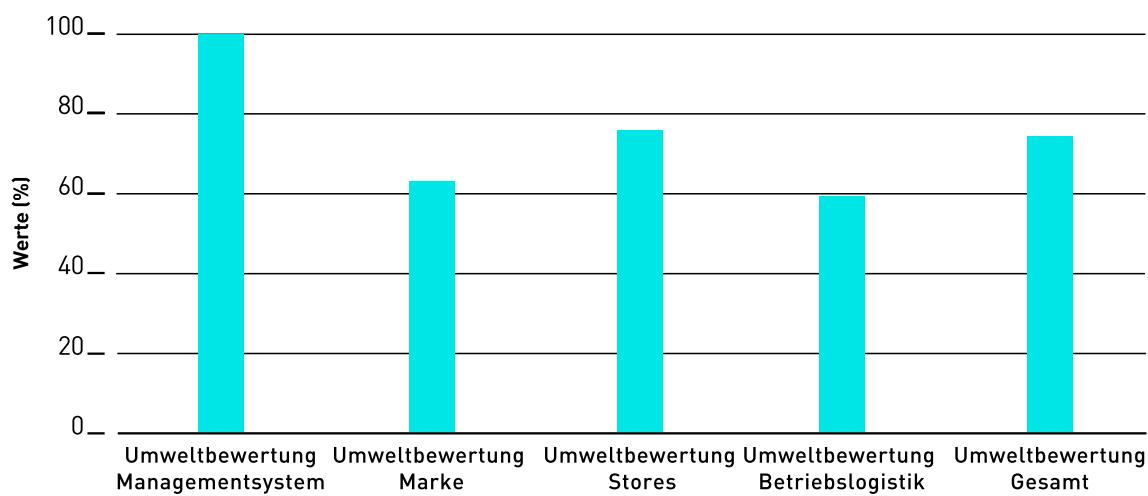
Von der Beschaffung nachhaltigerer Materialien bis hin zum Ende des Produktlebenszyklus bewertet das Higg BRM die nachfolgend aufgeführten Phasen im Lebenszyklus auf Nachhaltigkeit:

- Managementsystem
- Produkt
- Beschaffungskette
- Verpackungen
- Nutzung und Lebensende
- Einzelhandel
- Büros
- Transport
- Distributionszentren

2021 haben wir erstmals eine akkreditierte externe Prüfstelle damit beauftragt, unsere Wertung nach dem Higg BRM anhand unserer Higg-Daten für 2020 zu prüfen. Die Ergebnisse dieser ersten verifizierten BRM-Wertung sind in Grafik G.05 dargestellt. In der Gesamtbewertung liegen wir deutlich über dem Branchendurchschnitt, haben jedoch auch einige Bereiche – wie unsere Logistik – identifiziert, auf die wir unser Augenmerk vermehrt lenken müssen.

G.05 PUMAS BRM-UMWELTBEWERTUNG

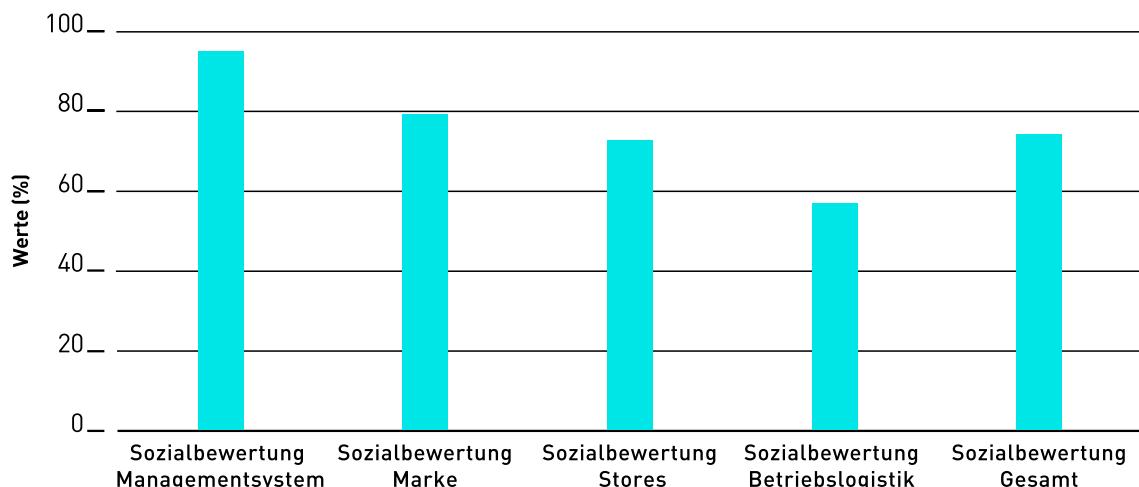
PUMAs verifizierte BRM-Umweltbewertung 2020: 74,3%





↗ G.06 PUMAS VERIFIZIERTE BRM-SOZIALBEWERTUNG

PUMAs verifizierte BRM-Sozialbewertung 2020: 76,4%



↗ AMINA RAZVI, EXECUTIVE DIRECTOR DER SUSTAINABLE APPAREL COALITION:

PUMA ist seit zehn Jahren aktives Mitglied der Sustainable Apparel Coalition (SAC) und hat sich auch für die Zukunft verpflichtet, als bedachter Partner daran mitzuwirken, Veränderungen herbeizuführen und den positiven Wandel voranzutreiben. Seit seinem Beitritt zur SAC nutzt PUMA unsere Higg-Index-Tools für seine Geschäftsprozesse und beweist dadurch das Maß an Leadership, das für den Klimaschutz und für die soziale Gerechtigkeit in unserer Branche erforderlich ist. PUMA setzt das Higg Facility Environmental Module (FEM) bei seinen strategischen Lieferanten ein. Auch das Higg Brand and Retailer Module (BRM) hat das Unternehmen übernommen und gehörte 2021 zu den ersten Marken, die eine externe Verifizierung ihrer Wertungen beauftragt haben. PUMA war auch unter den ersten, die einen Pilottest eines auf dem Higg Material Sustainability Index (MSI) basierten ökologischen Produktlabels durchgeführt haben. Die SAC ist stolz auf PUMAs Erfolge und seine Vorreiterrolle in der Branche und freut sich darauf, das Unternehmen auch weiterhin auf seinem Weg in eine inklusive, gleichberechtigte und nachhaltige Zukunft für die Menschen und unseren Planeten zu begleiten.



SOZIALE ASPEKTE

Zu unseren Highlights 2021 gehörten:

- im vierten Jahr in Folge keine tödlichen Unfälle bei PUMA und unseren direkten Lieferanten
- unsere über die mobile App durchgeführte Umfrage zur Zufriedenheit mit dem Management, an der 13.557 Arbeiter*innen aus acht Ländern teilnahmen, sowie die Aktivitäten zur Förderung der Hotline, die an 34.009 Arbeiter*innen gerichtet werden; 223 Fälle über die PUMA Hotline, eine Steigerung um 121% gegenüber 2020 (101 Fälle), von denen 99,6% geklärt wurden; 3.132 Fälle über Drittplattformen, eine Steigerung um 207% gegenüber 2020 (1.021 Fälle)
- die schnellere Umsetzung branchenweiter Instrumente zur Compliance-Audits sowie die Steigerung der Verwendung von externen Compliance-Audits von 54% auf 59%
- die Fertigstellung von 508 Prüfberichten von 477 Lieferanten trotz Reisebeschränkungen und teilweisen Lockdowns
- die engere Zusammenarbeit mit Lieferanten dank offener Gespräche inklusive jährlicher Befragungen zu COVID-19 und regelmäßiger Webinars
- das Benchmark der Lohnniveaus bei 46 Kernlieferanten der Ebene 1 über das Fair Compensation Dashboard der Fair Labor Association in Anlehnung an Ansätze gegen Lohndifferenzen

MENSCHENRECHTE

Bezieht sich auf die Ziele Nr. 3, 5, 8 und 10 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen



Zielbeschreibung:

- Schulungen zum Thema Stärkung von Frauen für 100.000 Mitarbeiter*innen an eigenen Standorten und bei Lieferanten
- Risikobeurteilung bei Subunternehmern und Ebene-2-Lieferanten
- 25.000 Stunden ehrenamtliche Arbeit weltweit pro Jahr

Relevante Kennzahlen:

- Anteil der geklärten Beschwerden von Mitarbeiter*innen
- Anzahl der Fabriken mit A, B+, B-, C oder D-Rating
- Anzahl der Ebene-2-Lieferanten und Subunternehmer, bei denen Risikobeurteilungen durchgeführt werden
- Anzahl der zum Jahresende offenen Null-Toleranz-Themen
- Anzahl der gemeinnützigen Arbeitsstunden unserer Mitarbeiter*innen (auch relevant für das Kapitel „Unsere Mitarbeiter*innen“)
- Anzahl der zum Thema Stärkung von Frauen geschulten Mitarbeiter*innen

PUMAs Nachhaltigkeitsrichtlinien sind an der Menschenrechtserklärung und den Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen sowie an den Kernarbeitsnormen der International Labour Organization (ILO) und den zehn Prinzipien des UN Global Compact ausgerichtet. Die Einhaltung der Menschenrechte ist seit 1993 fester Bestandteil unseres Verhaltenskodex und steuert seitdem unser Geschäftsgebaren. PUMA hat seit Jahren seine menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten durch ein



kontinuierliches und rigoroses Monitoring seiner Lieferanten weltweit (inklusive Vietnam, Bangladesch und China) als gängige Praxis umgesetzt.

Auch 2021 stand noch deutlich im Zeichen der Coronapandemie, wenngleich mit unterschiedlichen Auswirkungen in den einzelnen Märkten. Wir haben unseren Schwerpunkt weiterhin auf die nachfolgend erläuterten Maßnahmen gelegt, um sowohl die Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferanten als auch die Anstellung und das Einkommen der Mitarbeiter*innen zu sichern.

1. Auftrags- und Produktionsmanagement

- Begrenzung der Auftragsstornierungen auf ein Minimum; 2021 wurden 0,40% der Aufträge storniert
- die Produktion für die stornierten Aufträge war noch nicht angelaufen; wir haben die Rohmaterialkosten übernommen
- Vereinbarungen über Auftragsverzögerungen/-aufschübe mit unseren Kunden während der schwierigen Lockdown-Phase
- Über unseren Dialog mit Lieferanten konnten wir die Auftragsvergabe anpassen, um mehr Flexibilität entlang der Beschaffungskette zu gewährleisten, und haben daher unsere Produktionsanlaufzeiten nicht in dem Umfang von 2020 ausgeweitet

2. Finanzierung und Zahlung

- Während das absolute Finanzierungsvolumen unseres Forever Better Vendor Financing Program gegenüber dem Vorjahr um 10% auf € 535 Millionen gestiegen ist, sank die Finanzierungsquote (financed ratio) (= Finanzierungsvolumen zu Rechnungsvolumen) aufgrund des gestiegenen Jahresrechnungsvolumens von 28% auf 24%
- stabile Zahlungsfristen für unsere Lieferanten
- vollumfängliche und fristgerechte Zahlung aller Aufträge
- keine Vertragsstrafen bei Lieferverzögerungen

3. Unterstützung und Monitoring

Während der Lockdowns standen wir in engem Austausch mit unseren Lieferanten und haben ihnen umfassende Unterstützung bei rechtlichen Entscheidungen, Hilfestellungen der lokalen Behörden und von Better Work sowie Informationen zu Good Practices anderer Lieferanten zur Verfügung gestellt.

Im Rahmen unserer Befragung erfuhren wir von Beeinträchtigungen der Löhne der Arbeiter*innen bei 36% der Fabriken in Vietnam und 7% in der Türkei. Bei diesen Lieferanten haben wir dann sichergestellt, dass die Löhne gemäß den jeweiligen gesetzlichen Verordnungen gezahlt wurden. Unser Team in Vietnam hat den Lieferanten umfassende Hilfestellungen bei der Wiedereröffnung und beim Monitoring der Coronasituation während der Lockdowns zukommen lassen.

Weltweit sank die Anzahl der Kündigungen von Arbeitern*innen von 1% im Jahr 2020 auf 0,05%. In jedem der Fälle wurde eine Abfindung gezahlt.

➤ T.02 AUFTAGSSTORNIERUNGEN WEGEN COVID-19

Stornierungen (%)	Schuhe	Textilien	Accessoires	Gesamt
2020 gesamt	0,43%	0,34%	0,10%	0,35%
2021 gesamt	0,84%	0,09%	0,01%	0,40%



RICHTLINIE FÜR VERANTWORTUNGSVOLLE BESCHAFFUNG

Als verantwortungsbewusster Geschäftspartner unserer Lieferanten sind wir uns der Auswirkungen unserer Geschäftsaktivitäten wie auch unserer Handelsbedingungen und -konditionen auf die Organisation unserer Zulieferfabriken bewusst. PUMAs Richtlinie für verantwortungsvolle Beschaffung zielt darauf ab, potenzielle negative Auswirkungen zu reduzieren.

PUMAs Richtlinie für verantwortungsvolle Beschaffung wurde 2019 als Rahmen für die Entscheidungsfindung und zur Wahrung der Kontinuität mit Hilfe von Grundsätzen entwickelt:

- i. Alle Lieferanten, mit denen PUMA arbeitet, haben eine Produktionsvereinbarung unterzeichnet.
- ii. Zahlungen an Lieferanten erfolgen rechtzeitig und vollständig. Nur in gesetzlich zulässigen Fällen werden Abzüge gemacht oder Geldstrafen auferlegt.
- iii. Der Preis pro Produkt umfasst angemessene Lohnkosten wie Zuschläge für Überstunden sowie Abdeckung durch Sozialversicherung.
- iv. Die Lieferanten melden ihre verfügbaren Produktionskapazitäten auf der Basis von Standardarbeitswochen gemäß den Gesetzen des jeweiligen Produktionslandes.
- v. Saisonale Produktionspläne werden unter Berücksichtigung der mit dem Lieferanten vereinbarten Kapazitäten zugeteilt.
- vi. Angemessene Produktionsanlaufzeiten werden sichergestellt.
- vii. Die Lieferanten vergeben die Produktion nicht ohne Genehmigung PUMAs an Subunternehmer. Subunternehmer verpflichten sich zur Einhaltung von PUMAs Verhaltenskodex.

Im vergangenen Jahr nahmen insgesamt 143 PUMA-Mitarbeiter*innen aus den Bereichen Entwicklung, Beschaffung und Produktion an Schulungen zur verantwortungsvollen Beschaffung teil; zudem wurden 1.145 Teilnehmer*innen bei unseren Lieferanten in (virtuellen) Webinars über das Thema informiert. In Anlehnung an die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte wurde die Verbindung zwischen Einkaufspraxis, den potenziellen Auswirkungen auf die Arbeitsbedingungen und potenzieller Menschenrechtsverletzungen erläutert.

2022 werden wir unsere strategischen Lieferanten der Ebene 1 zur Teilnahme an der Befragung von Better Buying (Feedback zum Status der Umsetzung von PUMAs Maßnahmen für verantwortungsvolle Beschaffung) und an weiteren Schulungen sowie zur Besprechung der Ergebnisse mit dem Einkaufsteam anhalten.

PUMAS FOREVER BETTER VENDOR FINANCING PROGRAM

Über unser Forever Better Vendor Financing Program bieten wir unseren Lieferanten, die bei den Sozial- und Umweltaudits gut abschneiden, niedrigere Zinssätze.

Seit 2016 ermöglicht dieses Programm Lieferanten mit guten und sehr guten Erfüllungsquoten, von PUMAs Kreditwürdigkeit und Vorzugszinsraten zu profitieren.

Die Umsetzung erfolgt in Kooperation mit IFC, BNP Paribas, HSBC und der Standard Chartered Bank.

Bis Ende 2021 hatten sich 62 Lieferanten als registrierte Nutzer angemeldet (Ende 2020: 57); das finanzierte Volumen betrug im vergangenen Jahr € 534 Millionen (€ 47 Millionen mehr als 2020).



RISIKOBEURTEILUNGEN IN BEZUG AUF DIE EINHALTUNG VON MENSCHENRECHTEN

In den Vorjahren haben wir Risikobeurteilungen in Bezug auf die Einhaltung von Menschenrechten an unseren Standorten und entlang der Beschaffungskette durchgeführt und die Ergebnisse in unserem Geschäftsbericht 2016 und 2017 veröffentlicht. 2021 haben wir erneut eine Risikobeurteilung beauftragt und durchgeführt. Der Schwerpunkt lag diesmal auf dem Umgang mit dem Risiko der Zwangsarbeit entlang unserer Beschaffungskette. Zu den größten Gefährdungen im Bereich Menschenrechte zählen Zwangsarbeit und Ausbeutung entlang unserer Beschaffungskette sowie Kinderarbeit in den landwirtschaftlichen Betrieben.

ÜBERARBEITUNG DES UMGANGS MIT ZWANGSARBEIT ENTLANG UNSERER BESCHAFFUNGSKETTE

Im vergangenen Jahr haben wir mit Unterstützung der Serviceagentur für Beschaffungsketten ELEVATE eine Bewertung des Ansatzes für unsere Risikobeurteilungen in Bezug auf die Einhaltung von Menschenrechten mit Schwerpunkt Zwangsarbeit durchgeführt. Die Bewertungsparameter basierten auf den Vorgaben der UN-Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte und legen den Fokus insbesondere auf das Risiko der Zwangsarbeit, die 1930 von der ILO Forced Labour Convention (Nr. 29) wie folgt definiert wurde: *Tätigkeiten, zu denen Menschen unter Androhung einer Strafe gegen ihren Willen gezwungen werden*. Für die Bewertung wendete ELEVATE zudem die elf Indikatoren für Zwangsarbeit der ILO an.

Selbstverpflichtung zu den Richtlinien und Umsetzung

Aufgrund der Prüfung hat ELEVATE PUMA ein hohes Maß an Selbstverpflichtung zu den Richtlinien und zur internen Anpassung bescheinigt und empfohlen, ausdrückliche Verweise auf die ILO Forced Labour Convention und auf alle elf Indikatoren für Zwangsarbeit in unsere bestehenden Richtlinien in Bezug auf Menschenrechte aufzunehmen. Aktuell arbeiten wir an der Gestaltung von Richtlinien (für die Wahrung der Menschenrechte), die diese Empfehlungen widerspiegeln. Zudem haben wir mit der Entwicklung eines E-Learnings zum Thema Menschenrechte begonnen, mit dem wir unseren internen Teams Leitlinien für die Risikominderung an die Hand geben. Für 2022 planen wir die Veröffentlichung dieser Richtlinien und die Durchführung der Schulungen bei unseren Lieferanten.

Abläufe und Prozesse im Rahmen der Due Diligence in Verbindung mit Zwangsarbeit

Anhand der Empfehlungen von ELEVATE haben wir unsere Risikobeurteilungen für unsere Beschaffungskette überarbeitet und in diesem Bericht veröffentlicht. Sie umfassen nun sowohl das Gefährdungspotenzial als auch geschäftsbezogene Erkenntnisse, die uns eine Priorisierung unserer Lieferanten ermöglichen.

Wir haben die Bewertung der Schwere in den Auditergebnissen in Bezug auf Hinweise auf Zwangsarbeit geprüft und werden anhand der Erkenntnisse unseren Eskalationsprozess und unsere priorisierten Untersuchungen sowie unsere Abhilfeprozesse verschärfen. Auch unseren Leitfaden zu sozialen Themen haben wir angepasst und unsere Lieferanten und unser Einkaufsteam entsprechend geschult.

Seit Ende 2021 nutzen wir zudem Daten aus ELEVATE (EiQ), einem umfassenden Analysetool für Beschaffungsketten,

- für Risikobeurteilungen entlang unserer Beschaffungskette nach Region, Produkt und Thema
- für Risikobeurteilungen bei Lieferanten, Fabriken und Standorte
- für das Management von Risiken, die für die jeweiligen Lieferanten, Fabriken und Standorte als wesentlich eingestuft werden

In unseren aktualisierten Leitfäden halten wir unsere Lieferanten zur Durchführung einer Due Diligence an. Unsere Lieferantenschulungen in diesem Bereich werden wir über die Plattform des ILO-ITC bereitstellen.



Mit dem Ziel, noch mehr Transparenz zu gewährleisten, veröffentlichen wir die häufigsten Auditergebnisse sowie Informationen zu Schulungen, Beschwerden und Abhilfemaßnahmen in Form von ergebnisorientierten Kennzahlen, die uns helfen, die Wirksamkeit unserer Lieferantenprogramme zu messen.

Während die PUMA Hotline auch zivilgesellschaftlichen Organisationen und externen Stakeholdern zur Verfügung steht, wollen wir unsere Methoden zur Einbindung unserer Stakeholder, insbesondere diejenigen in zivilgesellschaftlichen Organisationen, die sich für vulnerable Gruppen wie Frauen, Kinder oder Wanderarbeiter*innen stark machen, überarbeiten.

Stakeholder Konsultationen

Wir werden unsere aktualisierten Leitfäden übersetzen und unsere Videos für Lieferanten in mehreren Sprachen bereitstellen.

Zudem planen wir regelmäßige Überprüfungen der Beschwerdemechanismen für unsere Stakeholder anhand der Wirksamkeitskriterien der UN-Leitprinzipien und werden untersuchen, in welchem Umfang diejenigen Stakeholdergruppen, die diese Mechanismen voraussichtlich einsetzen werden, an deren Performance mitwirken.

RISIKOBEURTEILUNGEN HINSICHTLICH DER GUMMIBESCHAFFUNG

Unser Projekt für Risikobeurteilungen hinsichtlich der Gummibeschaffung, das wir in Kooperation mit der Fair Labor Association realisiert haben, ist ein Beispiel für unsere Due Diligence entlang unserer Beschaffungskette. Die Fair Labor Association hat 2019, gemeinsam mit der International Organization for Migration, drei internationalen Schuhherstellern und drei Konzernen, die Schuhe und Sportartikel aus Vietnam einkaufen und zu denen auch PUMA gehört, ein Projekt zur Risikobeurteilung für Naturgummi durchgeführt. Der Bericht dazu wurde 2021 veröffentlicht. [Risikobeurteilung entlang der Beschaffungskette für Naturgummi in Vietnam | Fair Labor Association](#)

Mit dem Projekt wurden zwei grundlegende Ziele verfolgt:

1. Risikobeurteilungen der Wertschöpfungskette für Naturgummi in Vietnam, um ein besseres Verständnis der Beschaffungskettenstrukturen, der Demografie der Arbeiter*innen, der Rekrutierungsabläufe und der Arbeitsbedingungen entlang der gesamten Beschaffungskette für Naturgummi zu erhalten, sowie
2. die beteiligten Unternehmen über die Risikobeurteilungen entlang der Beschaffungskette über einen handlungsbasierten Lernansatz informieren und sie dadurch in die Lage versetzen, Schwachstellen in ihren internen Managementsystemen für die jeweiligen Beschaffungsketten zu identifizieren und interne und externe Praktiken für die zukünftige Optimierung von Risikobeurteilungen zu verstehen.

Auf Ebene der Plantagen und Kautschukfarmen stieß das Forschungsteam neben einem Mangel an Wissen über gesetzliche Vorgaben auch auf unzureichende arbeitsrechtliche Prüfungen durch die Behörden. Im Laufe des Projekts wurden die Herausforderungen im Umgang mit arbeitsrechtlichen Problemstellungen entlang der Beschaffungskette für Gummi deutlich. Für die meisten Stakeholder der Branche gehören Risikobeurteilungen in der vorgelagerten Ebenen der Beschaffungskette noch nicht zu den Hauptaktivitäten. Da Beschaffungsketten häufig grenzüberschreitend verlaufen, bräuchten die Unternehmen für die Risikobeurteilungen Ressourcen, die sie allein nicht aufbringen können. Obwohl noch keine gemeinsamen Konzepte für Risikobeurteilungen verfügbar sind, können die Forschungsarbeiten als erster Schritt hin zu einer Risikobeurteilung in Bezug auf Menschenrechte und arbeitsrechtliche Themen entlang der Beschaffungskette für Naturgummi gesehen werden, da sie Problemstellungen bei den Arbeitsbedingungen in der Gummiproduktion ans Licht bringen konnten. Zudem wurden im Rahmen des Projekts die Einkaufspraxis auf verschiedenen Ebenen sowie die Zusammenarbeit der Fabriken mit vorgelagerten Lieferanten und die demografische Zusammensetzung der Fabrikarbeiter*innen



herausgestellt. Wir werden weiterhin die Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit unseren Stakeholdern beim Monitoring der unteren Ebenen prüfen.

ARBEITER*INNENUMFRAGE 2020 UND 2021

2020 haben wir das Worker Survey Program mit 17.551 Arbeitern*innen bei 20 Lieferanten in China und Vietnam über die App-basierte Technologie MicroBenefits gestartet und 2021 auf 48 Lieferanten und 13.557 Arbeiter*innen in unseren wichtigsten Beschaffungsmärkten ausgeweitet. Die Befragten können Bewertungen von 0 (nicht zufrieden) bis 5 (sehr zufrieden) vergeben. Gegenüber 2020 stieg die Zufriedenheit (der Arbeiter*innen) um insgesamt 6% (Durchschnittsbewertung 2020: 3,93 / 2021: 4,17).

Im Bereich faire Löhne, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz und Arbeitszeiten konnten wir in China höhere Zufriedenheitsraten bei den Arbeitern*innen verzeichnen, lediglich mit dem Stressmanagement waren sie geringfügig weniger zufrieden (-0,02) als im Vorjahr.

In Vietnam sank die Zufriedenheit aufgrund der negativen Folgen der coronabedingten Lockdowns und der vermehrten Anzahl an Fabriken, die an der Umfrage teilnahmen, insgesamt – am stärksten im Bereich faire Löhne (um 0,54), was höchstwahrscheinlich hauptsächlich auf die aufgrund der Lockdowns reduzierten Arbeitszeiten zurückzuführen ist. Auch mit den Beschwerdemechanismen waren die Befragten weniger zufrieden als im Vorjahr (-0,38). Wir werden unsere Lieferanten anhalten, Schulungen durchzuführen, um ihren Arbeitern*innen die verfügbaren Beschwerdekanäle näherzubringen und ihr Vertrauen darin zu stärken.

In persönlichen Gesprächen mit den einzelnen teilnehmenden Lieferanten haben wir uns über die jeweiligen Herausforderungen informiert und gemeinsam Prioritäten für Verbesserungsmaßnahmen im kommenden Jahr aufgestellt.

STÄRKUNG VON FRAUEN

Anlässlich des Internationalen Frauentags sagte der Generaldirektor der International Labour Organisation, Guy Rider: „Die Menschheit kann nur dann optimal gedeihen, wenn Geschlechtergleichheit für alle Menschen überall zur Realität wird. Wir müssen und werden das schaffen.“

Frauen über ihre Rechte zu informieren und sie zu befähigen, ihre berufliche Laufbahn selbst in die Hand zu nehmen, sind die Schlüssel für Geschlechtergleichheit, damit Männer und Frauen gleiche Rechte und Chancen auf Bildung, Gesundheitsversorgung, wirtschaftliche Teilhabe und persönliche Entwicklung haben.

Mit unseren Initiativen unterstützen wir unsere Lieferanten, Richtlinien und Praktiken im Bereich der Stärkung von Frauen zu überarbeiten bzw. einzuführen.

Bereits heute beträgt der Frauenanteil in den Fabriken, die PUMA-Produkte herstellen, 59% und 54% der Leitungspositionen bei unseren Kernlieferanten der Ebene 1 werden von Frauen übernommen.

Wir sind der festen Überzeugung, dass die Zusammenarbeit innerhalb der Branche und mit NRO-Expert*innen für die Stärkung von Frauen hilft, Wiederholungen zu vermeiden und die entsprechenden Kompetenzen zu vermitteln.

In Indonesien, Vietnam, Indien und Bangladesch haben wir gemeinsam mit dem **International Center for Research on Women (ICRW)** ein Gender Equity Project ins Leben gerufen. 2021 wurde das Gender Equity Self-Diagnostic Tool zur Sensibilisierung für das Thema Geschlechtergleichheit in insgesamt neun PUMA-Fabriken eingesetzt. Es bietet unseren Lieferanten die Möglichkeit, Chancen zur Förderung der Geschlechterintegration über ihre Richtlinien und Praktiken zu identifizieren und das Thema in ihren Betrieben voranzutreiben. Zudem hilft das Tool bei der Ausarbeitung von Maßnahmen, die Frauen den Weg in Führungsrollen und ins operative Geschäft ebnen. Für 2022 planen wir, den neun Lieferanten



Maßnahmen an die Hand zu geben. Derzeit arbeiten wir gemeinsam mit dem ICRW und anderen Marken noch an der Entwicklung der Tools und eines Plans für deren Ausweitung.

2021 haben wir ein Pilotprojekt gestartet: Das Video der **Better Work**-Schulung zur Vorbeugung von sexueller Belästigung wurde auf die MicroBenefits-Plattform in Vietnam hochgeladen und 175 Arbeiter*innen in sechs Fabriken nahmen online an der Schulung teil.

Das **International Training Centre** der International Labour Organization (ITC-ILO) ist seit 1964 Vorreiter im Bereich Lernen und Ausbildung. Ziel ist eine anständige Arbeit bei gleichzeitiger Erkundung der Grenzen der Arbeit der Zukunft. Um PUMAs Selbstverpflichtung zur Förderung von verantwortungsvollem unternehmerischem Handeln (Responsible Business Conduct, RBC) – grundlegende arbeitsbezogene Prinzipien und Rechte – und von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz (Occupational Safety and Health, OSH) an unseren Standorten und bei unseren Geschäftspartnern zu stärken, hat das ITC-ILO bedarfsgerechte Online-Schulungspakete für unser Nachhaltigkeitsteam entwickelt. Nach Abschluss der Kurse (10 RBC-Module und 18 OSH-Module, die Themen sind unten erläutert) und bestandenen technischen Prüfungen beim ITC-ILO sowie einem Kurs über effektive Methoden für Online- und Präsenzschulungen wurden die Mitglieder von PUMA Social Sustainability 2021 vom ITC-ILO als Trainer für RBC und OSH zertifiziert. PUMAs Team schult und zertifiziert die Geschäftsführungsteams unserer Lieferanten für das RBC- und OSH-Training für ihre Arbeiter*innen. Zu den behandelten Themen gehören unter anderem Belästigung und Gewalt am Arbeitsplatz. In einem Pilotprojekt haben wir zehn Mitarbeiter*innen auf Fabrikleitungsebene geschult, die ihr Wissen dann an 570 Arbeiter*innen weitergeben konnten – insgesamt über 386 Schulungsstunden in vier Fabriken in China, Bangladesch, Vietnam und Indonesien.

Beim Thema Frauenförderung sind wir auch über die Fabriken hinaus aktiv geworden und haben 2021 eine langfristige Partnerschaft mit **Women Win**, einer Organisation zur Förderung von Mädchen und Frauen weltweit mithilfe von Sportinitiativen, unterzeichnet.

Mit der Kooperation lenken wir die Aufmerksamkeit auf Athletinnen und weibliche Vorbilder im Sport und unterstützen Initiativen, die Hindernisse für Mädchen und Frauen aus dem Weg räumen, damit sie an sportlichen Aktivitäten teilnehmen können. Über die Projekte, die direkt von PUMA gefördert werden, erreicht Women Win 5.000 Mädchen und Frauen. Als einer der wichtigsten Partner trägt PUMA zudem dazu bei, dass Women Win bis Ende 2023 einer Million Mädchen und Frauen zu ihrem Recht verhilft, am Sport teilnehmen zu können.

Sport ist für Frauen und Mädchen ein wichtiges Instrument, um gegen Geschlechternormen und Vorurteile anzugehen, damit sie über den eigenen Körper entscheiden können und Freude an Sport und Spiel haben. Durch Zugang zum Sport erhalten Frauen und Mädchen die Möglichkeit, sich mit Gleichgesinnten zusammenzutun, ihre Stimme zu erheben und – im Sport und in ihren Gemeinschaften – aktiv zu werden und dadurch zu mehr Gleichheit in der Gesellschaft beizutragen.



Bild: Soccer Without Borders

GEMEINNÜTZIGES ENGAGEMENT

Wir hatten uns zum Ziel gesetzt, mindestens die Anzahl an Stunden gemeinnütziger Arbeit zu erreichen, die der Anzahl unseres durchschnittlichen Vollzeit-Äquivalenz (FTE) mal 1,5 pro Jahr entspricht. Alle Mitarbeiter*innen wurden zur Teilnahme angeregt. Auf unserer Online-Plattform können entsprechende Projekte und dafür aufgewendete Stunden eingetragen werden.

Im Rahmen unseres Programms haben sich unsere Mitarbeiter*innen erneut dafür eingesetzt, die Gemeinden vor Ort über soziale, Gesundheits- und Umweltmaßnahmen positiv zu beeinflussen. 2021 konnten wir insgesamt 39.000 Stunden ehrenamtlicher Arbeit leisten.

Weitere Informationen zu unserem Community-Engagement-Programm sind im Kapitel „[P&O](#)“ zu finden.

SOCIAL COMPLIANCE

Die Einhaltung unseres Verhaltenskodex für Lieferanten (Vendor Code of Conduct) ist und bleibt das Fundament für unsere Due Diligence im Bereich Menschenrechte. Seit 1999 werden alle direkten PUMA-Lieferanten regelmäßig auf die Einhaltung der Core Labour Standards der International Labour Organization (ILO), der international anerkannten Bestimmungen zu Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz und der grundlegenden Umweltstandards geprüft. In den vergangenen Jahren haben wir unser Auditprogramm auf unsere wichtigsten Material- und Komponentenlieferanten ausgeweitet.

Pro Jahr erfassen wir zwischen 300 und 500 Prüf- bzw. Kontrollberichte von unserem Compliance-Team, dem Better Work Program der ILO, unseren Branchenpartnern oder unabhängigen, vom Social and Labor Convergence Program (SLCP) akkreditierten Expert*innen.

Um Doppelarbeit zu vermeiden und einer Prüfungsmüdigkeit vorzubeugen, haben wir den Anteil der gemeinsamen Bewertungen von 54% im Jahr 2020 auf 59% im Jahr 2021 erhöht. Im Rahmen unseres Engagements für den Industriegipfel und das Sozial- und Arbeitskonvergenzprogramm (SLCP) werden wir den Anteil der SLCP-basierten Bewertungen bis 2022 weiter auf mindestens 50% erhöhen. Wir glauben, dass das SLCP ein ideales Instrument für den Aufbau langfristiger Beziehungen zu unseren Lieferanten ist. Wir unterstützen sie dabei, sich ihre Sozial- und Arbeitsdaten zu eigen zu machen. In diesem Jahr haben wir drei weitere Lagerhäuser in das Auditprogramm aufgenommen.



Wir beschäftigen ein Team von Compliance-Expert*innen, die über alle unsere wichtigsten Beschaffungsregionen verteilt sind. Sie besuchen und prüfen regelmäßig unsere wichtigsten Produktionspartner. Außerdem arbeiten wir mit externen Compliance-Auditoren und mit dem Better Work Program der Internationalen Arbeitsorganisation zusammen. Jede PUMA-Zulieferfabrik muss sich einem obligatorischen Compliance-Audit pro Jahr unterziehen, und alle festgestellten Probleme müssen im Rahmen eines Korrekturmaßnahmenplans behoben werden.

Trotz Reisebeschränkungen und teilweisen Lockdowns konnten 2021 508 Prüfberichte von 477 Fabriken fertiggestellt werden. Bei 73,7% der von PUMA durchgeführten Audits nahm eine Gewerkschafts- oder Arbeitnehmer*innenvertretung am ersten und am letzten Treffen teil. Sämtliche Befragungen der Arbeiter*innen wurden während der Audits an den jeweiligen Standorten durchgeführt (keine Interviews außerhalb).

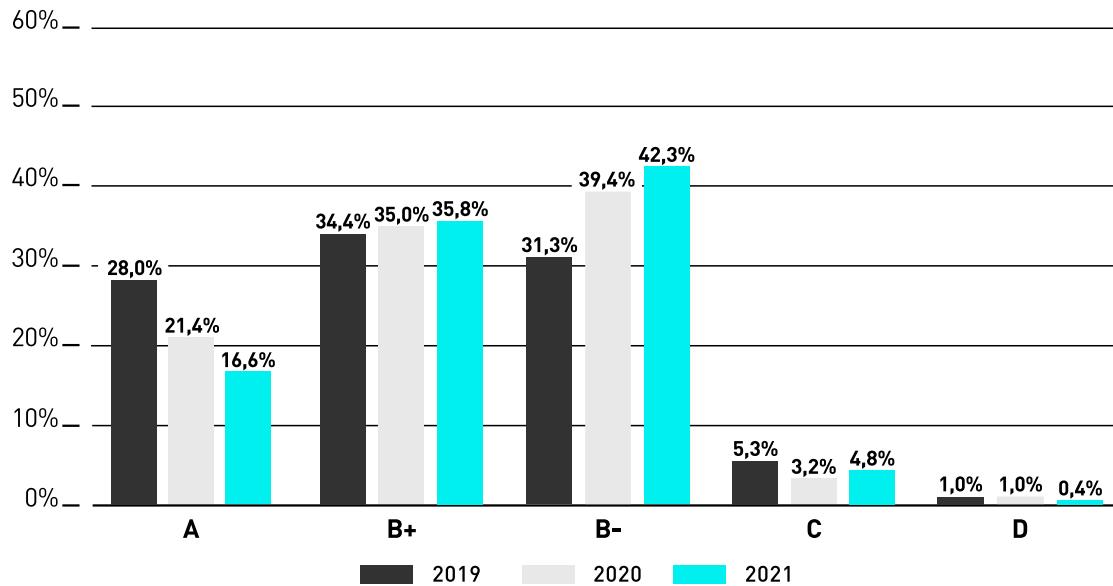
Von unseren Fabriken der Ebene 1 und der Ebene 2 haben 4,6% bzw. 8,5% im vergangenen Jahr unseren Vorgaben nicht entsprochen. Mit den aktiven PUMA-Lieferanten unter ihnen haben wir gemeinsam an einer Verbesserung der Situation gearbeitet und 100% haben ein erneutes Audit bestanden. Sechs Fabriken, die nicht in der Lage waren, ihre Leistung unseren Vorgaben entsprechend anzupassen, haben wir von der Liste unserer aktiven Lieferanten genommen.

T.03 AUDITERGEBNISSE 2018 BIS 2021

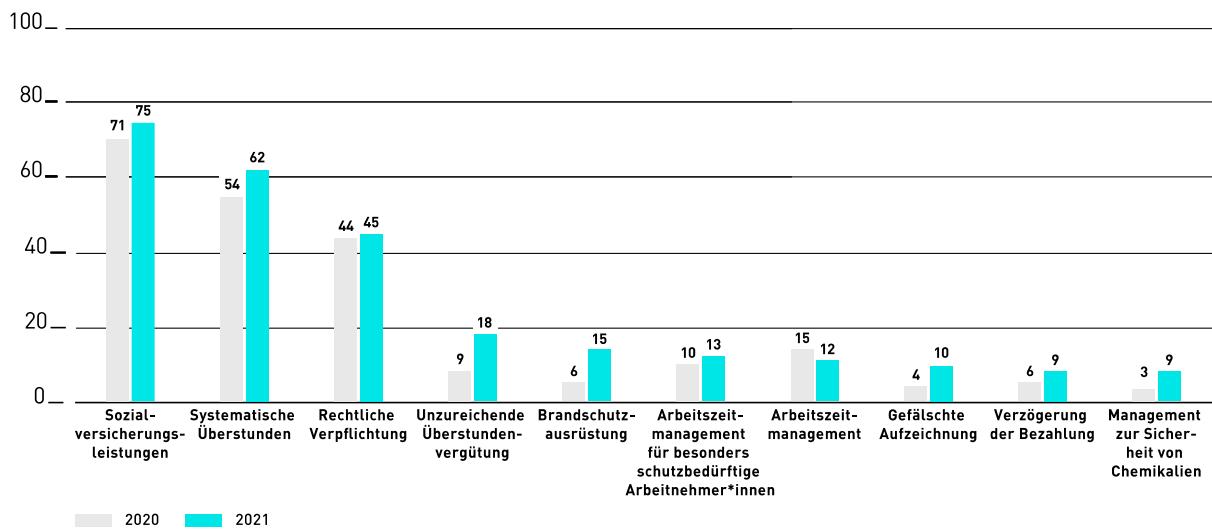
Fabrik-Audits	2021			2020			2019		2018	
	Ebene 1	Ebene 2	Lager	Ebene 1	Ebene 2	Ebene 1	Ebene 2	Ebene 1	Ebene 2	
A (bestanden)	75	6		82	5	107	10	82	15	
B+ (bestanden)	144	23	2	116	26	126	17	148	29	
B- (bestanden)	155	46	1	125	35	121	10	128	42	
C (nicht bestanden)	16	7		11	2	19	2	17	7	
D (nicht bestanden)	2			4		4	0	5	0	
Gesamt	392	82	3	338	68	377	39	380	93	
Gesamt- anzahl Fabriken	477			406			418		473	
bestanden/ nicht bestanden (%)	95/5	91/9	100	96/4	97/3	94/6	95/5	94/6	91/9	

Gegenüber 2019 und 2020 wurden im vergangenen Jahr insgesamt weniger Fabriken mit A bewertet, was hauptsächlich daran lag, dass systematische Überstunden als kritisches Thema eingestuft wurden. Da die SLCP-verifizierten Daten sehr umfangreich sind, ermöglichen sie die Identifizierung weiterer Problemstellungen, die es zu beheben gilt. Dennoch blieb der Anteil der bestandenen Audits über 90%.

↗ G.07 AUDITERGEBNISSE 2019 BIS 2021



↗ G.08 ANZAHL DER HÄUFIGSTEN ERGEBNISSE (EXKLUSIVE KONVERTIERTE BERICHTE) 2020 BIS 2021



Zu den zehn häufigsten Ergebnissen aus 508 Audits (477 Fabriken) im Jahr 2021 und 490 Audits (406 Fabriken) im Jahr 2020 (einschließlich konvertierter Reports der SLCP, von Better Work und anderer Marken) zählten die Nichteinhaltung der Vorgaben zur Abdeckung durch Sozialversicherung sowie Verstöße gegen rechtliche Pflichten wie das Einholen von Unterlizenzen. 95% der Arbeiter*innen bei allen unseren Kernlieferanten der Ebene 1 waren durch Sozialversicherung abgedeckt.

Das Thema der systematischen Überstunden stellte in beiden Jahren eine Herausforderung dar. Für 2022 planen wir daher Schulungen zum Arbeitszeitmanagement bei allen Lieferanten der Ebene 1 sowie einen



Workshop zur Ursachenanalyse bei ausgewählten Kernlieferanten der Ebene 1, um Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren und uns mit dem Einkaufsteam über deren Umsetzung auszutauschen.

2021 haben wir insgesamt acht Verstöße gegen die Versammlungsfreiheit erfasst, bei denen es größtenteils um den Vorgang zur Wahl des Komitees der Gewerkschafts- oder Arbeiter*innenvertretung ging. Sechs Verstöße wurden behoben; im Falle der zwei, deren Klärung noch aussteht, werden wir mit der Fabrikleitung an einer Lösung arbeiten.

Zudem war in einem Bericht von Better Work für 2021 ein Verstoß in Bezug auf das Verhalten der Fabrikleitung aufgeführt; das Problem konnte geklärt werden.

PUMA hat sich zur Wahrung von Frauenrechten in Anlehnung an die UN-Konvention zur Beseitigung von Diskriminierung der Frau verpflichtet und wir erwarten diese Art von Verpflichtung und Respekt auch von unseren Lieferanten. In diesem Zusammenhang überwachen wir die Arbeitsbedingungen von Schwangeren streng. Im Rahmen unserer Audits haben wir 16 Verstöße gegen die Rechte schwangerer Arbeiterinnen festgestellt, bei denen es meistens um unzureichende Pausen ging. Zwei Fälle konnten abgeschlossen werden, 14 waren bei Erstellung dieses Berichts noch in Arbeit. Fälle, in denen Schwangeren Toilettengänge verwehrt wurden, sind im Berichtszeitraum nicht bekannt geworden.

Auch zu Zwangsüberstunden, eingeschränkter Bewegungsfreiheit oder zur Einbehaltung von Reisepässen oder sonstigen Ausweisen oder persönlichen Dokumenten von Arbeitern*innen haben uns keine Meldungen erreicht. Jedoch wurden 21 Verstöße in Bezug auf Zahlungsverzug erfasst, von denen sechs abgeschlossen und 13 noch zu klären sind. Bei den verbleibenden 2 Verstößen wurden die Fabriken stillgelegt.

17% der Abhilfemaßnahmen in Bezug auf Löhne bzw. Überstunden wurden umgesetzt; die Probleme wurden 2021 behoben. Wir konnten Verbesserungen in den Bereichen Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, Risikomanagement und Transparenz erkennen. Die Reduzierung von Überstunden und die bessere Abdeckung durch Sozialversicherung bleibt weiterhin ein Schwerpunkt unserer Arbeit.

Neben den Audits führen wir auch Messungen von Sozialkennzahlen (S-KPIs) durch. Darunter fallen die durchschnittliche Vergütung im Vergleich zum jeweiligen Mindestlohn, Überstunden und die Abdeckung durch Tarifverträge. Die entsprechenden Daten werden unter dem Ziel für Faire Löhne erläutert.



SCHULUNGEN FÜR UNSERE LIEFERANTEN

Neben den Audits haben wir unsere Bemühungen auch durch Aktivitäten zum Kapazitätsaufbau ausgeweitet:

Meetings	Themen	Anzahl Lieferanten	Anzahl Teilnehmer*innen
Virtuelle Meetings mit Lieferanten	Updates zum Thema Nachhaltigkeit, Austausch von Best Practices usw.	ca. 466 pro Runde (3 Runden)	ca. 1.083 pro Runde (3 Runden)
Ethikkodex		459	1029
Richtlinie für verantwortungsvolle Beschaffung		492	Einkauf intern: 143 Fabrikarbeiter*innen: 1.145
Risikobeurteilungen hinsichtlich Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	Für Kernlieferanten der Ebene 2: Hilfestellung für die Durchführung der Risikobeurteilungen	94	249

BESCHWERDESYSTEM

Mitarbeiter*innen von PUMA-Lieferanten stehen mehrere Kanäle zur Verfügung, über die sie ihre Meinung kundtun und Beschwerden äußern können. Neben der jeweiligen Feedbacksysteme ihrer Arbeitgeber*innen können sie für Beschwerden oder Auskünfte auch die PUMA Hotline nutzen. Die jeweiligen Telefonnummern und E-Mailadressen stehen auf den Verhaltenskodex-Plakaten, die in jeder PUMA-Fabrik weltweit aushängen. Zudem stehen wir über WeChat, Zalo, Facebook und andere soziale Netzwerke mit den Mitarbeiter*innen in Verbindung und bieten bei einigen unserer Kernlieferanten offizielle Apps für Compliance- und Personalthemen an.

Die Drittplattformen stehen 147.341 Arbeitern*innen bei 71 unserer strategischen Lieferanten zur Verfügung, die über 60% unseres Beschaffungsvolumens ausmachen. 2021 erreichten uns 3.132 Meldungen von Arbeiter*innen über die Plattformen von MicroBenefits und WOVO in China, Indonesien, Pakistan, den Philippinen und Vietnam sowie über die Amader Kotha Helpline in Bangladesch – eine Steigerung um 207% im Vergleich zum Vorjahr. 39 Fälle wurden an PUMA eskaliert, da die jeweiligen Lieferanten nicht fristgerecht Stellung genommen hatten, und wurden von PUMA gegenüber der Fabrikleitung angesprochen. Alle sonstigen Beschwerden wurden nicht an PUMA eskaliert, sie konnten von den Zuständigen geklärt werden.

Um die PUMA Hotline bekannter zu machen, haben wir im letzten Jahr ein Video in neun Sprachen für unsere wichtigsten Beschaffungsmärkte erstellt. Über die Plattformen von MicroBenefits und WOVO konnten wir 34.009 Arbeiter*innen erreichen. Nach dem Video werden die Teilnehmer*innen gebeten, einen Fragebogen auszufüllen, um ihr Wissen zu testen, und können an einem von PUMA ausgeschriebenen Gewinnspiel teilnehmen. Der Fragebogen ergab, dass die PUMA Hotline bei 99% der Arbeiter*innen bekannt ist und 84% der Arbeiter*innen in China kannten auch die Nummer (11-Hotline).

Über die PUMA Hotline erhielten wir Beschwerden von 223 Arbeiter*innen in acht Ländern, 121% mehr als 2020. 99% konnten von unserem Team geklärt werden.

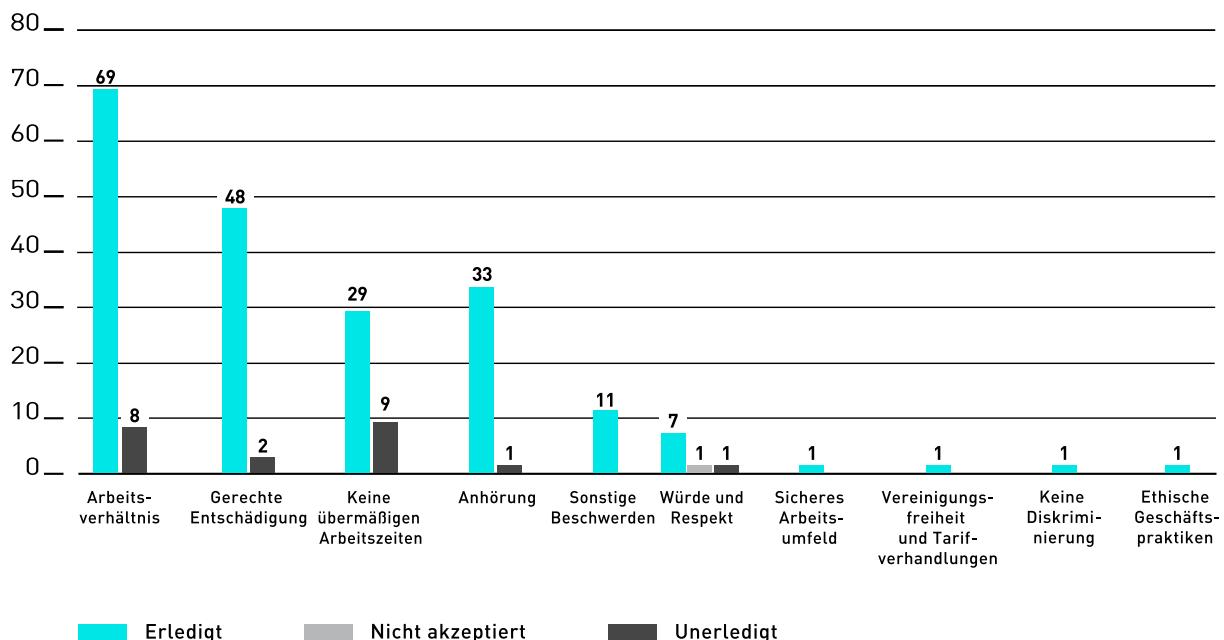
Des Weiteren erreichten uns sechs Beschwerden von Drittorganisationen in Bezug auf PUMAs Produktionspartner. Dabei ging es um Versammlungsfreiheit und um faire Löhne. Zwei Beschwerden in Bezug auf Versammlungsfreiheit konnten 2021 geklärt werden, die Gewerkschaftsvertreter*innen wurden wieder eingesetzt bzw. in Absprache mit den beteiligten Gewerkschaften entschädigt. Vier Beschwerden werden derzeit noch bearbeitet.



↗ T.04 BESCHWERDEN VON MITARBEITENDEN 2018 BIS 2021

Beschwerden von Mitarbeiter*innen	2021	2020	2019	2018
Anzahl über externe Kanäle eingegangener Beschwerden (Plattformen Dritter)	3.132	1.021		
Anzahl über die PUMA Hotline eingegangener Beschwerden	223	101	70	55
Anzahl bestätigter Beschwerden	3.165	984	61	44
Anzahl über die PUMA Hotline eingegangener und an PUMA über Plattformen Dritter weitergegebener Beschwerden	262	127		
Anzahl geklärter Beschwerden – PUMA Hotline und an PUMA über Plattformen Dritter weitergegeben	261	126	61	44
Anzahl nicht geklärter Beschwerden – PUMA Hotline und an PUMA über Plattformen Dritter weitergegeben	1	1	0	0
Klärungsrate (%)	99,6%	99,2%	100%	100%

↗ G.09 ANZAHL DER HÄUFIGSTEN BESCHWERDEN 2021



Die häufigsten Beschwerden von Arbeiter*innen, die uns 2021 über die PUMA Hotline erreichten, betrafen das Beschäftigungsverhältnis bzw. faire Löhne. Wir werden uns für die Klärung der Fälle, die derzeit noch bearbeitet werden, einsetzen.

KAMBODSCHA

Anfang 2021 erreichten uns drei Beschwerden von einer lokalen Gewerkschaft in Kambodscha in Zusammenhang mit vermeintlichen Verstößen von Fabriken gegen die Versammlungsfreiheit. Während wir die beste Lösung erarbeiteten, veranstalteten wir gemeinsam mit Better Factory Cambodia einen



individualisierten Workshop für die Geschäftsleitung der Fabriken sowie die Arbeiter*innen- und die Gewerkschaftsvertreter*innen. 109 Personen von 20 Lieferanten nahmen teil.

Folgende Punkte wurden in der Schulung thematisiert:

- Rechte und Pflichten von Arbeitgeber*innen, Gewerkschaften und Arbeiter*innenvertretungen sowie Arbeitgeber*innen-Arbeitnehmer*innen-Beziehungen
- Kündigung von Arbeitsverträgen: Kündigung durch Arbeiter*innen bzw. durch Arbeitgeber*innen, Kürzung von Arbeitsplätzen gemäß dem kambodschanischen Arbeitsgesetz sowie Richtlinien und Verfahren
- Abfindung bei Kündigung von Arbeitsverträgen

Laut der letzten Umfrageergebnisse konnte eine um 21% erhöhte Sensibilisierung beim Thema Kündigung durch Arbeiter*innen, um 16% im Bereich Arbeitsplatzkürzung und um 11% bei Kündigungsabläufen und -szenarien erreicht werden.

FALLSTUDIEN

Kambodscha

Anfang Januar 2021 schrieb uns eine lokale Gewerkschaft mit der Bitte um Intervention in Zusammenhang mit Verstößen gegen Arbeiter*innenrechte bei einem Hersteller von PUMA-Produkten vor Ort. Wir setzten uns umgehend mit der Gewerkschaft, der Fabrikleitung und dem ILO Better Factories Cambodia Program (BFC) in Verbindung, um Einzelheiten zu erfahren. Als Marke spielte PUMA eine wichtige Rolle bei der Organisation mehrerer Gespräche mit Fabrikleitung und Gewerkschaften. Nach und nach erlangte die Geschäftsleitung ein besseres Verständnis vom Konzept der Versammlungsfreiheit und der Fall konnte nach acht Monaten gelöst werden: Die Gewerkschaft wurde offiziell bei der Fabrik registriert und Geschäftsleitung und Gewerkschaftsvertreter*innen kamen zu einer einvernehmlichen Lösung für die Verstöße gegen Arbeiter*innenrechte.

Indonesien

Im August 2021 wurden wir von einer Gewerkschaft über einen Subunternehmer eines unserer Schuhlieferanten informiert. Es ging dabei um die Kündigung von fünf Gewerkschaftsvertreter*innen aufgrund des Auftragsrückgangs. Wir setzten uns sofort mit dem Hersteller und mit dem Subunternehmer in Verbindung und konnten die Wiedereinsetzung der Gewerkschaftsvertreter*innen erreichen.

Sämtliche Probleme, von denen wir über unsere Audits oder unsere Hotline erfahren, werden als Null-Toleranz-Themen (beispielsweise Kinderarbeit oder Zwangsarbeit), kritische Themen bzw. sonstige Themen klassifiziert.

Wie sich aus dem Begriff schließen lässt, führt die Identifizierung von Null-Toleranz-Themen bei einem Lieferanten unmittelbar zum Scheitern des Audits. Fabriken, die noch nicht für PUMA produziert haben, werden nicht in unseren Lieferantenstamm aufgenommen. Diejenigen, zu denen bereits Geschäftsbeziehungen bestehen, müssen die Null-Toleranz-Themen unverzüglich beheben. Dies geschieht anhand einer Ursachenanalyse und eines Katalogs von Präventivmaßnahmen für die Zukunft. Lieferanten, die hierzu nicht bereit sind, werden aus unserem Lieferantenstamm gestrichen. Auch andere Probleme werden von unserem Compliance-Team verfolgt und müssen behoben werden.

2021 haben wir vier Null-Toleranz-Themen (Löhne der Arbeiter*innen unter dem gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohn) identifiziert, die alle geklärt wurden.



T.05 NULL-TOLERANZ-THEMEN IN DEN LETZTEN DREI JAHREN

Land	2021	2020	2019
Bangladesch	2	4	0
Kambodscha	2	0	0
China		0	1
Indonesien		0	1
Vietnam		0	1
Gesamt	4	4	3

„Über seine langjährige Partnerschaft mit der Fair Labor Association (FLA) hat PUMA sein solides und konsequentes Engagement für den Schutz der Rechte von Arbeiter*innen unter Beweis gestellt. PUMA wurde bereits 2007 von der FLA akkreditiert und hat sich als leitendes Unternehmen im Bereich Social Compliance sowohl durch die Entwicklung nachhaltiger Ansätze als auch durch die Umsetzung robuster Systeme zum Schutz der Arbeiter*innen in seiner globalen Beschaffungskette einen Namen gemacht.“

SHARON WAXMAN
President & CEO, Fair Labor Association



FAIRE LÖHNE

Zielbeschreibung:

- Untersuchungen in Bezug auf faire Löhne einschließlich Beurteilung anhand einer bestimmten Lohnleiter für die fünf wichtigsten Beschaffungsmärkte zur Verbesserung von Lohnniveaus und Vergütungspraxis
- Sicherstellen von Lohnzahlungen per Banküberweisung für alle Kernlieferanten bis 2022
- Sicherstellen von rechtskräftig und frei gewählten Arbeiter*innenvertretungen bei allen Kernlieferanten der Ebene 1 durch Zusammenarbeit mit anderen Marken

Bezieht sich auf die Ziele Nr. 1, 2 und 10 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen



Relevante Kennzahlen:

- Anteil des Durchschnittslohns im Vergleich zum Mindestlohn
- Anteil der Arbeiter*innen mit unbefristeten Verträgen
- Anteil der Arbeiter*innen mit Sozialversicherung
- Anteil der Arbeiter*innen, die Lohnzahlungen per Banküberweisung erhalten
- Anteil der Fabriken mit frei gewählten Arbeiter*innenvertretungen
- Anteil der Fabriken, die unter einen Tarifvertrag fallen
- Anzahl der Länder, in denen in den letzten fünf Jahren Untersuchungen bezüglich fairer Löhne durchgeführt wurden

Bei PUMA wird der Begriff „faire Löhne“ anhand der Vergütungsvorgaben im Verhaltenskodex der Fair Labor Association (FLA) definiert:

<https://www.fairlabor.org/our-work/labor-standards>

Im Rahmen seiner Lohnkontrollen bewertet das Fair Wage Network die Lohnsysteme ausgewählter Fabriken anhand von zwölf Dimensionen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen sowie auf Lohnniveaus und -anpassung, Zahlungssystemen und dem sozialen Dialog und Kommunikation.

<https://fair-wage.com/12-dimensions/>

Unser Einsatz für faire Löhne bei unseren Lieferanten umfasst auch die Zahlung von zumindest dem vollen Mindestlohn als Null-Toleranz-Thema. Für Unternehmen bedeutet das, dass sie den vollen Mindestlohn gemäß den jeweiligen vor Ort geltenden Bestimmungen zahlen müssen, wenn sie in die Liste aktiver PUMA-Lieferanten aufgenommen werden bzw. ihren Status als solche beibehalten möchten. Auch Vorgaben zur Entlohnung für Überstunden und zur Sozialversicherung sind eindeutig im PUMA-Verhaltenskodex geregelt und werden regelmäßig anhand unseres Compliance-Audit-Programms geprüft.



UNTERSUCHUNGEN BEZÜGLICH FAIRER LÖHNE

In Bezug auf weitere Dimensionen fairer Löhne haben wir das Fair Wage Network (FWN) beauftragt, formelle Untersuchungen bei unseren Kernlieferanten in Bangladesch (2018), Kambodscha (2019) und Indonesien (2021) durchzuführen.

2021 haben wir eine Lizenz für die Datenbank zu existenzsichernden Löhnen des FWN gekauft.

Gemeinsam mit dem FWN haben wir in drei Fabriken in Indonesien Untersuchungen bezüglich fairer Löhne durchgeführt, einer der Schuhhersteller erhielt eine Bewertung von 299/400 und damit das Fair Wage Zertifikat. Die Fabrik wurde in acht der zwölf Dimensionen fairer Löhne mit FAIR bewertet, unter anderem in den Bereichen Löhne und Überstundenvergütung, Kommunikation und sozialer Dialog.

Im vergangenen Jahr haben wir das FWN mit der Durchführung der Untersuchungen bei Kernlieferanten in Bangladesch und Kambodscha beauftragt. Einige von ihnen hatten institutionelle Elemente wie Lohnstrukturen und leistungsbezogene Vergütung seit den letzten Untersuchungen weiter ausgebaut.

Beim sozialen Dialog war der Fortschritt nicht so offensichtlich. In vielen Fällen wurden die Arbeiter*innenvertretungen nicht in Tarifgespräche einbezogen und nur einige wenige Lieferanten hatten Tarifverträge auf Fabrikebene unterzeichnet. Diese Erkenntnisse helfen uns nicht nur bei der Nachverfolgung und Problembehebung bei diesen Lieferanten, sie sind auch wichtig für unsere 10FOR25-Ziele, damit wir frei gewählte Arbeiter*innenvertretungen bei allen unseren Kernlieferanten der Ebene 1 sicherstellen können.

Insgesamt herrschte relative Zufriedenheit in Bezug auf Löhne und Arbeitsbedingungen; die große Mehrheit der Arbeiter*innen gab an, dass sie voll zufrieden bzw. teilweise zufrieden waren.

Insgesamt erhielten vier Fabriken (zwei Textilhersteller in Bangladesch, einer in Kambodscha und ein Schuhhersteller in Indonesien) besonders hohe Bewertungen – auch in Bezug auf existenzsichernde Löhne – und wurden mit einem Fair Wage Zertifikat ausgezeichnet. Wir haben die restlichen Lieferanten in den drei genannten Ländern aufgefordert, einen Verbesserungsprozess zu starten, um ihre Performance in den Lohnbereichen mit Verbesserungspotenzial zu steigern.

DAS FAIR COMPENSATION DASHBOARD DER FLA

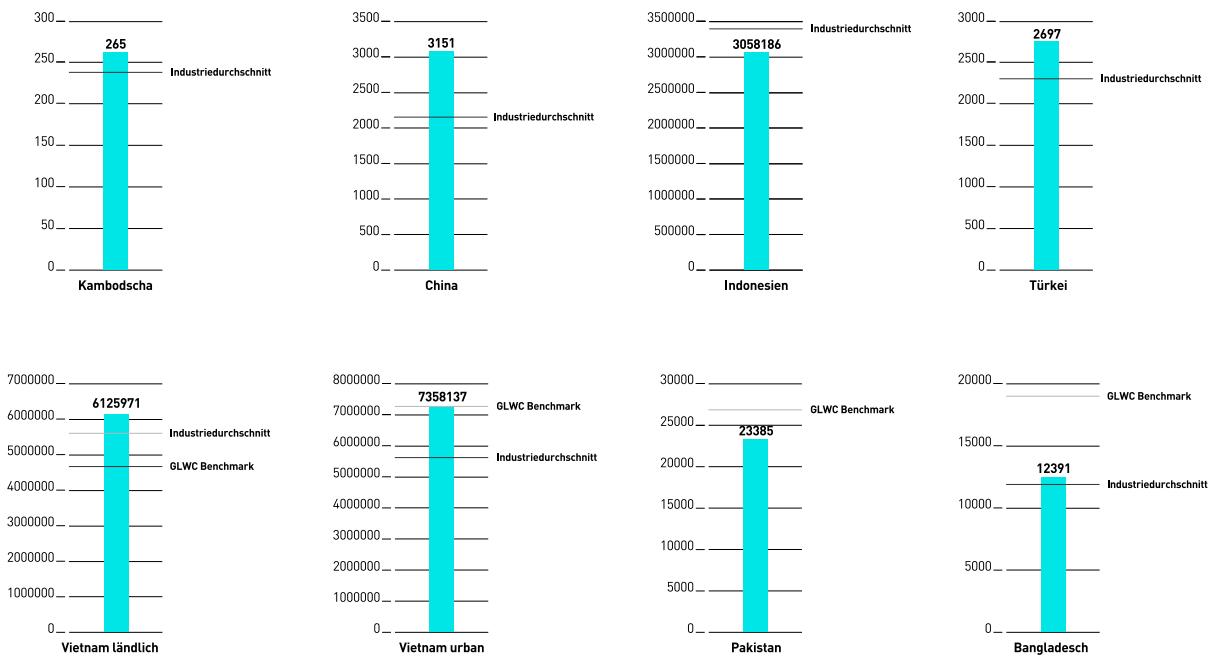
Seit einigen Jahren erheben wir jährlich Daten zu den Lohnzahlungen bei unseren Kernlieferanten der Ebene 1 und nutzen sie für die Berichterstattung zu unseren Sozialkennzahlen (S-KPIs) (siehe Tabelle T.07). 2021 haben wir diese Vorgehensweise erweitert und die lohnbezogenen Daten von 46 strategischen Lieferanten der Ebene 1 aus dem Vorjahr in das Fair Compensation Dashboard* der Fair Labor Association (FLA) eingespielt, um Vergleiche mit unseren Branchenpartnern und, wo möglich, mit den Benchmarks für existenzsichernde Löhne der Global Living Wage Coalition (GLWC) anzustellen. Dazu haben wir die Anker Methodology** verwendet.

* Branchendurchschnitt lohnbezogener Daten aus dem Fair Compensation Dashboard von November 2019 und Oktober 2020. Den Nutzern dieses Tools stehen Berechnungen der durchschnittlichen Nettolöhne in Echtzeit auf der Grundlage aller eingespielten Lohndaten pro Land und Jahr zur Verfügung. Die Durchschnittswerte werden je nach eingespielten Lohndaten angepasst.

** **Die Anker Methodology für existenzsichernde Löhne:** Nettolohn = Grundlohn (vertraglicher Lohn) zzgl. Barleistungen und Sachleistungen abzgl. gesetzlicher Steuern und anderer Abzüge. Die Vergütung für Überstunden wird nicht miteinbezogen.

Bild G.10 zeigt die Ergebnisse unseres Benchmarkings von 46 Kernlieferanten der Ebene 1 in lokaler Währung für das Jahr 2020. Diese Daten stehen für ca. 71% von PUMAs globalem Produktionsvolumen.

[↗ G.10 FLA FAIR COMPENSATION DASHBOARD](#)



Die Löhne bei unseren strategischen Lieferanten in China, Vietnam, Bangladesch, Kambodscha und der Türkei übertreffen den Branchendurchschnitt deutlich. In ländlichen Gegenden in Vietnam lag der durchschnittliche Lohn sogar über dem von der GLWC festgelegten Betrag für existenzsichernde Löhne.

Unsere Lieferanten in Indonesien bleiben bei den Lohnzahlungen jedoch hinter dem Branchendurchschnitt zurück und auch in Bangladesch, wo zwar Löhne über dem Branchendurchschnitt gezahlt werden, wird das Benchmark der GLWC nicht erreicht. In Pakistan erzielen unsere Lieferanten 83% dieses Vergleichswerts (für Indonesien, China und die Türkei waren Benchmarks der GLWC auf Länderebene für 2020 nicht verfügbar).

Für 2022 planen wir Untersuchungen bezüglich fairer Löhne bzw. die Problemlösung bei den entsprechenden Lieferanten in Bangladesch, Kambodscha, Pakistan, Indonesien und Vietnam (urbane Gegenden).

VERMITTLUNGSHONORARE

Seit wir 2018 das Commitment to Responsible Recruitment der Fair Labour Association und der American Apparel and Footwear Association unterzeichnet haben, arbeiten wir gemeinsam mit unseren Lieferanten und Branchenpartnern sowie mit der International Organization for Migration der Vereinten Nationen daran, die Arbeitsrechte von Gast- und Wanderarbeiter*innen entlang unserer Beschaffungskette zu gewährleisten. Dank des Einsatzes mehrerer Stakeholder konnte erreicht werden, dass 193 ausländische Wanderarbeiter*innen 42% ihrer ausstehenden Vermittlungshonorare/Löhne von den Fabriken erhielten; die verbleibenden 58% sollen 2022 ausgezahlt werden.



↗ T.06 STATUS DER ZIELE ZU FAIREN LÖHNEN

Teilziele	2021	Vergleichsjahr 2020	Ziel 2025
Lohnzahlung digital (Anteil der Kernlieferanten der Ebene 1 und 2)	96,7%	90%	100%
Anteil der Arbeiter*innen, die digitale Lohnzahlungen erhalten	98,2%		
Anteil der Kernfabriken der Ebene 1 mit Gewerkschaften oder frei gewählten Arbeiter*innenvertretungen	35,4%	33%	100%
Untersuchungen bezüglich fairer Löhne (Beurteilung anhand eines bestimmten Lohnschemas in den fünf größten Beschaffungsmärkten)	3 von 5	2 von 5	5 von 5

↗ FALLSTUDIE

Nachhaltigkeit im Detail – Untersuchungen bezüglich fairer Löhne durch das Fair Wage Network

Neben der engen Zusammenarbeit mit der FLA dienen auch die Untersuchungen bezüglich fairer Löhne, die das Fair Wage Network (FWN) durchführt, dazu, ein vollständiges Bild der Vergütungssysteme zu zeichnen: zur Lohnzahlung, in voller Höhe (ohne Unterbezahlung) und fristgerecht, aber auch zu Zahlungssystemen, zu Lohnniveaus (im Vergleich zum gesetzlich festgelegten Mindestlohn, zu Benchmarks für existenzsichernde Löhne und zu Marktsätzen) sowie zu den Mechanismen für die Lohnanpassung, um zu gewährleisten, dass diese regelmäßig erfolgen, insbesondere über den sozialen Dialog mit den Arbeiter*innenvertretungen.

Im Rahmen dieser Untersuchungen zeigten sich beispielsweise die Probleme eines Lieferanten in Indonesien mit der Trennung der Zahlung existenzsichernder Löhne von der Notwendigkeit der Reduzierung von Überstunden. Arbeiter*innen dürfen nicht gezwungen werden, systematisch Überstunden machen zu müssen, um die grundlegenden Bedürfnisse ihrer Familien zu decken. Das Thema der systematischen Überstunden stellte uns in den vergangenen Jahren immer wieder vor Herausforderungen. Für 2022 planen wir daher Schulungen zum Arbeitszeitmanagement bei allen Lieferanten der Ebene 1 sowie einen Workshop zur Ursachenanalyse bei ausgewählten Kernlieferanten der Ebene 1, um Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren und uns mit dem Einkaufsteam über deren Umsetzung auszutauschen.

In Bangladesch konnten wir erkennen, dass die Verbindung der Lohnhöhe mit den Kompetenzen und der beruflichen Erfahrung der jeweiligen Arbeiter*innen ein wichtiger Hebel für die Zahlung existenzsichernder Löhne ist. Für 2022 haben wir uns Untersuchungen bezüglich fairer Löhne bzw. die Problemlösung bei den entsprechenden Lieferanten in Bangladesch, Kambodscha, Vietnam (urbane Gegenden) und Indonesien vorgenommen.

[PUMA-Fallstudie – Faire Löhne \(fair-wage.com\)](#)

Wie in Tabelle T.07 zu erkennen ist, liegen die von unseren Kernlieferanten gezahlten Grundlöhne mehrheitlich deutlich über dem Mindestlohn, im Durchschnitt 14,5%. Inklusive Überstunden und Boni erhöht sich dieser Anteil auf 80,2%, ein starker Zuwachs gegenüber 2020. Die Abdeckung durch Sozialversicherung sank geringfügig, da einige der Fabriken gesetzlich nicht verpflichtet waren, die Sozialversicherung für Arbeiter*innen zu übernehmen, die während eines Lockdowns weniger als 14 Tage arbeiten. Der Anteil der Arbeiter*innen, die unter einen Tarifvertrag fielen, ist jedoch auch stark gestiegen.

**↗ T.07 SOZIALKENNZAHLEN VON PUMAS KERNLIEFERANTEN 2018 BIS 2021***

Sozialkennzahl	SÜDASIEN		SÜDOSTASIEN					EMEA	2021	2020	2019	2018	
	Bangladesch	Indien	Pakistan	China	Kambodscha	Indonesien	Philippinen	Vietnam	Durchschnitt	Durchschnitt	Durchschnitt	Durchschnitt	
Bruttogehaltzahlungen über dem Mindestlohn ohne Überstunden und Boni (%)													
Überstunden und Boni (%)	17,1	NA	33,4	8,9	5,7	3,0	NA	31,1	2,5	14,5	13,0	17,6	20,9
Bruttogehaltzahlungen über dem Mindestlohn inklusive Überstunden und Boni (%)													
Überstunden und Boni (%)	69,3	NA	40,0	202,0	69,5	36,3	NA	111,1	33,2	80,2	54,7	73,1	83,7
Anteil der Arbeiter*innen mit Sozialversicherung (%)													
Sozialversicherung (%)	100,0	NA	100,0	78,1	99,4	92,9	NA	95,1	100,0	95,1	95,6	93,6	95,3
Überstunden (pro Woche)													
Überstunden (pro Woche)	13,6	NA	0,3	18,0	6,6	6,4	NA	6,5	6,9	8,3	5,4	7,1	6,1
Anteil der Arbeiter*innen, die unter einen Tarifvertrag fallen (%)													
Tarifvertrag (%)	0,0	NA	0,0	90,5	39,6	30,9	NA	99,2	0,0	37,2	26,9	25,4	26,7
Frauenanteil (%)													
Frauenanteil (%)	38,2	NA	9,0	63,3	84,3	88,3	NA	77,6	56,0	59,5	58,8	59,4	56,0
Anteil unbefristeter Arbeitsverträge (%)													
Arbeitsverträge (%)	100,0	NA	100,0	36,0	52,3	99,4	NA	41,1	100,0	75,5	74,4	69,1	68,0
Jährliche Fluktuationsrate (%)													
Fluktuation (%)	36,6	NA	18,6	53,4	47,8	21,6	NA	32,7	27,3	34,0	29,9	38,2	36,8
Verletzungsrate (%)													
Verletzungsrate (%)	0,5	NA	0,0	0,3	0,3	0,2	NA	0,1	0,4	0,3	0,4	0,5	0,6
Anzahl Lieferanten													
Anzahl Lieferanten	9	NA	2	21	5	5	NA	20	1	63	58	59	50

* Daten von 63 PUMA-Kernlieferanten (77,36% des Produktionsvolumens und 80,22% des Produktionswerts 2021); Berichtszeitraum für die Datenerhebung: November 2020 bis Oktober 2021



GESUNDHEIT UND SICHERHEIT AM ARBEITSPLATZ

Zielbeschreibung:

- Keine tödlichen Unfälle
- Reduzierung der Unfallrate auf 0,5 bei PUMA und unseren Lieferanten
- Gebäudesicherheitsüberprüfungen in Hochrisikoländern

Bezieht sich auf das Ziel Nr. 3 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen



Beispiele aus dem Aktionsplan 10FOR25:

- Ausweitung der Gebäudesicherheitsüberprüfungen auf Indonesien
- Sicherstellung regelmäßiger, fachgerechter Risikobeurteilungen

Relevante Kennzahlen:

- Anzahl der tödlichen Unfälle in Fabriken der Ebene 1 und Kernfabriken der Ebene 2
- Durchschnittliche Verletzungsrate bei PUMA (im Kapitel „Unsere Mitarbeiter*innen“)
- Durchschnittliche Verletzungsrate bei Kernlieferanten der Ebene 1
- Anzahl der Fabriken, die im Rahmen unseres Building Safety Assessment Program überprüft werden

Sichere Arbeitsbedingungen für unsere Mitarbeiter*innen und die Hunderttausenden Mitarbeiter*innen unserer Produktionspartner sicherzustellen ist nicht nur ein ethisches Gebot, es ist auch wirtschaftlich sinnvoll. 2015 haben wir uns zum Ziel gesetzt, tödliche Unfälle zu verhindern und die Anzahl an Arbeitsunfällen zu mindern. 2021 haben wir den Lieferantenleitfaden diesbezüglich überarbeitet und um Überprüfungen hinsichtlich des betrieblichen Gesundheits- und Arbeitsschutzes ergänzt. Zudem haben wir die PUMA-Richtlinie zu Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz für unsere Mitarbeiter*innen veröffentlicht.

Neben unserem laufenden Auditprogramm, welches Überprüfungen hinsichtlich des betrieblichen Gesundheits- und Arbeitsschutzes umfasst, haben wir unser Building Safety Program in denjenigen Ländern umgesetzt, in denen wir Risiken erkannt haben. Zudem haben wir fachgerechte Risikobeurteilungen bei unseren größten Produktionspartnern eingeführt.

SCHULUNGEN ZU RISIKOBEURTEILUNGEN HINSICHTLICH GESUNDHEIT UND SICHERHEIT AM ARBEITSPLATZ FÜR UNSERE LIEFERANTEN

Im vergangenen Jahr wurden Schulungen zu Risikobeurteilungen hinsichtlich Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz für insgesamt 249 Teilnehmer*innen bei 94 Lieferanten der Ebene 2 durchgeführt; der Schwerpunkt lag auf dem Nutzen dieser Untersuchungen ebenso wie auf ihren Kernelementen und auf PUMAs Erwartungen diesbezüglich an das Management im Allgemeinen.

Nach den Schulungen führten unsere Lieferanten eigene Risikobeurteilungen durch. Da wir erkannt haben, dass sie noch Hilfestellung beim Wissensaufbau und bei der Sensibilisierung benötigen, haben wir unseren Leitfaden zu Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz aktualisiert, um den Geschäftsleitungen der Fabriken und den Verantwortlichen für das Thema den Umgang mit den entsprechenden Prozessen und



Tools zu erleichtern. Bei der Ausarbeitung von Richtlinien und Abläufen zeigen unsere Kernlieferanten der Ebene 2 noch das größte Verbesserungspotenzial, daher wollen wir sie dabei unterstützen.

PROGRAMM ZUR GEBÄUDESICHERHEIT

Seit 2015 haben wir im Rahmen unseres Programms für Gebäudesicherheit Überprüfungen in folgenden Ländern durchgeführt:

T.08 PROGRAMM ZUR GEBÄUDESICHERHEIT

Land	Anzahl Fabriken	Anmerkungen
Bangladesch	22	im Rahmen unserer Mitgliedschaft im Bangladesh Accord
Indien	6	in Kooperation mit Asialnspection
Indonesien	4	in Kooperation mit Asialnspection
Pakistan	7	in Kooperation mit ELEVATE

Ein sicheres Arbeitsumfeld zu gewährleisten hat für uns bei PUMA Priorität. Wir führen regelmäßige Gebäudesicherheitsüberprüfungen in den Hochrisikoländern entlang unserer Beschaffungskette durch. 2021 konnten wir zudem Gebäudestruktur, Brandschutz und Elektrik in unsere Überprüfungen bei drei Lieferanten in Pakistan und Indien einbeziehen. Bei zwei von ihnen, die wir bereits überprüft hatten, konnten wir Fortschritte bei den elektrischen Versorgungseinrichtungen erkennen, mussten jedoch aufgrund des erweiterten Audit-Umfangs noch Verbesserungspotenzial im Bereich der Gebäudestruktur feststellen. Wir werden in diesen Fabriken Folgeüberprüfungen durchführen, um die Mängelbeseitigung sicherzustellen.

Bei unseren Lieferanten sind seit 2015 keine Gefahren durch Gebäudestrukturen oder Fabrikbrände entstanden.

2018, 2019, 2020 und 2021 haben sich keine tödlichen Unfälle bei unseren Lieferanten ereignet und die Unfallrate bei unseren Kernlieferanten konnte leicht reduziert werden.



↗ T.09 VERLETZUNGSRATEN BEI KERNLIEFERANTEN

Land	Verletzungsrate 2021	Verletzungsrate 2020	Verletzungsrate 2019	Verletzungsrate 2018
Bangladesch	0,5	0,4	0,3	0,3
Kambodscha	0,3	0,2	0,5	3,2
China	0,3	0,6	0,5	0,5
Indonesien	0,2	0,2	0,2	0,3
Vietnam	0,1	0,2	0,3	0,3
Durchschnitt*	0,3	0,4	0,5	0,6
Tödliche Unfälle	0	0	0	0

* Durchschnitt der fünf in der Tabelle aufgeführten Länder. Die durchschnittliche Verletzungsrate bei PUMA-Kernlieferanten weltweit betrug im vergangenen Jahr 0,3.

Da die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter*innen von PUMA und unserer Produktionspartner Priorität haben, werden wir auch in Zukunft mit unseren Standorten und Lieferanten an der Vermeidung von Infektionen und Unfällen arbeiten.

Weitere Informationen zu unseren Aktivitäten im Bereich Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz finden sich im Kapitel [People@PUMA/Unsere Mitarbeiter*innen](#).



Umwelt

Alle unsere Umweltschutzaktivitäten zielen darauf ab, sicherzustellen, dass PUMA und unsere Lieferanten geltende Umweltschutzverordnungen einhalten und die Umweltauswirkungen optimieren.

An unseren eigenen Standorten führen wir regelmäßig Effizienzkontrollen durch. Diese sind in der Europäischen Union vorgeschrieben und helfen uns beim Identifizieren von Energiesparmöglichkeiten in unseren Büros, Stores und Lagern, die wir dann global umsetzen können.

Die Compliance-Audits, die wir bei unseren Lieferanten durchführen (im Kapitel „Menschenrechte“ erläutert), umfassen auch Kontrollen der Einhaltung von Verordnungen zu Umweltschutz und Chemikalieneinsatz. Bei jedem Audit prüfen wir unter anderem Umweltgenehmigungen, Abfallentsorgung und Abwasseranlagen.

Wir haben unsere eigenen Chemikalien- und Umweltaudits durch den Einsatz branchenweiter Instrumente wie dem Higg Index Facility Environmental Module (FEM) 3.0 ersetzt. Zudem setzen wir jährliche externe Prüfungen der FEM-Module für die Selbstbewertung voraus, entweder durch zugelassene Prüfer*innen unseres Teams oder durch andere anerkannte Marken oder durch SAC-genehmigte Drittorganisationen. 100% dieser Prüfungen werden angekündigt.

T.10 ANZAHL FABRIKEN MIT VERIFIZIERTER FEM BEWERTUNG

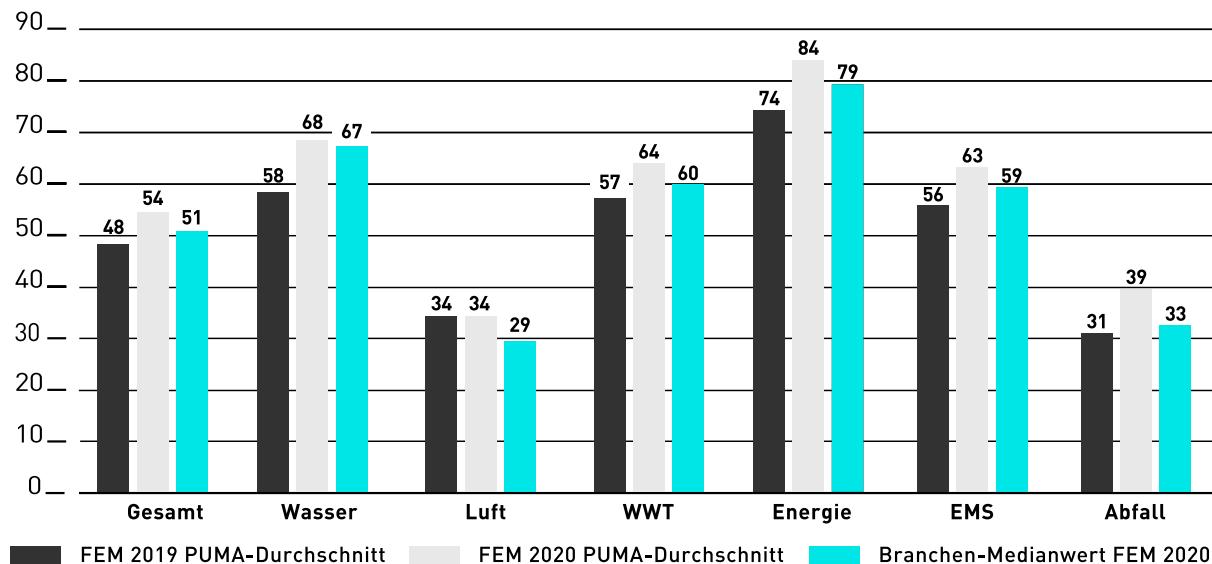
	2021		
	Kernlieferanten Ebene 1	Kernlieferanten Ebene 2	Kernlieferanten L&P*
A	5	3	1
B+	21	23	5
B-	27	24	4
C	12	17	1
D		2	1
Gesamt	65	69	12
Anzahl Fabriken		146	

*L&P: Labels und Verpackung

PUMAs Environmental Performance Rating System basiert auf den Ratings aus den Higg-FEM-Bewertungen der einzelnen Fabriken, die von SAC-zugelassenen Prüfer*innen verifiziert wurden: A, B+, B-, C und D. Die Mindestbewertung für Umweltkennzahlen beträgt 40% (d. h. nur bei Ratings mit A, B+ und B- gilt eine Prüfung als bestanden); Ratings mit C und D gelten als nicht bestanden. Das Bewertungssystem wurde 2020 im Rahmen der Meetings mit Lieferanten und dem Einkaufsteam vorgestellt und wird ab 2022 schrittweise eingeführt. Unseren Umweltleitfaden haben wir entsprechend aktualisiert. Neben unseren Ratings in den Bereichen Soziales und Chemikalien wird auch dieses Bewertungssystem zukünftig in unsere Beurteilungsparameter/Score Cards für Lieferanten aufgenommen.

Weitere Umweltkennzahlen von PUMA und unseren Lieferanten sind in den Kapiteln „Klimaschutz“ und „Umweltkennzahlen“ zu finden.

↗ G.11 VERIFIZIERTE FEM-GESAMTBEWERTUNG FÜR PUMA-FABRIKEN IM BRANCHENVERGLEICH



* FEM-Durchschnitt PUMA 2020: 146 Fabriken

Branchenweiter FEM-Mittelwert (4.409 Fabriken): nach Branchen (Textilien, Schuhe, Accessoires inklusive Handtaschen, Schmuck, Gürtel und ähnliche Produkte) und nach Betriebsart (Konfektionierung gefertigter Produkte, Druck, Produktfärberei und -wäscherie, Materialherstellung inklusive Stoffe, Gummi, Schaum, Isolierung, formbare Materialien)

Die Prüfung der folgenden Bereiche sind im Higg FEM enthalten:

- Umweltmanagementsysteme
 - Stromverbrauch und CO₂-Emissionen
 - Wasserverbrauch
 - Abwasser
 - Luftemissionen (wo anwendbar)
 - Abfallmanagement
- Chemikalienmanagement (Erläuterung des FEM-Chemikalienmoduls im Kapitel „Chemikalien“)

2020 und 2021 haben wir unseren Kernlieferanten unsere Vorgaben bezüglich der Verbesserung ihrer Bewertung um 10 Punkte und des Einsatzes unseres neuen Bewertungssystems mitgeteilt. Im vergangenen Jahr haben wir dann eine Schulung durch SAC-zertifizierte Trainer*innen organisiert, die für diejenigen Lieferanten verpflichtend war, bei denen Mängel festgestellt wurden oder die dieses brancheninterne Tool noch nicht kannten. Über ein engmaschiges Monitoring haben wir anschließend sichergestellt, dass die Fabriken die Verifizierung ihrer Selbstbewertung zeitnah abschlossen.

An den Bewertungen der Fabriken, die an den Projekten für sauberere Produktion und erneuerbare Energien sowie an den Schulungen zu Abwasseraufbereitung und Chemikalienmanagement teilgenommen hatten, waren die positiven Auswirkungen dieser Programme deutlich zu erkennen.

Die Bewertungen von über 60%, die unsere Kernlieferanten in den Bereichen Abwasser, Wasser, Energie und Umweltmanagementsystem erzielt haben, spiegeln unsere Bemühungen und unsere Prioritäten der letzten Jahre wider. Die höchsten Steigerungsraten wurden bei der Zielsetzung und der Erstellung von Optimierungsplänen verzeichnet.



Für uns stehen Chemikalien, Luft und Abfall im Fokus. Im vergangenen Jahr haben wir im Rahmen einer Risikobeurteilung bezüglich Chemikalien und Abfall Maßnahmen identifiziert, die in den nächsten Jahren umzusetzen sind. Als Unterzeichner der ZDHC verfolgen wir die Entwicklungen und Fortschritte der Luftemissionsstandards und -richtlinien der ZDHC genau und werden diese nach Bedarf entlang unserer Beschaffungskette umsetzen, sobald die Einzelheiten veröffentlicht werden.

SCHULUNGEN FÜR UNSERE LIEFERANTEN

Meetings	Themen	Anzahl Lieferanten	Anzahl Teilnehmer*innen
Virtuelle Meetings mit Lieferanten	Updates zum Thema Nachhaltigkeit, Austausch von Best Practices usw.	ca. 466 pro Runde (3 Runden)	ca. 1.083 pro Runde (3 Runden)
Schulung zu Higg FEM	Für Kernfabriken: richtige Durchführung des Moduls Higg FEM	103	192
Schulung zu Abwasser	Für Lieferanten, bei denen im Rahmen des Audits Mängel festgestellt wurden: Fokus auf Problembehebung	18	18
Schulung zur Erfassung von Umweltkennzahlen mit Enablon	Für Kernfabriken: korrekte Eingabe betriebsbezogener Daten	105	251
Schulung zu GRS/RCS	Für Hersteller von PUMA-Produkten mit recyceltem Anteil: Antragstellung für relevante Zertifikate		278



KLIMASCHUTZ

Zielbeschreibung:

Bestehendes Science-Based Target für CO₂-Emissionen:

- Reduzierung der Emissionen von PUMAs eigenen Standorten (Stufe 1 und 2) um 35% gegenüber dem Vergleichsjahr 2017 (absolute Reduzierung)
- Reduzierung der Emissionen von PUMAs Beschaffungskette (Stufe 3: bezogene Waren und Dienstleistungen) um 60% relativ zum Umsatz

Zusätzliche 10FOR25-Ziele:

- Angleichung unseres Ziels für CO₂-Emissionen am 1,5-Grad-Ziel (d. h. Eindämmung der Erderwärmung auf 1,5 Grad)
- Strom aus erneuerbaren Quellen an 100% von PUMAs Standorten
- Ausweitung der Nutzung von Energie aus erneuerbaren Quellen durch PUMAs Kernlieferanten auf 25%

Bezieht sich auf die Ziele Nr. 7 und 13 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen

7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY



13 CLIMATE ACTION



Beispiele aus dem Aktionsplan 10FOR25:

- Zusammenarbeit mit Branchenpartnern im Bereich Klimaschutz im Rahmen der Fashion Industry Charter for Climate Action und des Fashion Pact
- Teilnahme an branchenweiten Energieeffizienzprogrammen für Lieferanten in unseren fünf wichtigsten Beschaffungsmärkten
- Teilnahme an branchenweiten Programmen für erneuerbare Energien in unseren fünf wichtigsten Beschaffungsmärkten
- Austausch aller kohlebetriebenen Heizungskessel bei unseren Kernlieferanten
- Reduzierung der Emissionen aus dem Warentransport durch Umstellung auf CO₂-effizienterer Transportarten
- Schrittweise Einführung von recyceltem Polyester und anderen weniger CO₂-intensiven Materialien
- Einführung von Strom aus erneuerbaren Energien bzw. mit Grünstrom-Herkunftsachweisen in allen unseren Büros, Stores und Lagern
- Schrittweiser Austausch unseres Fuhrparks durch Fahrzeuge mit alternativen Antriebssystemen (elektrisch oder Brennstoffzelle)

Relevante Kennzahlen:

- Direkte CO₂-Emissionen unserer eigenen Standorte (Stufe 1*)
- Indirekte CO₂-Emissionen unserer eigenen Standorte (Stufe 2*)
- Indirekte CO₂-Emissionen aus Produktion, Geschäftsreisen und Warentransport (Stufe 3*)
- Anteil der Kernlieferanten mit Energieeffizienzprogrammen
- Anteil der Kernlieferanten mit Programmen zur Nutzung von Energie aus erneuerbaren Quellen
- Anteil der Kernlieferanten mit kohlebetriebenen Heizungskesseln (Ebene 1 und 2)

* Im GHG Protocol Corporate Standard werden CO₂-Emissionen von Unternehmen wie folgt in drei Stufen eingeteilt:

Stufe 1: direkte CO₂-Emissionen aus unternehmenseigenen Quellen oder Quellen, die vom Unternehmen kontrolliert werden (Büros, Stores, Lager) wie Heizung für Bürogebäude, Emissionen des Fuhrparks

Stufe 2: indirekte CO₂-Emissionen aus der Erzeugung von bezogenem Strom, Fernwärme und Wärme/Kälte, die das Unternehmen verbraucht

Stufe 3: alle sonstigen indirekten Emissionen über Stufe 2 hinaus, zum Beispiel aus der Extraktion und Produktion bezogener Materialien, aus dem Transport bezogener Kraftstoffe und aus der Verwendung verkaufter Produkte und Dienstleistungen wie Geschäftsreisen, Pendlerfahrten der Mitarbeiter*innen usw.

Auf der UN-Klimakonferenz 2015 in Paris verpflichtete sich PUMA zur Festlegung eines wissenschaftsbasierten Ziels (Science-Based Target) für CO₂-Emissionen. 2018 waren wir Mitgründer der Fashion Industry Charter for Climate Action, einer branchenweiten Initiative zur Anpassung der Emissionen der Modeindustrie an die auf der Pariser Klimakonferenz aufgestellten Ziele.

Ein Jahr danach haben wir unser wissenschaftsbasiertes Ziel mit der SBT Initiative vereinbart und veröffentlicht und sind dem Fashion Pact beigetreten, der auch eine Selbstverpflichtung zum Klimaschutz voraussetzt.

Wir haben unsere Zielvereinbarung an die vermehrte Nutzung von Strom aus erneuerbaren Quellen durch den Kauf von Grünstrom-Herkunfts-nachweisen (Renewable Energy Certificates, RECs) in denjenigen Ländern gekoppelt, die für PUMA wichtig sind und in denen Strom aus erneuerbaren Quellen nicht direkt gekauft werden kann. 2018 haben wir 50% von PUMAs Emissionen aus Strom über RECs abgedeckt; 2019 haben wir diesen Anteil dann auf 74% und 2020 und 2021 auf 100% erhöht.

Somit ist es uns gelungen, unsere Emissionen der Stufe 1 und 2 trotz des vermehrten Geschäftsvolumens deutlich zu senken. Gegenüber unserem Vergleichsjahr 2017 haben wir unsere Emissionen der Stufe 1 und 2 um 88% (marktbasiert) reduziert. Inklusive der erworbenen Zertifikate haben wir damit unser wissenschaftsbasiertes Ziel für die Reduzierung von Stufe-1- und -2-Emissionen um 35% bereits übertroffen genauso wie die absolute Reduzierung um 50%, die für die Anpassung unseres Ziels an das 1,5-Grad-Ziel erforderlich ist.



PUMA CEO Björn Gulden auf der UN-Klimakonferenz COP 26 in Glasgow



Nachdem wir 100% Strom aus erneuerbaren Energien für unsere eigenen Büros, Stores und Lager eingeführt hatten, haben wir auch 2021 ausschließlich grünen Strom aus erneuerbaren Energien bzw. durch den Erwerb von RECs bezogen.

Mit dem Ziel, unsere Stufe-1-Emissionen weiter zu senken – diese sind hauptsächlich auf unseren Fuhrpark zurückzuführen – haben wir die Anzahl von emissionsfreien bzw. emissionsarmen Fahrzeugen weltweit auf 108 erhöht, das sind 15% unserer globalen Flotte. Zukünftig wollen wir den Anteil unserer Fahrzeuge mit alternativen Antrieben in unserem Fuhrpark um 10% pro Jahr erhöhen.

Auf der UN-Klimakonferenz in Glasgow hat PUMA CEO Bjørn Gulden unsere Selbstverpflichtung zu den neuen Zielen der Fashion Industry Charter for Climate Action vom 5. November 2021 bekräftigt. [UNITED NATIONS \(unfccc.int\)](http://UNITEDNATIONS.unfccc.int)

Für die nächsten Jahre haben wir uns vorgenommen, die RECs durch Strom aus erneuerbaren Energien bzw., wenn möglich, durch Stromabnahmeverträge zu ersetzen und, wie bereits erläutert, unseren Fuhrpark pro Jahr um 10% Fahrzeuge mit alternativen Antriebssystemen zu erweitern.

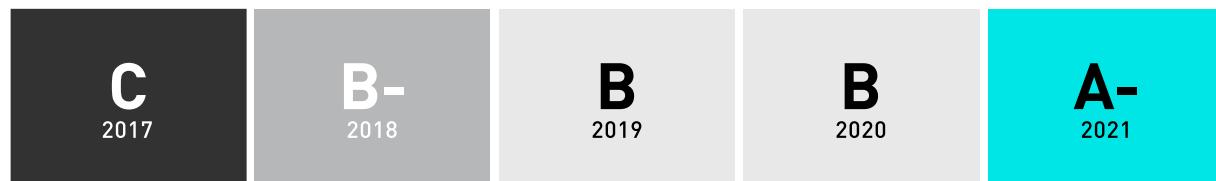
Bei unseren Stufe-3-Emissionen werden wir uns auf erworbene Waren und Dienstleistungen konzentrieren, da ein großer Teil unserer indirekten Emissionen in diesem Bereich entsteht. Zudem haben wir uns zum Ziel gesetzt, Emissionen aus dem Warentransport um 20% relativ zum Transportvolumen zu senken, hauptsächlich durch Reduzierung unserer Luftfrachten um 5% pro Jahr gegenüber dem Vergleichsjahr 2019.

Um die Emissionen aus der Herstellung von PUMA-Produkten zu verringern, haben wir verschiedene Programme mit unseren Lieferanten umgesetzt. Schwerpunkte waren unter anderem Energieeffizienz, Photovoltaikanlagen auf dem Fabrikgelände und die Stromgewinnung aus erneuerbaren Energien.

PUMAS CDP-KLIMASCHUTZBEWERTUNG 2021: A-

Das Carbon Disclosure Project (CDP) ist eine von Investor*innen geführte Organisation, die Unternehmen und Städte weltweit anhand ihrer Klimaschutzstrategien und Datenveröffentlichung bewertet. Als langjähriger Teilnehmer geben wir unsere Daten in CDP-Fragebogen öffentlich über die Website der Organisation bekannt. Im letzten Jahr haben wir erstmals in unserer Unternehmensgeschichte die CDP-Bewertung A- für unsere veröffentlichten Klimaschutzdaten für das Berichtsjahr 2020 erhalten.

↗ PUMAS CDP KLIMASCHUTZBEWERTUNGEN



↗ 2021 CDP DURCHSCHNITTSBEWERTUNGEN INDUSTRIE UND REGION





Damit liegen wir über dem Durchschnitt von C in unserer Branche (Textilien und Stoffwaren). Die globale Durchschnittsbewertung ist B-.

Die verbesserte CDP-Bewertung ist auf eine Reihe von Klimaschutzmaßnahmen zurückzuführen, die wir 2020 bzw. 2021 ins Leben gerufen haben, unter anderem Initiativen zur Emissionsreduzierung inklusive einer detaillierten Klimaschutz-Roadmap, der Ausweitung von Projekten für sauberere Produktion in unseren größten Beschaffungsmärkten, Machbarkeitsstudien für erneuerbare Energien auf Fabrikgeländen und in der Folge die Einführung von Strom aus erneuerbaren Energien durch einige unserer Kernlieferanten. Auch für unsere optimierten Kontrollsysteme für den Klimaschutz, unsere risikobezogene Berichterstattung und die Reduzierung von CO₂-Emissionen der Stufe 1 und 2 durch den Erwerb von RECs haben wir bessere Bewertungen erzielt.



TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURE

Die Task Force for Climate Related Financial Disclosures (TCFD) ist eine internationale Finanzinitiative, die auf mehr Transparenz hinsichtlich klimabezogener Themen zwischen Unternehmen und Investoren abzielt. Wir haben unsere existierenden Veröffentlichungen im Bereich Klima mit den Empfehlungen von TCFD verglichen und in Tabelle T.11 zusammengefasst.

T.11 TCFD QUERVERWEISTABELLE

Thematischer Bereich	Empfohlene Angaben	Quelle der Informationen in der PUMA-Berichterstattung	2021 Fokusbereich
Governance			
	a) Beschreiben der Kontrolle des Vorstands über klimabezogene Risiken und Chancen.	GB Seite 42-43 CDP C1.1	Einrichtung eines Nachhaltigkeitsausschusses des Aufsichtsrats.
Offenlegung der Organisation Governance in Bezug auf klimabezogene Risiken und Chancen	b) Beschreiben der Rolle des Managements bei der Bewertung und dem Management klimabezogener Risiken und Chancen.	GB Seite 42-43 CDP C1.2	Beginn der regelmäßigen Berichterstattung an den Vorstand.
Strategie			
	a) Beschreiben der klimabezogenen Risiken und Chancen, die die Organisation kurz-, mittel- und langfristig identifiziert hat.	CDP C2	
	b) Beschreiben der Auswirkungen von klimabezogenen Risiken und Chancen auf die Geschäfte, die Strategie und die Finanzplanung der Organisation.	GB Seite 80 CDP C2.3 CDP C2.4	Klimabezogene Risiken und Chancen sind Teil des Risikobewertungsprozesses von PUMA und werden in unserer Antwort an das Carbon Disclosure Project detailliert veröffentlicht. Die Betrachtung der Widerstandsfähigkeit der Unternehmensstrategie für ein Szenario von deutlich unter 2 °C ist Teil unserer bestehenden wissenschaftsbasierten Zielsetzung.
Offenlegung der tatsächlichen und potenziellen Auswirkungen von klimabezogenen Risiken und Chancen auf die die Geschäfte der Organisation, Strategie und Finanzplanung, wenn diese Informationen wesentlich sind.	c) Beschreiben der Widerstandsfähigkeit der Strategie der Organisation unter Berücksichtigung verschiedener klimabezogener Szenarien, einschließlich eines Szenarios mit einer Temperatur von 2°C oder weniger.	GB Seite 85	

**Risiko Management**

	a) Beschreiben der Verfahren der Organisation zur Identifizierung und Bewertung von klimabbezogenen Risiken.	GB Seite 44-45 CDP C2.2	
	b) Beschreiben der Prozesse der Organisation für das Management klimabbezogener Risiken.	GB Seite 44-45, Seite 80 CDP C2.2	
	c) Beschreibe wie die Prozesse zur Identifizierung, Bewertung und zum Management klimabbezogener Risiken in das allgemeine Risikomanagement der Organisation integriert sind.	GB Seite 44-45	Klimabbezogene Risiken sind Teil des Risikobewertungsprozesses von PUMA und werden im Rahmen unserer Klimaziele und unseres Klimaprogramms gesteuert.
Legt dar, wie die Organisation identifiziert, bewertet und steuert klimabbezogene Risiken			

Kennziffern und Ziele

	a) Offenlegung der Messgrößen, die die Organisation zur Bewertung klimabbezogener Risiken und Chancen im Einklang mit ihrer Strategie und ihrem Risikomanagementprozess verwendet.	GB Seite 84-91 CDP C6, C10	
	b) Offenlegung von Scope 1, Scope 2 und gegebenenfalls Scope 3 Treibhausgasemissionen (THG) und des damit verbundenen Risikos.	GB Seite 84-91 CDP C6, C10	
	c) Beschreiben der Ziele, die die Organisation für das Management klimabbezogener Risiken und Chancen verwendet, sowie die Leistung im Vergleich zu den Zielen.	GB Seite 74-76 CDP C4.1, C4.2	PUMA hat genaue Kennzahlen und Ziele bezüglich seiner Treibhausgasemissionen. Im Jahr 2022 arbeitet PUMA daran, sein wissenschaftlich fundiertes Ziel an einem 1,5 °C-Szenario auszurichten.
Offenlegung der Kennziffern und Ziele die zur Bewertung und zum Management relevanten klimabbezogenen Risiken und Chancen, wenn diese Informationen wesentlich sind.			



ROADMAP FÜR DEN KLIMASCHUTZ UND RISIKOBEURTEILUNGEN

2021 haben wir eine Roadmap für den Klimaschutz erstellt und eine Risikobeurteilung basierend auf unserer internen Methodik durchgeführt.

Wir erachten die nachteiligen gesetzlichen Vorgaben für erneuerbare Energien einiger Länder als hohes Risiko und rechnen damit, dass das unsichere Geschäftsumfeld unserer Branche die Lieferanten davon abhält, in Technologien zu investieren und ihre Betriebe mit emissionsarmen Anlagen aufzurüsten.

Nachstehend sind einige Schwerpunktebereiche für die kommenden Jahre erläutert. Einige Maßnahmen wurden bereits 2021 umgesetzt und in diesem Bericht veröffentlicht.

- **Sensibilisierung:** Mit dem Ziel, unsere Mitarbeiter*innen für den Klimaschutz zu sensibilisieren, entwickeln wir derzeit ein E-Learning für diesen Bereich. 50 Einkaufsexpert*innen haben bereits an Schulungen teilgenommen und wir wollen die Grundlagen zur CO₂-Emissionsbuchhaltung auch unseren Lieferanten näherbringen.
- **Überblick über die Auswirkungen:** Für unsere fünf Hauptprodukte führen wir Lebenszyklusanalysen durch; die Ergebnisse dreier Prüfungen sind im Kapitel „Unsere Produkte“ aufgeführt. Einige ausgewählte Kernlieferanten haben wir angehalten, wissenschaftsbasierte Ziele (Science-Based Targets, SBTs) aufzustellen. Für die anderen Kernlieferanten haben wir Zielsetzungsinstrumente für den Bereich Klimaschutz entwickelt.
- **Interne Maßnahmen:** Wir haben das Higg FEM in PUMAs Bewertungssystem übertragen, damit die von unseren Einkaufsexpert*innen genutzten Beurteilungsparameter für Lieferanten deren Umweltkennzahlen widerspiegeln. Durch Erhöhung der Intervalle werden wir unsere Klimadatenerfassung verbessern. Unser Augenmerk haben wir weiterhin auf der Steigerung des Anteils recycelter Materialien in unseren Produkten und auf der Prüfung von Optionen für den vermehrten Einsatz biosynthetischer Materialien. Unsere Berechnungen der Stufe-3-Emissionen haben wir am GHG-Protokoll ausgerichtet. Unsere SBTs werden wir an das 1,5-Grad-Szenario anpassen. Unsere Programme für sauberere Produktion und erneuerbare Energien werden auf weitere Fabriken ausweiten.
- **Kooperation und Partnerschaft:** Unsere aktive Mitwirkung an der Fashion Charter werden wir beibehalten mit dem Ziel, Klimaschutzmaßnahmen voranzubringen und dahingehend auf die Gesetzgeber einwirken, dass unseren Lieferanten der Bezug erneuerbarer Energien erleichtert wird.

SCHULUNGEN FÜR UNSERE LIEFERANTEN

2021 haben wir uns mit anderen Marken und großen Lieferanten unter der Fashion Industry Charter for Climate Action der Vereinten Nationen zusammengeschlossen, um ein Standardschulungsprogramm zum Klimaschutz für Textil- und Schuhhersteller in Asien in Partnerschaft mit der GIZ zu erstellen. Dieses Onlineprogramm bietet Grundlagenwissen zu globalen Dekarbonisierungsmaßnahmen, zur CO₂-Emissionsbuchhaltung, zu Methoden der Zielsetzung im Bereich Klimaschutz und zu Lösungen zur Emissionsreduzierung und zum Erreichen dieser Ziele. Neben Englisch steht die kostenlose selbstgesteuerte Schulung auch in lokalen Sprachen wie Khmer, Mandarin, Bengali und Vietnamesisch zur Verfügung. Unsere Lieferanten sind zur Teilnahme angehalten.

Des Weiteren haben wir 36 Mitarbeiter*innen von 13 Kernlieferanten in Vietnam, Kambodscha, Bangladesch und Pakistan für die Teilnahme an einem von Tutor*innen gestützten Schulungsprogramm der GIZ nominiert. 92% erhielten ein Zertifikat und erzielten in der Abschlussprüfung im Durchschnitt 72%.

Neben diesen 34 Teilnehmer*innen haben bis dato 30 Personen von 25 Lieferantenfabriken den Kurs absolviert. 86% haben die Abschlussprüfung bestanden und wurden von der GIZ mit einem Zertifikat gewürdigt. Die Durchschnittsnote lag bei 75%.



Ein anderes Trainingsmodul soll das Bewusstsein von PUMAs Einkaufsteam für das Thema Klimaschutz schärfen, damit es in unsere Verhandlungen mit Lieferanten aufgenommen werden kann. 50 Mitglieder haben sich bereits zu Klimaschutzgrundlagen, internationalen Abkommen, PUMAs Zielen und Roadmap für den Klimaschutz und Zielsetzung bei unseren Lieferanten informiert. Eine Auffrischungsschulung ist für 2022 geplant.

Im vergangenen Jahr haben wir zudem zwei Trainingsmodule zur Zielsetzung im Bereich Klimaschutz für unsere Kernlieferanten entwickelt. Sie richten sich jeweils an diejenigen, die noch ein wissenschaftsbasiertes Ziel (Science-Based Target, SBT) bzw. ein Klimaziel mit Hilfe eines vereinfachten, intern entwickelten Instruments aufstellen müssen. Zur Identifizierung der beiden Gruppen haben wir unsere Kernlieferanten der Ebene 1 und 2 über eine Umfrage anhand der folgenden Kriterien nach ihrer jeweiligen Bereitschaft gegliedert:

- Der Lieferant arbeitet mit anderen Marken zusammen, die PUMA gegenüber ähnlichen Verpflichtungen in Sachen Klimaschutz eingegangen sind.
- Der Lieferant hat bereits ehrgeizige Klimaziele (jedoch noch kein SBT) aufgestellt.
- Der Lieferant nimmt an einem Programm für saubere Produktion teil bzw. hat an einem solchen teilgenommen.

Anhand der Umfrageergebnisse konnten wir zehn Lieferanten der Ebene 1, die 60% des Geschäftsvolumens ausmachen, sowie 23 Lieferanten der Ebene 2, die für 51% des Geschäftsvolumens stehen, für unsere Klimaschutzprogramme 2022 identifizieren.

Um alle Mitarbeiter*innen zu sensibilisieren, entwickeln wir derzeit ein E-Learning zu den Grundlagen als Trainingsmodul, das in Q1 2022 eingeführt werden soll.

Unsere Kernlieferanten beteiligen sich an diversen Klimaschutzprogrammen (siehe Tabelle unten). Insgesamt haben sie bereits folgende Fortschritte erzielt:

- Reduzierung der CO₂e-Emissionen: 72.745 Tonnen jährlich
- Erneuerbare Energien: 66 MW (inklusive Bezug über Direct Purchase Agreements und Windenergie aus externen Quellen)
- Wassereinsparungen: 2.424.800 m³ jährlich
- Energieeinsparungen: 156.160 MWh jährlich



↗ T.12 HERSTELLERPROGRAMME ZUM KLIMASCHUTZ

Programme für sauberere Produktion/Kohleausstieg

Land	Programm/Partner	Umfang	Anzahl Fabriken	Anteil am Beschaffungsvolumen (global)
China-Taiwan	Clean-by-Design(CbD)/aii	Effizienter Energie- und Wasserverbrauch	Ebene 2: 4	
	Low Carbon Manufacturing Program (LCMP)/WWF	Effizienter Energie- und Wasserverbrauch	Ebene 1: 10	
Bangladesch	Partnership for Cleaner Textile (PaCT)/IFC	Effizienter Energie- und Wasserverbrauch	Ebene 1: 7 Ebene 2: 3	2021 Ebene 1: 51% Ebene 2: 63%
	Clean-by-Design(CbD)/aii, FABRIC/GIZ	Effizienter Energie- und Wasserverbrauch, Kohleausstieg	Ebene 1: 6 Ebene 2: 9	Aufnahme 2022 Ebene 1: 69% Ebene 2: 71%
Vietnam, Kambodscha	Vietnam Improvement Program (VIP)/IFC	Effizienter Energie- und Wasserverbrauch	Ebene 1: 4 Ebene 2: 6	
Mexiko	Sustainable Energy for All	Effizienter Energieverbrauch	Ebene 1: 2*	
Gesamt			Ebene 1: 43 Ebene 2: 27	

* Nicht-Kernfabriken

Programme für erneuerbare Energien

Land	Programm/Partner	Umfang	Anzahl Fabriken	Anteil am Beschaffungsvolumen (global)
Vietnam, Kambodscha	Project Development Programme (PDP)/GIZ	Solaranlagen auf dem Dach	Ebene 1: 6 Ebene 2: 1	
	Eigeninitiative der Fabriken	Solaranlagen auf dem Dach	Ebene 1: 3 Ebene 2: 2	
China-Taiwan	Eigeninitiative der Fabriken	Solaranlagen auf dem Dach, externe Windkraftanlage	Ebene 1: 4 Ebene 2: 6	2021 Ebene 1: 48% Ebene 2: 18%
	Partnership for Cleaner Textile (PaCT)/IFC	Solaranlagen auf dem Dach	Ebene 1: 2 Ebene 2: 3	Aufnahme 2022 Ebene 1: 69% Ebene 2: 70%
Bangladesch	Project Development Program (PDP)/GIZ	Solaranlagen auf dem Dach	Ebene 1: 3	
Pakistan	Project Development Program (PDP)/GIZ	Solaranlagen auf dem Dach	Ebene 1: 2	
Gesamt			Ebene 1: 21 Ebene 2: 12	



FALLSTUDIE

Bei der DBL Group in Bangladesch beruht Nachhaltigkeit auf fünf Säulen: Menschen, Prozesse, Produkte, Community und Umwelt. Letztere hat bei der DBL Group hohe Priorität, die sie mit Maßnahmen zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks, des Wasserverbrauchs und des Produktionsabfalls umsetzt. 2021 verwendete das Unternehmen 10.730 Tonnen recycelter Baumwolle. Durch den vermehrten Einsatz erneuerbarer Energien konnte es seine CO₂-Emissionen um 1.934 Tonnen jährlich verringern. Für Färbe-, Beschichtungs-, Druck- und Waschprozesse wird Regenwasser eingesetzt, wodurch bis 2021 100.850 m³ Grundwasser eingespart werden können.

Als erster Hersteller überhaupt unterzeichnete SLN aus der Türkei im Jahr 2018 die Fashion Industry Charter for Climate Action. Seit Januar 2021 nutzt das Unternehmen an sämtlichen Standorten sauberen Strom aus erneuerbaren Quellen mit I-REC-Zertifizierung und konnte dadurch seine marktbasierteren CO₂-Emissionen aus dem Stromverbrauch an allen Standorten auf null reduzieren.

PUMAS KLIMASCHUTZPROGRAMM

In einer Zeit, in der die globale Coronapandemie verheerende Folgen für die Modeindustrie hatte, hat die Klimakrise an Dringlichkeit und Ernsthaftigkeit gewonnen. Mit seiner Unterstützung durch seine Teilnahme an dem von der Fashion Industry Charter ausgerichteten Event bei der UN Klimakonferenz COP 26 in Glasgow hat PUMAs CEO, Bjørn Gulden, ein starkes und positives Signal an die Modeindustrie gesendet und diese zum Zusammenschluss für eine klimafreundliche Zukunft aufgefordert. Als Co-Vorsitzender des Steering Committee der Charter hat auch Stefan Seidel, Head of Corporate Sustainability bei PUMA, kompetent und mit viel Leidenschaft die Arbeit der Charter angeleitet. PUMA gehört zu den vielen Modeunternehmen, die sich das ambitionierte – und notwendige – Ziel gesetzt haben, ihre Aktivitäten am Abkommen von Paris auszurichten und die Erderwärmung auf 1,5° C zu beschränken. Die Welt schaut nun auf PUMA und seine Partner in der Charter, die ihre Führungsrolle weiterhin unter Beweis stellen und ihre Zusagen einhalten sollen. Das UNFCCC freut sich darauf, den Klimaschutz gemeinsam mit einer der führenden Modemarken voranzubringen.

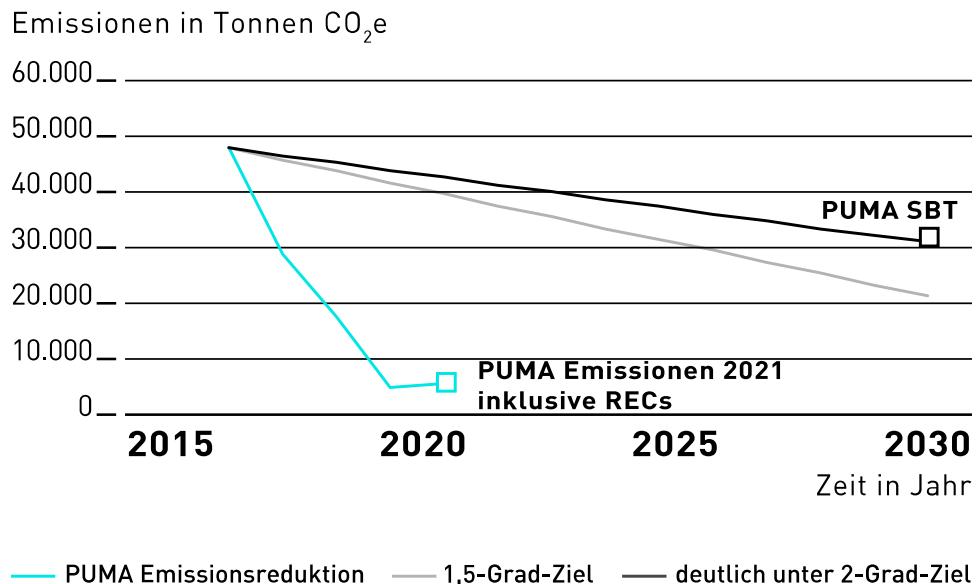
NICLAS SVENNINGSEN

Manager. Global Climate Action. United Nations Climate Change

**↗ T.13 CO₂E-EMISSIONEN VON PUMA, STUFE 1 UND 2**

CO ₂ e-Emissionen ¹⁻⁶ (absolute Zahlen)	2021	2020	2019	2018	2017	Abweichung (in %)	Abweichung (in %)
						2020/2021	2017/2021
Stufe 1 – direkte CO₂e-Emissionen aus dem Einsatz fossiler							
Brennstoffe	4.046	4.179	6.326	6.918	7.678	-3%	-47%
Fuhrpark	2.008	1.985	3.618	4.073	4.134	1%	-51%
Heizung	2.039	2.194	2.708	2.845	3.545	-7%	-42%
Stufe 2 – indirekte CO₂e - Emissionen (standortbasiert)							
	32.545	29.839	40.986	43.366	40.029	9%	-19%
Stufe 2 – indirekte CO₂e - Emissionen (marktbasiert)							
	1.458	1.078	11.533	22.128	40.029	35%	-96%
Elektrizität (standortbasiert)	31.087	28.761	39.282	42.145	38.914	8%	-20%
Elektrizität (marktbasiert)	0	0	9.828	20.907	38.914	-	-100%
Fernwärme	1.458	1.078	1.705	1.221	1.115	35%	31%
Gesamt Stufe 1 und 2 (standortbasiert)							
	36.591	34.018	47.312	50.284	47.707	8%	-23%
Gesamt Stufe 1 und 2 (marktbasiert)							
	5.504	5.257	17.858	29.046	47.707	5%	-88%
Stufe 1 und 2 relativ zum Umsatz (in Tonnen CO ₂ e pro Million € Umsatz) (standortbasiert)	5,4	6,5	8,6	10,8	11,5	-17%	-53%
Stufe 1 und 2 relativ zum Umsatz (in Tonnen CO ₂ e pro Million € Umsatz) (marktbasiert)	0,8	1,0	3,2	6,2	11,5	-19%	-93%

↗ G.12 VEREINBARTE EMISSIONSZIELE (STUFE 1 UND 2*) (in Tonnen CO₂e) 2021



* Inklusive Grünstrom-Herkunfts nachweise

Wie in T.13 und G.12 angegeben, wurden PUMAs eigene Emissionen aus Scope 1 und 2 (marktbasiert) um 88% zwischen unserem Basisjahr 2017 und 2021 reduziert. Damit übertrafen wir bereits unsere Science Based Reduzierung um 35% bis 2030. Die Reduzierung ist hauptsächlich auf den Kauf von erneuerbarem Strom zurückzuführen und auf Attributzertifikate für erneuerbare Energie, wenn keine Tarife für erneuerbare Energie verfügbar sind.



↗ T.14 CO₂E-EMISSIONEN VON AUSGEWÄHLTEN AKTIVITÄTEN ENTLANG PUMAS WERTSCHÖPFUNGSKETTE, STUFE 3

CO ₂ e-Emissionen ¹⁻⁶ (absolute Zahlen)	2021	2020	2019	2018	2017	Abweichung (in %) 2020/2021	Abweichung (in %) 2017/2021
Stufe 3 – indirekte CO₂e-Emissionen aus PUMAs							
Wertschöpfungskette	264.005	211.108	250.240	222.315	208.525	25%	27%
Bezogene Waren und Dienstleistungen – Lieferanten der Ebene 1	150.509	113.561	123.769	126.590	123.061	33%	22%
Brennstoff- und energiebezogene Aktivitäten*	3.136	2.855				10%	
Vorgelagerte Transporte und Distribution	106.983	91.775	107.744	80.143	71.070	17%	51%
Einkommend	85.622	67.842	98.386	74.182	64.076	26%	34%
Ausgehend**	21.361	23.933	9.358	5.961	6.994	-11%	205%
Geschäftsreisen	2.482	1.751	18.727	15.582	14.394	42%	-83%
Vorgelagerte Leasing-Anlagegüter*	895	1.166				-23%	
Gesamt Stufe 1-3 (marktbasiert)	269.509	216.365	268.098	251.361	256.232	25%	5%
Jahresumsatz PUMA (in Millionen €)	6.805	5.234	5.502	4.648	4.136	30%	65%
Gesamt Stufe 1-3 relativ zum Umsatz (in Tonnen CO ₂ e pro Million € Umsatz) (marktbasiert)	39,6	41,3	48,7	54,1	62,0	-4%	-36%
Gesamt Stufe 3 relativ zum Umsatz (in Tonnen CO ₂ e pro Million € Umsatz)	38,8	40,3	45,5	47,8	50,4	-4%	-23%

* Emissionen aus den jeweiligen Kategorien der Stufe 3 wurden bis 2020 unter Stufe 1 bzw. 2 ausgewiesen.

** 2020 wurden vorgelagerte Ausgangswerte angepasst, um das E-Commerce-Geschäft ohne B2B-Express-Volumina voll widerzuspiegeln.

1. PUMAs CO₂-Emissionen gemäß dem International Accounting Standard des GHG-Protokolls.
2. Methodologische Veränderungen über die letzten drei Jahre beeinflussen die Ergebnisse. 2020 wurden aktualisierte Emissionsfaktoren angewandt und die volumfängliche Ausrichtung am GHG-Protokoll hat zu Veränderungen der konsolidierten Struktur geführt.
3. Die Konsolidierung erfolgt gemäß dem Betriebssteuerungsansatz, inklusive PUMAs eigener oder von PUMA betriebener Büros, Lager, Geschäfte und Produktionsstätten (Argentinien).
4. Die ausgelagerte Produktion der Ebene 1 wird mit den Emissionen der Stufe 3 unter erworbene Waren und Dienstleistungen ausgewiesen (CO₂-Emissionen aller drei Produktbereiche (Accessoires, Textilien und Schuhe)).
5. PUMA wendet Emissionsfaktoren international anerkannter Quellen wie der Internationalen Energieagentur (IEA) (2019) und die Konversionsfaktoren der DEFRA (2020) an. Die Emissionsfaktoren für einige Emissionen der Stufe 3 basieren auf lieferanten- und branchenspezifischen Emissionsfaktoren.
6. Für den Seefrachttransport setzt PUMA die Empfehlungen und die neue Methodologie der Clean Cargo Working Group um, die für alle Brennstoffe von der Nutzung von CO₂ aus Tank-to-Wheel (TTW) zu CO₂-äquivalenten Emissionsfaktoren aus Well-to-Wheel (WTW) übergegangen ist.



STUFE-3-EMISSIONEN AUSSERHALB DER EBENE-1-PRODUKTION

PUMAs Stufe-3-Emissionen entstehen durch unsere indirekten Geschäftsaktivitäten, hauptsächlich entlang unserer Beschaffungskette.

In den vergangenen Jahren haben wir die Stufe-3-Emissionen aus der Herstellung von PUMA-Produkten in unserem Geschäftsbericht nur auf Lieferantenebene 1 ausgewiesen. Zudem kamen unsere Berechnungen aus PUMAs ökologischer Gewinn- und Verlustrechnung (EP&L) für die Aufstellung und Nachverfolgung unseres Science-Based Targets für CO₂-Emissionen zum Einsatz.

2021 haben wir die Lifecycle-Expert*innen von Sphera mit der umfassenden Prüfung der Emissionen entlang unserer Beschaffungskette über die Produktion der Ebene 1 hinaus beauftragt; dazu zählten die Stoff- und Komponentenlieferanten der Ebene 2 ebenso wie die Materialproduktion. Anhand der erhaltenen Daten erstellen wir einen neuen Referenzwert (Baseline) für die größten Stufe-3-Emissionen in der Kategorie 1, gefertigte Produkte und Dienstleistungen.

In der folgenden Tabelle wird deutlich, dass unsere absoluten Emissionen aus der Kategorie eingekaufte Waren und Dienstleistungen von 2017 bis 2021 um 12% gesunken sind, während unser Geschäft um 65% gewachsen ist. Aufgrund von Effizienzsteigerungen und der Nutzung von erneuerbarem Strom auf Werksebene sowie der Verwendung nachhaltigerer Materialien sind unsere Emissionen im Verhältnis zum Umsatz im gleichen Zeitraum um 46% gesunken. Das entspricht unserem wissenschaftsbasierten Ziel, einer Reduzierung um 60% im Verhältnis zum Umsatz bis 2030.

T.15 PUMAS CO₂E-EMISSIONEN DER STUFE 3, KATEGORIE 1, VON AUSGEWÄHLTEN AKTIVITÄTEN ENTLANG DER BESCHAFFUNGSKETTE

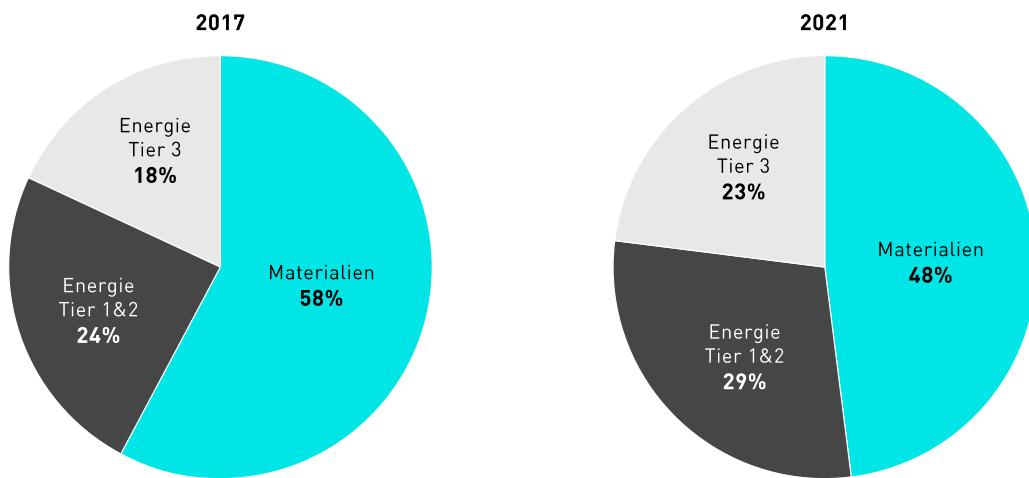
Stufe-3-Emissionen (Kategorie 1)	Vergleichs-jahr 2017	2020	2021	Abweichung (in %)
				2017/2021
Absolute CO₂-Emissionen (in Tonnen CO₂eq)	1.409.265	1.389.335	1.242.468	-12%
Jahresumsatz (in Millionen €)	4.136	5.234	6.805	65%
Intensität der CO₂-Emissionen (in Tonnen CO₂e pro Million € Umsatz)	341	265	183	-46%

Anmerkung:

Die Schätzung der Stufe 3, Kategorie 1, umfasst CO₂-Emissionen in Verbindung mit Produkten und Dienstleistungen, die wir von unseren Lieferanten bezogen haben, in Zusammenhang mit PUMA-Produkten und den jeweiligen Verpackungen. Nicht dazu zählen Emissionen in Verbindung mit anderen Produkten und Dienstleistungen, die von PUMAs Büros, Stores und Lagern bezogen wurden.

Emissionen der Stufe 3, Kategorie 1, entstehen hauptsächlich im Bereich der Rohmaterialien und durch die Energie, die unsere Kernlieferanten der Ebene 1, 2 und 3 (Produktion von Rohmaterialien) bei der Herstellung gefertigter Materialien und Komponenten sowie gefertigter Produkte verbrauchen. In der nachstehenden Grafik sind die CO₂-Emissionen insgesamt nach Quellen gegliedert.

↗ G.13 SCOPE 3 EMISSIONEN - KATEGORIE 1



Wir arbeiten mit Sphera derzeit auch an der Quantifizierung von CO₂-Emissionen für 2018 und 2019 und aus weiteren Kategorien der Stufe 3.

VERBRAUCH VON ENERGIE AUS ERNEUERBAREN QUELLEN ENTLANG PUMAS BESCHAFFUNGSKETTE (Z. B. BEI HERSTELLERN, IN DER VERARBEITUNG UND IN DER FASERPRODUKTION)

Der Anteil des Stroms aus erneuerbaren Energien, den unsere Lieferanten der Ebene 1 und 2 beziehen, stieg zwischen 2017 und 2021 von 0,35% auf 4,3%, also um 1673%. Bei unseren Lieferanten der Ebene 1 stieg der Anteil des Stroms aus erneuerbaren Energien in dem Zeitraum von 0,18% auf 4,8%, bei unseren Lieferanten der Ebene 2 ebenfalls von 0,74% auf 3,1%.

↗ T.16 ANTEIL DES STROMS AUS ERNEUERBAREN ENERGIEN IM VERGLEICH ZUM NETZSTROM

	2017	2020	2021	Abweichung (in %) 2017/2021
Strom aus erneuerbaren Energien gesamt (kWh)	817.644	3.588.937	14.494.042	1673%
Netzstrom gesamt (kWh)	234.323.351	252.665.750	324.910.084	39%
Anteil Strom aus erneuerbaren Energien	0,35%	1,40%	4,3%	1128%
Strom aus erneuerbaren Energien bei Kernlieferanten der Ebene 1 (kWh)	298.283	1.999.458	11.149.103	3638%
Netzstrom bei Kernlieferanten der Ebene 1 (kWh)	164.904.224	169.593.745	218.804.548	33%
Anteil Strom aus erneuerbaren Energien bei Kernlieferanten der Ebene 1	0,18%	1,17%	4,8%	2585%
Strom aus erneuerbaren Energien bei Kernlieferanten der Ebene 2 (kWh)	519.361	1.589.479	3.344.939	544%
Netzstrom bei Kernlieferanten der Ebene 2 (kWh)	69.419.127	83.072.005	106.105.536	53%
Anteil Strom aus erneuerbaren Energien bei Kernlieferanten der Ebene 2	0,74%	1,88%	3,1%	312%

Anmerkung:

Der für den Eigenbedarf produzierte Strom aus fossilen Brennstoffen wie Erdgas, Diesel usw. ist nicht in der Gesamtmenge enthalten.

Der Strom aus erneuerbaren Energien umfasst Grünstrom-Herkunfts nachweisen (I-RECs), die unsere Kernlieferanten für Leder, Polyurethan und Textilien 2021 bezogen haben, berücksichtigt aber nicht den Strom aus erneuerbaren Energien, den unsere Kernlieferanten der Ebene 2 (z. B. Verpackung und Etikettierung, Zutaten, Sohlen und Strickobermaterial für Schuhe) bezogen haben.



CO₂-FUßABDRUCK ENTLANG DER BESCHAFFUNGSKETTE

T.17 CO₂-FUßABDRUCK ENTLANG DER BESCHAFFUNGSKETTE (Z. B. BEI HERSTELLERN, IN DER VERARBEITUNG UND IN DER TEXTILPRODUKTION)

Stufe-3-Emissionen (Kategorie 1)	2017	2020	2021	Abweichung (in %)
				2017/2021
Absolute CO ₂ -Emissionen unserer Kernlieferanten der Ebene 1 und 2 (in Tonnen CO ₂ eq)	345.361	297.573	358.404	4%
Jahresumsatz (in Millionen €)	4.136	5.234	6.805	65%
Intensität der CO ₂ -Emissionen (in Tonnen CO ₂ e pro Million € Umsatz)	83,5	56,8	52,7	-37%
Ebene 3 Lieferanten (in Tonnen CO₂ eq)	252.251	223.909	284.215	13%
Intensität der CO ₂ -Emissionen (in Tonnen CO ₂ e pro Million € Umsatz)	61,0	42,8	41,8	-32%

Anmerkung:

Die Schätzung der Emissionen der Ebene 1 und 2 basiert auf dem Stromverbrauch unserer Kernlieferanten der Ebene 1 und 2; die Ergebnisse dienen für die Hochrechnung für alle Lieferanten der Ebene 1 und 2.

Die Schätzung der Ebene-3-Emissionen erfolgt durch Sphera anhand seiner Datenbank GaBi.

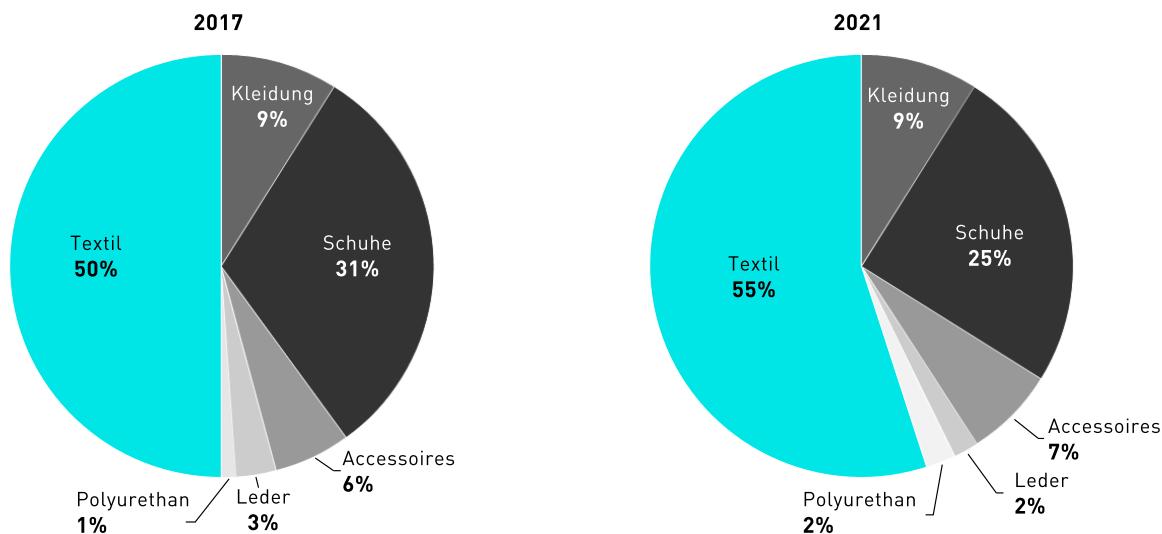
Im Detail zeigt sich entlang unserer Beschaffungskette zwischen 2017 und 2021 eine Steigerung der absoluten CO₂-Emissionen von Lieferanten der Ebene 1 und 2 um 4% bei gleichzeitiger Senkung der Intensität der CO₂-Emissionen relativ zum Umsatz um 37%.

Im selben Zeitraum nahmen die absoluten CO₂-Emissionen unserer Lieferanten der Ebene 3 um 13% zu, hier konnte die CO₂-Intensität relativ zum Umsatz um 32% gesenkt werden. Vorrangige Gründe hierfür sind neben der besseren Materialauswahl durch die schrittweise Einführung nachhaltigerer Materialien vermutlich auch die höhere Materialeffizienz. Ab 2022 werden wir die Materialeffizienz unserer Produkte engmaschig kontrollieren.

Zudem wollen wir unsere Programme für sauberere Produktion und erneuerbare Energie auf andere Lieferanten der Ebene 1 und 2 ausweiten und sie auch bei einigen Spinnereien (Ebene 3) einführen.

Nach Produktbereichen lässt sich eine Abnahme der absoluten Emissionen der Ledergerbereien um 33% sowie der Schuhhersteller der Ebene 1 um 14% erkennen, während die Emissionen der Kunstlederlieferanten und der Textillieferanten der Ebene 2 um 214% bzw. 15% stiegen. Diese Entwicklungen sind hauptsächlich auf den vermehrten Einsatz von Kunstleder als Lederersatz zurückzuführen. In der Grafik sind die CO₂-Emissionen nach Produktbereichen dargestellt.

↗ G.14 CO₂-EMISSIONEN NACH PRODUKTBEREICHEN (2017)



Anmerkung:

Ebene 1: Hersteller von Textilien, Schuhen und Accessoires

Ebene 2: Hersteller von Leder, Stoffen und Polyurethan

CO₂-FUßABDRUCK AUF ROHMATERIALEBENE

Absolute CO₂ Emissionen aus den Rohmaterialien wurden seit 2017 um 26% reduziert während der Verbrauch an Materialien insgesamt um 19% zugenommen hat. Die relative Reduktion beträgt 55%. Diese Reduktion wurde unter anderem durch unseren fortwährenden Einsatz von nachhaltigeren Materialien erreicht. Beispielsweise wurde der Einsatz von Baumwolle aus nachhaltigeren Quellen von 40% auf 99% und von Polyester aus nachhaltigeren Quellen von 47% auf 80% in 2021.

↗ T.18 CO₂-FUßABDRUCK AUF ROHMATERIALEBENE

	2017	2020	2021	Abweichung (in %) 2017/2021
Rohmaterialien gesamt (in Tonnen)	158.509	195.039	187.996	19%
CO₂-Emissionen aus Materialien (in Tonnen CO₂, eq)	811.654	867.853	599.849	-26%
Jahresumsatz (in Millionen €)	4.136	5.234	6.805	65%
Intensität der CO₂-Emissionen (in Tonnen CO₂e pro Million € Umsatz)	196,2	165,8	88,1	-55%

Annahmen:

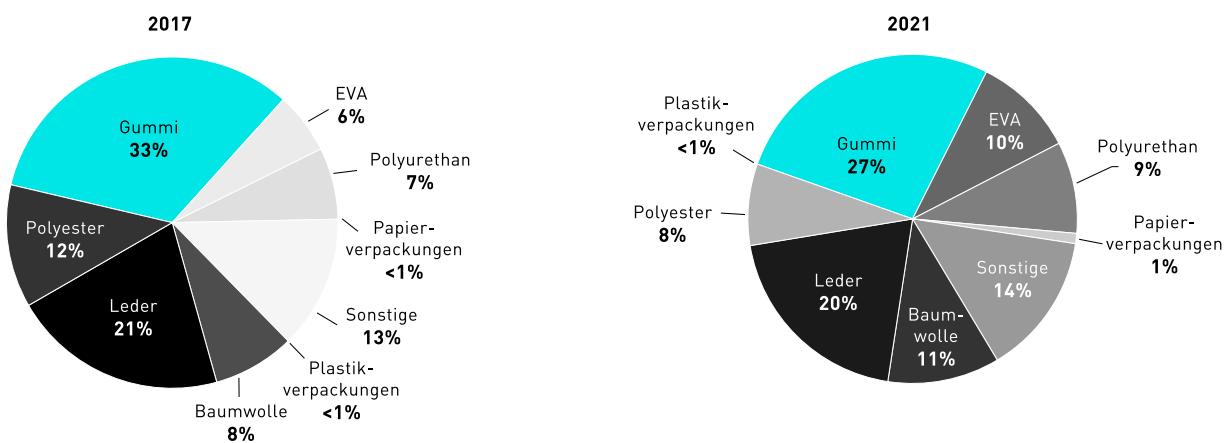
Im Rahmen der Prüfungen der Ebene 3 konnte eine Verbesserung der Materialdatenerfassung im Vergleich zu den Vorjahren festgestellt werden und in letzter Zeit ist uns die umfassende Erfassung dieser Daten gelungen. Für das Jahr 2017 beispielsweise standen nicht für alle Materialarten Daten zur Verfügung und einige Materialdaten waren unvollständig. Aufgrund des Mangels an umfassenden Daten zu Rohmaterialien für 2017 wurden Materialdaten aus dem Jahr 2020 hochgerechnet. Zudem waren die Daten zur Polyesterverbrauch für PUMA-Schuhe 2020 außergewöhnlich hoch, was auf eine Überschätzung schließen lässt. Daher wurden sie für 2017 und 2020 anhand der für 2019 erfassten Daten hochgerechnet.

Die nachstehende Grafik zeigt den größten Anteil bei Gummi, gefolgt von Leder und Polyester. Der Emissionsanteil von Polyester konnte zwischen 2017 und 2021 von 12% auf 8% gesenkt werden, bei Leder von 21% auf 20%, während er bei Gummi von 33% auf 27% fiel. Diese Daten bestätigen, dass wir mit unserem 10FOR25-Ziel der vermehrten Nutzung von recyceltem Polyester und der Einführung von recycelten Alternativen zu konventionellem Gummi und Leder unsere CO₂-Emissionen reduzieren können.

Die Erfassung von Daten zu unseren Plastikverpackungen für den Transport, mit der wir 2021 begonnen haben, hat ergeben, dass diese Verpackungen zu 100% recycelt sind.

Nachgelagerte Auswirkungen fallen nicht in Kategorie 1 (bezogene Waren und Dienstleistungen) und werden in unserem Geschäftsbericht 2022 ausgewiesen.

[↗ G.15 CO₂-EMISSIONEN NACH MATERIALIEN \(2017- 2021\)](#)



Anmerkung:

Die Kategorie Sonstige umfasst Akryl, Leinen, Lycra, Metalle, Klebstoffe usw.
Leder steht für Naturleder, Polyurethan für Kunstleder.



CHEMIKALIEN

Zielbeschreibung:

- Sichere Verwendung von 100% aller PUMA-Produkte
- Erhalt der Einhaltung der Produkt-Schadstoffliste (RSL) bei über 90%
- Reduzierung des Einsatzes organischer Lösungsmittel auf unter 10 g/Paar

Bezieht sich auf die Ziele Nr. 3 und 6 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen

3 GOOD HEALTH
AND WELL-BEING



6 CLEAN WATER
AND SANITATION



Relevante Kennzahlen:

- Anteil der RSL-Erfüllungsquote pro Produktbereich
- Anteil der Kernlieferanten, die ihren Chemikalienbestand und die MRS-L-Erfüllungsquoten offenlegen (ZDHC-InCheck-Berichte)
- Erfüllungsquoten der Lieferanten im Bereich Chemikalien (verifizierte FEM-Bewertungen sind im Kapitel „Chemikalienmanagement“ aufgeführt)
- Anteil von VOCs in der Schuhproduktion (VOC-Index für Schuhe)

Wir ergreifen in Bezug auf unsere Produkte und Aktivitäten bereits heute Präventionsmaßnahmen zum Schutz von Gesundheit und Umwelt.

Sämtliche für PUMA-Produkte verwendeten Materialien werden anhand der PUMA-Schadstoffliste (Restricted Substances List, RSL) in unsere Test-Kampagne aufgenommen, um zu gewährleisten, dass sie den internationalen Chemikalienverordnungen entsprechen. Anstelle interner Standards verwenden wir für unsere Tests die von der AFIRM Group entwickelte Produkt-RSL sowie die MRS-L der ZDHC.

2021 haben wir unser Ziel geändert: Anstelle eines Anteils von unter 1% Verstöße gegen die RSL wollen wir die RSL-Erfüllungsquoten nun über 90% halten, um der vermehrten Materialentwicklung und -innovation Rechnung zu tragen, da jedes Material geprüft wird und vermehrt Fehler auftreten können. Materialien, die den RSL-Test nicht bestehen, kommen erst dann für PUMA-Produkte in Frage, wenn der Fehler behoben wurde und sie den Test erfolgreich bestanden haben. So mindern wir das Risiko auf Produkteinheit. Wir untersuchen alle Verstöße gegen die RSL, um Verbesserungspotenzial identifizieren und Wiederholungen vermeiden zu können.

Auf Produktionsebene haben wir im Rahmen unserer Selbstverpflichtung zur vollständigen Eliminierung gefährlicher Chemikalien ein Verbot der vorsätzlichen Verwendung von Chemikaliengruppen durchgesetzt, die unter ZDHC-Standards als besonders schädlich eingestuft sind. Zudem haben wir den Anteil an bluesign®- und OEKO-TEX®-zertifizierten Materialien erheblich erhöht. Während der Großteil dieser Chemikaliengruppen nie vorsätzlich zum Einsatz kam, wurden poly- und perfluorierte Chemikalien (PFCs) bis 2017 für wasserabweisende Beschichtungen auf Schuhen und Textilien verwendet. Seit 2021 setzen wir wieder bluesign®-zertifizierte Folien und Beschichtungen von Gore-Tex ein, die frei von PFCs bzw. von ökologisch bedenklichen PFCs sind. Nach Gesprächen mit Greenpeace veröffentlichte Gore-Tex im Februar 2017 das Ziel und die Roadmap zur Eliminierung ökologisch bedenklicher PFCs (PFCEC) aus seinen Textilprodukten. Die Gore-Tex Fabrics Division verpflichtet sich nach wie vor in vollem Umfang zur Einhaltung dieses Versprechens für seine Verbraucher*innenprodukte und ist auf dem richtigen Weg, das Ziel für den Großteil seines Portfolios bis Ende 2025 zu erreichen.

Die Eliminierung dieser gefährlichen Chemikalien belegen die Ergebnisse der Abwassertests bei unseren Lieferanten, die nasschemische Fertigungsverfahren anwenden: Die Erfüllungsquote lag bei über 93% für jeden der 14 Werte auf der MRS-L der ZDHC. Bei den meisten Werten betrug die Erfüllungsquote 100% oder



knapp darunter. Spuren von MRS-L-Chemikalien waren noch in einigen wenigen Stichproben enthalten, da wir Produktionsstätten teilweise gemeinsam mit anderen Marken nutzen.

PUMA zählt insgesamt 179 ZDHC-Gateway-Accounts: 34 sind Kernlieferanten der Ebene 1, 65 sind Kernlieferanten der Ebene 2; bei den verbleibenden handelt es sich um Nicht-Kernlieferanten. Diese Fabriken nehmen je nach Bedarf an unterschiedlichen ZDHC-Programmen teil: InCheck-Berichte über die Einhaltung der MRS-L, ClearStream-Berichte über die Einhaltung von Abwasserrichtlinien oder das Chemikalienmanagement-Programm Supplier To Zero.

RISIKOBEURTEILUNG FÜR CHEMIKALIEN UND NÄCHSTE SCHRITTE

2021 haben wir eine Risikobeurteilung basierend auf unserer Methodik durchgeführt.

Bei unseren Kernlieferanten kam Higg FEM-Chemikalienmanagement 2020 zur Anwendung und unsere Risikobeurteilung haben wir mit Unterstützung von AFIRM und der ZDHC Foundation überprüft.

Wir sehen ein hohes Risiko bei geplanten gesetzlichen Vorgaben. Wir werden weiterhin mit den Industrieplattformen AFIRM und der FESI zusammenarbeiten, um mit politischen Entscheidungsträgern in verschiedenen Ländern im Dialog zu bleiben, beispielsweise in der EU und den USA.

Seit vielen Jahren arbeitet PUMA mit einem Programm, das die Einhaltung von Branchenstandards sicherstellt. Wir haben unseren Leitfaden für Chemikalien überarbeitet und 2021 vermehrt Lieferantenschulungen durchgeführt. Vor diesem Hintergrund stufen wir das Risiko bezüglich der Fabrikarbeiter*innen und dem Schutz der Gemeinden, in denen PUMA tätig ist, als gering ein und sehen ein mittleres Risiko im Bereich Produktschäden.

Die Datenbank der chinesischen Nichtregierungsorganisation IPE werden wir auch zukünftig nutzen, um Umweltverstöße von Fabriken in China aufzudecken, die Produkte oder Materialien für PUMA herstellen. Unser Monitoring der Einhaltung der Abwasserrichtlinie und der MRS-L der ZDHC sowie der RSL von AFIRM behalten wir bei. Speziell für Fabriken, deren RSL-Erfüllungsquoten im unteren Bereich liegen, haben wir ein Programm entwickelt, das ihnen bei der Effizienzsteigerung helfen soll, damit ihre Materialien die Tests bestehen und Testabläufe optimiert werden können.

DAS FEM CHEMICAL MODULE

Wir haben unsere individuellen Chemikalien- und Umweltaudits durch branchenweite Tools wie das Higg Index Facility Environmental Module (FEM) 3.0 ersetzt und setzen jährliche externe Verifizierungen der FEM-Module zur Selbstbewertung voraus. Diese Verifizierungen, die stets nach Absprache erfolgen, werden entweder von anerkannten Prüfer*innen von PUMA oder anderen Marken oder aber auch von SAC-genehmigten Drittorganisationen vorgenommen. Die FEM Chemical Management Section prüft die Fabriken von Grund auf, vom Lagerbestand über den Einkauf bis hin zu Produktion, Lagerung und Abfall. PUMAs Chemical Performance Rating System basiert auf den Higg FEM-Bewertungen der Fabriken durch die FEM Chemical Management Section (A, B+, B-, C und D), die von SAC-genehmigten Prüfer*innen verifiziert wurden.

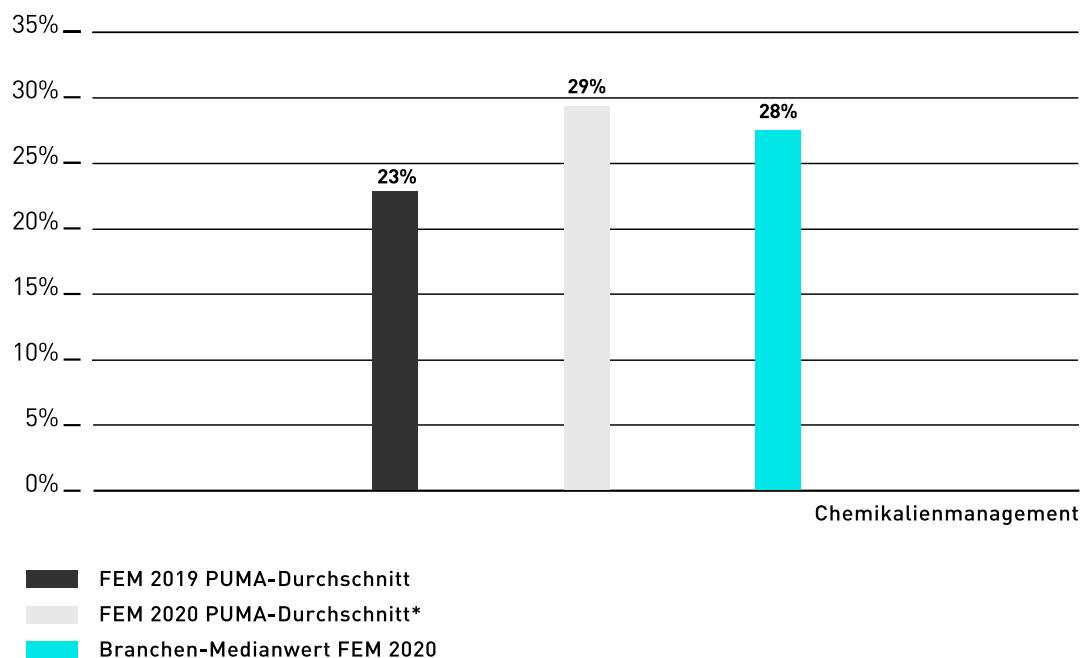
Dieses Bewertungssystem, das 2021 auf unseren Meetings mit Lieferanten und dem Einkaufsteam vorgestellt wurde, wird ab 2022 schrittweise eingeführt. Unseren Leitfaden für Chemikalien haben wir entsprechend angepasst. Neben unseren Sozial- und Umweltbewertungen werden wir auch dieses System zukünftig in unsere Beurteilungsparameter für Lieferanten aufnehmen.

VERIFIZIERTE FEM-GESAMTBEWERTUNGEN FÜR PUMA-FABRIKEN IM BRANCHENVERGLEICH

In der nachstehenden Tabelle sind die verifizierten FEM-Gesamtbewertungen im Chemical Module für PUMAs Kernlieferanten für das Jahr 2020 (Mittelwert) im Branchenvergleich dargestellt; sie liegen über dem Branchendurchschnitt.

2021 haben wir unseren Kernlieferanten auch die Teilnahme an dem ZDHC-Program Supplier To Zero ermöglicht. Im Umfang enthalten ist eine Checkliste für das Chemikalienmanagement, anhand derer die Hersteller Optimierungspotential für ihren Chemikalieneinsatz feststellen können. Insgesamt 50 Kernlieferanten der Ebene 1 und 2 haben unser Angebot angenommen. Davon wurden 48 auf der Basisebene bewertet und 2 in einer fortgeschrittenen Phase. PUMA wird ihren Fortschritt weiter kontrollieren und Good Practices identifizieren, die wir mit unseren Lieferanten austauschen können. Im Rahmen eines Meetings haben wir unsere Lieferanten zu einem Austausch von Good Practices im Chemikalienmanagement eingeladen.

G.16 VERIFIZIERTE FEM-BEWERTUNGEN – CHEMIKALIENMANAGEMENT



* FEM-Durchschnitt PUMA 2020: 146 Fabriken

Branchenweiter FEM-Mittelwert (4.409 Fabriken): nach Branchen (Textilien, Schuhe, Accessoires inklusive Handtaschen, Schmuck, Gürtel und ähnliche Produkte) und nach Betriebsart (Konfektionierung gefertigter Produkte, Druck, Produktfärberei und -wäscherie, Materialherstellung inklusive Stoffe, Gummi, Schaum, Isolierung, formbare Materialien)

Auch 2022 werden wir mit PUMA-Kernlieferanten der Ebene 1 und 2 in Sachen Kapazitätsaufbau zusammenarbeiten und ein Chemikalienmanagementprojekt starten. Ziel ist, die Bewertung jeder einzelnen Fabrik über 40% zu steigern. Mit Branchenexpert*innen wie der ZDHC und AFIRM werden wir erneut Schulungen in Form von Webinaren organisieren und Schulungsvideos in lokalen Sprachen produzieren. Mit Unterstützung der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) und anderen Organisationen sowie Chemikalienexpert*innen werden wir mehr praktische Trainings und individuelles Coaching anbieten. PUMA wird sich dem Program for Improvement of Environmental Performance of Factories (PIE) der GIZ unter anderem in Vietnam, Pakistan und Bangladesch anschließen und mit externen Beratern in China zusammenarbeiten.



SCHULUNGEN FÜR UNSERE LIEFERANTEN

Um unseren Lieferanten ein besseres Verständnis der von PUMA und der Branche gestellten Anforderungen zu vermitteln, haben wir Schulungen zu Standards, Richtlinien und Tools sowie zur Methodik für Untersuchungen und Gegenmaßnahmen bei Abweichungen veranstaltet. Im Rahmen dieser Schulungen wurden auch Fallstudien zu Verstößen gegen konventionelle Parameter besprochen.

Im Jahr 2021 umfassten die Schulungen Inhalte zum Chemikalienmanagement MRSI, Fabrikchemikalienmanagement (FEM), RSL, Abwasser und Korrekturmaßnahmen bei Nichtkonformität. Insgesamt wurden 17 Schulungen in sechs verschiedenen Sprachen durchgeführt. Eingeladen waren 1.400 Teilnehmer aus mehr als 470 Fabriken. Mehr als 80% der Teilnehmer waren mit der Trainingsgestaltung und den Inhalten zufrieden.

Die 2021 veranstalteten Schulungen im Einzelnen:

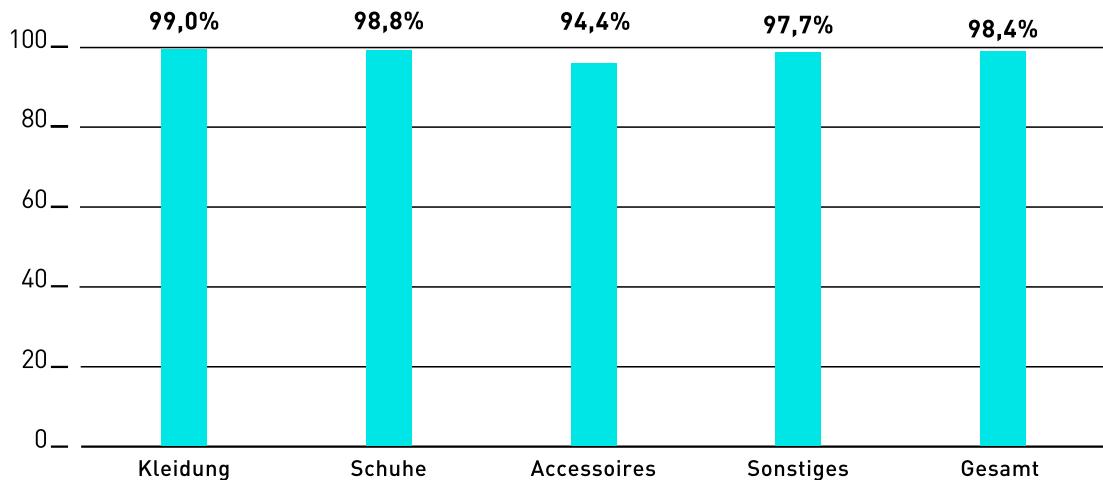
Virtuelle Schulungen	Themen	Anzahl Fabriken	Anzahl Teilnehmer*innen
Branchenweite Standards, Richtlinien und Plattformen für das Chemikalienmanagement (gemeinsam mit der ZDHC organisiert)	Chemikalien und InCheck-Bericht, Supplier To Zero (Chemikalienmanagement), ClearStream-Abwasserbericht, ZDHC Gateway, Optimierung von Erfüllungsquoten anhand von Fallstudien	ca. 132	ca. 430
RSL			
(gemeinsam mit der ZDHC und einem akkreditierten externen Labor organisiert)	Aktualisierte Matrix zu RSL-Standard und -Tests inklusive Umsetzung	ca. 118	ca. 375

RSL

Seit 2019 haben wir die Anzahl von RSL-Tests von 6.605 auf 8.184 erhöht; die RSL-Erfüllungsquote bleibt stabil bei über 98%. Materialien, die einen RSL-Test nicht bestehen, kommen erst dann für PUMA-Produkte in Frage, wenn der Fehler behoben wurde und sie den Test erfolgreich bestanden haben. So konnten wir das Risiko auf Produktebene mindern.



↗ G.17 RSL-ERFÜLLUNGSQUOTEN NACH PRODUKTBEREICHEN 2021 (in %)



↗ T.19 STATISTIK RSL-TESTS 2019 BIS 2021

Produktbereich	2021		2020		2019	
	Anzahl Prüfberichte	Erfüllungs- quote (%)	Anzahl Prüfberichte	Erfüllungs- quote (%)	Anzahl Prüfberichte	Erfüllungs- quote (%)
Schuhe	5.847	98,8	5.117	99,3	4.668	99,2
Textilien	1.467	99,0	1.318	98,9	1.239	99,1
Accessoires	737	94,4	878	96,8	639	96,2
Sonstige	133	97,7	152	91,4	59	100,0
Gesamt	8.184	98,4	7.465	98,8	6.605	98,9

STICHPROBEN

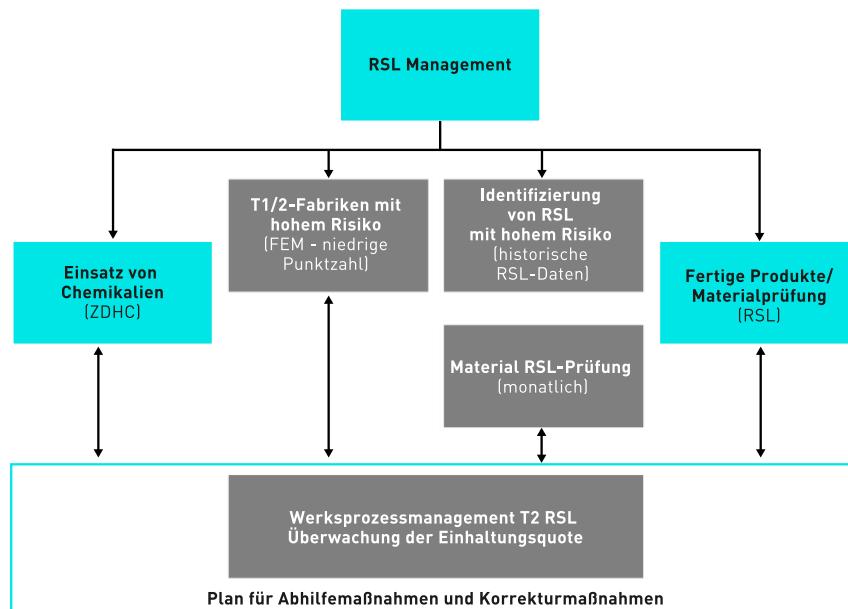
Jedes Jahr führt PUMA bei Hochrisikomaterialien für gefertigte Produkte RSL-Stichproben durch. 2021 haben wir 160 Materialien in 23 gefertigte Produkten – von Schuhen über Textilien bis hin zu Accessoires – verschiedener Lieferanten in diversen Beschaffungsmärkten getestet. 96,9% haben die Tests bestanden.

Obwohl alle Produkte den gesetzlichen Vorgaben entsprachen, haben wir im Hinblick auf Verstöße gegen die RSL Präventivmaßnahmen eingeführt, unter anderem die Trennung einzelner Materialien, die Steigerung der Materialtestintervalle vor der Produktherstellung und die Verbesserung der Produktionsprozesse bei Lieferanten der Ebene 2.

DAS RSL ZERO FAILURE RATE PROGRAM

Das Programm basiert auf den Branchenstandards und auf PUMAs Vorgaben, wobei der Schwerpunkt auf Materialeinsatz, Prozess und Ausgabe im Branchenmodell für Chemikalienmanagement liegt. Die Chemikalienmanagementsysteme der Fabriken (auf Basis von FEM (SAC) und Supplier To Zero (ZDHC)) und die erneuten Materialientests (auf Basis des Risikos von Verstößen gegen die RSL) werden engmaschig kontrolliert. Die Prozesse für Materialientests der einzelnen Fabriken werden geprüft und optimiert.

↗ G.18 PROZESSÜBERSICHT



2021 haben wir das Programm in einem Pilotversuch bei insgesamt sieben Lieferanten (fünf Schuh- und zwei Accessoires-Lieferanten) eingeführt. 2022 werden wir ihre Fortschritte beobachten und das Programm auf andere Hersteller ausweiten.

MRSL

Zusätzlich zum Testen von Materialien und Produkten über die RSL der AFIRM-Gruppe, haben wir auch die ZDHC zur Herstellung von RSL auf Lieferantenebene übernommen. GoBlu International hat eine benutzerfreundliche App (BHive) für das Chemikalienmanagement in der Lieferkette entwickelt.

Dank OCR-Technologie ermöglicht es die App BHive den Herstellern, die Etiketten chemischer Produkte mit dem Smartphone zu fotografieren und so ihre Chemikalienbestände genau und vollständig darzustellen. Binnen weniger Sekunden können sie erkennen, welche chemischen Produkte der von vielen Marken bzw. Einzelhändlern genutzten MRSL entsprechen und welche sie weiterhin benutzen können bzw. nicht mehr benutzen sollten – alles auf einen Blick.

2020 haben wir mit Erfolg einen Pilotversuch mit The BHive von GoBlu, einem Tracking-Tool für die Manufacturing Restricted Substance List (MRSL), durchgeführt und es 2021 auf 50% unserer Kernfabriken ausgeweitet, die Chemikalien verwenden. Ende des Jahres nutzten 66 unserer Kernfabriken entweder The BHive, CleanChain oder E3 für die Kontrolle der Einhaltung der MRSL.

18 von 146 Kernfabriken verwenden in ihren jeweiligen Produktionsprozessen keine Chemikalien und/oder kein Wasser.

Somit liegen InCheck-Berichte für 55% unserer Lieferanten der Ebene 1 und 44% der Ebene 2 vor, die am MRSL-Programm teilnehmen. Wir werden diese Fabriken unterstützen, ihre MRSL-Erfüllungsquoten noch zu steigern.

Für 2022 haben wir uns vorgenommen, uns auf die restlichen 50% der Kernfabriken zu konzentrieren und zu kontrollieren, ob sie die Einhaltung der MRSL mit CleanChain oder mit E3 prüfen und sie ansonsten anhalten, mit The BHive zu arbeiten. Diese Tools werden wir auch bei Nicht-Kernlieferanten der Ebene 2 einführen, die nasschemische Fertigungsverfahren einsetzen.

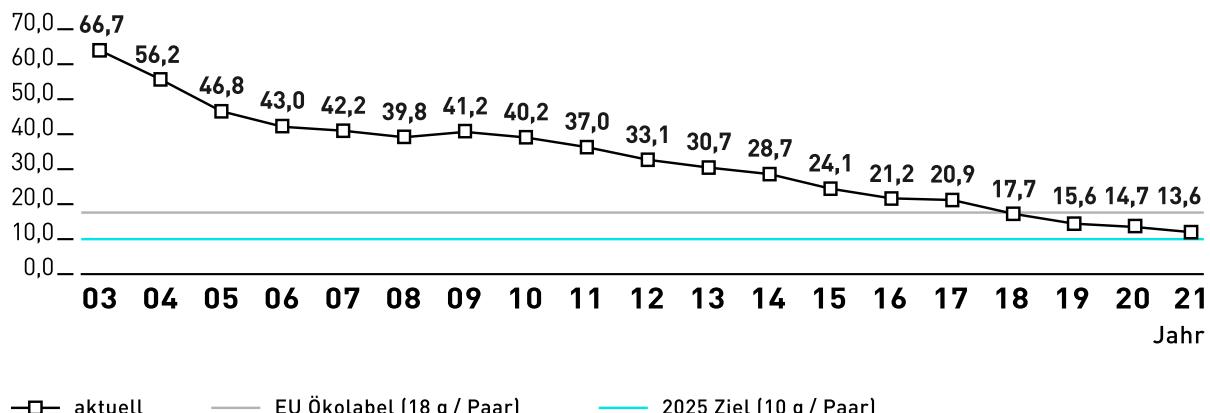


FLÜCHTIGE ORGANISCHE VERBINDUNGEN

Mit Unterstützung unserer Schuhlieferanten konnten wir gemäß unserem Ziel bis 2025 den Anteil an flüchtigen organischen Verbindungen (VOCs) auf unter 13,6 g pro Paar Schuhe reduzieren. Dieser Erfolg stand unmittelbar in Zusammenhang mit unserem etablierten VOC-Programm, mit dem wir bereits 2003 unsere ersten Ziele erreicht haben. Wir vertrauen darauf, dass wir durch den vermehrten Einsatz von Schmelzklebstoffen und Klebstoffen auf Wasserbasis sowie mit geringeren VOC-Anteilen in den Produkten unserer größten Klebstofflieferanten die Verwendung von VOC bis 2025 unter 10 g pro Paar Schuhe senken können.

G.19 ENTWICKLUNG VOC-INDEX*

g / Paar Schuhe



* Datenerfassung seit 2019 bei Kernlieferanten in Anlehnung an den allgemeinen Berichtsumfang

WASSER UND LUFT

Zielbeschreibung:

- Branchenübliche Good-Practice-Regeln für die Abwasserreinigung werden von 90% aller PUMA-Kernlieferanten mit nasschemischen Fertigungsverfahren erfüllt
- Branchenübliche Good-Practice-Regeln für Luftemissionen werden von 90% aller PUMA-Kernlieferanten mit erheblichen Luftemissionen erfüllt
- Reduktion des Wasserverbrauchs bei Kernlieferanten um 15% pro Paar oder Stück (im Vergleich zu 2020)

Bezieht sich auf die Ziele Nr. 6, 14 und 15 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen



Beispiele aus dem Aktionsplan 10FOR25:

- Sicherstellung regelmäßiger Abwassertests bei den relevanten Lieferanten
- Sicherstellung regelmäßiger Luftqualitätsprüfungen bei den relevanten Lieferanten
- Unterstützung der Entwicklung von Luftqualitätsstandards für die Industrie

Relevante Kennzahlen:

- Anteil der Kernlieferanten, die Good-Practice-Standards für Abwasser umsetzen
- Anteil der Kernlieferanten, die bei Luftemissionen Good-Practice-Standards anwenden
- Anteil Wassereinsparung pro Paar/Stück

ROADMAP FÜR DEN WASSERVERBRAUCH UND RISIKOBEURTEILUNGEN

2021 haben wir eine Roadmap für Wasserverbrauch entwickelt und eine Risikobeurteilung basierend auf unserer internen Methodik durchgeführt.

Auf Basis des WWF-Programms Water Stewardship: Basin Risk and Operational Risk haben wir Wasserrisikobewertungen entlang PUMAs Beschaffungskette durchgeführt. Das Basin Risk wurde anhand des Wasserrisikofilters des WWF analysiert. Dem Operational Risk lag das Wassermanagement im Higg FEM Wassermanagement 2020 unserer Kernlieferanten zugrunde. Diejenigen, die weniger als 50% erzielten, wurden als hohes operatives Risiko eingestuft.

Die Analyse von WRI Aqueduct und im Wasserrisikofilter des WWF hat ergeben, dass bei einigen unserer Kernlieferanten in China, Vietnam und Bangladesch Risiken durch Hochwasser, schlechte Wasserqualität und Wassermangel bestehen.

Die Schwerpunkte für die kommenden Jahre sind nachstehend aufgeführt. Einige der Maßnahmen wurden bereits 2021 umgesetzt und werden in diesem Geschäftsbericht erläutert.

- **Sensibilisierung:** Mit dem Ziel, unsere Mitarbeiter*innen für das Thema Wasser zu sensibilisieren, entwickeln wir derzeit ein E-Learning für diesen Bereich.
- **Überblick über die Auswirkungen:** Für unsere fünf Hauptprodukte führen wir Lebenszyklusanalysen durch; die Ergebnisse dreier Prüfungen sind im Kapitel „Unsere Produkte“ aufgeführt. Zudem nutzen wir Daten aus ELEVATE (EiQ), ein umfassendes Analysetool, für Beschaffungsketten
 - für Risikobeurteilungen entlang unserer Beschaffungskette nach Region, Produkt und Problemstellung
 - für Risikobeurteilungen von Lieferanten, Fabriken und Standorten



- für das Management von Risiken, die für die jeweiligen Lieferanten, Fabriken und Standorte als wesentlich eingestuft werden.

Mit Hilfe des Tools für Risikoanalysen für Wasser werden wir die Kernlieferanten nach Prioritäten der erforderlichen Maßnahmen kategorisieren.

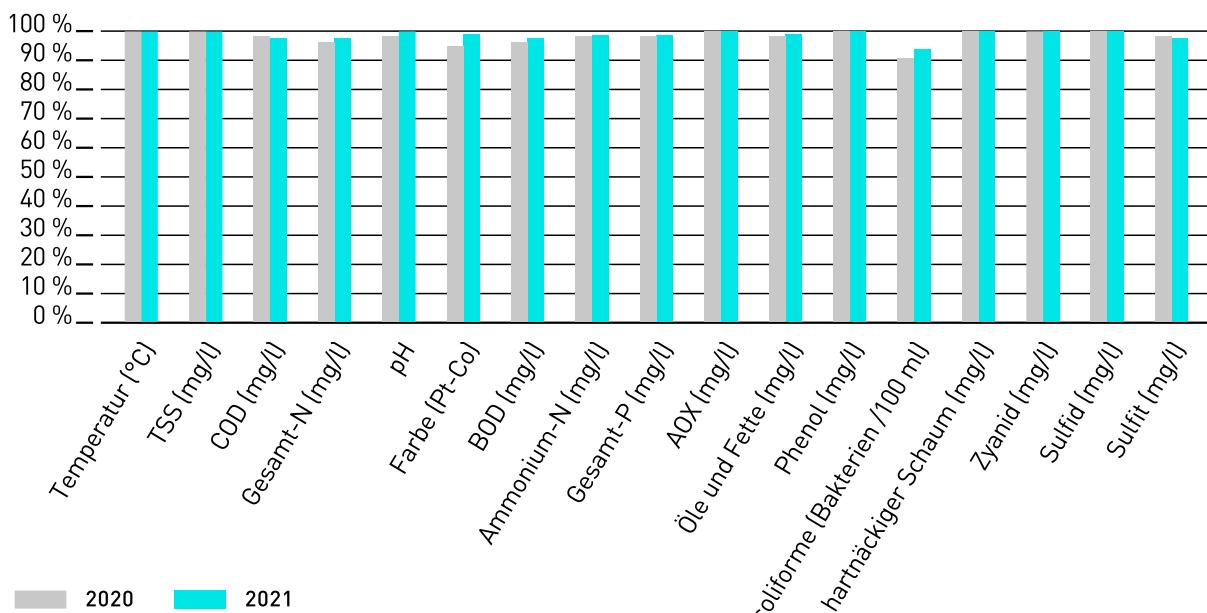
- **Interne Maßnahmen:** Wir haben das Higg FEM in PUMAs Bewertungssystem übertragen, damit die von unseren Einkaufsexpert*innen genutzten Beurteilungsparameter für Lieferanten deren Umweltkennzahlen widerspiegeln. Durch Erhöhung der Intervalle werden wir unsere Wasserdatenerfassung verbessern. Unser Augenmerk haben wir weiterhin auf der Steigerung des Anteils recycelter Materialien in unseren Produkten. Wir werden weitere Lieferanten in unsere Programme für sauberere Produktion aufnehmen, um deren Wassereffizienz zu steigern. Unsere Kernlieferanten sind angehalten, eigene Ziele für die Verringerung ihres Wasserverbrauchs aufzustellen.
- **Kooperation und Partnerschaft:** Wir werden weiterhin Wassermanagementkontrollen in unseren größten Beschaffungsmärkten durchführen und mit wichtigen Stakeholdern vor Ort ein Konzept für eine gemeinsame Vorgehensweise erarbeiten.

Seit 2015 haben wir die Anzahl der Abwassertests von 33 auf 117 Lieferanten und 207 Prüfberichte erhöht, was einer Abdeckung von etwa 98% aller Kernlieferanten mit nasschemischen Fertigungsverfahren entspricht.

Die Testergebnisse belegen, dass die Eliminierung besonders gefährlicher Chemikalien nach Plan gelaufen ist. Bei den konventionellen Abwasserwerten, die lediglich für Lieferanten gelten, die Abwasser direkt in natürliche Gewässer abgeben, belegten die Prüfergebnisse 2021 eine Erfüllungsquote von über 90% der ZDHC-Abwasserrichtlinie (Foundational Level); bei sieben Werten lag sie bei 100%. Somit haben wir unser Abwasserziel für den 10FOR25-Zyklus erreicht. PUMA arbeitet weiterhin mit den ClearStream-Berichten für Abwassertests der ZDHC. 2021 lag für 113 von 117 Lieferanten ein solcher Bericht vor.

G.20 HERSTELLERPERFORMANCE ZUR ZDHC-ABWASSERRICHTLINIE – KONVENTIONELLE PARAMETER

% Einhaltung



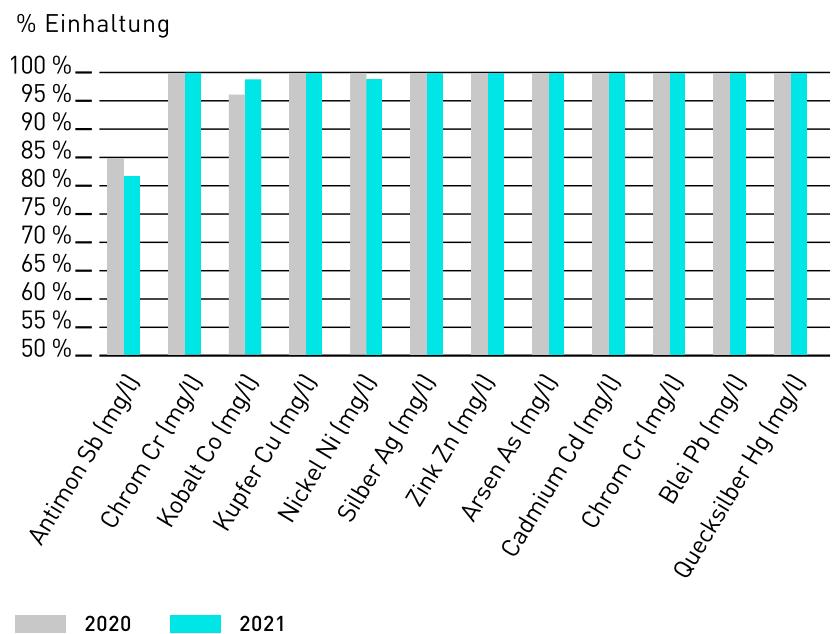
In Bezug auf die in der MRSL der ZDHC regulierten Schwermetall- und Chemikalienwerte konnten die überprüften Lieferanten erneut Erfüllungsquoten von über 90% für jeden der gemessenen Werte aufweisen; Antimon war die einzige Ausnahme. Dieser Stoff wurde jedoch nach Empfehlung der ZDHC lediglich zu Referenzzwecken getestet, da er als Katalysator bei der Polyesterproduktion dient, und daher in der ZDHC-Abwasserrichtlinie für Polyesterproduktion eine Ausnahme besteht. PUMA kontrolliert den Fortschritt und sucht gemeinsam mit dem Task Team der ZDHC nach besseren Alternativen entlang der Beschaffungskette.

Fabriken, die einen Abwassertest nicht bestehen, erhalten von PUMA Unterstützung bei der Durchführung einer Ursachenanalyse bezüglich Abwasser und Klärschlamm und bei der Umsetzung von Korrekturmaßnahmen nach branchenüblicher Standardvorlage. 2021 wurden vier Handlungspläne bei uns eingereicht, deren Umsetzung wir 2022 durch Abwassertests überwachen werden. Zudem haben wir im Rahmen der Schulungen zum Kapazitätsaufbau im vergangenen Jahr Good Practices besprochen, die den Fabriken bei der Einführung von Verbesserungen helfen sollen.

87 von 117 Fabriken wiesen eine Erfüllungsquote aller Werte der Abwasserrichtlinie der ZDHC von 100% auf. Die übrigen wurden angehalten, Verbesserungen herbeizuführen.

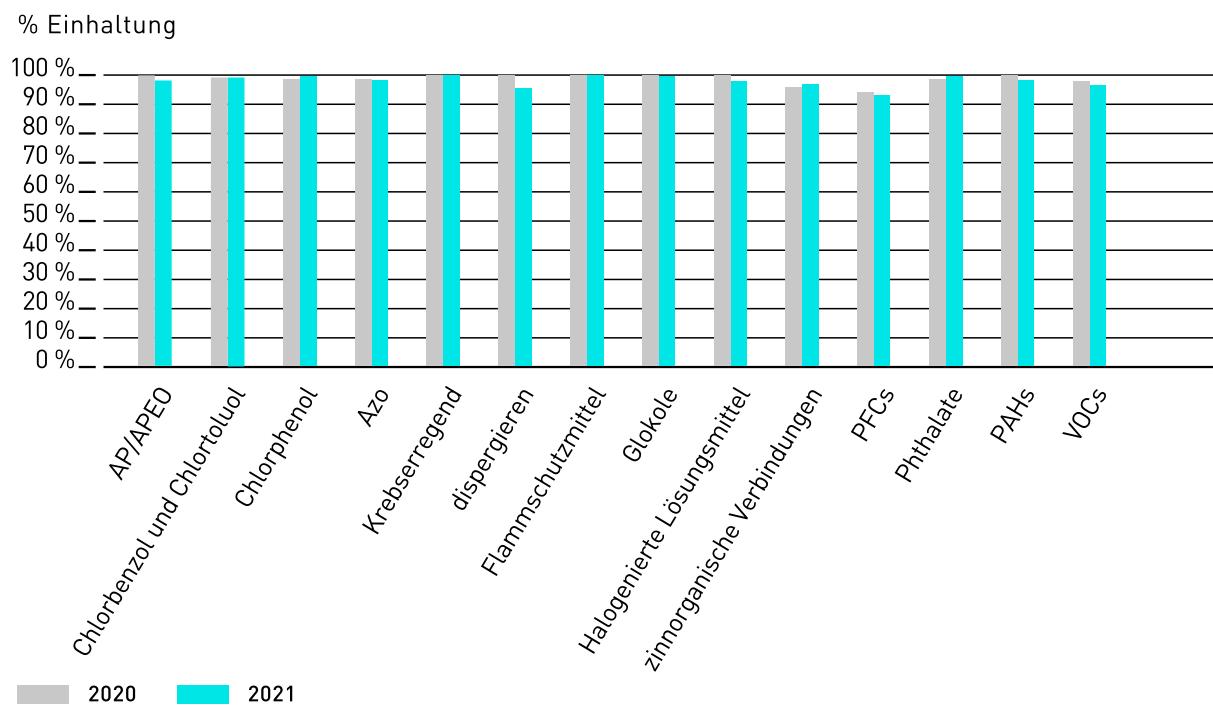


↗ G.21 HERSTELLERPERFORMANCE ZUR ZDHC-ABWASSERRICHTLINIE – SCHWERMETALLE



* Hersteller und Färbereien von Polyesterstoffen sind von den Vorgaben bezüglich Antimons ausgeschlossen.

↗ G.22 HERSTELLERPERFORMANCE ZUR ZDHC-ABWASSERRICHTLINIE – MRSL-PARAMETER





SCHULUNGEN FÜR UNSERE LIEFERANTEN

Um unseren Lieferanten ein besseres Verständnis der von PUMA und der Branche gestellten Anforderungen zu vermitteln, haben wir Schulungen zu Standards, Richtlinien und Tools sowie zur Methodik für Untersuchungen und Gegenmaßnahmen bei Abweichungen veranstaltet. Im Rahmen dieser Schulungen wurden auch Fallstudien zu Verstößen gegen konventionelle Parameter besprochen.

Die 2021 veranstalteten Schulungen im Einzelnen:

Virtuelle Schulungen	Themen	Anzahl Lieferanten	Anzahl Teilnehmer*innen
MRSL und Abwasser (gemeinsam mit der ZDHC und einem akkreditierten externen Labor organisiert)	Aktualisierung und Umsetzung von MRSL-Standard und Abwasserrichtlinie (Nutzung der Branchenplattform und Berichterstattung)	ca. 86	ca. 268
In 5 Sprachen durchgeführt Ursachenanalyse und Korrekturmaßnahmen (gemeinsam mit der ZDHC und einem akkreditierten externen Labor organisiert)	Untersuchung und Abhilfe bei Verstößen gegen MRSL, RSL und Abwasserrichtlinien	ca. 136	ca. 330
In 3 Sprachen durchgeführt			

Des Weiteren haben wir die Chemikalienmanagement-Teams unserer Lieferanten angehalten, umfassende Schulungen der ZDHC Academy unter der Leitung von ZDHC-akkreditierten Anbietern zu besuchen. Die Schulungen, die von Branchenexpert*innen entwickelt wurden, stehen auch in lokalen Sprachen zur Verfügung. 2021 haben unsere Lieferanten unter anderem an Schulungen zu den zehn wichtigsten Themen und Best Practices der ZDHC, zum neuen Chemical Management System (CMS) und zum Technical Industry Guide (TIG) teilgenommen.

Durch unser Programm für sauberere Produktion, das auch Wassereffizienzmaßnahmen umfasst, konnten bei unseren Lieferanten jährlich 2.424.800 m³ eingespart werden. Unsere Kernlieferanten der Ebene 1 konnten erhebliche Einsparungen beim Wasserverbrauch pro Stück Textilie – 44% – erzielen; auch diese Entwicklung ist auf das Programm für sauberere Produktion zurückzuführen. Zukünftig werden wir unser Augenmerk auf unsere Kernschuhlieferanten richten.

Weitere Daten zum Wasserverbrauch sind im Kapitel „[Umweltkennzahlen](#)“ aufgeführt.

Da die Veröffentlichung der Luftemissionsrichtlinien der ZDHC 2021 noch nicht abgeschlossen war, entschieden wir uns für das interne Monitoring der Luftemissionen unserer Kernlieferanten. Anhand von Fragebögen konnten wir die relevanten Daten einholen. Auch unsere Online-Kampagne Enablon zur Datenerfassung bei unseren Kernfabriken (Lieferanten der Ebene 1 und 2) kam zum Einsatz. 100% der im vergangenen Jahr kontrollierten Kernfabriken hielten sich an die jeweiligen lokalen Luftemissionsrichtlinien.

PUMAS CDP-BEWERTUNG FÜR WASSER 2021: B-

Das CDP hat die Bewertung von PUMAs Wasserfragebogen von C (2020) im vergangenen Jahr auf B- gehoben. Im Rahmen unserer kontinuierlichen Bemühungen haben wir uns das Ziel von 15% gesteigerter Wassereffizienz (Wasserverbrauch pro produziertem Stück) entlang der Beschaffungskette für 2025 gegenüber dem Vergleichsjahr 2020 gesetzt.

PLASTIK UND MEERE

Zielbeschreibung:

- Förderung von Initiativen und wissenschaftlicher Forschung zum Thema Mikrofasern, Unterstützung von Kernlieferanten zur Reduzierung von Mikrofaserabrieb
- Forschung auf dem Gebiet des biologisch abbaubaren Polyesters für PUMA-Produkte
- Eliminierung von Plastiktüten aus PUMA-Stores und Überprüfung der Auswirkungen von Kleiderbügeln und Halterungen

Bezieht sich auf die Ziele Nr. 3, 14 und 15 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen



Relevante Kennzahlen:

- Verbrauch von Plastiktüten in PUMA-Stores
- Anteil der PUMA-Büros ohne Einwegprodukte aus Plastik
- Recyclinganteil von Plastikverpackungen

[↗ T.20 ELIMINIERUNG VON EINWEG-PLASTIK](#)

Teilziele	2020	2021	Ziel 2025
Plastikeinkaufstüten (Stores) (in Tonnen)	400	190	0
Plastikeinkaufstüten recycelter Anteil (in Prozent)	80%	80%	keine Plastiktüten
Plastikbügel (Stores) (in Tonnen)	112	134	Ersatz durch recyceltes Material oder Holz
Plastikbügel aus 100% recyceltem Material (in Prozent)	51%	97%	100%
Primärproduktverpackungen aus Plastik (in Tonnen)	245	4,7	keine Plastikverpackungen
Plastikverpackungen für den Transport (von der Fabrik ins Lager) * (in Tonnen)		557,7	Ersatz durch recyceltes Material oder Papier
Plastikverpackung mit recyceltem Anteil für den Transport (in Prozent)		100%	100%
Anteil der PUMA-Büros ohne Einwegbecher und -besteck aus Plastik (in Prozent)	0%	88%	100%

* Daten zu Plastikverpackungen für den Transport (von der Fabrik ins Lager) werden seit 2021 erhoben.

Zu den Problemen unserer Zeit, die keinen Aufschub dulden, zählt zweifellos die Verunreinigung der Meere durch Plastikmüll. Als Unternehmen, das für den Großteil seiner Produkte Polymere verarbeitet, tragen wir eine besondere Verantwortung, dieses Problem zu beheben. Zudem ist die Vermeidung der Verunreinigung durch Plastikmüll einer der drei Eckpfeiler des Fashion Pact, zu dessen Mitgründern PUMA gehört. Aus diversen Ländern und Regionen kommen Initiativen für ein Verbot bestimmter Arten von Plastikeinwegprodukten bzw. -tüten.



Daher haben wir das Ziel für Plastik und Meere in unsere Nachhaltigkeitsstrategie 10FOR25 und unsere Nachhaltigkeits-Bonusziele aufgenommen.

Einkaufstüten und Einwegprodukte aus Plastik tragen erheblich zur Vermüllung der Meere bei. Indem wir sie in unseren Stores und im Büroumfeld vermeiden, übernehmen wir nicht nur eine Vorbildfunktion für unsere Kund*innen und Kolleg*innen, sondern sparen auch mehrere hundert Tonnen Plastik pro Jahr ein.

In den vergangenen Jahren haben wir unsere Einkaufstüten durch Tüten aus FSC-zertifiziertem Papier bzw. aus Polyethylen mit 80% recyceltem Anteil ersetzt. 2020 hat unser Retail-Bereich einen detaillierten Plan zur kompletten Eliminierung von Plastiktüten aus PUMA-Stores weltweit erstellt.

2019 haben unsere Stores insgesamt 430 Tonnen Polyethylentüten bestellt, 2020 400 Tonnen und im letzten Jahr waren es 189 Tonnen. Bis 2023 wollen wir Polyethylentüten für unsere Kunden ausnahmslos durch Papiertüten bzw. haltbare Mehrwegtaschen ersetzen.

Auch andere Plastikelemente in unseren Stores, unter anderem Bügel und Halterungen für Schuhe, haben wir durch Produkte aus recycelten Polymeren oder FSC-zertifiziertem Holz ersetzt. Für unsere B2B-Produktverpackungen für Textilien und Accessoires, die auch auf Polyethylentüten basieren, entwickeln wir derzeit umweltfreundlichere Varianten. Dadurch konnten wir die Plastiktüten für B2B-Transportverpackungen durch Material mit 100% recyceltem Anteil ersetzen. Zudem testen wir derzeit Transportverpackungen in den USA, die aus Papier hergestellt werden.

2021 haben wir nahezu sämtliche Primärverpackungen für den B2C-Bereich aus Plastik durch Papier ersetzt (2020 haben wir 245 Tonnen Primärverpackungen aus Plastik ausgewiesen). Unsere Cateringpartner und Mitarbeiter*innen in unseren Büros sind angehalten, keine Kaffeebecher, Deckel, Rührstäbchen, Trinkhalme oder Besteck aus Einwegplastik zu verwenden. Im letzten Jahr nutzten bereits 88% unserer Büros keine Einwegbecher oder -besteck aus Plastik mehr.

MIKROFASERN

Als Mitglied von The Microfibre Consortium (TMC) wollen wir die Umweltauswirkungen der Freisetzung von Faserfragmenten (Mikrofasern) aus naturbelassenen und synthetisch hergestellten Bekleidungsstoffen bei der Herstellung und während der Nutzungsphase verstehen und ihr entgegenwirken.

Aus synthetischen Stoffen gelöste Mikrofasern können sich negativ auf die Umwelt auswirken und stellen die Industrie vor Herausforderungen. Daher richten wir bei PUMA unser Augenmerk auf Tests von Polyester und anderen synthetischen Materialien. 2021 haben wir 17 Abriebtests (zwölf Mal 100% Polyester, fünf Mal mit Polyesteranteil) mit der Methode des TMC durchgeführt. Laut der Analyse der Testergebnisse für 100% Polyester durch TMC lag die durchschnittliche Veränderung der Filtermasse bei PUMA-Stoffen (0,0029 g) unter dem Durchschnittswert der für die Datenbank TMC Microfibre Data Portal (0,0033 g) geprüften Stoffe. Unsere getesteten Stoffe gaben also volumenmäßig eine geringere Menge an Mikrofasern ab.

Von TMC wissen wir, dass Analysen von Abriebdaten komplex sind und fortgeführt werden müssen. Aktuell zeichnet sich aus den Daten der TMC-Mitglieder kein klarer Trend bezüglich der Art des Garns oder der Struktur ab; TMC hat bereits zur Eingabe weiterer Daten aufgerufen. PUMA wird weiterhin an den Tests teilnehmen und die Abriebstudie der Branche unterstützen.

Im TMC Task Team hat unser Vertreter gemeinsam mit Branchenkolleg*innen die Richtlinie für Kontrollen von Faserabrieb im Abwasser der Textilindustrie erarbeitet. Vor der Veröffentlichung beraten sich die ZDHC Foundation und weitere Stakeholder derzeit noch über den Entwurf. Wir werden die offizielle Version prüfen, sobald sie veröffentlicht wurde. Des Weiteren haben wir an der Ausarbeitung von Berichten über die biologische Abbaubarkeit zu den bestehenden Testmethoden und -angaben mitgewirkt. Das könnte die brancheninterne Abstimmung voranbringen.



Im September 2021 veröffentlichte TMC seine Roadmap bis 2030 mit Vorgaben mit Vorgaben zu klaren, rechenschaftspflichtigen Ergebnissen für das Komitee. Die Mitglieder können damit sinnvolle, wissenschaftsbasierte und koordinierte Maßnahmen gegen die Faserfreisetzung aus Natur- und Synthetikstoffen umsetzen. PUMA wird das TMC und die Roadmap auch in Zukunft unterstützen, unter anderem bei der Sensibilisierung durch Bereitstellen von Forschungsdaten zur Faserfreisetzung und durch Reduzierung der Faserfreisetzung, sobald die Branche die entsprechenden Maßnahmen zur Verfügung stellt, sowie durch Mitwirkung an der Weiterentwicklung als Mitglied der Task Teams und an der Erhöhung der Akzeptanzrate weltweit.

KREISLAUFWIRTSCHAFT

Zielbeschreibung:

- Einführung bzw. Teilnahme an Produkt-Rücknahmeprogrammen in den wesentlichen Märkten
- Reduzierung von Produktionsabfall auf Deponien um mindestens 50% (gemeinsames Ziel)
- Entwicklung von recycelten Materialalternativen zu Leder, Gummi, Baumwolle und Polyurethan (gemeinsames Ziel)

Bezieht sich auf die Ziele Nr. 9, 12, 14 und 15 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen

9 INDUSTRY, INNOVATION
AND INFRASTRUCTURE



12 RESPONSIBLE
CONSUMPTION
AND PRODUCTION



14 LIFE BELOW
WATER



15 LIFE
ON LAND



Relevante Kennzahlen:

- Anteil der wesentlichen Märkte mit Rücknahmeprogrammen
- Menge an Produktionsabfall auf Deponien
- Anteil an Polyester, Baumwolle, Leder, Gummi und Polyurethan aus recycelten Quellen

2021 haben wir unser PUMA Circular Lab eingeweiht und unser erstes konkretes Projekt bekanntgegeben: der RE:SUEDE ist ein Experiment für einen biologisch abbaubaren Schuh aus chromfreiem Zeology-Wildleder, Hanffasern und Baumwolle mit einer biologisch abbaubaren TPE-Sohle. Er soll 2022 in einer ersten Auflage von 500 Paar auf den Markt kommen.

PUMA® - No Time for Waste: PUMA pilots testing for biodegradable RE:SUEDE version of its most iconic sneaker



RE:SUEDE



RE.GEN Kollektion

Mit dem Thema Kreislaufwirtschaft beschäftigen wir uns bei PUMA bereits seit unserer Kooperation im Jahr 2011 mit Michael Braungart, dem Mitgründer von Cradle to Cradle. Angespornt durch unsere Vorreiterrolle in der Branche mit einer durch Cradle to Cradle zertifizierten Kollektion, der InCycle-Kollektion aus dem Jahr 2013, haben wir die Kreislaufwirtschaft mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie 10FOR25 wieder auf die Agenda genommen.

Wir sind uns dennoch bewusst, dass das aktuelle lineare Geschäftsmodell unserer Branche sehr weit vom Ideal der Kreislaufwirtschaft entfernt ist. Deshalb gehören die Neuorientierung für unsere Produktionsvorgänge und ein auf Kreislaufwirtschaft basierendes Geschäftsmodell auch zu den Prioritäten unserer Nachhaltigkeitsstrategie.



Aus diesem Grund haben wir uns Ziele für den Bereich Kreislaufwirtschaft gesetzt, so zum Beispiel die vermehrte Verwendung von recyceltem Polyester und recycelter Baumwolle sowie den Einsatz recycelter Alternativen zu Leder, Gummi und Polyurethan (PU), die Materialien, die wir nach Baumwolle und Polyester am häufigsten verarbeiten.

Unsere Lieferanten halten wir an, ihren für PUMA-Produkte anfallenden Textilabfall der Wiederverwendung bzw. dem Recycling zuzuführen, entweder über branchenexterne Anwendungen oder, im Idealfall, durch Recycling von Verschnitt in neue Polyester- oder Baumwollgarne.

Ende 2021 hatten wir recycelte Alternativen für alle der genannten Materialien und für Nylon in unserem Portfolio. Für Recycling- und recyceltes PU haben wir ein Forschungsprojekt mit dem Chemieunternehmen Covestro gestartet und die ersten Erkenntnisse 2021 im Rahmen unseres Stakeholder-Dialogs bekanntgegeben (bei dem Dialog gehörte unsere Strategie für die Kreislaufwirtschaft zu den beiden Hauptthemen).

2021 haben wir ein E-Learning-Tool zum Thema Kreislaufwirtschaft für alle PUMA-Mitarbeiter*innen eingeführt, das auf die Schulungen aufbaut, die wir mit Circle Economy organisieren. Auf der Grundlage von PUMAs Identität und unseren Materialien haben wir Konzepte für zirkuläres Design identifiziert, die auf die Langlebigkeit und Kreislauffähigkeit unserer Produkte ausgerichtet sind. Im E-Learning geht es sowohl um unsere neue Richtlinie zur Kreislaufwirtschaft als auch um unsere Richtlinien zu zirkulärem Design.

Für unsere Textilien haben wir eine Recyclingmöglichkeit im Sinne von Textile-to-Textile mit Partnern in Europa genutzt: Im Rahmen der Initiative werden mit Hilfe eines innovativen chemischen Recyclingprozesses Textilien aus Polyesterprodukten hergestellt, die (z. B. aufgrund abgelaufener Lizenzverträge) unverkäuflich geworden sind.

Um die Verwendung recycelter Materialien bei PUMA zu kommunizieren, haben wir unsere Kollektion First Mile aus recycelten Plastikflaschen fortgeführt und das Konzept auf alle unsere Geschäftsbereiche erweitert. Zudem haben wir im vergangenen Jahr unsere Kollektion RE.GEN aus recycelter Baumwolle, recycelten Ledergurten und recyceltem Polyester präsentiert.

Die Verwendung recycelter Baumwolle für unsere Textilien haben wir zwischen 2020 und 2021 von 0,6% auf 2,3% und für Schuhe von 0,5% auf 4% erhöht.

Auch den Anteil recycelten Polyesters haben wir über alle Produktkategorien gesteigert: von 14% im Jahr 2020 auf 43%.

Seit 2021 werden über 60% des Pre-Consumer-Abfalls von unseren Kernlieferanten der Ebene 1 und 2 wiedergenutzt oder recycelt; lediglich 4% des Abfalls der Textillieferanten und 14% der Schuhlieferanten landen auf Deponien.

Volumen recyceltes Leder, aus Produktionsabfall		1,2 Tonnen
Volumen recycelte Baumwolle, aus Produktionsabfall		1.147 Tonnen
Volumen recycelter Polyester, aus Post-Consumer-Abfall		16.799 Tonnen
Volumen recyceltes Nylon, aus Post-Consumer-Abfall		159 Tonnen
	Kernlieferanten Ebene 1*	Kernlieferanten Ebene 2**
Menge Pre-Consumer-Abfall pro Jahr	43.459 Tonnen	78.210 Tonnen
Anteil Pre-Consumer-Abfall für Wiedernutzung oder Recycling	62,4%	79,4%
Anteil vernichteter Textilien und Stoffe (zur Verbrennung)	7%	0,4%

* beinhaltet Kernlieferanten auf Ebene 1: Bekleidung, Schuhe und Accessoires (62 Fabriken) ohne Cobra

** beinhaltet Kernlieferanten der Ebene 2: Leder, Synthetik und Textil (43 Fabriken)



PILOTPROJEKT PRODUKT-RÜCKNAHMEPROGRAMM

Um unserer Verantwortung als Hersteller gerecht zu werden und zukünftig Optionen für Materialströme zu nutzen, die in das Konzept der Kreislaufwirtschaft passen, haben wir uns bis 2025 auch ein Ziel für Rücknahmeprogramme in unseren größten Märkten gesetzt.

Mit dem Ziel, unsere Produkte langlebiger zu gestalten und gebrauchte Materialien erneut in unseren Produktionskreislauf zu integrieren, haben wir eine Projektgruppe unter der Leitung unseres Retail-Bereichs ins Leben gerufen.

Dank unserer Kooperation mit der gemeinnützigen Organisation Crossroads Foundation können PUMA-Kund*innen in Hongkong seit September 2019 mit ihrer gebrauchten Sportbekleidung benachteiligte Menschen weltweit unterstützen: Textilien aller Marken in Recyclingtonnen in vier ausgewählten PUMA-Stores abgegeben werden. Pro Tüte gespendeter Kleidung erhalten sie einen Gutschein über 20% auf ihren nächsten Einkauf. 2020 und 2021 konnten wir über dieses Projekt 130 kg bzw. 104 kg Textilien an die Crossroads Foundation spenden.



Rücknahmeprogramm Soles4Souls in den USA

Vom 9. bis 11. und vom 15. bis 17. Juli 2021 öffnete PUMA in Hongkong SWOP SHOPS, um dem Thema Recycling und Wiederverwendung neue Impulse zu verleihen. Umweltschützer*innen und Modebewusste waren eingeladen, ihrer Sportkleidung ein zweites Leben zu schenken und sie in einem PUMA SWOP SHOP gegen die gleiche Anzahl an Kleidungsstücken oder Accessoires eintauschen. Die Crossroads Foundation erhielt eine Spende von 555 kg Textilien.

Des Weiteren haben wir im vergangenen Jahr ein Rücknahmeprogramm für Ecom entwickelt, das im Februar 2022 gestartet ist und das Pilotprojekt in Hongkong ergänzt. Die Kolleg*innen bei PUMA North America arbeiteten erneut mit Soles4Souls zusammen und sammelten 522 kg gebrauchter Schuhe, die diese Initiative für einen gemeinnützigen Zweck wiederverwendet.

ROADMAP FÜR ABFALL UND RISIKOBEURTEILUNGEN

2021 haben wir eine Roadmap für die Abfallvermeidung erstellt und eine Risikobeurteilung durchgeführt.

Die in unserem Geschäftsbericht veröffentlichten Daten umfassen den Materialabfall ebenso wie den Abfall aus Produktion und Büros, einschließlich Kartonagen, Papier, Plastik, Leuchtmittel usw. So erhalten wir ein vollständiges Bild des an unseren Produktionsstandorten anfallenden Abfallvolumens. Als hohes Risiko gelten bei PUMA Abfall aus Plastik, Chemikalien und Schmieröl sowie Elektroschrott. Um diese Risiken zu priorisieren haben wir uns mit anderen Marken und mit dem Zementhersteller INSEE zusammengeschlossen, der in Vietnam, Kambodscha, Bangladesch und Indonesien Dienstleistungen im Bereich Abfallverwertung mit Hilfe einer Verarbeitungstechnologie anbietet. Die Prioritäten für unsere



Aktivitäten basieren auf Analysen unserer Abfalldaten aus dem Jahr 2020 und der Abfallmanagementbewertung unserer Kernfabriken nach dem Higg FEM.

Die Schwerpunkte für die kommenden Jahre sind nachstehend aufgeführt. Einige der Maßnahmen wurden bereits 2021 umgesetzt und werden in diesem Geschäftsbericht erläutert.

- **Sensibilisierung:** Für unsere Lieferanten organisieren wir Schulungen zum FEM-Abfallmanagement, zu denen auch Arbeitssitzungen mit Kolleg*innen gehören.
- **Überblick über die Auswirkungen:** Für unsere fünf Hauptprodukte führen wir Lebenszyklusanalysen inklusive Lebensende durch; die Ergebnisse dreier Prüfungen sind im Kapitel „Unsere Produkte“ aufgeführt.
- **Interne Maßnahmen:** Wir haben das Higg FEM in PUMAs Bewertungssystem übertragen, damit die von unseren Einkaufsexpert*innen genutzten Beurteilungsparameter für Lieferanten deren Umweltkennzahlen widerspiegeln. Die Abfalldaten aus 2021 konnten wir verbessern und werden die Intervalle der Datenerfassung erhöhen. Unsere Kernlieferanten sind angehalten, Ziele für die Abfallvermeidung aufzustellen. Unser Augenmerk haben wir weiterhin auf der Steigerung des Anteils recycelter Materialien in unseren Produkten.
- **Kooperation und Partnerschaft:** Wir werden weiterhin Abfallmanagementkontrollen in unseren größten Beschaffungsmärkten durchführen und mit wichtigen Stakeholdern vor Ort ein Konzept für eine gemeinsame Vorgehensweise erarbeiten.



PRODUKTE

Zielbeschreibung:

- 90% von PUMAs Textilien und Accessoires enthalten über 50% nachhaltigere Materialien
- 90% von PUMAs Schuhen enthalten mindestens eine nachhaltigere Komponente
- Steigerung des Einsatzes von recyceltem Polyester (Textilien und Accessoires) auf 75% bis 2025 (gemeinsames Ziel)

Bezieht sich auf das Ziel Nr. 12 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen



Relevante Kennzahlen:

- Anteil der Textilien und Accessoires mit 50% nachhaltigeren Materialien
- Anteil der Schuhe mit mindestens einer nachhaltigeren Komponente
- Anteil von recyceltem Polyester bei Textilien und Accessoires

Aus PUMAs ökologischer Gewinn- und Verlustrechnung (Environmental Profit and Loss Account, EP&L) wissen wir, dass über 50% unseres ökologischen Fußabdrucks bei der Rohstoffgewinnung und in der Herstellung entstehen. Daher hat der groß angelegte Einsatz nachhaltigerer Rohstoffe hohe Priorität. Im Rahmen unserer 10FOR20-Strategie haben wir die Ziele für nachhaltigere Rohstoffe wie Baumwolle, Polyester, Leder und Kartonagen bei 100% festgelegt.

Neben der Messung des Einsatzes nachhaltiger Materialien bestimmen wir auch den Anteil nachhaltiger Produkte, also derjenigen, die zu einem großen Anteil aus nachhaltigeren Materialien bestehen. Gemäß unserem PUMA-Nachhaltigkeitsindex, oder S-Index, bestehen nachhaltigere Textilien und Accessoires mindestens zu 50% aus nachhaltigeren Materialien nach Gewicht. Bei unseren Schuhen bestimmen wir den Nachhaltigkeitsfaktor daran, ob sie eine oder mehr Hauptkomponenten aus nachhaltigeren Materialien beinhalten.

2021 haben wir ein E-Learning zu nachhaltigeren Produkten und zum PUMA S-Index für die PUMA-Familie entwickelt und ausgerollt. Hierdurch erhalten Designer*innen, Entwickler*innen und Produktmanager*innen ein besseres Verständnis der als nachhaltiger eingestuften Materialien, der Berechnung des PUMA S-Index und der für die externe Kommunikation auf Produktebene erforderlichen Zertifizierungen. 2021 nahmen über 1.000 PUMA-Kolleg*innen an der Schulung teil.

↗ G.23 PUMA FOREVER BETTER PYRAMIDE



↗ T.21 STATUS NACHHALTIGERE PRODUKTE

Produktkategorie	Styles 2021	Volumen 2021	Volumen 2020	Ziel 2025
Textilien mit mindestens 50% nachhaltigeren Materialien	67%	79% *	81%	90%
Accessoires mit mindestens 50% nachhaltigeren Materialien	30%	60%*	47%	90%
Schuhe mit mindestens einer nachhaltigeren Komponente	52%	46%	24%	90%
GESAMT	58%	64%		90%
Anzahl veganer Styles	29		16	

* 2021 haben wir eine Berechnung von 50% nachhaltigeren Materialien nach Gewicht eingeführt, die im Vergleich zum Vorjahr strenger bewertet.

Unser anhaltendes Engagement für den vermehrten Einsatz nachhaltigerer Materialien gemeinsam mit unseren Materiallieferanten hat uns dazu verholfen, mehr nachhaltigere Materialien zu verwenden. Mit 99% Baumwolle, 80% Polyester und 99,9% Leder aus nachhaltigeren Quellen sowie 100% zertifizierten Daunen sind wir nicht mehr weit entfernt von unserem Ziel von 100% nachhaltigerer Materialien für diese Kategorien.

Für unsere Schuhe haben wir im vergangenen Jahr 94% nachhaltigere Baumwolle und 37% nachhaltigeren Polyester verwendet, eine erhebliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr. Daher hat sich die Anzahl an nachhaltigeren Schuhmodellen seit 2020 nahezu verdoppelt.

Um der vermehrten Nachfrage unserer Kund*innen gerecht zu werden, haben wir 2021 29 als vegan-zertifizierte Styles angeboten; 2020 waren es noch 16 Styles.

Auch mehrere nachhaltigere Kollektionen haben wir 2021 auf den Markt gebracht, unter anderem die Yogakollektion Exhale, die in Zusammenarbeit mit Cara Delevingne entstand und aus recyceltem Polyester und natürlichen Farbstoffen besteht. Entstandene CO₂-Emissionen werden kompensiert. Die Produkte in der Kollektion RE.GEN werden aus aufbereiteten Materialien aus PUMAs eigenem Industrieabfall gefertigt. Zu unseren Highlights gehörte außerdem unser neuer BETTER FOAM für Schuhe, der teilweise aus Zuckerrohr gemacht wird. Mit dem Experiment RE:SUEDE wollen wir prüfen, ob unser kultiger SUEDE-Sneaker biologisch abbaubar hergestellt werden kann. Unsere Kollektion PUMA x FIRST MILE haben wir um Produkte aus recyceltem Polyester auf andere Geschäftsbereiche ausgeweitet.



PUMA Exhale Kollektion



LEBENSZYKLUSANALYSEN UNSERER PRODUKTE

Um den Nachhaltigkeitsfaktor unserer Produkte noch zu steigern, führen wir Lebenszyklusanalysen (Life Cycle Assessments, LCAs) unserer wichtigsten Produktportfolios durch. Die Ergebnisse dienen uns als quantifizierbare Messwerte für unsere Aktivitäten für eine sicherere, sauberere und nachhaltigere Wertschöpfungskette. Zudem regen sie zur Innovation an.

2021 haben wir drei unserer Produkte (Lifestyle- und Performance-Schuhe und eine Baumwollhose) einer LCA-Studie unterzogen, um den jeweiligen ökologischen Fußabdruck in Bezug auf CO₂-Emissionen und Wasserverbrauch entlang der Wertschöpfungskette („Cradle-to-Grave“) nach ISO 14040 und 14044 zu messen.

Durchgeführt wurde die LCA, einschließlich aller Lebenszyklusphasen – von der Gesamtproduktion mit Materialeinkauf und Energie bis hin zum Lebensende – von Sphera, einer der führenden Beratungsorganisationen im Bereich LCA. Daten und Methodik werden von Expert*innen geprüft.

Folgende Produkte wurden im Rahmen der Studie untersucht:



Performance-Schuhe - Velocity Nitro, Nettogewicht: 0,72 kg



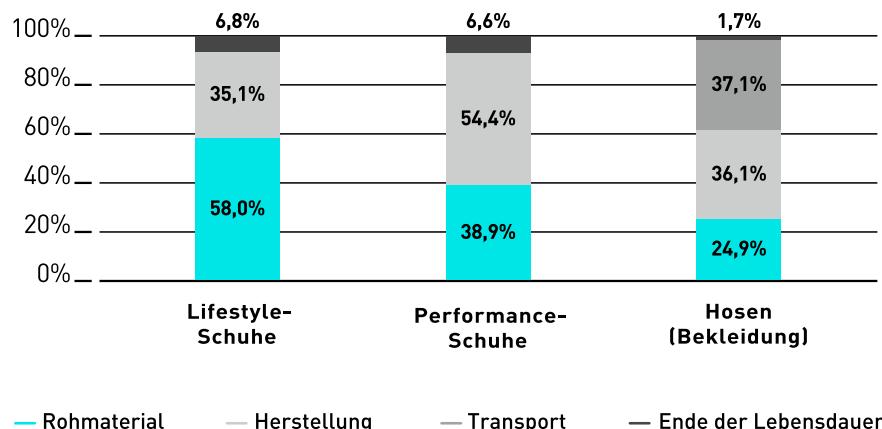
Lifestyle-Schuhe - Future Rider Play, Nettogewicht: 0,78 kg



Hose - Modern Basic Pants (66% BCI-Baumwolle, 34% Polyester) mit 30 Waschzyklen, Nettogewicht: 0,68 kg

Die Analyseergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

↗ G.24 GWP-AUSWIRKUNGEN NACH PRODUKTEN



Das Treibhauspotenzial (Global Warming Potential, GWP) (in kg CO₂e) der Performance-Schuhe steht in Abhängigkeit der Materialien für die Basis, die Zwischen- und die Außensohle usw. (38,9%) und des Energieverbrauchs bei der Herstellung (54,4%). Im Gegensatz dazu wurde das GWP der Lifestyle-Schuhe zu 58% von den Materialien und zu 35,1% vom Energieverbrauch bei der Herstellung verursacht. Der hohe GWP-Wert entsteht durch das Leder, das für die Lifestyle-Schuhe verarbeitet wird; er liegt weit über dem GWP anderer Materialien. EVA, Polyester, Schmelz- und Vollklebstoffe sorgen bei beiden Schuh-Styles für einen hohen GWP-Wert.

Bei den Lifestyle-Schuhen ist die Energiebelastung geringer (3,3 kg CO₂) als bei den Performance-Schuhen (4,14 kg CO₂). Letztere Werte sind hauptsächlich darauf zurückzuführen, dass die Daten für die gesamte Fabrik erfasst werden, in der die Performance-Schuhe hergestellt werden, nicht für das einzelne Produkt. Hier lässt sich Verbesserungspotenzial für die Energieeffizienz bei der Herstellung in der jeweiligen Fabrik erkennen.

Der Verbrauch von Materialien, Klebstoffen, Wasser und Verpackungen sorgt für einen hohen GWP-Wert bei beiden Schuh-Styles (Performance-Schuhe: 38,9%, Lifestyle-Schuhe: 58%).

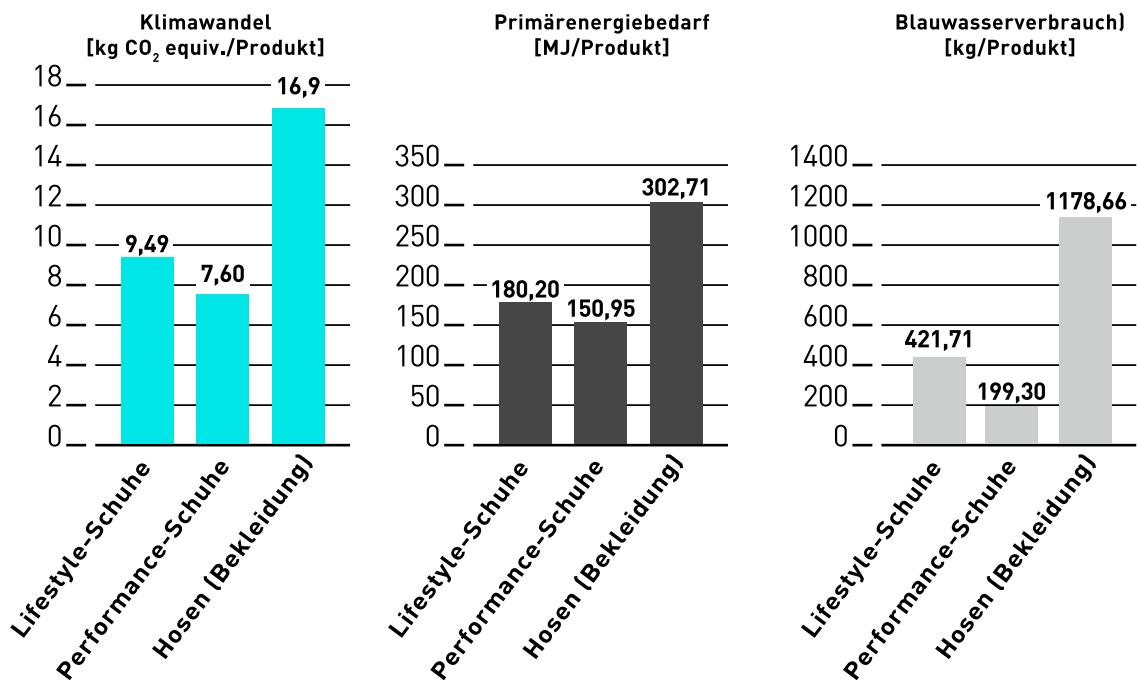
Der GWP-Wert der Hose setzt sich vorrangig aus dem Baumwollanbau (11%), der Garnspinnerei (34%), dem Färben und Beschichten (44%) und der Nutzung (37%) zusammen. Der Bedarf an Primärenergie* wird wesentlich vom Baumwollanbau (23%), von der Garnspinnerei (37%), dem Färben und Beschichten von Stoffen (28%) und von der Nutzung (35%) beeinflusst. Beim Blauwasserverbrauch** liegt die Baumwolle (91%) weit vor den anderen Materialien wie Polyester, den Chemikalien (13%), dem Strom und dem Brennstoff (4%).

In der Regel müssen Schuhe während ihrer Lebenszeit nicht umfassend gereinigt werden, daher sind auch die Auswirkungen der Nutzungsphase unwesentlich und die CO₂-Emissionen aus dieser Phase wurden bei den Schuhen nicht berücksichtigt¹. Bei Textilien entstehen jedoch ca. 37% des GWP-Werts in der Nutzungsphase, da sie gewaschen und getrocknet werden müssen und beim Stromverbrauch entsprechend Emissionen freigesetzt werden: Für die Schätzung der CO₂-Emissionen aus der Nutzungsphase wurde eine Waschmaschinenladung mit durchschnittlich 4,04 kg à 30 Waschzyklen während der Lebenszeit der Hose herangezogen.

Die Lebensendphase umfasst Wiedernutzung, Recycling, Verbrennung und Deponielagerung basierend auf europäischen Szenarien. Aus sie entfallen ca. 2% bis 7% des GWP.

¹ Quelle: Quantis „Draft product environmental footprint category rules (PEFCR) apparel and footwear“

↗ G.25 UMWELTFUßABDRUCK DER PRODUKTE



Die Beschaffungskette für Textilien und Schuhe ist relativ komplex und umfangreich und besteht aus mehreren Phasen, einschließlich Anbau, Verarbeitung, Beschichtung, Konfektionierung, Vertrieb, Nutzung und Lebensende. Die LCA-Studie hat uns die Umweltauswirkungen der Wertschöpfungskette unserer Produkte verdeutlicht.

Das Wissen über diese Studienergebnisse werden wir nicht nur nutzen, um unsere Mitarbeiter*innen für das Thema zu sensibilisieren, sondern auch um den ökologischen Fußabdruck unserer Produkte durch den vermehrten Einsatz nachhaltigerer Materialien (recycelt oder biosynthetisch), durch effizientere Ressourcen, optimierten Stromverbrauch, die Förderung erneuerbarer Energien entlang der Wertschöpfungskette und die Kreisläufigkeit unserer Produkte zu verringern.

MATERIALQUELLEN

Risikobeurteilungen und die Bewertung von Risiken und Auswirkungen in den unteren Ebenen unserer Beschaffungskette zeigen Möglichkeiten auf, Verbesserungen auf der strategischen Ebene zu integrieren.

Wir fordern von unseren Lieferanten, ausschließlich nachhaltige Baumwolle von Farmen, die für ihre gute landwirtschaftliche Praxis und die Einhaltung von Menschenrechten lizenziert bzw. zertifiziert sind, oder aber recycelte Baumwolle einzukaufen. 92% der Baumwolle für PUMA-Produkte werden in den USA, in Australien, Indien und Brasilien angebaut.

* Primärenergie stammt direkt von natürlichen Trägern wie Kohle, Erdöl, Erdgas und Uran.

** Blauwasser stammt aus Oberflächen- oder Grundwasserquellen und ist entweder verdampft oder wurde von einem Produkt aufgenommen.

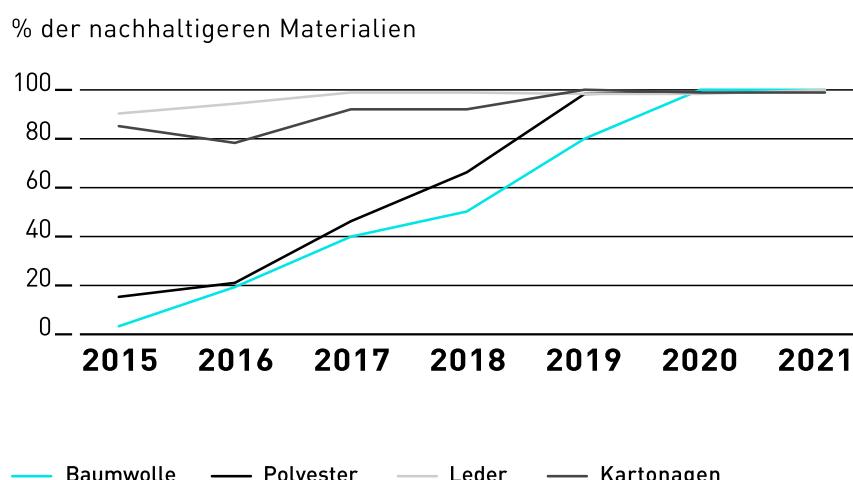
Parallel dazu arbeiten wir daran, die Nachverfolgbarkeit des Leders über das entsprechende System der Leather Working Group (LWG) zu verbessern. Das Leder für PUMA-Schuhe stammt aus den USA (47%), aus Argentinien (15%), Australien (15%), Italien (8%), Brasilien (2%), Uruguay (0,4%) und Paraguay (0,3%).

Zudem kontrollieren wir die Nachverfolgbarkeit bei unseren Gerbereien mit Medaillenbewertung der LWG. Die meisten Gerbereien für Veloursleder arbeiten nicht nur direkt mit Gerbereien, sondern auch mit Agenten und Vermittlern, um stabile Beschaffungsmengen zu gewährleisten, da Veloursleder ein Nebenprodukt der Volllederindustrie ist. Dadurch wird die Nachverfolgbarkeit zur Herausforderung. Das ist auch der Grund, warum unsere LWG-Gerbereien für Veloursleder bei der Nachverfolgbarkeit schlechter abschneiden als die LWG-Gerbereien für Vollleder. Dennoch beabsichtigen wir, die Nachverfolgbarkeit bei allen unsere Gerbereien mit LWG-Medaillenbewertung mit der Zeit zu verbessern.

Auch bei den Daunen und bei recyceltem Polyester für PUMA-Produkte führen wir Kontrollen an den Quellen durch. 97% der Daunen kommen aus China, 3% aus Vietnam und 90% unseres recycelten Polyesters aus Vietnam, China, Taiwan (China) und Korea.

MATERIALVERBRAUCH

[↗ G.26 ENTWICKLUNG VON NACHHALTIGEREN MATERIALIEN](#)



Baumwolle und Polyester inklusive Materialien für Textilien und Accessoires (ohne Zutaten)

Wie in den Vorjahren machten auch 2021 Baumwolle der Better Cotton Initiative (BCI) und Polyester mit Zertifizierung von bluesign® und/oder OEKO-TEX® sowie LWG-zertifiziertes Leder einen Großteil unserer nachhaltigeren Materialien aus. Zudem verwenden wir ausschließlich Daunenfedern mit Zertifizierung des Responsible Down Standard (RDS) sowie 38% Viskose vom Marktführer mit einer nachgewiesenen Erfolgsbilanz im Bereich Nachhaltigkeit. Folglich gelten bereits über 67% unserer Textilien, 30% unserer Accessoires und 52% unserer Schuhe gemäß dem PUMA-Nachhaltigkeitsindex als nachhaltigere Produkte.

Bei unseren Schuhen sind Verarbeitung und Erfassung viel komplexer, denn sie bestehen generell aus mehreren Komponenten, hauptsächlich Polyester, Polyurethan (PU), Gummi, Leder und Nylon. In Übereinstimmung mit unseren früheren Zielen haben wir bei LWG-zertifiziertem Leder einen Anteil von 99,9% erreicht. Für die anderen Materialien haben sich unsere Einkaufsteams 2021 mit der Prüfung nachhaltigerer und zugleich wirtschaftlicher Lösungen beschäftigt. Beispielweise bestehen heute alle



unsere Schuh-Kappen und der Großteil unserer Linings aus recycelten Materialien und das Polyester-Trägermaterial aller PU-Materialien, die uns als Lederalternative dienen, wurden durch recycelten Polyester ersetzt.

Seit 2021 veröffentlichen wir unsere materialbezogenen Daten einschließlich Zutaten wie Garne, Reißverschlüsse, Bänder, Zwischenfutter usw. Für 2022 sehen wir Steigerungspotenzial für den Einsatz nachhaltigerer Materialien für die Zutaten. Daher ist auch der Anteil nachhaltigerer Baumwolle für unsere Textilien gegenüber 2020 gesunken, obwohl ihr Volumen um ca. 45% zugenommen hat. Um die Qualität unserer Materialdaten zu steigern, haben wir für 2021 auch Daten zu unserer Headwear (neben Zutaten) in der Produktkategorie Accessoires berücksichtigt. Die Stoffe (99% des Gesamtvolumens) werden aus nachhaltigerer Baumwolle hergestellt, während für die Zutaten konventionelle Baumwolle (1% des Gesamtvolumens) verarbeitet wird. Für die Linings unserer Taschen kommt Spinndüsengärbung zum Einsatz, die Garnfärbeprozesse redundant macht. Die Lebenszyklusanalyse (gemäß ISO 14040 und ISO 14044) für Polyester aus Spinndüsengärbung, mit der wir 2021 externe Färbe- und Beschichtungsexpert*innen beauftragt haben, kam zu folgenden Ergebnissen: Reduzierung von CO₂-Emissionen: 29,37%, Energieeinsparung: 29,69%, Wassereinsparung: 13,84%, Einsparung beim Chemikalienverbrauch: 34,41%.

T.22 VERGLEICH ZWISCHEN REGULÄR GEFÄRBTN UND SPINNGEFÄRBTN POLYESTER STOFFEN

	CO ₂ Differenz (%)	Wasser-verbrauch Differenz (%)	Gesamt-energie-verbrauch Differenz (%)
Rohmaterial	-0,72%	-0,72%	-0,72%
Garnherstellung	-19,51%	-0,58%	-11,66%
Weben	-0,72%	-0,72%	-0,72%
Färben und Veredeln	-29,37%	-13,84%	-29,69%
Veredeln	0,00%	0,00%	0,00%
Verpackung der Stoffe	0,00%	0,00%	0,00%
Transport der Stoffe	0,00%	0,00%	0,00%
Insgesamt	-9,22%	-3,67%	-6,89%

Im vergangenen Jahr haben wir außerdem 94% nachhaltigere Baumwolle und 37% nachhaltigeren Polyester für unsere Schuhe verwendet, eine signifikante Steigerung im Vergleich zu 2020, auf die auch die Verdopplung der Anzahl der Schuhe mit nachhaltigeren Materialien zurückzuführen ist.

Für 2021 haben wir auch Daten zu Außenkartonagen unter Papier und Kartonagen ausgewiesen. Wir arbeiten weiter daran, die Menge an Papier und Kartonagen mit FSC-Zertifizierung oder aus recycelten Quellen zu erhöhen.

Da Wolle 2021 nur selten zum Einsatz kam, haben wir noch keine Responsible Wool Standards umgesetzt. Unser Ziel bleibt jedoch bestehen, bis 2025 100% zertifizierte Wolle zu verwenden.

**↗ T.23 ENTWICKLUNG DES EINSATZES NACHHALTIGERER MATERIALIEN***

	Textilien	Accessoires	Schuhe	Gesamt
Baumwolle				
Konventionell	1%	0,7%	6%	1,2%
Recycelt	2,3%		4%	2,3%
Better Cotton	96,7%	99,3%	90%	96,4%
Polyester				
Konventionell	1%		63%	20%
Spinndüsenvärzung		23%		2%
Recycelt	55%	6%	32%	43%
Bluesign®	21%	28%		15%
Oekotex	22%	42%	5%	19%
Künstlich hergestellte Zellulose-Fasern				
Faserproduzenten mit Green-Shirt-Rating**	38%			38%
Konventionell	62%			62%
Polyamid (Nylon)				
Konventionell	15,3%	85,5%	97,4%	74,1%
Bluesign®	60,3%		2,5%	18,4%
Recycelt	24,4%	14,5%	0,1%	7,5%
Leder				
Konventionell				0,1%
Von Gerbereien mit LWG-Medaillebewertung			99,9%	99,9%
Recycelt			0,03%	0,03%
Gummi				
Synthetisch			69%	69%
Natur			31%	31%
PU				
Konventionell	100%	100%	99%	99%
Auf Wasserbasis			1%	1%



	Textilien	Accessoires	Schuhe	Gesamt
Daunen				
Mit RDS-Zertifizierung	100%			100%

* Inklusive Zutaten, ohne Lizenzproduktion

** Faserproduzenten mit Green-Shirt-Rating gemäß dem jährlichen Canopy Hot Button Report bestärken ihre Faserlieferanten zur Verpflichtung zu CanopyStyle sowie zur Durchführung von Canopy Audits (<https://hotbutton.canopyplanet.org/>).

T.24 EINSATZ NACHHALTIGER MATERIALIEN NACH PRODUKTBEREICHEN

	2021*	2020	2019	2025 target
Textilien				
Nachhaltigere Baumwolle	99%	100%	82%	100%
Nachhaltigerer Polyester	99%	99,5%	98%	100%
Accessoires				
Nachhaltigere Baumwolle	99%	100%		100%
Nachhaltigerer Polyester	100%	100%	100%	100%
Schuhe				
Nachhaltigere Baumwolle	94%	0,18%		100%
Nachhaltigerer Polyester	37%	12,1%	6%	100%
Nachhaltigeres Leder	99,9%	97,9%		NA
Nachhaltigeres PU	1%			NA
L&P-Papier/-Kartonagen				
Recycelt und/oder FSC-zertifiziert	88%**	99%	98,9%	100%

* 2021: inklusive Zutaten, ohne Lizenzproduktion; 2020: ohne Zutaten und Lizenzproduktion

** Inklusive Außenkartonagen (in den Vorjahren nicht berücksichtigt)

T.25 ANZAHL ZERTIFIZIERTER FABRIKEN

Anzahl zertifizierter Fabriken	GRS/RCS	GOTS	OCS	RDS	LWG
Textilien und Accessoires Ebene 1 und 2	63	21	6	6	NA
Schuhe Ebene 1 und 2	15			NA	NA
Ledergerbereien				27 Gold 2 Silber	

Die GRS-/RCS-Zertifizierung unserer Ebene-1-Schuhfabriken, die Einlage-, Außen- und Zwischensohlen herstellen, ist in Arbeit.



BIODIVERSITÄT

Zielbeschreibung:

- Unterstützung von Branchenpartnern bei der Entwicklung eines wissenschaftsbasierten Ziels (SBT) für Biodiversität
- 100% Baumwolle, Leder und Daunen aus zertifizierten Quellen (gemeinsames Ziel)
- Keine Verwendung von Leder und Häuten exotischer Tiere

Bezieht sich auf die Ziele Nr. 14 und 15 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen



↗ T.26 NACHHALTIGERE NATURMATERIALIEN*

Teilziele	2021*	2020	Ziel 2025
Wissenschaftsbasiertes Ziel (SBT)	steht noch aus	Beteiligung an Biodiversitätsaktivitäten des Fashion Pact	Einführung des SBT
Baumwolle (BCI** und/oder recycelt)	99%	100%	100%
Leder (LWG-zertifizierte Gerbereien)	99,9%	98%	100%
Daunen (RDS-zertifiziert)	100%	100%	100%
Viskose aus nachhaltigen Quellen/MMCF	38%	100%	100%
Kartonagen und Papier (FSC-zertifiziert und/oder recycelt)	88%***	99% (Produktverpackungen Beschaffungskette)	100%
Anzahl veganer Styles	29	16	NA

* Inklusive Zutaten, ohne Lizenzproduktion

** Das Prinzip der Better Cotton Initiative (BCI): Biodiversität und Landnutzung zählt zu den sieben Better Cotton Principles and Criteria. Zu den Themen der Managementpraxis zählen die Identifizierung und Prüfung von Biodiversitätsressourcen, die Identifizierung und Wiederherstellung zerstörter Gebiete, die Vermehrung von Nützlingspopulationen, die Gewährleistung der Fruchtfolge sowie der Schutz von Gewässerbereichen. <https://bettercotton.org/wp-content/uploads/2019/06/Better-Cotton-Principles-Criteria-V2.1.pdf>

*** Inklusive Außenkartonagen

Die Wissenschaft hat den Verlust der biologischen Vielfalt im letzten Jahrzehnt bereits belegt. Ausgestorbene Arten gehen für unseren Planeten für immer verloren. Nicht zuletzt aufgrund der Wildkatze in unserem Logo haben wir das Thema Biodiversität in unsere 10FOR25-Ziele aufgenommen.

PUMA ist Unterzeichner des Fashion Pact, einem weltweiten Zusammenschluss von Unternehmen aus der Mode- und Textilindustrie (Konfektionsware, Sport, Lifestyle und Luxus) sowie Zulieferern und Vertriebspartnern, die sich alle gemeinsamen Umweltzielen in drei Bereichen verschrieben haben: dem Klimawandel Einhalt zu gebieten, Biodiversität wiederherzustellen und die Meere zu schützen.

Unsere Konzepte im Bereich Biodiversität sind nachfolgend beschrieben:

Biodiversitätsverlust und Klimawandel stehen nicht nur in Abhängigkeit zueinander, sie verstärken sich auch gegenseitig. Der Schutz der Wälder könnte beispielsweise zur Reduzierung von CO₂-Emissionen



beitragen und die Klimaerwärmung beschleunigt das Artensterben. 2019 haben wir unser wissenschaftsbasiertes Ziel (Science-Based Target, SBT) für Emissionen gemeinsam mit der SBT Initiative veröffentlicht und uns dem Fashion Pact angeschlossen. PUMAs Aktivitäten und Fortschritte im Bereich Klimaschutz sind im Kapitel „Klimaschutz“ erläutert.

Drei Phasen der Wertschöpfungskette haben die größten negativen Auswirkungen auf die Biodiversität: die Produktion von Rohmaterialien, die Aufbereitung und Verarbeitung von Materialien und das Lebensende.

Um das Risiko des Biodiversitätsverlusts durch Produktionsprozesse zu mindern, thematisieren wir das Risiko der Umweltverschmutzung in unseren Zielen und Lieferantenprogrammen zu Klimaschutz, Chemikalieneinsatz und Wasser und Luft.

2021 haben wir je eine Roadmap für Wasser und für Abfall entwickelt; sie sind in den Kapiteln „Wasser und Luft“ und „Plastik und Meere“ zu finden.

100% unserer Transportverpackungen bestehen aus recyceltem Plastik und wir arbeiten daran, neben Primärproduktverpackungen aus Plastik auch Plastiktüten zu eliminieren. Unsere Ziele und der Status ihrer Umsetzung sind im Kapitel „Plastik und Meere“ beschrieben.

Für PUMA-Produkte werden jährlich ca. 50.000 Tonnen Baumwolle und 4.300 Tonnen Leder verarbeitet. Die Bodennutzung ist sowohl im Baumwollanbau als auch in der Viehhaltung ein wichtiges Thema; beide Bereiche werden zu den Ursachen des Biodiversitätsverlusts gerechnet. 99% der Baumwolle für unsere Produkte machen BCI- bzw. recycelte Baumwolle aus und 99% des Leders für unsere Schuhe stammen von Gerbereien mit Medaillenbewertung der Leather Working Group (LWG). Bei diesen Gerbereien kontrollieren wir die Nachverfolgbarkeit von Leder – ein erster Schritt gegen die Abholzung.

Hinzu kommen 19.500 Tonnen Papier und Kartonagen, die wir jährlich verbrauchen (Schuhkartons, Etiketten und Außenkartonagen). Ende 2021 waren 88% FSC-zertifiziert oder recycelt. Im vergangenen Jahr sind wir eine Kooperation mit Canopy eingegangen, einer gemeinnützigen Organisation aus Kanada, die sich dem Schutz von Wäldern, Arten und Klima sowie der Rechte indigener Gemeinschaften widmet. Canopy hat uns geholfen, eine Richtlinie zum Schutz der Wälder zu entwickeln, und wir haben uns den Initiativen der Organisation, CanopyStyle und Pack4good, angeschlossen, die uns angeregt haben, Rohmaterialien der nächsten Generation zu prüfen. Unser Schwerpunkt liegt dabei auf biobasierten Materialien wie Weizen als teilweisen Ersatz für das Papier für unsere Einkaufsstützen.

2020 haben wir unsere Beschaffungskette für Viskose einer Prüfung unterzogen mit dem Ziel, 100% von Lieferanten zu beziehen, die nicht zur Abholzung alter und gefährdeter Baumarten beitragen. 2021 stammten 38% unserer Viskose von Lieferanten mit Green-Shirt-Rating. Der Einkauf neuer Stoffe mit Viskoseanteil als Alternative zu Polyester für unsere Textilien hatte dabei Priorität. Im Rahmen unserer neuen Strategie haben wir neben Stoffen mit Viskose mit Green-Shirt-Rating auch vorhandene Stoffe verarbeitet, die in den letzten fünf bis zehn Jahren entwickelt wurden. Zwischen 2020 und 2021 stieg unser Viskoseverbrauch um das Vierfache.

Für 2022 planen wir, ausschließlich Viskose mit Green-Shirt-Rating im Einklang mit unserer Richtlinie zu Biodiversität und dem Schutz der Wälder aus dem April 2021 zu verwenden.

Da Wolle 2021 nur selten zum Einsatz kam, haben wir noch keine Responsible Wool Standards umgesetzt. Unser Ziel bleibt jedoch, bis 2025 100% zertifizierte Wolle zu verwenden.



UNSERE RICHTLINIEN

2021 haben wir Biodiversitäts- und Tierschutzrichtlinien als Rahmenwerk für unser Konzept für diese beiden Bereiche veröffentlicht. Sie sind auf <https://about.puma.com/de-de/sustainability/codes-and-handbooks> einsehbar.

Als Unterzeichner des Fashion Pact unterstützen wir die Entwicklung von SBTs für Biodiversität.

Zum Schutz gefährdeter Wälder und Arten verpflichten wir uns außerdem, weder Holz noch holzbasierte Stoffe von alten und gefährdeten Baumarten zu verarbeiten.

- Wir unterstützen die Initiative CanopyStyle als Partner und haben uns vorgenommen, die Viskose für PUMA-Produkte ausschließlich bei Lieferanten mit Green-Shirt-Rating einzukaufen.
- Das Leder für unsere Produkte stammt ausschließlich von der Leather Working Group und anderen Herstellern, die die branchenweiten Standards für Good Practices für Umweltmanagement und Nachverfolgbarkeit anwenden.
- Unsere Papier- und papierbasierten Verpackungen beziehen wir aus recycelten und/oder vom Forest Stewardship Council zertifizierten Quellen. Als Partner der Canopy-Initiative Pack4Good setzt sich PUMA gegen das Risiko der Rodung alter und gefährdeter Baumarten bis 2022 ein und unterstützt die Entwicklung von Alternativlösungen der nächsten Generation.

Bei PUMA liegt uns das Tierwohl das Herzen. Wir lehnen Produkte von Tieren aus menschenunwürdiger Haltung ab und werden hohe Standards für Tierwohl und Nachverfolgbarkeit einführen. Wir beraten uns regelmäßig mit Tierschutzorganisationen über unsere Richtlinie und unsere Aktivitäten.

„Wir freuen uns über PUMAs Unterstützung unserer Initiativen CanopyStyle und Pack4Good gegen die Abholzung alter und gefährdeter Baumarten. Der Erhalt der Wälder macht 30% der Klimalösung aus und PUMA – mit seiner majestätischen Katze aus eben diesen Wäldern im Logo – geht in ihrem Namen voran. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit dem PUMA-Team an der zeitnahen Entwicklung kreislauffähiger Alternativen und ambitionierter Ziele für den Schutz der Wälder.“

NICOLE RYCROFT
Canopy's Founder and Executive Director. Canopy



UMWELTKENNZAHLEN

Im vergangenen Jahr haben wir die Methodik für PUMAs ökologische Gewinn- und Verlustrechnung (Environmental Profit and Loss Account, EP&L) überarbeitet. Sie wurde 2011 von PwC und Truecost ausgearbeitet und später von Kering in Kooperation mit PwC weiterentwickelt. Ihr liegen vorrangig Daten zu Materialien und Ausgaben zugrunde.

Bei der Überarbeitung mussten wir feststellen, dass die Einsparungen bei unseren Lieferanten der Ebene 1 und 2 größtenteils nicht von der EP&L-Methodik erfasst wurden, und dass für BCI-Baumwolle und andere Hauptmaterialien keine spezifischen EP&L-Emissionsfaktoren zur Verfügung standen. Daher haben wir die Veröffentlichung unserer EP&L für das Jahr 2021 ausgesetzt und werden die Methodik so anpassen, dass sie unsere Umweltkennzahlen zukünftig genau widerspiegelt.

Wie in den Vorjahren sind die zugrundeliegenden Daten in Form von Umweltkennzahlen, oder Environmental Key Performance Indicators (E-KPIs) in den nachfolgenden Abschnitten erläutert.

T.27 UMWELTKENNZAHLEN PAPIER¹⁻³

Papier	2021	2020	2019	2018	2017	Veränderung (in %)	Veränderung (in %)
	2020/2021	2017/2021					
PUMA-Standorte							
Verbrauch von Papier- und Kartonagen (t) *	4.152	2.638	2.281	2.292	2.756	57%	51%
Verbrauch von zertifiziertem oder recyceltem Papier oder Kartonagen (t)							
	3.306	1.848	1.818	1.120	2.025	79%	63%
Anteil von zertifiziertem oder recyceltem Papier oder Kartonagen (%)	79,6%	70%	80%	49%	74%		
PUMA-Produktion							
Verbrauch von Papier- und Kartonagen (Schuhkartons, Etiketten) (t)	19.670**	18.538	14.863	13.607	14.129	25%	31%
Anteil von zertifiziertem oder recyceltem Papier oder Kartonagen (%)	88%**	99%	100%	98%	n/a		

* Einschließlich Papiertüten und Papier- und Kartonagenverbrauch in Büros, Lagern und Geschäften

** inklusive Außenkartonagen

1 Inklusive PUMAs eigener oder von PUMA betriebener Büros, Lager und Geschäfte sowie eigener Produktionsstandorte in Argentinien. Die sonstige Produktion ist an eigenständige Lieferanten und einige Lagerbetriebe sind an eigenständige Logistikdienstleister ausgelagert; ohne Franchise-Geschäfte

2 Inklusive Hochrechnungen und Schätzungen, wenn keine Daten verfügbar waren

3 Methodologische Veränderungen über die letzten drei Jahre beeinflussen die Ergebnisse

**↗ T.28 UMWELTKENNZAHLEN PUMA UND PRODUKTION EBENE 1 UND 2 – ENERGIE¹⁻³**

	2021	2020	2019	2018	2017	Veränderung	Veränderung
						(in %)	(in %)
Energie							
PUMA-Standorte							
Stromverbrauch aus nicht erneuerbaren Quellen (MWh)	0	0	12.683	29.766	52.508	-	-100%
Stromverbrauch aus erneuerbaren Energien (Grünstrom und Solarstrom vor Ort) (MWh)	13.749	10.839	11.547	11.695	11.611	27%	18%
Über RECs garantierter Stromverbrauch (MWh)	54.117	50.526	37.269	25.051	0	7%	n/a
Stromverbrauch gesamt (MWh)	67.866	61.365	61.499	66.512	64.119	11%	6%
Anteil Stromverbrauch aus erneuerbaren Energien (ohne RECs) (%)	20%	18%	16%	15%	18%		
Anteil Stromverbrauch aus erneuerbaren Energien (mit RECs) (%)	100%	100%	79%	55%	18%		
Energie aus nicht erneuerbaren Quellen/fossilen Brennstoffen (Öl, Erdgas, usw.) (MWh)	10.006	10.739	10.975	11.724	14.430	-7%	-31%
Energie aus Fernwärme (MWh)	10.795	6.247	7.915	5.734	5.155	73%	109%
Energieverbrauch gesamt (MWh)	88.666	78.350	80.389	83.970	83.704	13%	6%
PUMA-Produktion (Lieferanten Ebene 1)*							
Stromverbrauch aus nicht erneuerbaren Quellen (MWh)	331.199	221.641	246.160	195.866	194.881	52%	67%
Stromverbrauch aus erneuerbaren Energien (MWh)	17.763	3013			294	492%	5950%
Anteil Stromverbrauch aus erneuerbaren Energien (%)	5%	1%			0,1%	400%	4900%



Energie	2021	2020	2019	2018	2017	Veränderung	Veränderung
						(in %)	(in %)
PUMA-Produktion						2020/2021	2017/2021
(Kernlieferanten							
Ebene 2)**							
Stromverbrauch aus nicht erneuerbaren Quellen (MWh)	795.673	607.310			586.986	31%	36%
Stromverbrauch aus erneuerbaren Energien (MWh)	39.317	3.393			524	1059%	7399%
Anteil Stromverbrauch aus erneuerbaren Energien (%)	5%	0,6%			0,1%	233%	4900%

* Umfasst Lieferanten der Ebene 1, Textilien, Schuhe und Accessoires (181 Lieferanten)

** Umfasst Kernlieferanten der Ebene 2, Leder, Synthetikstoffe und Stoffe (43 Lieferanten)

- 1 Inklusive PUMAs eigener oder von PUMA betriebener Büros, Lager und Geschäfte sowie eigener Produktionsstandorte in Argentinien. Die sonstige Produktion ist an eigenständige Lieferanten und einige Lagerbetriebe sind an eigenständige Logistikdienstleister ausgelagert; ohne Franchise-Geschäfte
- 2 Inklusive Hochrechnungen und Schätzungen, wenn keine Daten verfügbar waren
- 3 Methodologische Veränderungen über die letzten drei Jahre beeinflussen die Ergebnisse

**↗ T.29 UMWELTKENNZAHLEN PUMA UND PRODUKTION EBENE 1 UND 2 - ABFALL UND WASSER¹⁻³**

Abfall & Wasser	2021	2020	2019	2018	2017	Veränderung	Veränderung
						(in %)	(in %)
PUMA-Standorte							
Abfall [t]	5.215	3.949*	3.644*	4.877	5.293	32%	-1%
Recycelter Abfall [t]	2.220	1.436*	1.603*	2.282	3.419	55%	-35%
Anteil recycelter Abfall (%)	43%	36%	44%	47%	65%		
Wasserverbrauch [m³]	116.829	96.569	89.676	95.291	106.397	21%	10%
PUMA-Produktion							
(Lieferanten Ebene 1) **							
Abfall [t]	33.806	23.498	24.205	16.682	14.686	44%	130%
Anteil Produktionsabfall auf Deponien	10%	9%				11%	
Wasserverbrauch aus PUMA-Produktion (Tsd. m³)	2.706	2.332	2.572	2.030	2.149	16%	26%
PUMA-Produktion							
(Kernlieferanten Ebene 2) ***							
Abfall aus PUMA-Produktion [t]	8.689	5.968				46%	
Anteil Produktionsabfall auf Deponien	9%	18%				50%	
Wasserverbrauch aus PUMA-Produktion (Tsd. m³)	5.769	4.796				20%	

* Abfalldaten zu PUMAs eigenen Standorten für die Jahre 2019 und 2020 wurden aufgrund von Mindermeldungen neu berechnet

** Umfasst Lieferanten der Ebene 1, Textilien, Schuhe und Accessoires (181 Lieferanten)

*** Umfasst Kernlieferanten der Ebene 2, Leder, Synthetikstoffe und Stoffe (43 Lieferanten)

1 Inklusive PUMAs eigener oder von PUMA betriebener Büros, Lager und Geschäfte sowie eigener Produktionsstandorte in Argentinien. Die sonstige Produktion ist an eigenständige Lieferanten und einige Lagerbetriebe sind an eigenständige Logistikdienstleister ausgelagert; ohne Franchise-Geschäfte

2 Inklusive Hochrechnungen und Schätzungen, wenn keine Daten verfügbar waren

3 Methodologische Veränderungen über die letzten drei Jahre beeinflussen die Ergebnisse



Wie wir aus T.29 ersehen können, ist unsere eigene Abfallerzeugung und unser Wasserverbrauch in den letzten Jahren gestiegen. Dieser Anstieg ist teilweise auf unser gestiegenes Verkaufsvolumen zurückzuführen, da die Abfallerzeugung in unseren Filialen direkt mit dem Verkaufsumsatz zusammenhängt, wobei der Hauptabfall durch Schuhkartons oder Bekleidungsverpackungen entsteht. Wir werden diese Erhöhungen zum Anlass nehmen, uns in den nächsten drei Jahren auch auf die Abfall- und Wasserperformance unserer eigenen Niederlassungen zu konzentrieren.

Wir arbeiten weiterhin mit unseren Kernlieferanten an der Reduzierung ihres ökologischen Fußabdrucks. So haben wir auch 2021 unsere Kooperation mit dem Clean by Design Program des Apparel Impact Institute sowie mit dem PaCT Project der International Finance Corporation im Bereich Ressourceneffizienz und erneuerbare Energien in Bangladesch aufrechterhalten und mit der GIZ Machbarkeitsstudien zur Stromgewinnung über Photovoltaikanlagen bei 22 Lieferanten in ganz Asien durchgeführt. Des Weiteren haben wir ein Schulungsmodul zum Klimaschutz für unsere internen Stakeholder (Niederlassungsleiter und Produktionsteams) entwickelt, um sie über unsere Ziele und unsere Anforderungen an Lieferanten zu informieren, damit sie unsere Klimaschutzaktivitäten mit ihnen besser betreuen können.

Ein E-Learning-Modul richtet sich an andere Kolleg*innen, die mehr über unsere Ziele und unsere Aktivitäten für die Verringerung unseres CO₂-Fußabdrucks erfahren möchten. Es geht 2022 online.

Unsren Kernlieferanten haben wir ein internes Instrument zur Verfügung gestellt, das sie individuell bei ihrer Zielsetzung für den Klimaschutz unterstützen soll (eigene SBTs oder zumindest entsprechend PUMAs Zielen für die Beschaffungskette). In einem für Februar 2022 geplanten Workshop erfahren sie mehr über die Anwendung dieses Instruments.

Aufgrund ihrer Teilnahme an den von PUMA geförderten Programmen für sauberere Produktion und erneuerbare Energien konnten unsere Ebene-1-Kernlieferanten die CO₂-Emissionen pro Paar Schuhe seit 2017 um 32% bzw. pro Stück Textilie um 34% reduzieren. In demselben Zeitraum ist auch ihr Wasserverbrauch pro Stück Textilie um 44% zurückgegangen, ein Ergebnis der Maßnahmen für den effizienten Wasserverbrauch für unsere Kernfabriken durch unser Programm für sauberere Produktion. Bei unseren Schuhlieferanten der Ebene 1 stieg der Wasserverbrauch jedoch um 18%.

Unsere Textil- bzw. Schuhlieferanten verzeichnen seit 2017 einen Anstieg des Produktionsabfalls auf 34% bzw. 30%. Seit 2020, als wir unsere Ziele zur Reduzierung von Produktionsabfall auf Deponien um 50% bis 2025 veröffentlichten, arbeiten wir an der Sicherung der Datenqualität, um einen Vergleichswert festzulegen. Die in diesem Geschäftsbericht aufgezeigten Abfalldaten beziehen sowohl Materialien als auch Fabriken und Büros (Kartonagen, Papier, Plastik, Leuchtmittel usw.) mit ein und stellen so einen umfassenden Überblick des an unseren Produktionsstandorten angefallenen Abfallvolumens dar. Die Zunahme ist zum Teil auf die Ausweitung des Ausweises unserer Abfalldaten seit 2017 zurückzuführen. Zudem haben wir zehn neue Kerntextilfabriken aufgenommen, die sich noch nicht an unserem Programm für sauberere Produktion beteiligen. Durch die erhöhte Komplexität einer größeren Anzahl an Schuhmodellen ist auch die Anzahl der Komponenten und Auflagen gestiegen: Das Abfallvolumen steigt in Abhängigkeit der Anzahl der Komponenten und Auflagen, die verarbeitet werden. Da die Anzahl unserer Kernschuhlieferanten zwischen 2020 und 2021 stabil blieb, konnten die Abfallmengen pro Paar in der Schuhproduktion um 3% gesenkt werden; in der Textilproduktion stiegen sie jedoch um 15% pro Stück.

Der Großteil des auf der Ebene 1 anfallenden Produktionsabfalls wird recycelt, lediglich 4% von Textillieferanten und 14% von Schuhherstellern landen auf Deponien.



↗ T.30 UMWELTKENNZAHLEN DER SCHUHPRODUKTION (EBENE 1)

Umweltkennzahlen von Lieferanten		Gewichtung					Änderung		Anzahl Lieferanten
Kennzahl	2021	2020	2019	2018	2017	2020-2021	2017-2021		
Energie/Paar (kWh)	1,41	1,31	1,30	1,25	1,40	8%	1%	21	
CO ₂ /Paar (kg)	0,68	0,74	0,96	0,93	1,00	-8%	-32%	21	
Wasser/Paar (l)	11,95	15,08	15,21	12,30	14,50	-21%	-18%	21	
Abfall/Paar (g)	140,88	144,80	126,66	108,51	115,90	-3%	22%	21	
Abfall auf Deponien/Paar (g)	19	24				-19%			

↗ T.31 UMWELTKENNZAHLEN DER TEXTILPRODUKTION (EBENE 1)

Umweltkennzahlen von Lieferanten		Gewichtung					Änderung		Anzahl Lieferanten
Kennzahl	2021	2020	2019	2018	2017	2020-2021	2017-2021		
Energie/Stück (kWh)	0,55	0,56	0,57	0,57	0,72	-1%	-24%	26	
CO ₂ /Stück (kg)	0,20	0,22	0,24	0,26	0,31	-9%	-34%	26	
Wasser/Stück (l)	4,23	4,60	4,39	4,20	7,58	-8%	-44%	26	
Abfall/Stück (g)	62,33	54,27	56,33	46,50	44,00	15%	42%	26	
Abfall auf Deponien/Stück (g)	2,4	2,6				-9%			

Seit 2017 messen wir auch die durchschnittlichen Umweltkennzahlen aus der Produktion von Textilien und Leder. Wir beziehen unsere Hauptmaterialzulieferer in unsere Programme zur Förderung von Energie- und Wassereffizienz ein und auch andere Marken haben ihre Programme für eine sauberere Produktion auf die gemeinsamen Materialzulieferer erweitert. Die geringeren CO₂-Emissionen lassen sich teilweise auf den Ersatz von Kohle oder Öl für Heizkessel durch umweltfreundlichere Materialien, z. B. Biokraftstoff, zurückführen.

Der Indikator für CO₂-Emissionen für unsere Beschaffungskette im Bereich Stoffproduktion lag 2021 3% über dem 2017 gemessenen Wert und blieb damit hinter unseren Erwartungen zurück. Der Hauptgrund liegt in unserer Textilstrategie: Die 14 Kernfabriken, die wir neu aufgenommen haben, beteiligen sich noch nicht an unserem Programm für sauberere Produktion. Der Vergleich der Optimierung der CO₂-Effizienz der 19 Kernfabriken, die 2020 und 2021 für PUMA produziert haben, zeigt eine Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks um 7% pro Stoffeinheit, die im vergangenen Jahr für PUMA hergestellt wurde.



↗ T.32 UMWELTKENNZAHLEN DER LEDERPRODUKTION (EBENE 2)

Umweltkennzahlen von Lieferanten	Gewichtung						Änderung	
	2021	2020	2019	2018	2017	2020-2021	2017-2021	Anzahl Lieferanten
Energie/m ² (kWh)	6,5	7,0	8,2	8,7	9,1	-8%	-29%	6
CO ₂ /m ² (kg)	1,9	2,7	3,2	3,2	3,4	-30%	-44%	6
Wasser/m ² (l)	60,9	68,3	74,7	90,2	91,8	-11%	-34%	6
Abfall/m ² (kg)	0,5	0,7	0,8	0,8	1,6	-32%	-70%	6

↗ T.33 UMWELTKENNZAHLEN DER STOFFPRODUKTION (EBENE 2)

Umweltkennzahlen von Lieferanten	Weights						Change	
	2021	2020	2019	2018	2017	2020-2021	2017-2021	Anzahl Lieferanten
Energie/t (kWh)	13.393,6	13.049,1	12.636,3	13.386,80	13.679,11	3%	-2%	32
CO ₂ /t (t)	4,58	4,47	4,37	4,45	4,45	3%	3%	32
Wasser/t (m ³)	98,7	103,4	105,5	122,78	119,30	-4%	-17%	32
Abfall/t (kg)	121,38	78,9	62,08	70,63	299,59	54%	-59%	32

BERICHTERSTATTUNG NACH DER TAXONOMIEVERORDNUNG DER EU

Zielsetzung der Taxonomie

Die Taxonomieverordnung (EU) 2020/852 (im Folgenden „Taxonomie“) ist seit dem 22. Juni 2020 in Kraft. Ihr Ziel ist die Definition von ökologisch nachhaltigem Wirtschaften und die Umleitung von Kapitalflüssen an Unternehmen, die ihr Geschäftsmodell auf ökologisch nachhaltiges Wirtschaften ausrichten. Im Fokus der Taxonomie stehen diese sechs Umweltziele:

- Klimaschutz
- Anpassung an den Klimawandel
- nachhaltige Nutzung und Schutz von Wasser- und Meeresressourcen
- Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung
- Schutz und Wiederherstellung der Biodiversität und der Ökosysteme
- Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft

Im Rahmen der Taxonomie wurden Wirtschaftstätigkeiten identifiziert, die wesentlich zu jedem dieser Umweltziele beitragen. Verbunden mit diesen Tätigkeiten sind technische Bewertungskriterien, anhand derer die Tätigkeiten als nachhaltig oder nicht nachhaltig eingestuft werden.

Die Delegierte Verordnung (EU) 2021/2178 vom 6. Juli 2021 zu den Klimazielen (Klimaschutz (Anhang I) und Anpassung an den Klimawandel (Anhang II)) (im Folgenden die „Delegierte Klimaverordnung“) wurde im Amtsblatt vom 9. Dezember 2021 veröffentlicht und trat am 1. Januar 2022 ((EU) 2021/2139) in Kraft. Für 2022 ist die Veröffentlichung weiterer delegierter Gesetze für die verbleibenden Ziele geplant.



Neue Offenlegungspflichten für Nicht-Finanzunternehmen

Nach Artikel 2 der Delegierten Klimaverordnung und Artikel 8 der Taxonomie sind Unternehmen, die unter die Non-Financial Reporting Directive (NFRD) fallen, zur Offenlegung ihrer „ökologisch nachhaltigen“ Umsätze, Investitionen (Investitionsausgaben) und Betriebsausgaben verpflichtet.

Gemäß Artikel 10 der Delegierten Klimaverordnung für Berichte, die zwischen dem 1. Januar 2022 und dem 31. Dezember 2022 veröffentlicht werden, legen Nicht-Finanzunternehmen nur den Anteil der taxonomiefähigen und nicht taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten an ihrem Gesamtumsatz und ihren Investitions- und Betriebsausgaben offen. Zu den taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten zählen diejenigen, die in der Delegierten Klimaverordnung aufgeführt sind. Ob eine Tätigkeit taxonomiefähig ist oder nicht, sagt nichts über ihre Nachhaltigkeit bzw. mangende Nachhaltigkeit aus. Taxonomiefähigkeit bedeutet lediglich, dass eine Tätigkeit wesentlich zu einem der sechs Umweltziele der Taxonomie beiträgt.

Taxonomiefähigkeit von PUMAs Wirtschaftstätigkeiten in Bezug auf Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel

Unter den technischen Bewertungskriterien in Anhang I und II der Delegierten Verordnung (EU) 2021/2139 vom 4. Juni 2021 für die ersten beiden Umweltziele (Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel) sind keine Wirtschaftstätigkeiten in Verbindung mit der Herstellung und dem Verkauf von Schuhen, Textilien und Accessoires aufgeführt. Das bedeutet, dass PUMAs Wirtschaftstätigkeiten bis dato nicht als wesentliche Beiträge zu Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel eingestuft werden. Dies ist wenig überraschend, denn derzeit haben diejenigen Wirtschaftstätigkeiten, die den größten Beitrag zu den beiden genannten Zielen leisten, für die EU Priorität. Daher gelten PUMAs Wirtschaftstätigkeiten in diesem Bereich (bis jetzt) nicht als taxonomiefähig.

Taxonomiefähige Investitionsausgaben

Nach PUMAs Verständnis sind Nicht-Finanzunternehmen mit nicht taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten gemäß der Taxonomie und der Delegierten Klimaverordnung einschließlich der Anhänge dennoch angehalten, denjenigen Anteil ihrer Investitionsausgaben offenzulegen, der in Verbindung steht mit dem Kauf von Ergebnissen aus taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten und Einzelmaßnahmen, die zur Emissions- oder Treibhausgasreduzierung bei den jeweiligen Tätigkeiten beitragen.

In diesem Zusammenhang haben wir die sogenannten Querschnittsaktivitäten überprüft, die nicht in direktem Zusammenhang mit unseren Hauptwirtschaftstätigkeiten stehen und für PUMA keinen Umsatz generieren, jedoch dennoch relevant für PUMAs Nachhaltigkeitsaktivitäten sind. Als taxonomiefähige Investitionsausgaben könnten Tätigkeiten in Bezug auf Transport und auf Liegenschaften gelten.

2021 hat PUMA zahlreiche neue Gebäude mit hohen Anforderungen an Energieeffizienz angemietet, zum Beispiel:

- Logistikzentrum in Geiselwind, Deutschland
- Bürogebäude in Straßburg, Frankreich
- Bürogebäude in Stockholm, Schweden
- Bürogebäude in Boston, USA

Im Rahmen unserer 10FOR25-Nachhaltigkeitsziele ersetzen wir unseren Fuhrpark schrittweise durch nachhaltigere Transportfahrzeuge und haben 2021 mehrere emissionsarme bzw. emissionsfreie Fahrzeuge geleast.

Die Gesamtinvestitionsausgaben (IAS 16, 38 und IFRS 16) der PUMA Group im Geschäftsjahr 2021 belaufen sich auf 449.445 TEUR, die taxonomiefähigen Investitionsausgaben für Transport und Liegenschaften auf 244.023 TEUR.



Taxonomiefähige Betriebsausgaben

Nach PUMAs Verständnis sind Nicht-Finanzunternehmen mit nicht taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten gemäß der Taxonomie und der Delegierten Klimaverordnung einschließlich der Anhänge dennoch angehalten, denjenigen Anteil ihrer Betriebsausgaben offenzulegen, der in Verbindung steht mit dem Kauf von Ergebnissen aus taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten und Einzelmaßnahmen, die zur Emissions- oder Treibhausgasreduzierung bei den jeweiligen Tätigkeiten beitragen.

Da unsere taxonomiefähigen Betriebsausgaben aufgrund unseres Geschäftsmodells – Konzeption, Entwicklung, Vermarktung und Verkauf von Schuhen, Textilien und Accessoires – für die ersten beiden Umweltziele der Taxonomie nicht wesentlich sind, berechnen wir den Zähler unserer taxonomiefähigen Betriebsausgaben mit null.

In Bezug auf den Nenner sind nach Artikel 2, Anhang 1, Abs. 1.1.3.1. der Delegierten Klimaverordnung diejenigen Gesamtbetriebsausgaben offenzulegen, „die sich auf Forschung und Entwicklung, Gebäudesanierungsmaßnahmen, kurzfristiges Leasing, Wartung und Reparatur sowie sämtliche anderen direkten Ausgaben im Zusammenhang mit der täglichen Wartung von Vermögenswerten des Sachanlagevermögens durch das Unternehmen oder Dritte beziehen, an die Tätigkeiten ausgelagert werden, die notwendig sind, um die kontinuierliche und effektive Funktionsfähigkeit dieser Vermögenswerte sicherzustellen“. PUMAs Gesamtbetriebsausgaben aus diesen Kategorien im Geschäftsjahr 2021 belaufen sich auf 78 TEUR.

Ausblick

Wir gehen davon aus, dass unsere Wirtschaftstätigkeiten als wesentlicher Beitrag zum Ziel „Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft“ eingestuft werden und erwarten einen entsprechend detaillierteren Taxonomiebericht für 2022.



ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Der Launch unserer Plattform Forever Better war ein weiterer Anschub für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten im vergangenen Jahr.

Wir haben nicht nur unsere Strategie zur Steigerung des Anteils nachhaltigerer Materialien für alle unsere Produkte, beispielweise 99,9% LWG-zertifiziertes Leder, beibehalten, sondern auch spannende nachhaltigere Kollektionen auf den Markt gebracht, unter anderem Exhale in Kooperation mit Cara Delavigne, für die auch recycelte Materialien verwendet werden. Den ökologischen Fußabdruck haben wir berechnet und sämtliche CO₂-Emissionen kompensiert – für eine ganz und gar CO₂-neutrale Kollektion. Die Kollektion RE.GEN wurde inspiriert vom Prinzip der Kreislaufwirtschaft; für die Produkte werden recycelte Baumwolle, recycelter Polyester und Schnittreste aus Leder verarbeitet.

Als weiteren Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft haben wir unser Circular Lab eröffnet und den RE:SUEDE präsentiert, unser Experiment für eine biologisch abbaubare Version unseres erfolgreichsten Sneakers, dem SUEDE.

Im Rahmen unseres ersten Garment-to-Garment-Projekts haben wir aus drei Tonnen unverkäuflicher Textilien mit Hilfe eines innovativen chemischen Recyclingprozesses neue Stoffe hergestellt.

Unser Produkt-Rücknahmeprogramm in Hongkong läuft weiter. Auf einem SWOP SHOP-Event konnten wir 660 kg gebrauchte Kleidungsstücke und über unser Programm Soles4Souls in den USA 522 kg Schuhe sammeln. Die Ausweitung des Programms im Bereich E-Commerce wurde vorbereitet und ist der Startschuss für weitere Entwicklungen im Einklang mit unserem 10FOR25-Ziel, diese Programme bis 2025 in allen unseren Hauptmärkten zu etablieren.

Auf der UN-Klimakonferenz in Glasgow hat PUMA CEO Bjørn Gulden unsere vollumfängliche Unterstützung für die Fashion Industry Charter for Climate Action der Vereinten Nationen und die ehrgeizigen neuen Ziele bekräftigt, zu denen sich die von der Branche angeführte Koalition unter dem Dach des UN-Sekretariats für Klima verpflichtet hat.

Angepasst an unser Klimaschutzziel wird in den Büros, Stores und Lagern an unseren eigenen bzw. den von uns betriebenen Standorten weltweit 100% Strom aus erneuerbaren Energien genutzt, hauptsächlich über den Kauf von Grünstrom-Herkunfts-nachweisen.

Unseren Fuhrpark ersetzen wir schrittweise durch emissionslose Fahrzeuge: Seit Dezember 2021 umfasst er 24 Fahrzeuge mit Elektro- und sieben mit Brennstoffzellenantrieb, insgesamt 15% unserer Flotte in Deutschland. Auf globaler Ebene nutzen wir bereits 108 emissionsarme bzw. emissionslose Fahrzeuge.

Zur Reduzierung der Emissionen entlang unserer Beschaffungskette haben wir unsere Aktivitäten zur Einführung erneuerbarer Energien erweitert und bei den Lebenszyklus-Expert*innen von Sphera eine genauere Berechnung dieser Emissionen in Auftrag gegeben.

Auf der Materialienebene senken wir die CO₂-Emissionen hauptsächlich durch den Einsatz von recyceltem Polyester in allen Produktbereichen; 2021 lagen wir bei 43%. Unsere Strategie für 100% nachhaltigere Baumwolle (insbesondere BCI) wurde untermauert von einer Studie zu CO₂-Emissionen, laut der BCI-Baumwolle ca. 20% weniger Emissionen verursacht als konventionelle Baumwolle.

Um uns unseren Zielen im Bereich Menschenrechte näherzubringen, haben wir eine Risikobeurteilung bezüglich des Umgangs mit Zwangsarbeit entlang unserer Beschaffungskette beauftragt und anhand der Ergebnisse die Standards für unseren Due-Diligence-Prozess höher gesetzt.



Da das Thema faire Löhne ein Eckpfeiler der Menschenrechte ist, hat unser Team People and Organization 2021 die Living Wage Database des Fair Wage Network genutzt, um zu prüfen (und bestätigen), dass allen PUMA-Mitarbeiter*innen weltweit existenzsichernde Löhne gezahlt werden.

Die Ergebnisse unserer Überprüfung der Lohnniveaus bei unseren Kernlieferanten in sieben großen Beschaffungsmärkten mit Hilfe der Tools des Fair Wage Benchmark unseres langjährigen Partners, der Fair Labor Association, liegen vor: In China, Kambodscha, der Türkei, Bangladesch und Vietnam liegen sie über dem Branchendurchschnitt, in Bangladesch und Pakistan müssen sie noch angehoben werden.

Auch bei den EU-Gesetzen gab es 2021 Neuigkeiten: die Delegierte Taxonomieverordnung im Rahmen des Europäischen Grünen Deals, die Investoren Transparenz bei der Nachhaltigkeit ihrer Anlageportfolios bringt. Für börsennotierte Unternehmen wie PUMA bedeutet sie, dass Nachverfolgung und Veröffentlichung taxonomiefähiger Umsätze und Investitions- und Betriebsausgaben gewährleistet sein müssen.

Die ersten beiden Umweltziele der Taxonomie (Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel) zielen insbesondere auf die großen Treibhausgasemittenten wie die Versorger und die Automobil- und die Schwerindustrie ab. Hersteller und Verkäufer von Textilien und Schuhen werden in dieser ersten Runde nicht erwähnt. Dennoch haben wir unsere eigenen und die von uns betriebenen Standorte und Fuhrparks auf ihre Taxonomiefähigkeit hin überprüft und erste Zahlen in diesem Geschäftsbericht aufgeführt. Wir gehen davon aus, dass die Berichterstattung detaillierter wird, sobald die anderen Taxonomiekriterien, zum Beispiel zur Kreislaufwirtschaft, bekanntgegeben werden.

Wir sind stolz auf die steigende Anzahl an Auszeichnungen und Ehrungen, die uns für unsere langfristigen Nachhaltigkeitsaktivitäten verliehen wurden. Neben unserem ersten A--Rating durch das Carbon Disclosure Project und dem Triple A von MSCI, einer der führenden Ratingagenturen im Bereich Nachhaltigkeit, zählten unsere anhaltende Teilnahme an den Indizes FTSE4Good und ISS Prime Rating und die Aufnahme in den Global 100 Most Sustainable Corporations in the World Index von Corporate Knights zu den Highlights des vergangenen Jahres.

Uns ist bewusst, dass wir in unserem Bestreben für mehr Nachhaltigkeit nicht nachlassen dürfen und dass wir noch einen langen Weg zu Forever Better vor uns haben.

There is only one Forever. Let's make it Better!



INDEX ZUM GESONDERTEN ZUSAMMENGEFASSTEN NICHTFINANZIELLEN BERICHT UND GRI-INHALT

Dieser gesonderte nichtfinanzielle Bericht erfüllt die Anforderungen an die Aufstellung eines zusammengefassten, nichtfinanziellen Berichts nach §§ 289b bis 289e und 315b, 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB. Der zusammengefasste nichtfinanzielle Bericht setzt sich zusammen aus dem Kapitel „Nachhaltigkeit“, dem Abschnitt „Unternehmenskultur“ im Kapitel „Unsere Mitarbeiter*innen“ sowie den Abschnitten „Corporate Social Responsibility“ und „Compliance Managementsystem“ im Kapitel „Erklärung zur Unternehmensführung“.

Der Berichtszeitraum läuft vom 1. Januar 2021 bis 31. Dezember 2021. Eine Anpassung von Vorjahreswerten ist in diesem Bericht nicht erfolgt. Unser Abfallvolumen, das für die Jahre 2019 und 2020 aufgrund von Mindermeldungen korrigiert werden musste, haben wir neu berechnet. Getrennte Angaben für die PUMA SE und die PUMA Group haben wir lediglich in den Abschnitten „Governance“ und „Unsere Mitarbeiter“ aufgeführt. Eine separate Darstellung sonstiger Nachhaltigkeitsdaten würde keine aussagekräftigen neuen Informationen oder Mehrwert darstellen, jedoch erhebliche zusätzliche Ressourcen erfordern – sie wurde daher ausgelassen. Informationen zu PUMAs Geschäftsmodell werden im Finanzkapitel dieses Geschäftsberichtes auf Seite 98 gegeben. Bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikatoren gem. §289c Abs. 3 Nr. 5 HGB wurden nicht aufgestellt. Dieser zusammengefasste Nachhaltigkeitsbericht/gesonderte zusammengefasste nichtfinanzielle Bericht wurde einer freiwilligen Prüfung mit „limited assurance“ durch Deloitte unterzogen. Gegenstand der Prüfung ist Übereinstimmung mit den CSR-RUG-Regularien.

Seit 2003 bauen PUMAs zusammengefasster Nachhaltigkeitsbericht/gesonderter zusammengefasster nichtfinanzialler Bericht auf den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI) auf, die detaillierte und anerkannte Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung entwickelt hat. Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI Standards: Option „Kern“ erstellt. Diese Option bietet uns die Möglichkeit, über unsere Aktivitäten im Bereich Wirtschaft, Ökologie, Soziales und Governance zu berichten. Der Bericht enthält die für PUMA und für unsere wichtigsten Stakeholder wesentlichen Aspekte, auf denen unsere Nachhaltigkeitsziele aufbauen. Die Ziele wurden systematisch unter Einbezug des Feedbacks unserer Stakeholder entwickelt.



ALLGEMEINE ANGABEN

ORGANISATIONSPROFIL

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
102-1	Name der Organisation	x	157
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	x	157
102-3	Hauptsitz der Organisation	x	157
102-4	Betriebsstätten	x	163-164
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	x	157
102-6	Belieferte Märkte	x	174-176
102-7	Größe der Organisation	x	165, 228
102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeiter*innen	x	21-22, 165-166
102-9	Lieferkette	x	211
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	x	172-176
102-11	Vorsorgeansatz oder -prinzip	x	92
102-12	Externe Initiativen	x	34-35
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	x	34-35

STRATEGIE

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	x	5-8
102-15	Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen	x	44-45, 80, 210-220

ETHIK UND INTEGRITÄT

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	x	55-56

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
102-18	Führungsstruktur	x	12

* Umsetzung der CSR-RUG-Richtline: Index zum nichtfinanziellen Abschluss



EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
102-21	Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	x	34
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	x	34-35
102-41	Tarifverträge	x	63-67
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	x	34-35
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	x	34-35
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	x	34-35

VORGEHENSWEISE BEI DER BERICHTERSTATTUNG

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	x	237-242
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	x	36-37, 43
102-47	Liste der wesentlichen Themen	x	36-37
102-48	Neudarstellung von Informationen	x	135
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	x	135
102-50	Berichtszeitraum	x	135
102-51	Datum des letzten Berichts	x	135
102-52	Berichtszyklus	x	135
102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	x	331
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	x	135
102-55	GRI-Inhaltsindex	x	135-148
102-56	Externe Prüfung	x	149-151

* Umsetzung der CSR-RUG-Richtline: Index zum nichtfinanziellen Abschluss

**SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN****ÖKOLOGISCHE THEMEN****MANAGEMENTANSATZ****Materialien**

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	x	116-117
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	x	116-117
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	x	116-117
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	x	116-120
		Nicht berichtet: Verwendete Materialien nach Gewicht oder Volumen; Grund: Vertraulichkeitsbe- schränkungen; Erläuterung: Die Gesamtgewichte der Materialien werden zur Berechnung des Zielfortschritts ermittelt. Aus Gründen der Vertraulichkeit werden nur die erreichten Prozentsätze angegeben.	

* Umsetzung der CSR-RUG-Richtline: Index zum nichtfinanziellen Abschluss



MANAGEMENTANSATZ

Energie

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	x	75-76
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	x	75-76
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	x	75-76
302-3	Energieintensität	x	84, 86-87, 89-90, 125



MANAGEMENTANSATZ

Emissionen

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	x	75-76
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	x	75-76
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	x	75-76
305-1	Direkte THG-Emissionen (Stufe 1)	x	84
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Stufe 2)	x	84
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Stufe 3)	x	86-91
305-4	Intensität der THG-Emissionen	x	84-91
305-5	Senkung der THG-Emissionen	x	84-91

* Umsetzung der CSR-RUG-Richtline: Index zum nichtfinanziellen Abschluss



SOZIALE THEMEN

MANAGEMENTANSATZ

Soziale Bewertung der Lieferanten

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	x	48
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	x	48
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	x	48
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden	x	48, 57
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	x	57

* Umsetzung der CSR-RUG-Richtline: Index zum nichtfinanziellen Abschluss



MANAGEMENTANSATZ

Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	x	48
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	x	48
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	x	48
407-1	Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	x	60, 67

* Umsetzung der CSR-RUG-Richtline: Index zum nichtfinanziellen Abschluss



MANAGEMENTANSATZ

Zwangs- oder Pflichtarbeit

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	x	48
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	x	48
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	x	48
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	x	60, 67

* Umsetzung der CSR-RUG-Richtline: Index zum nichtfinanziellen Abschluss



MANAGEMENTANSATZ

Menschenrechte

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	x	48
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	x	48
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	x	48
412-1	Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde	x	56

* Umsetzung der CSR-RUG-Richtline: Index zum nichtfinanziellen Abschluss



MANAGEMENTANSATZ

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	x	23, 68
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	x	23, 68
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	x	23, 68
403-2	Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage, Abwesenheit und Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle	x	24, 69

* Umsetzung der CSR-RUG-Richtline: Index zum nichtfinanziellen Abschluss



MANAGEMENTANSATZ

Diversität und Chancengleichheit

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen		19-21, 203-206
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		19-21, 203-206
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		19-21, 203-206
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten		19-21, 203-206

* Umsetzung der CSR-RUG-Richtline: Index zum nichtfinanziellen Abschluss



ÖKONOMISCHE THEMEN

MANAGEMENTANSATZ

Korruptionsbekämpfung

		Umsetzung CSR-RUG*	Seite
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzungen	x	198-199
103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile	x	198-199
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	x	198-199
205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	x	198-199

* Umsetzung der CSR-RUG-Richtline: Index zum nichtfinanziellen Abschluss



MANAGEMENTANSATZ

STEUERN

207-1 Steuerkonzept

„WE PAY OUR FAIR SHARE“ ist das Kernprinzip, dem sich die PUMA-Gruppe im Hinblick auf ihre weltweite Konzernsteuerstrategie unterworfen hat. In diesem Zusammenhang bekennt sich PUMA dazu, sämtliche internationale Steuerstandards einzuhalten und die Steuergesetze in den Ländern, in denen PUMA Geschäftstätigkeiten unterhält, entsprechend zu befolgen.

PUMA unterhält keine steuergestalterischen Strukturen nur mit dem Zweck dadurch Steuern zu sparen. Zwar spielen Steuern bei Geschäftsentscheidungen eine Rolle, die steuerlichen Auswirkungen sind jedoch nicht ausschlaggebend für grundlegende Geschäftsentscheidungen.

Für PUMA ist es selbstverständlich, dass ein angemessener Teil des Vorsteuerergebnisses an Steuerbehörden in den jeweiligen Ländern zu entrichten ist. PUMA sieht das Entrichten von Steuern als eine allgemeine Unternehmenspflicht an. Eine Konzernsteuerquote von rund 25% in den letzten Jahren bringt dies entsprechend zum Ausdruck. Aufgrund dieses Selbstverständnisses, erachtet PUMA Steuerdetails für die eigene Nachhaltigkeitsberichterstattung als nicht wesentlich und verzichtet dem GRI-Standard folgend auf eine Detailberichterstattung in diesem Zusammenhang.



PRÜFUNGSVERMERK DELOITTE

VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS ÜBER EINE BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PRÜFUNG ZUR ERLANGUNG BEGRENZTER SICHERHEIT IN BEZUG AUF DIE NICHTFINANZIELLE BERICHTERSTATTUNG

An die PUMA SE, Herzogenaurach

Unser Auftrag

Wir haben den gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht der PUMA SE, Herzogenaurach, (im Folgenden „die Gesellschaft“), der mit dem nichtfinanziellen Bericht der Gesellschaft zusammengefasst wurde, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 (im Folgenden „nichtfinanzielle Berichterstattung“) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen. Der zusammengefasste nichtfinanzielle Bericht setzt sich zusammen aus dem Kapitel „Nachhaltigkeit“, dem Abschnitt „Unternehmenskultur“ im Kapitel „Unsere Mitarbeiter“ sowie den Abschnitten „Compliance Managementsystem“ und „Corporate Social Responsibility“ im Kapitel „Erklärung zur Unternehmensführung“ des Geschäftsberichts 2021 der PUMA SE, Herzogenaurach.

Nicht Gegenstand unserer Prüfung sind die in der nichtfinanziellen Berichterstattung genannten externen Dokumentationsquellen, Interviews, Fallstudien oder Expertenmeinungen sowie die inhaltliche Prüfung von Verweisen auf Internetseiten.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung der nichtfinanziellen Berichterstattung in Übereinstimmung mit

- den §§ 289c bis 289e HGB, §§ 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB,
- Art. 8 der Verordnung (EU) 2020/852 des europäischen Parlaments und des Rates vom 18. Juni 2020 über die Einrichtung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen und zur Änderung der Verordnung (EU) 2019/2088 (im Folgenden die „EU-Taxonomieverordnung“) und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten sowie mit deren eigenen in Abschnitt „Berichterstattung nach der Taxonomieverordnung der EU“ der nichtfinanziellen Berichterstattung dargestellten Auslegung der in der EU-Taxonomieverordnung und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten enthaltenen Formulierungen und Begriffe sowie
- den in den Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative genannten Prinzipien (im Folgenden „GRI-Prinzipien“)

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und die Anwendung angemessener Methoden zur nichtfinanziellen Berichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen nichtfinanziellen Angaben des Konzerns, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung einer nichtfinanziellen Berichterstattung zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (Manipulation der nichtfinanziellen Berichterstattung) oder Irrtümern ist.

Die EU-Taxonomieverordnung und die hierzu erlassenen delegierten Rechtsakte enthalten Formulierungen und Begriffe, die noch erheblichen Auslegungsunsicherheiten unterliegen und für die noch nicht in jedem Fall Klarstellungen veröffentlicht wurden. Daher haben die gesetzlichen Vertreter ihre Auslegung der EU-Taxonomieverordnung und der hierzu erlassenen delegierten Rechtsakte im Abschnitt „Berichterstattung nach der Taxonomieverordnung der EU“ der nichtfinanziellen Berichterstattung niedergelegt. Sie sind verantwortlich für die Vertretbarkeit dieser Auslegung. Aufgrund des immanenten Risikos, dass



unbestimmte Rechtsbegriffe unterschiedlich ausgelegt werden können, ist die Rechtskonformität der Auslegung mit Unsicherheiten behaftet.

Die Genauigkeit und Vollständigkeit der Umweltdaten der nichtfinanziellen Berichterstattung unterliegen inhärent vorhandenen Grenzen, welche aus der Art und Weise der Datenerhebung und -berechnung sowie getroffenen Annahmen resultieren.

Unabhängigkeit und Qualitätssicherung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie des vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1) – an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeföhrten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die nichtfinanzielle Berichterstattung abzugeben.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit begrenzter Sicherheit beurteilen können, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die nichtfinanzielle Berichterstattung der Gesellschaft mit Ausnahme der dort genannten externen Dokumentationsquellen Interviews, Fallstudien oder Expertenmeinungen sowie der Verweise auf Internetseiten in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 289c bis 289e HGB, §§ 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB, der EU-Taxonomieverordnung und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten sowie der in Abschnitt „Berichterstattung nach der Taxonomieverordnung der EU“ der nichtfinanziellen Berichterstattung dargestellten Auslegung durch die gesetzlichen Vertreter sowie den in den Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative genannten Prinzipien (im Folgenden „GRI-Prinzipien“) aufgestellt worden ist.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeföhrten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßem Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung, die wir in den Monaten Januar bis April 2022 durchgeföhrt haben, haben wir u.a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeföhrt:

- Verschaffung eines Verständnisses über die Struktur der Nachhaltigkeitsorganisation und über die Einbindung von Stakeholdern
- Befragung der gesetzlichen Vertreter und relevanter Mitarbeiter, die in den Aufstellungsprozess einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsysteem sowie über Angaben in der nichtfinanziellen Berichterstattung
- Identifikation wahrscheinlicher Risiken wesentlicher falscher Angaben in der nichtfinanziellen Berichterstattung,
- Analytische Beurteilung von Angaben der nichtfinanziellen Berichterstattung



- Abgleich von ausgewählten Angaben mit den entsprechenden Daten im Jahres- und Konzernabschluss sowie zusammengefassten Lagebericht
- Beurteilung der Darstellung der nichtfinanziellen Berichterstattung
- Beurteilung des Prozesses zur Identifikation der taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten und der entsprechenden Angaben in der nichtfinanziellen Berichterstattung.

Die gesetzlichen Vertreter haben bei der Ermittlung der Angaben gemäß Art. 8 der EU-Taxonomieverordnung unbestimmte Rechtsbegriffe auszulegen. Aufgrund des immanenten Risikos, dass unbestimmte Rechtsbegriffe unterschiedlich ausgelegt werden können, sind die Rechtskonformität der Auslegung und dementsprechend unsere diesbezügliche Prüfung mit Unsicherheiten behaftet.

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeföhrten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungs nachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der gesonderte zusammengefasste nichtfinanzielle Bericht der Gesellschaft für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2022 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit §§ 289c bis 289e HGB, §§ 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB, der EU-Taxonomieverordnung und den hierzu erlassenen delegierten Rechtsakten sowie der in Abschnitt „Berichterstattung nach der Taxonomieverordnung der EU“ der nichtfinanziellen Berichterstattung dargestellten Auslegung durch die gesetzlichen Vertreter sowie den GRI-Prinzipien aufgestellt worden ist.

Wir geben kein Prüfungsurteil zu den in der nichtfinanziellen Berichterstattung genannten externen Dokumentationsquellen, Interviews, Fallstudien oder Expertenmeinungen sowie den Verweisen auf Internetseiten ab.

Verwendungsbeschränkung

Wir erteilen den Vermerk auf Grundlage unserer mit der Gesellschaft geschlossenen Auftragsvereinbarung (einschließlich der „Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften“ vom 1. Januar 2017 des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V.). Wir weisen darauf hin, dass die Prüfung für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt ist. Folglich ist er möglicherweise für einen anderen als den vorgenannten Zweck nicht geeignet. Somit ist der Vermerk nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen.

Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung. Unser Prüfungsurteil ist in dieser Hinsicht nicht modifiziert.

München, den 26. April 2022

Deloitte GmbH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Thomas Reitmayer
Wirtschaftsprüfer

Sebastian Dingel



ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT DER PUMA SE FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2021

- 153 **Das Geschäftsjahr 2021 im Überblick**
- 157 **Grundlagen des PUMA-Konzerns**
- 157 Geschäftsaktivitäten und Organisationsstruktur
- 157 Ziele und Strategie
- 161 Produktentwicklung und Design
- 163 Beschaffung
- 165 Mitarbeiter*innen
- 169 Steuerungssystem
- 170 Angaben zum nichtfinanziellen Bericht
- 171 Wirtschaftsbericht**
- 172 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- 172 Umsatzlage
- 174 Regionale Entwicklung
- 177 Ertragslage
- 181 Dividende
- 182 Vermögens- und Finanzlage
- 186 Cashflow
- 189 Gesamtaussage zum Geschäftsverlauf und zur Lage des Konzerns
- 190 Erläuterungen zum Jahresabschluss der PUMA SE nach HGB**
- 194 Übernahmerelevante Angaben**
- 197 Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f und § 315d HGB**
- 207 Risiko- und Chancenbericht**
- 221 Prognosebericht**

Zusammengefasster Lagebericht
Dieser Bericht fasst den Konzernlagebericht
des PUMA-Konzerns sowie den Lagebericht der
PUMA SE zusammen.





DAS GESCHÄFTSJAHR 2021 IM ÜBERBLICK

2021 war ein Jahr der außerordentlichen Erfolge für PUMAs Athlet*innen und Mannschaften und auch für die Marke und das Unternehmen PUMA ein exzellentes Geschäftsjahr. Es stand jedoch auch erneut im Zeichen der COVID-19-Pandemie, die von Land zu Land ganz unterschiedliche Auswirkungen hatte. Wir mussten schnell auf diese Entwicklungen, die 2021 vor allem unsere Lieferkette betrafen, reagieren. Dabei setzten wir weiterhin auf unsere Strategie, die kurzfristigen Herausforderungen, wie etwa die Schließung von Stores und Fabriken, gemeinsam mit allen unseren Partnern zu meistern, ohne dabei unser mittelfristiges Wachstum zu beinträchtigen.

Strenge Lockdown-Regeln im Süden von Vietnam, einem unserer wichtigsten Beschaffungsmärkte, zwangen Schuh-, Textilien- und Accessoires-Fabriken, erstmals seit Pandemiebeginn zu schließen. Diese Produktionsausfälle dauerten rund zehn Wochen an und betrafen ca. 15% unseres globalen Beschaffungsvolumens. Wir haben versucht, Lieferverspätungen so gut wie möglich zu vermeiden und, wo es realisierbar war, die Produktion an andere Orte verlagert. Dank des schnellen Starts des Impfprogramms und steigender Impfraten in Südvietnam, konnten die Fabriken den Betrieb ab Ende September schrittweise wieder aufnehmen.

Die Gesundheit und Sicherheit unserer Partner, Kund*innen und Mitarbeiter*innen hatte während des gesamten Jahres höchste Priorität. Für unsere Mitarbeiter*innen haben wir auch dort, wo es möglich war, Impfprogramme durchgeführt. So konnten wir in unserer Unternehmenszentrale in Herzogenaurach bereits bis Mitte Juli Impfraten von über 90% erzielen und Ende des Jahres mit den Booster-Impfungen beginnen. In Ländern, die extrem unter der Pandemie zu leiden hatten, wie beispielsweise Indien, haben wir unseren Mitarbeiter*innen und ihren Angehörigen bei Bedarf den Zugang zu medizinischer Versorgung gesichert.

Für unsere Bemühungen, ein attraktives Arbeitsumfeld zu bieten, wurden wir zum zweiten Mal in Folge als „Top Employer Europe“ ausgezeichnet.

Als Partner von Weltklasse-Athlet*innen und -Mannschaften steigern wir unsere Glaubwürdigkeit als Sportmarke, bleiben unserer Tradition im Bereich Performance treu und erhöhen gleichzeitig unsere Markenbegehrlichkeit. 2021 haben wir die PUMA-Familie um einige neue Markenbotschafter*innen erweitert. Im Teamsport waren das unter anderem die französischen Nationalspieler Raphaël Varane und Kingsley Coman sowie Christian Pulisic aus den USA. Leon Draisaitl, der NHL All-Star, ist unser erster Markenbotschafter für Training und Fitness aus der nordamerikanischen Eishockeyliga. Im Basketball haben wir neben Breanna „Stewie“ Stewart, die mit dem Titel Most Valuable Player der WNBA ausgezeichnet wurde, auch den französischen NBA Guard Killian Hayes zu PUMA geholt. PUMA-Athlet LaMelo Ball hat 2021 nicht nur seinen ersten eigenen PUMA-Schuh präsentiert, sondern wurde auch zum Rookie of the Year der NBA gekürt.

Der Sommer 2021 war ein ganz außergewöhnlicher für unsere Mannschaften und Athleten*innen, die in ihren jeweiligen Disziplinen Spitzenleistungen ab lieferten.

Die von PUMA ausgerüstete italienische Fußball-Nationalmannschaft gewann die UEFA Euro 2020, die 2021 ausgetragen wurde. Fünf Spieler – Giovanni Di Lorenzo, Giorgio Chiellini, Harry Maguire, Kyle Walker und Jordan Pickford – bestritten das Finale in den neuesten PUMA-Schuhmodellen. Unsere vier Verbände (Österreich, Tschechische Republik, Italien und die Schweiz) schafften es in die K.-o.-Runde des Turniers. Mit drei Mannschaften war PUMA die Sportmarke mit den meisten Teams im Viertelfinale.

Bei den Olympischen Spielen in Tokio holten PUMA-Athleten*innen insgesamt 22-mal Gold, 24-mal Silber und 20-mal Bronze. Der Norweger Karsten Warholm stellte sein außergewöhnliches Talent unter Beweis: Er gewann nicht nur die Goldmedaille, sondern stellte auch einen neuen Weltrekord im 400-Meter-Hürdenlauf auf. Sein Sieg wurde zum besten Rennen in der Geschichte der Leichtathletik erklärt und



Karsten wurde im Dezember zum weltbesten Leichtathleten gekürt. An seinen Füßen: PUMAs neuer Leichtathletikschuh EvoSPEED Future FASTER+, der in Kooperation mit dem Formel-1-Team MERCEDES AMG PETRONAS entwickelt wurde. Zu den Goldmedaillengewinnern unter PUMAs Athlet*innen in Tokio zählten der kanadische Sprinter Andre De Grasse (200 Meter), der Stabhochspringer Armand „Mondo“ Duplantis, Hochspringer Gianmarco Tamberi aus Italien und Hürdenläufer Hansle Parchment (110 Meter) aus Jamaika. Molly Seidel aus den USA gewann mit Schuhen, die PUMAs neueste Dämpfungstechnologie NITRO verwenden, die Bronzemedaille im Marathon der Frauen. Auch bei den Paralympischen Spielen zeigten unsere Athlet*innen ihr Können: Sprinterin Omara Durand aus Kuba beispielsweise holte drei Mal Gold und stellte einen neuen Weltrekord auf.

Auch außerhalb der Euro2020 spielten von PUMA ausgestattete Mannschaften ganz oben mit. Manchester City erkämpfte sich zum dritten Mal in vier Jahren den Titel in der Premier League und erreichte das Finale der Champions League. Borussia Dortmund holte den DFB Cup und unser brasilianisches Team Palmeiras zwei Mal in Folge die Copa Libertadores. Als neue Mitglieder der PUMA-Familie durften wir Fenerbahce Istanbul sowie Shakhtar Donetsk aus der Ukraine begrüßen.

Im Golfsport gewann PUMA-Spieler Bryson DeChambeau das Arnold Palmer Invitational im März 2021; im Motorsport belegten die PUMA Teams Mercedes AMG Petronas, Red Bull Racing Honda und Scuderia Ferrari die ersten drei Plätze in der Konstrukteurs-WM. Max Verstappen im Red Bull sicherte sich die Fahrer-WM und bekam zur Feier seines ersten Weltmeistertitels von PUMA speziell angefertigte goldene Speedcat Pro Schuhe.

Da sowohl die Olympischen Spielen als auch die UEFA Euro2020 pandemiebedingt um ein Jahr verschoben wurden, haben wir die Kampagne ONLY SEE GREAT ins Leben gerufen. Ziel war es, die Emotionen unserer erfolgreichen Athleten*innen einzufangen und ihren Optimismus zu feiern. Die Kampagne ist inspiriert vom Musiker, Unternehmer und Philanthrop Shawn „JAY-Z“ Carter. PUMA-Markenbotschafter wie Boris Becker und Neymar Jr. schilderten in Medieninterviews und Content auf unseren digitalen Kanälen ihren Weg zum Erfolg.

Im Jahr 2021 machten wir einen großen Schritt, um PUMA auch als glaubwürdige Running-Marke zu etablieren. Wir präsentierten ein komplett neues Angebot an Performance-Produkten, in denen unsere neue Dämpfungstechnologie NITRO zum Einsatz kommt. Die Modelle DEVIATE, DEVIATE ELITE, VELOCITY, LIBERATE und ETERNITY erhielten viel positives Feedback von Läufern und den Medien und unsere Athlet*innen Molly Seidel, Nils Voigt und Precious Machele waren damit erfolgreich.

Im Rahmen unserer Strategie, ein marktführendes Produktangebot für Frauen zu entwickeln, haben wir die Plattform SHE MOVES US ins Leben gerufen. Diese vereint unsere Markenbotschafterinnen wie Dua Lipa, Cara Delevingne, Magdalena Eriksson und Jodie Williams und feiert Frauen, die in der Kultur und im Sport etwas bewegt haben. Es ist das Ziel, mit diesen Geschichten auch andere Frauen auf der ganzen Welt zu inspirieren. Die Kampagne SHE MOVES US umfasst zudem eine Partnerschaft mit Women Win. Diese Organisation hilft dabei, auf der ganzen Welt Sportveranstaltungen für Mädchen und Frauen, die sonst keinen Zugang dazu hätten, zu organisieren und dabei spielerisch wichtige Fertigkeiten zu vermitteln.

Im Jahr 2021 zogen unsere Nordamerika- und internationale Marketingorganisation in ein neues Bürogebäude mit einer flexiblen Bürofläche von 14.000 m² nach Somerville, Massachusetts, einen Vorort von Boston, um. In Deutschland haben wir unser Logistikzentrum in Geiselwind eröffnet. Die Inbetriebnahme erfolgte in der zweiten Jahreshälfte. Zudem kamen weitere PUMA.com-Online-Shops in den Vereinigten Arabischen Emiraten und in Mexiko hinzu.

Unsere Strategie, lokale Managementteams in ihrer Entscheidungsfähigkeit zu fördern, wurde durch die COVID-19-Pandemie, die in den verschiedenen Regionen der Welt ganz unterschiedliche Konsequenzen hatte, bestärkt. So kann das Management vor Ort schnell auf Veränderungen in den Märkten reagieren, die sie am besten kennen.



PUMAs Rückkehr ins Basketballgeschäft hat auch 2021 dazu beigetragen, uns im nordamerikanischen Markt als glaubwürdige Sportmarke zu etablieren. Gemeinsam mit PUMA-Athlet LaMelo Ball, der zum Rookie of the Year der NBA gekürt wurde, entwickelten wir seinen ersten Signature-Basketballschuh. Wir haben die letzjährige Erfolgsgeschichte des von J.Cole entworfenen Basketballschuhs RS-DREAMER mit dem RS-DREAMER 2 fortgesetzt. Zudem haben wir unser Angebot im Basketball mit zahlreichen erfolgreichen Kooperationen ergänzt, so zum Beispiel mit der Black Fives Foundation, der Cartoon-Serie Rugrats und dem Videospiel NBA 2K.

Das Thema Nachhaltigkeit spielte auch weiterhin eine maßgebliche Rolle in unserer Strategie. Über unsere Kommunikationsplattform FOREVER BETTER bringen wir unseren Kund*innen unsere Strategie in diesem Bereich näher. Einen ersten Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft haben wir mit dem RE:SUEDE-Experiment gemacht. Im Rahmen dieses Projekts haben wir eine experimentelle Version unseres erfolgreichen Sneakers SUEDE entwickelt, mit der wir prüfen wollen, ob es möglich ist, den Schuh biologisch abbaubar zu machen. Da Nachhaltigkeit für unser gesamtes Produktsortiment von Bedeutung ist, haben wir einen neuen Schuhkarton eingeführt, mit dem wir jährlich 2.800 Tonnen Karton einsparen. Wir sind auch eine Partnerschaft mit der gemeinnützigen Umweltorganisation Canopy eingegangen und haben uns zum Schutz der Wälder weltweit im Rahmen unserer Papier-, Karton- und Viskosebeschaffung verpflichtet.

Einhergehend mit PUMAs starkem Wachstum in den letzten Jahren haben wir unsere Organisation ausgebaut und unseren Vorstand von drei auf vier Mitglieder erweitert. Neu hinzugekommen ist die Rolle des Chief Commercial Officer, die Arne Freudent am 1. Juni 2021 übernahm. Er verantwortet die Bereiche Vertrieb, inklusive Retail und E-Commerce, und Logistik. Zum selben Datum wurde Hubert Hinterseher Chief Financial Officer und damit Nachfolger von Michael Lämmermann, der nach 28 Jahren bei PUMA in den Ruhestand trat. Hubert Hinterseher ist verantwortlich für die Bereiche Finanzen, Legal, IT und Business Solutions.

Trotz der negativen Auswirkungen durch die COVID-19-Pandemie war 2021 ein exzellentes Geschäftsjahr für PUMA. Unsere operative Flexibilität im Umgang mit einer Vielzahl an Herausforderungen hat maßgeblich zu der guten Umsatz- und Geschäftsentwicklung von PUMA im Jahr 2021 beigetragen. Das Jahr 2021 begann mit einem weltweiten Allzeithoch an COVID-19-Fallzahlen und anhaltenden Einschränkungen für unsere Geschäftstätigkeit in zahlreichen Märkten. Zudem hatten Lieferengpässe aufgrund von Containerknappheit und Hafenüberlastung eine negative Auswirkung auf die Produktverfügbarkeit. Zusätzlich zu den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie hatte auch eine schwierige Marktsituation in einigen unserer wichtigsten Märkte einen erheblichen Einfluss auf unsere Geschäftstätigkeit. Trotz dieser Unsicherheiten konnte PUMA im abgelaufenen Geschäftsjahr erstmalig in der Unternehmensgeschichte die Umsatzmarke von 6 Milliarden Euro übertreffen. Die Umsatzerlöse stiegen währungsbereinigt um 31,7%. In der Berichtswährung Euro entspricht dies einem Anstieg der Umsätze um 30,0% von € 5.234 Mio. im Vorjahr auf € 6.805 Mio. im Jahr 2021. Das starke Umsatzwachstum konnte vor allem aufgrund der anhaltenden Markendynamik, den erfolgreichen Produkteinführungen mit hohen Abverkaufs-Raten und dem starken Fokus auf Flexibilität in der Geschäftstätigkeit erzielt werden. Damit gelang es PUMA im Geschäftsjahr 2021 die unterjährig bereits nach oben angepasste Umsatzprognose eines währungsbereinigten Umsatzwachstums von mindestens 25% zu übertreffen.

Neben dem starken Umsatzwachstum trug auch die Verbesserung der Rohertragsmarge wesentlich zur Erhöhung der Profitabilität im Geschäftsjahr 2021 bei. PUMAs Rohertragsmarge verbesserte sich um 90 Basispunkte von 47,0% im Vorjahr auf 47,9% im Jahr 2021. Dies war insbesondere auf einen stärkeren Abverkauf und niedrigere Verkaufsförderungsmaßnahmen zurückzuführen. Im Gegensatz dazu führten Währungskurseffekte, Regionale- und Vertriebskanal-Mix-Effekte sowie Kostensteigerungen für eingehende Frachten zu einem negativen Einfluss auf die Entwicklung der Rohertragsmarge.

Die sonstigen operativen Erträge und Aufwendungen erhöhten sich im Geschäftsjahr 2021 insgesamt um 20,3%. Der Anstieg resultierte im Wesentlichen aus höheren Aufwendungen für Marketing, einer höheren Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte sowie höherer umsatzabhängiger Vertriebs- und Lagerhaltungskosten. Zudem war PUMA aufgrund von COVID-19 weiterhin mit operativen Ineffizienzen,



insbesondere in der Lieferkette, konfrontiert. Der schwächere Anstieg der sonstigen operativen Erträge und Aufwendungen im Vergleich zum Umsatzwachstum spiegelt den erzielten operativen Leverage wider. Durch die fortgesetzte Kostenkontrolle konnte ein deutlicher Rückgang der Kostenquote von 43,3% im Vorjahr auf nunmehr 40,0% im Jahr 2021 erzielt werden. Dies trug ebenso maßgeblich zur Verbesserung der Profitabilität im Geschäftsjahr 2021 bei.

Das operative Ergebnis (EBIT) erhöhte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr um 166,3% von € 209,2 Mio. auf € 557,1 Mio. und lag damit oberhalb der bereits unterjährig nach oben angepassten Prognose in einer Bandbreite zwischen € 450 Mio. und € 500 Mio. Die deutliche Verbesserung der Profitabilität im Geschäftsjahr 2021 ist insgesamt auf das starke Umsatzwachstum in Verbindung mit einer verbesserten Rohertragsmarge und den erzielten operativen Leverage zurückzuführen. Infolgedessen stieg die EBIT-Marge von 4,0% im Vorjahr auf 8,2% im Jahr 2021.

Die deutliche Verbesserung der Profitabilität spiegelt sich auch in der Entwicklung des Konzernergebnisses und des Ergebnisses je Aktie wider, welche sich jeweils um mehr als 292% gegenüber dem Vorjahr verbesserten. Das Konzernergebnis erhöhte sich von € 78,9 Mio. im Vorjahr auf € 309,6 Mio. und das Ergebnis je Aktie stieg dementsprechend von € 0,53 im Vorjahr auf € 2,07 an. Damit konnte PUMA die finanziellen Ziele im abgelaufenen Geschäftsjahr in vollem Umfang erreichen beziehungsweise sogar übertreffen.

Das positive Konzernergebnis ermöglicht es dem Vorstand und dem Aufsichtsrat, der Hauptversammlung am 11. Mai 2022 die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von € 0,72 je Aktie für das Geschäftsjahr 2021 vorzuschlagen. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 34,8% des Konzernergebnisses nach IFRS und steht im Einklang mit der Dividendenpolitik von PUMA, welche eine Ausschüttung in Höhe von 25% bis 35% des Konzernergebnisses vorsieht. Im Vorjahr wurde eine Dividende von € 0,16 je Aktie ausgeschüttet (Ausschüttungsquote Vorjahr: 30,3%).

Im Zuge der Erweiterung des DAX von 30 auf 40 Mitglieder ist die PUMA-Aktie seit September 2021 in den Börsenindex der größten Unternehmen des deutschen Aktienmarktes aufgestiegen. Nachdem die PUMA-Aktie, ausgehend von der Vorjahresmarke mit einem Kurs von € 92,28 in das Jahr 2021 gestartet war, sank der Kurs Ende Januar 2021 auf einen Tiefststand von € 80,42. Anschließend konnte sich der Kurs der PUMA-Aktie bis zum Jahresende deutlich erholen und stieg auf € 107,50, dies entspricht einem Anstieg von 16,5% gegenüber dem Vorjahreswert. Die Marktkapitalisierung des PUMA-Konzerns erhöhte sich zum Jahresende 2021 dementsprechend auf rund € 16,1 Mrd. (Vorjahr: € 13,8 Mrd.).



GRUNDLAGEN DES PUMA-KONZERNS

GESCHÄFTSAKTIVITÄTEN UND ORGANISATIONSSTRUKTUR

Die PUMA SE firmiert als europäische Aktiengesellschaft mit Hauptsitz in Herzogenaurach, Deutschland. Unsere Geschäftsaktivitäten sind im internen Berichtswesen in Form von drei Regionen (EMEA, Amerika und Asien/Pazifik) und drei Produktbereichen (Schuhe, Textilien und Accessoires) abgebildet. Eine weiterführende Beschreibung findet sich in der Segmentberichterstattung im Kapitel 25 des Konzernanhangs.

Unsere Umsätze stammen aus dem Verkauf von Produkten der Marken PUMA und Cobra Golf an den Groß- und Einzelhandel sowie über eigene Einzelhandelsgeschäfte und Onlinestores direkt an unsere Konsumenten. Wir vermarkten und vertreiben unsere Produkte weltweit vorwiegend über eigene Tochterunternehmen. In einigen wenigen Ländern bestehen Vertriebsvereinbarungen mit unabhängigen Distributoren.

Zum 31. Dezember 2021 hält die PUMA SE unmittelbar oder mittelbar Beteiligungen an 100 Tochterunternehmen. Unsere Tochterunternehmen nehmen verschiedene Aufgaben auf lokaler Ebene wahr wie Vertrieb, Marketing, Produktentwicklung, Beschaffung oder Verwaltung. Eine vollständige Aufstellung aller Tochterunternehmen findet sich im Kapitel 2 des Konzernanhangs (im Unterabschnitt „Konsolidierungskreis“).

ZIELE UND STRATEGIE

Wir haben weiterhin an der Umsetzung unserer Mission, die schnellste Sportmarke der Welt zu werden, gearbeitet und uns erneut auf acht strategische Prioritäten konzentriert: Markenbegehrlichkeit („Brand Heat“), eine wettbewerbsfähige Produktpalette, ein führendes Produktangebot für Frauen, die Verbesserung unserer Vertriebsqualität, die Beschleunigung unserer Abläufe und Prozesse innerhalb unserer Organisation, der Fokus auf den nordamerikanischen Markt durch den Wiedereinstieg in den Basketball, lokale Relevanz und ein verstärkter Fokus auf Nachhaltigkeit.

Seit mehr als 70 Jahren stärkt PUMA seine **Markenbegehrlichkeit durch Partnerschaften mit den bekanntesten und erfolgreichsten Athlet*innen der Geschichte**: Usain Bolt, Sir Lewis Hamilton, Pelé, Maradona, Tommie Smith, Boris Becker, Linford Christie, Serena Williams, Heike Drechsler und Martina Navratilova, um nur einige Namen zu nennen. Wir bauen unsere Position als Sportmarke durch Partnerschaften mit einigen der relevantesten Markenbotschafter*innen weiter aus. Im Fußball zählen dazu nach wie vor Antoine Griezmann, Neymar, Jr. und Nikita Parris, der Top-Fußballtrainer Pep Guardiola, Spitzerverbände wie die italienische Nationalmannschaft und Weltklasse-Clubs wie Manchester City, Borussia Dortmund, Valencia CF, Olympique Marseille, AC Mailand und Palmeiras São Paulo. 2021 haben wir unter anderen die französischen Nationalspieler Raphaël Varane und Kingsley Coman sowie Christian Pulisic aus den USA zu PUMA geholt und damit erneut unseren Fokus auf Fußball unterstrichen. Auch in der Leichtathletik haben sich unsere internationalen Spitzensportler*innen nicht den Rang ablaufen lassen: Hürdenläufer und Weltrekordhalter Karsten Warholm aus Norwegen, Sprinter André De Grasse aus Kanada, der schwedische Weltrekordhalter im Stabhochsprung Mondo Duplantis, die US-amerikanische Langstreckenläuferin Molly Seidel und der olympische Verband von Jamaika waren 2021 allesamt bei den Olympischen Sommerspielen in Tokio erfolgreich. Im Motorsport beherrschten unsere Formel-1-Teams, Mercedes AMG Petronas, Red Bull Racing Honda und Scuderia Ferrari eine weitere Saison. Zudem haben wir ein eigenes Team für die internationale Rennserie ausschließlich für Fahrerinnen, die W Series, aufgestellt. Unsere langjährigen Partnerschaften mit Spieler*innen wie Lexi Thompson, Rickie Fowler und Bryson DeChambeau sichern unsere Markenbegehrlichkeit im Golf. Die Zusammenarbeit mit den besten Athlet*innen, Mannschaften und Verbänden ist unerlässlich, um die Glaubwürdigkeit und Relevanz der Marke PUMA auf höchstem Niveau sicherzustellen.



Um jüngere Trendsetter*innen anzusprechen arbeiten wir mit Jay-Z, J. Cole, Cara Delevingne, Winnie Harlow, Dua Lipa und anderen Stars der Kultur-, Musik- und Modeszene zusammen. Dadurch ist PUMA zu einer der begehrtesten Sportmarken für junge Kund*innen auf der ganzen Welt geworden.

PUMA strebt danach, Produkte getreu dem Motto „Cool stuff that works“ zu entwickeln. 2021 haben wir unser **Angebot in allen Produktkategorien erheblich verbessert**, zum Beispiel mit neuen Performance-Schuhen. Dazu gehören unsere innovativen Fußballschuhe PUMA ULTRA und FUTURE Z sowie unsere Lauf- und Trainingsschuhe, die auf unserer patentierten NITRO-Dämpfungstechnologie basieren. Die neuen Laufschuhe ermöglichen müheloses Laufen und ernteten sehr gutes Feedback von Läufern und den Medien. Bei den Olympischen Sommerspielen in Tokio waren sie auch auf der ganz großen Bühne erfolgreich.

Im Sportstyle-Bereich konnten wir erneut gute Abverkäufe unserer erfolgreichen Styles RS, RIDER und CALI verzeichnen. Die Nachfrage blieb durch die Einführung neuer Erfolgsmodelle während des gesamten Jahres hoch. Der MAYZE, der MAYU und viele weitere Modelle haben unser Portfolio nachhaltig ergänzt. Auch unsere Klassiker – unter ihnen der beliebte PUMA SUEDE – erzielten 2021 erneut gute Verkaufszahlen.

Im Bereich Textilien und Accessoires konnten wir ein starkes Wachstum des gesamten Portfolios verzeichnen. Unsere Performance- und Sportstyle-Produkte, einschließlich mehrerer erfolgreicher Kooperationen, wie mit dem französisch-japanischen Modelabel Maison Kitsuné und der chinesischen Luxusdesignermarke PRONOUNCE, haben sich weltweit sehr gut verkauft.

Unser Geschäft mit COBRA Golf und PUMA Golf blickt auf ein weiteres erfolgreiches Jahr zurück. Die Umsätze mit unseren innovativen COBRA-Golf-Schlägern sowie Schuhen, Textilien und Accessoires von PUMA Golf waren weiterhin hoch. Wir haben unser Schlägerangebot erweitert und erstmals Putter auf den Markt gebracht. Dazu gehörte auch unser erster Putter aus dem 3D-Druck.

Die Produktkategorie **Women's** ist eine unserer strategischen Prioritäten und wir verfolgen weiterhin unsere Vision, unseren Kundinnen als trendigste Sportmarke zur Seite zu stehen. Da immer mehr Frauen auf der ganzen Welt Sport machen und der Mix aus Sportswear und Mode beliebter ist als je zuvor, bieten wir nicht nur eine große Auswahl an Performance- und Sportstyle-Produkten, sondern entwickeln beispielsweise auch Mode für Schwangere. Der Start von SHE MOVES US, unsere Plattform für die Kommunikation mit unseren Kundinnen, im März 2021 reflektiert die Weiterentwicklung unserer Positionierung von „PUMA owns the space where the gym meets the runway“. Unsere neue Kommunikationsplattform SHE MOVES US feiert Frauen, die gemeinsam mehr erreichen, sei es im Sport, in der Kultur oder durch gemeinsame Werte. Angeführt vom international bekannten Pop-Star Dua Lipa vereint SHE MOVES US unsere Markenbotschafterinnen, um das ganze Jahr inspirierende Talks, Videos, Interviews und andere Inhalte zu entwickeln. Durch die Verbindung dieser Markenbotschafterinnen mit unseren Kundinnen auf der ganzen Welt ist ein Netzwerk entstanden, das den Dialog zu Themen anregt, die Mädchen und Frauen bewegen. Unsere Partnerschaft mit Women Win, einer globalen Frauenorganisation zur Förderung der Geschlechtergleichheit durch den Sport, dient dazu, Mädchen und junge Frauen auf der ganzen Welt durch die Teilnahme am Sport auf ein selbstbewusstes Leben vorzubereiten. Zudem werden wir unsere Kommunikationskanäle weiterhin dafür nutzen, Bewusstsein für die Rechte von Mädchen und Frauen weltweit zu schaffen. Das Jahr 2022 wird vom verstärkten Fokus auf Frauen im Sport geprägt sein. In Zusammenarbeit mit unseren Markenbotschafterinnen haben wir hier einen Schlüsselbereich identifiziert, um Mädchen und jungen Frauen, sowohl einzeln als auch im Team, eine aktive und erfolgreiche Entwicklung zu ermöglichen.

PUMAs Rückkehr zum **Basketball fand weit über den Sport hinaus Beachtung** und war ein wichtiger Schritt zur Stärkung unserer Glaubwürdigkeit als Sportmarke in Nordamerika. Unterstützt von JAY-Z, unserem Creative Director für Basketball, haben wir in den vergangenen Saisons ein starkes Angebot an Schuhen, Textilien und Accessoires entwickelt, das auch außerhalb des Spielfelds alle Blicke auf sich zieht. Wir haben unsere Partnerschaften mit Stars aus verschiedenen NBA-Mannschaften fortgeführt und weitere Spieler wie etwa Killian Hayes unter Vertrag genommen. PUMA-Spieler LaMelo Ball wurde



außerdem zum Rookie of the Year der NBA gewählt. In enger Zusammenarbeit mit ihm haben wir den PUMA MB.01 entwickelt – sein erster eigener PUMA Signature-Basketballschuh. Auch Breanna „Stewie“ Stewart, die wertvollste Spielerin (MVP) der WNBA, wurde in die PUMA-Familie aufgenommen. Ein Schuh mit ihrer Handschrift kommt 2022 auf den Markt. Mit unserer ersten Basketballkollektion speziell für Frauen, die wir in enger Zusammenarbeit mit Stylistin und Designerin June Ambrose entwickelt haben, konnten wir unsere Position in diesem Bereich stärken. June Ambrose ist seit 2020 Creative Director bei PUMA. Unser Basketballgeschäft bauen wir weiterhin über den wichtigen nordamerikanischen Markt hinaus aus und haben die Nationalmannschaften von Russland und der Türkei wie auch den zweifachen israelischen Titelgewinner Maccabi Tel Aviv unter Vertrag genommen. Unsere vom Basketball inspirierten Sportstyle-Produkte, wie der PUMA CLYDE und der RALPH SAMPSON, kamen auch 2021 sehr gut bei unseren Kunden*innen an.

Neben dem Basketball, der insbesondere in Nordamerika eine hohe Bedeutung hat, haben wir auch in allen anderen Märkten starke **lokale Relevanz** sichergestellt. Trotz der hohen Popularität der Marke PUMA und unserer Produkte weltweit haben wir erkannt, wie wichtig es ist, uns auch verstärkt auf die in den jeweiligen Märkten beliebten Sportarten, Markenbotschafter*innen, Kooperationspartner und Kommunikationsplattformen zu konzentrieren. Daher haben wir unsere Regional Creation Centers weiter ausgebaut, die in wichtigen Märkten wie den USA, Europa, China, Indien und Japan Produkte mit lokaler Relevanz entwickeln. Parallel dazu haben wir unsere lokale Beschaffung für den lokalen Bedarf in China und anderen großen Märkten erweitert, um schneller auf veränderte Wünsche unserer Kunden*innen in diesen Märkten reagieren zu können. Wir haben auch unsere Positionierung in diversen Sportarten mit lokaler Relevanz wie Cricket, Handball, Netball, Rugby oder Australian Rules Football ausgebaut. In den letzten Jahren ist es uns zudem gelungen, unser starkes globales Netzwerk um Markenbotschafter und Influencer mit hoher lokaler Relevanz zu ergänzen, wie etwa Pamela Reif in Deutschland, Virat Kohli in Indien und Danna Paola in Mexiko. Die COVID-19-Pandemie, die unsere Märkte 2021 ganz unterschiedlich getroffen hat, hat uns in unserem Ansatz bestärkt, unseren lokalen Teams einen hohen Grad an Entscheidungsfreiheit zu gewähren. Dadurch haben sie den Handlungsspielraum, um schnelle und effektive Lösungen für die Herausforderungen in ihren jeweiligen Heimatmärkten zu finden.

Wir haben PUMAs **Vertriebsqualität** weiter verbessert und die Präsenz unserer Produkte bei wichtigen Sportperformance- und Sportstyle-Händlern weltweit ausgebaut. Als flexibler und serviceorientierter Partner haben wir die Beziehungen zu den Einzelhändlern weiter gestärkt. Als Warenlieferungen aufgrund der COVID-19-bedingten Lockdowns in unseren wichtigen Beschaffungs ländern eingeschränkt waren, haben wir unsere Einzelhandelspartner vorrangig beliefert. Durch eine enge Zusammenarbeit mit unseren Einzelhandelspartnern konnten wir die Abverkäufe verbessern und die uns zur Verfügung gestellte Regalfläche in ihren Geschäften erweitern. Außerdem haben wir im Jahr 2021 in unser Direct-to-Consumer-Geschäft investiert, das sowohl eigene Einzelhandelsgeschäfte als auch den Bereich E-Commerce umfasst. Unser E-Commerce-Geschäft verzeichnete weiterhin zweistellige Wachstumsraten und wir haben entsprechend in unsere Frontend- und Backend-Kapazitäten investiert. Das Nutzungserlebnis und das Produktangebot in unseren bestehenden E-Commerce-Kanälen haben wir nachhaltig verbessert und zudem neue E-Commerce-Stores für Mexiko, Argentinien, die Vereinigten Arabischen Emirate und andere wichtige Märkte eröffnet. Wir haben erstmals eine PUMA Shopping-App entwickelt, deren Einführung in Pilotmärkten Anfang 2022 erfolgen soll und verstärkt in Performance-Marketing investiert, um die Anzahl der Besucher unserer Onlinekanäle zu steigern. Des Weiteren haben wir unser eigenes Filialnetz weiter modernisiert und weltweit neue Full-Price-Stores und Factory-Outlet-Center eröffnet, da unsere Kund*innen nach den Lockdowns in die Stores zurückkehrten.

Im operativen Bereich haben wir weiterhin die Infrastruktur, Prozesse und Systeme optimiert, die für unsere starken Wachstumsambitionen in den nächsten Jahren erforderlich sind. Ein Schwerpunkt im vergangenen Jahr war der Ausbau unserer Logistikzentren in unseren Hauptmärkten. Auch unser hochautomatisiertes Multi-Channel-Vertriebszentrum in Geiselwind hat seinen Betrieb aufgenommen. Durch neue hochmoderne Vertriebszentren wie dieses schaffen wir die Voraussetzungen für künftiges Wachstum im Großhandel und beim Direct-to-Consumer-Geschäft. Unsere Teams in den USA sind in ein neues Gebäude in Somerville, Massachusetts, umgezogen, und wir haben moderne neue Büros unter anderem in Frankreich und Schweden eröffnet.



Zudem konzentrierten wir uns weiterhin auf die Weiterentwicklung der ERP-Systeme und die Verbesserung der Produktentwicklungssysteme. Durch Investitionen in die allgemeine IT-Infrastruktur konnten wir die Kommunikation und den Informationsaustausch bei PUMA und mit externen Stakeholdern beschleunigen und verbessern. Aufgrund der anhaltenden Reisebeschränkungen haben wir auch den gesamten Go-to-Market-Prozess, von der virtuellen Produktentwicklung bis hin zu virtuellen Sell-in-Meetings, zunehmend digitalisiert.

Die langfristige Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten ist weiterhin ein zentraler Bestandteil unserer Beschaffungsstrategie. Dadurch können wir eine stabile Versorgung und eine konstant hohe Produktqualität sicherstellen und sind gut sowohl auf künftiges Wachstum als auch auf Veränderungen im Marktumfeld vorbereitet. Die konstruktive Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, die sich hauptsächlich in Asien befinden, hat während der Pandemie dazu beigetragen, dass wir uns über das gesamte Jahr hinweg trotz Lockdowns in wichtigen Ländern wie Vietnam und Bangladesch wie gewohnt auf unsere robuste Beschaffungskette verlassen konnten.

Nachhaltigkeit gehört weiterhin zu unseren strategischen Prioritäten und wir arbeiten konsequent daran, alle Bereiche unseres Geschäfts nachhaltiger zu gestalten. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Erhöhung des Anteils nachhaltiger Produkte in unserem Portfolio und der Verbesserung unserer Kundenkommunikation. 2021 haben wir unsere Kommunikationsplattform FOREVER BETTER weiter ausgebaut. Sie ist das Fundament für unsere kundenorientierte Nachhaltigkeitskommunikation. Alle unsere Nachhaltigkeitsbemühungen stehen in Verbindung mit unseren 10FOR25-Zielen und werden an diesen gemessen. Sie sind ausgerichtet an den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen und stehen für unsere ehrgeizigen Pläne in Sachen Nachhaltigkeit bis 2025. Eines dieser ambitionierten Ziele ist die Erhöhung des Anteils der Produkte aus nachhaltigeren Materialien in unserem Portfolio. Waren es 2020 noch fünf von zehn Produkten, die mit nachhaltigeren Materialien gefertigt wurden, werden es spätestens 2025 neun von zehn Produkten sein. Um diese Ziele zu erreichen, haben wir mehrere nachhaltigere Kollektionen vorgestellt. Dazu zählen PUMA x FIRST MILE mit Produkten aus recyceltem Polyester und RE.GEN aus recycelten Materialien und Schnittabfällen, die bei der Produktion unserer Produkte entstehen. Die Yoga-Kollektion EXHALE, die in Zusammenarbeit mit Cara Delevingne entstanden ist, wird mit recyceltem Polyester und Naturfarben hergestellt und unvermeidbare CO₂-Emissionen der Kollektion werden kompensiert. Ein weiteres Highlight ist unser neuer BETTER FOAM für Schuhe, der zum Teil aus Zuckerrohr besteht. Des Weiteren haben wir uns im vergangenen Jahr zum Schutz der Wälder im Rahmen unserer weltweiten Papier-, Karton- und Viskosebeschaffung verpflichtet. Hierzu sind wir eine Partnerschaft mit der gemeinnützigen Umweltorganisation Canopy eingegangen. Darüber hinaus setzten wir unsere führende Rolle bei der Fashion Charter for Climate Action fort. Diese hat auf der Klimakonferenz COP26 in Glasgow stärkere Maßnahmen bekanntgegeben, um den globalen Temperaturanstieg auf 1,5° C im Vergleich zum vorindustriellen Niveau zu begrenzen. Wir arbeiteten weiterhin mit anderen wichtigen Stakeholdern auf allen Ebenen zusammen, um nachhaltigere Geschäftspraktiken in unserer Branche zu etablieren. Beim Schutz der Menschenrechte haben wir erforderliche Maßnahmen ergriffen, um unsere Lieferanten und Arbeiter*innen während der COVID-19-Pandemie zu schützen. Wir sind in dieser Zeit allen unseren Abnahmezusagen nachgekommen und haben gewährleistet, dass rechtliche Standards und Vorgaben für die Sicherheit am Arbeitsplatz im Rahmen unseres bewährten Social-Compliance-Programms eingehalten wurden.



PRODUKTENTWICKLUNG UND DESIGN

PUMA ist stolz darauf, mit seinen Produkten seit über 70 Jahren Sport und Kultur zu beeinflussen. Unser Archiv umfasst eine umfangreiche Datenbank, auf die unsere Designer als Inspirationsquelle für neue Styles zugreifen können. Unser jüngstes Modell aus 2021, der verkaufsstarke MAYZE, ist ein gutes Beispiel für den gelungenen Mix aus Alt und Neu.

Präsentiert wurde der MAYZE von Popstar Dua Lipa. Mit seinen verschiedenen Farbkombinationen und Ausführungen – so zum Beispiel dem MAYZE Classic oder dem MAYZE Chelsea, einem klassischen Chelsea-Stiefel mit markentypischem Twist – hat er das Zeug, ein PUMA-Klassiker zu werden.

Dem erfolgreichen CALI für Frauen haben wir ein ebenso erfolgreiches Modell für Männer an die Seite gestellt: den CA Pro. Der RS, der nun auch in den Versionen RS-X und RS-Z erhältlich ist, stieß ebenfalls auf hohe Nachfrage bei unseren Kund*innen.

Der PUMA SUEDE und andere Klassiker verkauften sich insbesondere in Nordamerika das ganze Jahr über sehr gut. Die Wiedereinführung des SUEDE für Kinder war ebenfalls ein voller Erfolg.

Der SUEDE stand auch im Mittelpunkt unserer Kooperation mit dem Künstlerkollektiv KIDSUPER STUDIOS aus Brooklyn, das mit dem begehrten Lagerfeld Preis für Nachwuchstalente in der Modebranche ausgezeichnet wurde.

Auch eine Kollektion mit der Londoner Frauenmodemarke Liberty, die ihre berühmten Blumendrucke mit PUMAs bekanntesten Schuh-Styles kombiniert, gehörte zu unseren erfolgreichen Kooperationen im vergangenen Jahr.

Gemeinsam mit der australischen Skater-Marke Butter Goods haben wir eine von den 1990er Jahren inspirierte Kollektion aus hochwertigen Materialien, klassischen Silhouetten und vom Sport inspirierten Grafiken auf den Markt gebracht.

Nach Jahren der Forschung und der Tests haben wir 2021 unser Produktangebot im Bereich Running komplett überarbeitet und unsere patentierte NITRO-Dämpfungstechnologie auf den Markt gebracht. Unsere Produktkategorie Running umfasst zunehmend auch Produkte speziell für Frauen. Um noch besser auf die Anforderungen unserer Kundinnen einzugehen, wurden unsere neuen Laufschuhe für den weiblichen Fuß optimiert. Die Erfolge unserer Athleten*innen, unter ihnen die Marathonläuferin Molly Seidel aus den USA, haben die Leistungsfähigkeit dieser Produkte eindrucksvoll unter Beweis gestellt.

In Kooperation mit dem Formel-1-Team MERCEDES AMG PETRONAS haben wir den schnellsten, leichtesten und leistungsfähigsten Leichtathletikschuh unseres Programms FASTER+ entwickelt. Hürdenläufer Karsten Warholm aus Norwegen trug den EvoSPEED Future FASTER+, als er die Goldmedaille bei den Olympischen Spielen holte und einen neuen Weltrekord über 400 Meter aufstellte. Im EVOSPEED TOKYO FUTURE NITRO FASTER+ gewann der kanadische Sprinter Andre De Grasse die olympische Goldmedaille über 200 Meter. Die technologischen Fortschritte im Rahmen von FASTER+ kommen heute auch in anderen Leichtathletikschuhen zum Einsatz.

Im Fußball setzte der neue FUTURE Z, der seit Januar verkauft wird, die Erfolgsgeschichte des innovativen FUTURE aus dem Vorjahr fort. Im Vorfeld der Copa America entstand im Juni eine Sonderausgabe des FUTURE Z für unseren Markenbotschafter Neymar Jr. Im Juli stellte PUMA mit dem Launch des ULTRA im Rahmen seiner Kampagne FASTER FOOTBALL sein Engagement im Frauenfußball unter Beweis – erstmals als Unisex-Modell sowie als Modell ausschließlich für Fußballspielerinnen. Mit Neymar Jr. haben wir das ganze Jahr über Fußball-Produkte entwickelt, unter anderem seine erste Lifestyle-Kollektion. Dank ULTRAWEAVE, einer ganz neuen Technologie für Performance-Textilien, haben wir unser leichtestes Fußballtrikot aller Zeiten auf den Markt gebracht.

Im Golf haben sich unsere Lifestyle-inspirierten Textilien und Schuhe wie die Kollektionen GRYLBL, Arnold Palmer und Excellent Golfwear sowie die Schuhmodelle RS-G und Fasten8 gut verkauft. Kooperationen wie



mit Kygos Palm Tree Crew steigerten die Begehrlichkeit der Marke PUMA Golf. Für COBRA Golf war die RADSPED-Produktlinie ein voller Erfolg, sowohl wirtschaftlich als auch in den Medien. COBRA Golf hat zudem zwei neue Putter-Modellfamilien auf den Markt gebracht: KING Vintage und KING 3D Printed.

Im Motorsport haben wir zum ersten Mal unseren langjährigen Partner Scuderia Ferrari direkt in die Entwicklung von Schuhen miteinbezogen. Das ist der Startschuss für PUMA und Ferrari, um sich im Luxusmodesegment zu etablieren. Unser erfolgreicher SPEEDCAT mit gewohnt flachem Profil wurde 2021 um den SPEEDCAT LS ergänzt. In Kooperation mit Weltmeister Max Verstappen aus dem Rennstall Red Bull Racing Honda entstand eine Sonderedition des SPEEDCAT PRO zur Feier der Rückkehr der Formel 1 in die Niederlande.

Des Weiteren haben wir mehrere Kollektionen mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit entwickelt. RE.GEN beispielsweise verwendet Schnittabfälle unserer Lieferanten, die bei der Produktion von PUMA Produkten entstehen und andere Recyclingstoffe. In Zusammenarbeit mit Model, Schauspielerin und Aktivistin Cara Delevingne entstand EXHALE, eine Yoga-Kollektion aus mindestens 70% recyceltem Polyester. PUMA hat alle unvermeidbaren CO₂-Emissionen dieser Kollektion kompensiert.

Die Forschung und Produktentwicklung bei PUMA umfasst hauptsächlich die Bereiche Innovation (neue Technologien), Produktdesign und Modell- und Kollektionsentwicklung. Unsere Tätigkeiten in diesen Bereichen reichen von der Analyse wissenschaftlicher Studien und Kundenumfragen über die Entwicklung kreativer Ideen bis hin zur Umsetzung von Innovationen in kommerzielle Produkte und stehen in direktem Zusammenhang zu unseren Beschaffungsaktivitäten.

Zum 31. Dezember 2021 hatten wir insgesamt 1.136 Mitarbeiter*innen in der Forschung und Entwicklung bzw. im Produktmanagement (gegenüber 1.049 im Vorjahr). Unsere Ausgaben für Forschung und Entwicklung/ Produktmanagement beliefen sich im Jahr 2021 auf € 114,5 Mio. (Vorjahr: € 102,6 Mio.), € 61,7 Mio. (Vorjahr: € 56,6 Mio.) davon allein für Forschung und Entwicklung.



BESCHAFFUNG

DIE BESCHAFFUNGSGESELLSCHAFT

Die Beschaffungsfunktion im PUMA-Konzern, die als PUMA Group Sourcing (PGS) bezeichnet wird, umfasst alle mit der Beschaffung zusammenhängenden Aktivitäten der Marken PUMA und Cobra, einschließlich der Lieferantenauswahl, Produktentwicklung, Preisverhandlungen und Produktionssteuerung. Diese Aktivitäten werden zentral von der PUMA International Trading GmbH (PIT), der globalen Handelsgesellschaft des PUMA-Konzerns, mit Sitz an der Konzernzentrale in Herzogenaurach (Deutschland) gesteuert. PIT ist zudem verantwortlich für den Einkauf und die Belieferung der Produkte an die PUMA-Vertriebskanäle weltweit. Zu diesem Zweck erhält die PIT Mengenprognosen von PUMA-Tochtergesellschaften und Lizenznehmern, setzt diese Prognosen in Produktionspläne um und verteilt diese anschließend an die ausgewählten Lieferanten. Die PUMA-Tochtergesellschaften geben bei der PIT auf Grundlage ihrer Mengenprognosen Bestellungen in Auftrag. Die PIT wiederum fasst die einzelnen Bestellungen zusammen und kauft die Produkte von den Lieferanten ein. Zwischen den Vertriebsgesellschaften und der PIT sowie zwischen der PIT und den Lieferanten besteht eine klare Einkaufs-/Verkaufsbeziehung. Dies sorgt für zusätzliche Transparenz im globalen Beschaffungsprozess.

Die Zentralisierung der Funktionen Beschaffung und Einkauf im PUMA-Konzern in Verbindung mit der Einführung einer cloudbasierten Plattform für die Abwicklung von Bestellungen und Zahlungen hat die Vertriebsgesellschaften, die PIT und die Lieferanten miteinander vernetzt. Dadurch wird die Digitalisierung der Prozesse innerhalb der Lieferkette ermöglicht, Transparenz und betriebliche Effizienz geschaffen und die Komplexität reduziert. Beispielsweise wird der Containertransport optimiert, die Risiken aus Wechselkursschwankungen durch eine zentrale Richtlinie zur Währungssicherung gemanagt und alle Zahlungen an die Lieferanten automatisiert und papierlos abgewickelt.

Um die Anforderungen unserer Kund*innen in Bezug auf Service, Qualität, Sozial- und Umweltverträglichkeit zu erfüllen, konzentrieren wir uns auf sechs strategische Kernprinzipien: Partnerschaft, Produkt, Qualität, Wachstumsmanagement, Margen & Anschaffungskosten und Nachhaltigkeit. Die Zentralisierung der Beschaffung und des Einkaufs ermöglicht kontinuierliche Verbesserungen in allen Bereichen. Darüber hinaus stellt die Integration der PUMA-Nachhaltigkeitsfunktion in die Beschaffungsorganisation sicher, dass Branchenstandards, unter anderem hinsichtlich Sozial-, Umwelt- und Chemiesicherheit, eng mit all unseren Beschaffungsaktivitäten verknüpft sind.

Ein weiterer wichtiger Aspekt in unserer Beschaffungsorganisation war das PUMA Vendor-Financing-Programm, das seit dem Jahr 2016 besteht. Das Programm ermöglicht es Lieferanten, früher bezahlt zu werden und basiert auf der Kreditwürdigkeit von PUMA. Die International Finance Corporation (IFC), die Banken BNP Paribas, HSBC und Standard Chartered bieten unseren Lieferanten im Rahmen dieses Programms attraktive Finanzierungsbedingungen und die Möglichkeit, ihre eigenen Kreditlinien zu unterhalten.

Im Jahr 2021 stieg die Nachfrage in unseren wichtigsten Märkten wieder an, nachdem es im Jahr 2020 zu längeren Lockdowns in Europa, Amerika und anderen Teilen der Welt gekommen war. Infolgedessen verlagerte sich unser Schwerpunkt auf den Aufbau von Kapazitäten in unserer gesamten Lieferkette in allen Produktbereichen. Ab dem zweiten Quartal dieses Jahres sahen wir uns aufgrund regionaler COVID-19-bedingter Lockdowns mit erheblichen Herausforderungen auf der Beschaffungsseite konfrontiert. In Bangladesch und bestimmten Teilen Chinas kam es zu vorübergehenden Produktionsunterbrechungen. Vor allem Südvietnam litt unter zwölfwöchigen Restriktionen, die Büro- und Produktionsschließungen sowie Ausgangssperren zur Folge hatte. Während dieser Zeit mussten unsere Zulieferer ihre Fabriken geschlossen halten oder konnten nur mit reduzierter Kapazität produzieren. Wir haben uns sofort darauf konzentriert, unsere Zulieferer in dieser Zeit zu unterstützen, wobei die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter*innen oberste Priorität hatte. Um die Kapazitätsengpässe in Südvietnam auszugleichen, haben wir die Produktion auf andere Länder wie China, Kambodscha und Nordvietnam verlagert; dies galt auch für Produkte, die sich noch in der Entwicklungs- und Musterphase befanden. Gleichzeitig haben wir unsere

Aufträge in Abstimmung mit den Vertriebstöchtern nach Prioritäten geordnet. Sobald sich die Situation entspannt hatte, konzentrierten wir uns auf die Überwachung und Wiederherstellung der Kapazitäten bei unseren Partnern.

DIE BESCHAFFUNGSMÄRKE

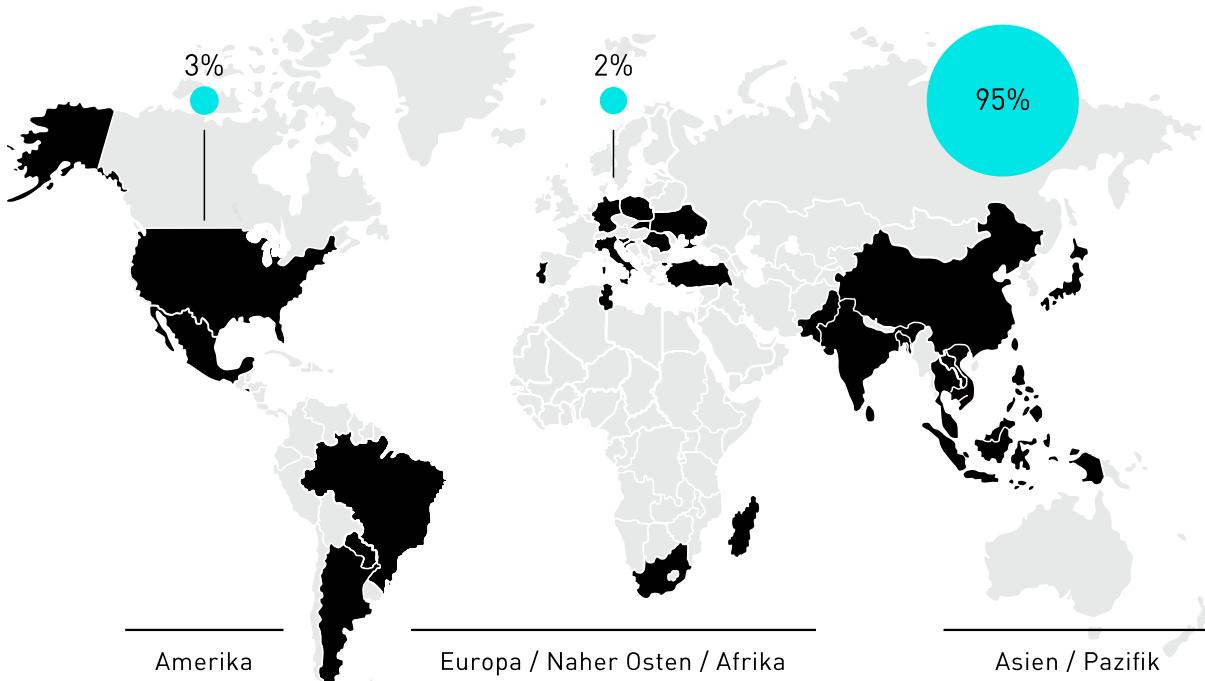
Im Geschäftsjahr 2021 hat die PIT mit 134 unabhängigen Lieferanten (Vorjahr: 139) in 27 Ländern weltweit zusammengearbeitet. Die strategische Zusammenarbeit mit langjährigen Partnern blieb nicht nur einer der wichtigsten Wettbewerbsvorteile, sondern war auch entscheidend für die Bewältigung der Herausforderungen der Lieferkette im Jahr 2021.

Insgesamt bleibt Asien mit einem Anteil von 95% am Gesamtvolumen die stärkste Einkaufsregion, gefolgt von Amerika mit 3% und EMEA mit 2% (davon 1% Europa und 1% Afrika).

Dementsprechend liegen die sechs wichtigsten Beschaffungslander, die zusammen 93% des Gesamtvolumens ausmachen, alle auf dem asiatischen Kontinent. Vietnam war im Jahr 2021 zum wiederholten Mal das stärkste Produktionsland mit einem Anteil von 32%. Aufgrund von Produktionsunterbrechungen im dritten Quartal 2021 ging der Anteil Vietnams an dem Gesamtvolumen im Vergleich zum Vorjahr leicht um drei Prozentpunkte zurück. Vor allem China kompensierte die Situation in Vietnam und erhöhte seinen Anteil an dem Gesamtvolumen um drei Prozentpunkte auf 29%. Bangladesch mit Schwerpunkt auf Textilien liegt auf Rang drei und steuerte 14% bei. Kambodscha steht an vierter Stelle mit 13%. Indonesien mit Schwerpunkt auf Schuhproduktion stellte 4% des Gesamtvolumens und steht an fünfter Stelle. Auf Rang sechs folgt Indien mit 2%.

Ein Anstieg des Lohnniveaus, schwankende Rohstoffpreise und gesamtwirtschaftliche Einflüsse haben die Beschaffungsmärkte auch im Jahr 2021 beeinflusst. Die Berücksichtigung dieser Einflüsse ist für die Allokation der Produktion von Bedeutung und ein entscheidender Bestandteil unserer Beschaffungsstrategie, um die sichere und wettbewerbsfähige Beschaffung von Produkten zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang hat die Beschaffungsorganisation ihre lokalen Lieferketteninitiativen für Märkte wie China, Indien, Lateinamerika, die Türkei und andere Länder ausgeweitet.

[↗ G.01 DIE BESCHAFFUNGSREGIONEN VON PUMA \(in %\)](#)



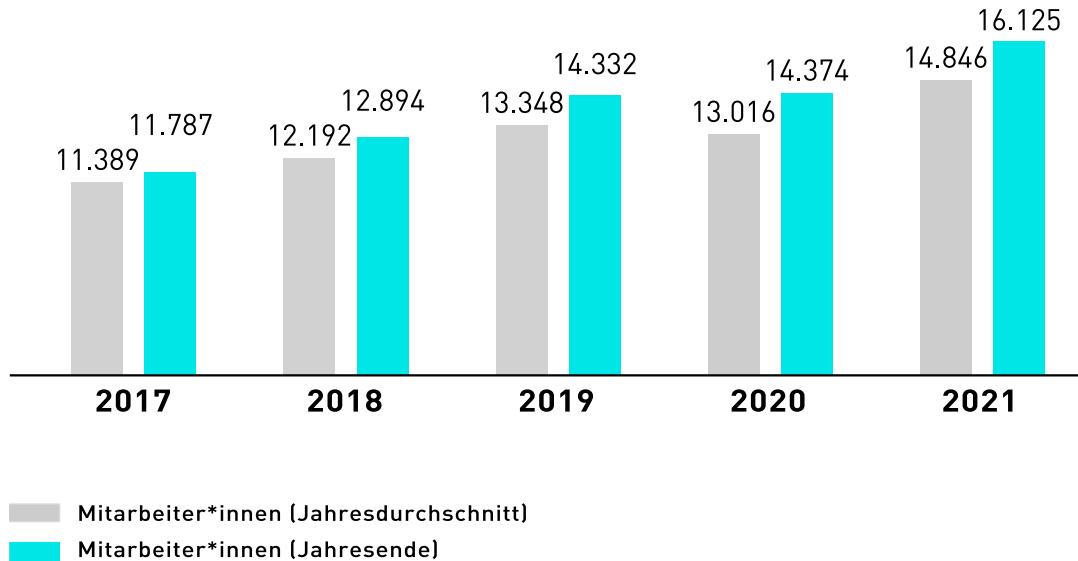


MITARBEITER*INNEN

ANZAHL DER MITARBEITER*INNEN

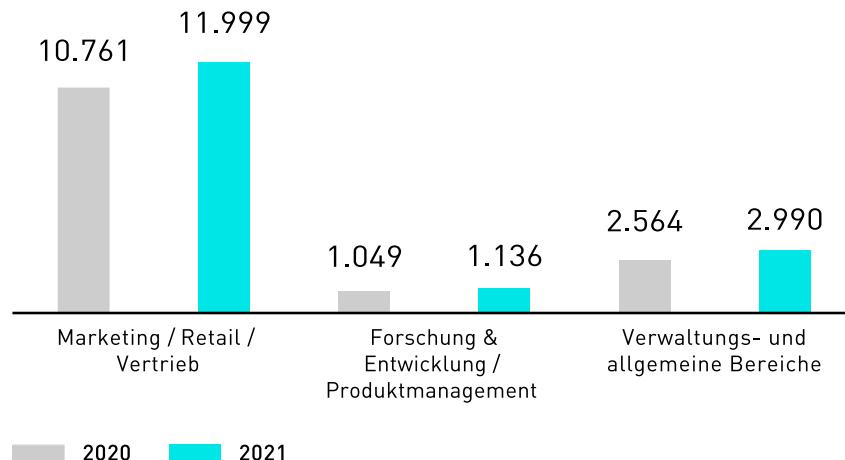
Im Jahr 2021 lag die weltweite Anzahl der Mitarbeiter*innen im **Jahresdurchschnitt** bei 14.846 gegenüber 13.016 im Vorjahr. Der Personalaufwand erhöhte sich im Jahr 2021 insgesamt um 22,0% von € 583,7 Mio. auf € 712,4 Mio. Im Durchschnitt lag der Personalaufwand pro Mitarbeiter*innen bei T€ 48,0 gegenüber T€ 44,8 im Vorjahr.

↗ G.02 ENTWICKLUNG MITARBEITER*INNEN (Jahresdurchschnitt / Jahresende)



Zum **31. Dezember 2021** lag die weltweite Anzahl der Mitarbeiter*innen bei 16.125 gegenüber 14.374 im Vorjahr. Dies entspricht einem Anstieg der Anzahl der Mitarbeiter*innen um insgesamt 12,2% gegenüber dem Vorjahr. Die Entwicklung der Anzahl der Mitarbeiter*innen nach Bereichen stellt sich wie folgt dar:

↗ G.03 MITARBEITER*INNEN (Jahresende)



TALENTGEWINNUNG UND -ENTWICKLUNG

Auch im Jahr 2021 beeinflusste die weltweite COVID-19-Pandemie, insbesondere die verschiedenen Phasen mit teilweise weitreichenden Maßnahmen zur Kontaktbeschränkung durch Regierungen weltweit, unsere Geschäftstätigkeit. Da mobiles Arbeiten und virtuelle Zusammenarbeit bereits gelebte Praxis bei PUMA waren, konnten wir im Hinblick auf Zeit und Ort der Arbeitstätigkeit unserer Mitarbeiter*innen maximal flexibel reagieren. Um uns an die veränderten Gegebenheiten anzupassen, haben wir unsere regulären Arbeitszeitmodelle nochmals flexibler gestaltet und für sämtliche unserer bisherigen Präsenztrainings hybride Konzepte entwickelt. Besonderer Wert wurde weiterhin auf die Gestaltung eines sicheren Arbeitsumfelds für unsere Belegschaft und die Vermeidung finanzieller Einschnitte für unsere Mitarbeiter*innen gelegt. Durch ihr hohes Engagement konnten wir unseren Geschäftsbetrieb so reibungslos wie möglich fortzusetzen und fühlen uns auf unserem weiteren Weg zu mehr Wachstum gut gerüstet.

Um unsere Wettbewerbsfähigkeit in einem immer komplexer werdenden Umfeld zu sichern und Wachstum zu fördern, ist es von entscheidender Bedeutung, dass wir über hoch qualifiziertes und motiviertes Personal verfügen, welches wir langfristig an unsere Konzernunternehmen binden können.

Zur Anwerbung externer Kandidaten nutzen wir neben unserer Karrierewebsite insbesondere digitale Plattformen und soziale Medien für unsere zielgruppenspezifischen, individuellen und proaktiven Rekrutierungsmaßnahmen. Diverse Hochschulaktivitäten im In- und Ausland geben uns Gelegenheit, mit potenziellen Mitarbeiter*innen in Kontakt zu treten und geeignete Kandidat*innen zu identifizieren. Umfangreiche Netzwerke mit qualifizierten Bewerber*innen und Kandidat*innenpools helfen uns, Vakanzen schnell zu besetzen. Im Wettbewerb auf dem Arbeitsmarkt ist es von entscheidender Bedeutung, dass wir nicht nur ein attraktiver Arbeitgeber sind, sondern auch als solcher von unseren derzeitigen aber auch von potenziellen Mitarbeiter*innen wahrgenommen werden. Vielfältige gute Platzierungen in Arbeitgeberrankings sowie zahlreiche Auszeichnungen belegen die Attraktivität von PUMA als Arbeitgeber. Wir sind sehr stolz darauf, dass im Jahr 2021 insgesamt sechzehn PUMA Tochtergesellschaften weltweit eine begehrte Top Employer Auszeichnung bekommen haben, die unsere herausragende Unternehmenskultur und Arbeitsumgebung würdigt.

Auch im Jahr 2021 stand die weltweite Vereinfachung, Beschleunigung und Harmonisierung von Geschäftsprozessen sowie die weitere Digitalisierung im Fokus. Seit dem Jahr 2017 setzen wir die Softwarelösung „Workday“ für eine Vielzahl von Personalprozessen ein. Diese stellt Mitarbeiter*innen und Manager*innen die erforderlichen Prozesse und Instrumente zur Verfügung, um das tägliche Personalmanagement durchzuführen. Darüber hinaus erhalten Manager*innen im Rahmen von



benutzerfreundlichen Dashboards die erforderlichen Informationen und datengestützten Erkenntnisse, die für ihre Planung und Steuerung notwendig sind. Die Analyse unserer zentral verfügbaren globalen Daten bieten eine fundierte Grundlage für strategische Entscheidungen und messbare Ergebnisse. Digitale Signaturen und Chatbots trugen weltweit zur weiteren Digitalisierung und Optimierung wichtiger Prozesse bei.

Unser Ziel ist es, unsere Mitarbeiter*innen individuell – auch im internationalen Umfeld – zu entwickeln und gleichzeitig erfolgreich und nachhaltig an PUMA zu binden. Auf Basis von Workday findet deshalb neben der Leistungsbeurteilung und Zielvereinbarung im Rahmen des Talentmanagements ebenfalls eine systematische, vorausschauende Nachfolgeplanung statt. In den jährlich stattfindenden Mitarbeiter*innen Gesprächen und globalen Talentkonferenzen werden die im Konzern vorhandenen Talente identifiziert und auf der Grundlage individueller Entwicklungspläne gefördert. Durch diese Art des Talentmanagements bieten wir unseren Mitarbeiter*innen attraktive Karriere- und Entwicklungschancen. Auch in diesem Berichtsjahr konnten wir den überwiegenden Teil unserer Schlüsselpositionen durch interne Beförderungen oder horizontale Wechsel weltweit besetzen. Damit sehen wir uns in unserer Talent- und Entwicklungsstrategie bestärkt.

Um auf Dauer erfolgreich zu sein, ist es unabdingbar, dass unsere Belegschaft über die erforderlichen Kompetenzen verfügt, welche insbesondere in Zeiten umfassenden Wandels, kontinuierliches Wachstum und Marktkompetenz gewährleisten. Dies stellen wir durch die ständige, systematische fachliche und individuelle Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter*innen sicher. Workday unterstützt uns dabei Qualifikationslücken (sogenannte „skill gaps“) zu vermeiden und Transparenz über die in der Belegschaft vorhandenen Kompetenzen zu erlangen.

Unser Trainingsangebot umfasst eine Vielzahl von Schulungen und Workshops, sowohl online als auch offline, standardisiert oder speziell auf individuelle Bedürfnisse zugeschnitten. Im Jahr 2021 haben wir dieses noch erweitert. Mit „LinkedIn Learning“ und „Good Habitz“ haben unsere Mitarbeiter*innen mittlerweile fast 18.000 verschiedene Online-Trainings zur Verfügung. Dabei stehen unterschiedlichste Lernkategorien zur selbstgesteuerten persönlichen und fachlichen Weiterentwicklung zur Auswahl. Weiterhin trugen dabei besonders Lerninhalte wie mentales Wellbeing, Resilienz, Mindfulness und emotionale Stabilität dazu bei, dass wir als Arbeitgeber unsere Mitarbeiter*innen weltweit in dieser Ausnahmesituation durch die COVID-19-Pandemie bestmöglich unterstützen konnten. Wir möchten die Verwendung von agilen Arbeitsmethoden noch weiter ausbauen und bieten deshalb Digitale Agile Coach Programme für verschiedene Zielgruppen an.

Mit diversen Ausbildungen und dualen Studiengängen sowie studienbegleitenden Praktika bieten wir Talenten aller Ebenen adäquate Einstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten an.

Wir bieten unseren Führungskräften zahlreiche Trainings- und Entwicklungsmöglichkeiten. Unser internes globales Führungskräfte-Trainings-Programm, welches aus den Seminarreihen ILP („International Leadership Programm“) sowie ILP² besteht, wird weltweit von sämtlichen Führungskräften absolviert. Das Programm entwickelt die Teilnehmer*innen über einen längeren Zeitraum hinweg und beinhaltet intensive Schulungs- und Coaching-Einheiten – darunter interaktives Lernen, Rollensimulationen und Best-Practice-Lernen – sowie gemeinsame Projekte. Insbesondere der digitale Wandel und die sich verändernde Arbeitswelt stellen neue Herausforderungen an unsere Führungskräfte. Themenschwerpunkte sind deshalb vor Allem Coaching, achtsame Mitarbeiter*innenführung („Mindful Leadership“) und agile Arbeitsmethoden. Im Jahr 2021 haben wir mit der PUMA Leadership Expedition zusätzlich ein neues Trainings Programm eingeführt, mit dem Ziel, unsere Führungskräfte zu befähigen in der VUCA-Welt (VUCA ist ein Akronym für volatil, unsicher, komplex und ambivalent) effektiv führen zu können. Das Programm ist vollständig virtuell, leicht zugänglich und als selbstgesteuertes und -maßgeschneidertes Lernformat konzipiert. Selbst gewählte virtuelle Trainings mit einem Trainer, regelmäßiger Austausch mit anderen internationalen Teilnehmer*innen in kleineren Arbeitsgruppen, gecoachte Sitzungen sind ebenso enthalten wie individuelle Lernsprints und Check-Ins mit den Trainer*innen.



Unser Training vom Mitarbeiter*innen zur Führungskraft soll Mitarbeiter*innen, die zum ersten Mal eine Führungsaufgabe übernehmen werden, gezielt auf ihre neue Aufgabe vorbereitet. Dieses Programm beinhaltet neben dem Trainingsbaustein auch individuelles Coaching.

Unsere Personalentwicklungsprogramme Speed Up und Speed Up² führen wir für Mitarbeiter*innen auf unterschiedlichen Hierarchieebenen durch. Durch die Übernahme fachübergreifender Projekte und Aufgaben, durch gezielte Trainings, Mentoring und Coaching sowie durch Jobrotationen erhalten verschiedene Gruppen von Top-Talenten eine intensive Vorbereitung auf den nächsten Schritt in der Karriere. Die erhöhte Sichtbarkeit bis hin zur obersten Führungsebene, die Schaffung von funktionsübergreifenden Kooperationen und die Etablierung eines starken Netzwerks sind ebenfalls wesentliche Bestandteile dieses Programms.

Das Feedback unserer Mitarbeiter*innen ist uns sehr wichtig. Deshalb führen wir, neben regelmäßigen Kurzbefragungen, alle zwei Jahre weltweite Befragungen durch. Im Jahr 2021 nahmen 12.875 Mitarbeiter*innen an unserer Mitarbeiterumfrage teil und nutzten die Chance, uns ihre Meinung zu ihrem Arbeitsplatz und ihrem Berufsleben mitzuteilen. Dies entspricht einer Teilnehmerquote von 86% (2019: 85%). Wir haben, trotz der durch die COVID-19-Pandemie bedingten schwierigen Umstände, in sämtlichen Kategorien höhere Zustimmungswerte erreicht. Besonders stolz sind wir darauf, dass wir uns mit einem Wert von 92% (2019: 91%) Mitarbeiterengagement nochmals gesteigert haben und schätzen das hohe Engagement unserer Mitarbeiter*innen sowie ihre Loyalität gegenüber der Marke PUMA. Diese Resultate bestärken uns darin, die durchgeführten Maßnahmen weiter zu führen und noch zu verstärken. Die Ergebnisse der Umfrage wurden auf globaler, lokaler und Abteilungsebene kommuniziert und eventuelle Folgemaßnahmen definiert.

BETRIEBSRAT

Ein wichtiger Bestandteil unserer Unternehmenskultur ist die vertrauensvolle und konstruktive Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertretungen. Im Jahr 2021 vertrat der PUMA SE Betriebsrat (das Europäische Betriebsratsgremium der PUMA SE) Arbeitnehmer*innen aus 13 europäischen Ländern und hatte 16 Mitglieder. Der deutsche Betriebsrat der PUMA SE hatte 15 Mitglieder und vertritt die Arbeitnehmer*innen des PUMA-Konzerns in Deutschland. Die Interessen von Mitarbeiter*innen mit Behinderung werden von einem gewählten Mitglied des Betriebsrats in Deutschland vertreten.

VERGÜTUNG

Wir bei PUMA bieten unseren Mitarbeiter*innen ein zielgerichtetes und konkurrenzfähiges Vergütungssystem, das aus mehreren Komponenten besteht. Neben einem fixen Basisgehalt tragen das PUMA-Bonussystem, Gewinnbeteiligungsprogramme und diverse Sozialleistungen zu einem attraktiven und leistungsgerechten Vergütungssystem bei. Darüber hinaus stellen wir unseren Mitarbeiter*innen umfangreiche Angebote in den Bereichen Weiterentwicklung, Mitarbeitermotivation, Gesundheitsmanagement und Wellbeing zur Verfügung. Für die obere Managementebene bieten wir außerdem langfristige Anreizprogramme an, die nachhaltige Geschäftsergebnisse honorieren. Das Bonussystem ist transparent gestaltet und weltweit vereinheitlicht. Incentives sind ausschließlich an Unternehmensziele gekoppelt.



STEUERUNGSSYSTEM

Wir nutzen verschiedene **Kennzahlen zur Steuerung** unserer Leistung im Hinblick auf unsere obersten Unternehmensziele. Im finanzbezogenen Bereich haben wir als **zentrale Ziele Wachstum und Profitabilität** definiert. Daher konzentrieren wir uns auf die Verbesserung von Umsatz und operativem Ergebnis (EBIT). Diese stellen die finanziellen Steuerungsgrößen von wesentlicher Bedeutung dar. Darüber hinaus streben wir eine Minimierung des Working Capital und eine Verbesserung des Freien Cashflows an. Das **Planungs- und Steuerungssystem** unseres Konzerns ist darauf angelegt, eine Vielzahl von Instrumenten bereitzustellen, um die aktuelle Geschäftsentwicklung zu bewerten und daraus künftige Strategie- und Investitionsentscheidungen abzuleiten. Dazu erfolgt eine kontinuierliche Überwachung der wichtigsten Finanzkennzahlen des PUMA-Konzerns und ein monatlicher Vergleich mit den Budgetzielen. Zielabweichungen werden detailliert analysiert und bei negativen Abweichungen entsprechende Gegenmaßnahmen ergriffen.

Die Veränderung der Umsatzerlöse wird auch durch **Währungseffekte** beeinflusst. Daher geben wir, um entscheidungsrelevante Informationen zur Beurteilung der Umsatzlage zu vermitteln, neben den Umsätzen in der Berichtswährung Euro auch die um Währungseffekte bereinigte Umsatzveränderung an. Die währungsbereinigten Umsatzgrößen dienen Vergleichszwecken und ergeben sich, wenn die Vorjahresbeträge der in den Konzernabschluss einbezogenen Fremdwährungsabschlüsse nicht mit den Durchschnittskursen des Vorjahrs, sondern mit den entsprechenden Durchschnittskursen des aktuellen Berichtjahres umgerechnet werden. Dabei sind währungsbereinigte Kennzahlen nicht als Ersatz oder höherwertige Finanzkennzahlen, sondern stets als Zusatzinformation anzusehen.

Wir nutzen die Kennzahl **Freier Cashflow**, um die Finanzmittelveränderung nach Abzug aller Aufwendungen, die zur organischen Erhaltung oder Erweiterung des PUMA-Konzerns getätigten wurden, zu ermitteln. Der Freie Cashflow berechnet sich aus den Cashflows aus laufender Geschäftstätigkeit und Investitionstätigkeit. Darüber hinaus nutzen wir die Kennzahl **Freier Cashflow vor Akquisitionen**, welche aufbauend auf dem Freien Cashflow eine Bereinigung um Ein- und Auszahlungen, die in Zusammenhang mit Beteiligungen stehen, vornimmt.

Zur Beurteilung der Finanzlage verwenden wir die Kennzahl **Working Capital**. Im Deutschen oft als Betriebskapital bezeichnet, handelt es sich dabei im Wesentlichen um die Differenz aus den kurzfristigen Vermögenswerten, insbesondere den Vorräten und den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und den kurzfristigen Verbindlichkeiten. Der Bestand an Flüssigen Mitteln, die positiven und negativen Marktwerte der derivativen Finanzinstrumente und die kurzfristigen Finanz- und Leasingverbindlichkeiten sind nicht im Working Capital enthalten.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren haben bei PUMA nur eine untergeordnete Bedeutung.

Die Berechnung der zentralen Kennzahlen, die von PUMA zur Unternehmenssteuerung verwendet werden, ist wie folgt definiert:

Die Erfassung der Umsatzerlöse richtet sich nach den Vorgaben des IFRS 15 Erlöse aus Verträgen mit Kunden.

Die Rohertragsmarge von PUMA berechnet sich als Umsatzkosten dividiert durch die Umsatzerlöse. Die Umsatzkosten beinhalten im Wesentlichen den Buchwert der Vorräte, die während der Periode als Aufwand erfasst wurden.

Das operative Ergebnis (EBIT) von PUMA ergibt sich aus der Summe der Umsatzerlöse und Lizenz- und Provisionserträge, abzüglich der Umsatzkosten und der Sonstigen operativen Erträge und Aufwendungen. Das EBIT ist definiert als operatives Ergebnis nach Abschreibungen, Rückstellungen und Wertminderungsaufwendungen, vor Zinsen (= Finanzergebnis) und vor Steuern. Das Finanzergebnis beinhaltet Zinserträge und Zinsaufwendungen sowie Währungsumrechnungsdifferenzen. Die EBIT-Marge berechnet sich als EBIT dividiert durch die Umsatzerlöse.



Das Working Capital von PUMA berechnet sich ausgehend von der Summe der kurzfristigen Vermögenswerte abzüglich der Summe der kurzfristigen Verbindlichkeiten. Zusätzlich werden die Flüssigen Mittel und die positiven und negativen Marktwerte der derivativen Finanzinstrumente herausgerechnet. Die Marktwerte der derivativen Finanzinstrumente werden in der Bilanz unter den Posten Sonstige kurzfristige Vermögenswerte und Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten, die nicht dem Working Capital zugehörig sind, ausgewiesen. Die kurzfristigen Finanz- und Leasingverbindlichkeiten sind ebenso nicht im Working Capital enthalten.

Zur Beurteilung der Ertragslage verwenden wir zusätzlich die Kennzahl EBITDA, welche das operative Ergebnis vor Zinsen (= Finanzergebnis), Steuern und Abschreibungen darstellt. Das EBITDA berechnet sich auf Grundlage des operativen Ergebnisses (EBIT) unter Hinzurechnung der Abschreibungen, welche gegebenenfalls auch die angefallenen Wertminderungsaufwendungen auf Sach- und Finanzanlagen beinhalten. Die EBITDA-Marge berechnet sich als EBITDA dividiert durch die Umsatzerlöse.

ANGABEN ZUM NICHTFINANZIELLEN BERICHT

Gemäß §§ 289b und 315b HGB sind wir verpflichtet, für die PUMA SE und den PUMA-Konzern eine nichtfinanzielle Erklärung im zusammengefassten Lagebericht oder einen nichtfinanziellen Bericht außerhalb des zusammengefassten Lageberichts zu erstellen, in dem wir über ökologische, gesellschaftliche und andere nichtfinanzielle Aspekte berichten. PUMA veröffentlicht bereits seit 2003 Nachhaltigkeitsberichte gemäß den Vorgaben des Global Reporting Initiative (GRI) und seit 2010 die Finanzdaten zusammen mit den Nachhaltigkeitskennzahlen in einem Bericht. Vor diesem Hintergrund berichten wir die geforderten Informationen nach §§ 289b und 315b HGB im Kapitel Nachhaltigkeit in unserem Geschäftsbericht. Der nichtfinanzielle Bericht für das Geschäftsjahr 2021 kann spätestens ab dem 30. April 2022 an folgender Stelle auf unserer Internetseite abgerufen werden:

<http://about.PUMA.com/de-de/investor-relations/financial-reports>

Zudem sind wichtige Nachhaltigkeitsinformationen auf der PUMA Homepage im Bereich Nachhaltigkeit jederzeit abrufbar: <https://about.puma.com/de-de/forever-better>



WIRTSCHAFTSBERICHT

WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

WELTKONJUNKTUR

Gemäß der Winterprognose des Kieler Instituts für Weltwirtschaft (ifw Kiel) vom 15. Dezember 2021 hat die Erholung der Weltwirtschaft seit Jahresmitte an Fahrt verloren. In vielen Teilen der Welt hemmten erneut zunehmende COVID-19-Infektionen die wirtschaftliche Aktivität, Lieferengpässe behinderten den Aufschwung der Industrieproduktion, und das Wachstum der chinesischen Wirtschaft scheint sich verlangsamt zu haben. Nach dem drastischen Konjunktureinbruch durch die COVID-19-Pandemie im Vorjahr erwarten die Expert*innen des ifw Kiel für das Jahr 2021 insgesamt einen Anstieg des weltweiten Bruttoinlandsprodukts (BIP) um 5,7%. Dabei hat sich die globale Industrieproduktion sehr rasch von dem tiefen Einbruch zu Beginn der Pandemie erholt und bereits im Herbst 2020 das Vorkrisenniveau wieder erreicht. Jedoch tragen Lieferengpässe und Kapazitätsprobleme in der Logistik, insbesondere im Seeverkehr, seit Jahresmitte 2021 verstärkt dazu bei, den Welthandel und die Industrieproduktion zu bremsen. Von Seiten der Finanzpolitik wurde die konjunkturelle Entwicklung in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften – und in geringerem Umfang auch in vielen Schwellenländern – vorerst weiter gestützt und es wurden umfangreiche Mehrausgaben und Steuerstundungen beschlossen, um die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie zu mildern.

SPORTARTIKELBRANCHE

Das Jahr 2021 war ein herausforderndes Jahr für die Sportartikelindustrie, in dem eine Vielzahl an operativen Problemstellungen bewältigt werden mussten. So trugen beispielsweise die im gesamten Jahr problematische Situation im Frachtbereich mit hohen Frachtraten, unzureichenden Kapazitäten und überlasteten Häfen sowie auch die Produktionsausfälle durch einen COVID-19-Lockdown in Südvietnam im dritten Quartal zu einer nur begrenzten Produktverfügbarkeit bei. Dennoch konnte sich die Sportartikelbranche im Jahr 2021 von dem Schock, der im Vorjahr durch die COVID-19-Pandemie hervorgerufen wurde, erholen und erneut an das Wachstum der vorangegangenen Geschäftsjahre anknüpfen.

Positiv für die Sportartikelindustrie wirkten sich die Wiederaufnahme von Amateur- und Profisportveranstaltungen und das Stattfinden von sportlichen Großereignissen im Jahr 2021, wie zum Beispiel die Fußball Europameisterschaft und die Olympischen Sommerspiele in Tokio, aus. Zudem gewann durch die COVID-19-Pandemie sportliche Betätigung sowie eine zunehmend gesündere und nachhaltigere Lebensführung, für einen immer größer werdenden Teil der Weltbevölkerung, weiter an Bedeutung. Dies trug unter anderem dazu bei, dass die Beliebtheit von Sportschuhen und von Freizeit- und Sportbekleidung als fester Bestandteil der Alltagsmode („Athleisure“) weiter zugenommen hat.



UMSATZLAGE

DARSTELLUNG DER UMSATZENTWICKLUNG 2021 IM VERGLEICH ZUM AUSBLICK

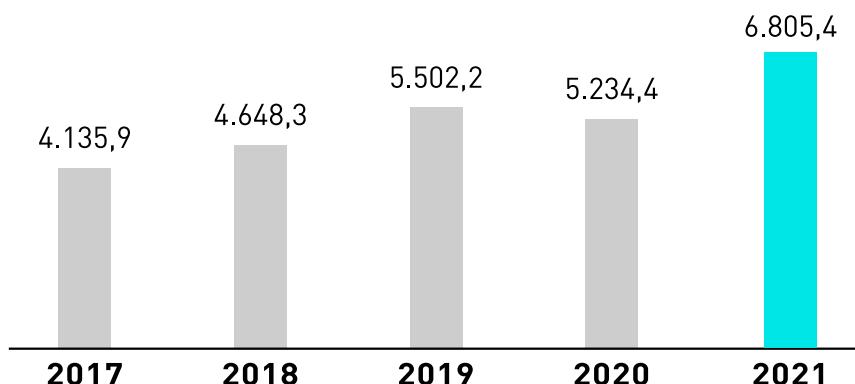
Im zusammengefassten Lagebericht 2020 hatte PUMA für das Geschäftsjahr 2021, aufgrund der negativen Auswirkungen durch die COVID-19-Pandemie, zumindest einen moderaten währungsbereinigten Anstieg der Umsatzerlöse in Aussicht gestellt. Diese Prognose wurde unterjährig mehrmals erhöht und PUMA erwartete, zum Ende des dritten Quartals, für das Geschäftsjahr 2021 einen währungsbereinigten Umsatzanstieg von mindestens 25%. Dank einer anhaltenden Markendynamik, erfolgreicher Produkteinführungen und des starken Fokus auf Flexibilität in der Geschäftstätigkeit konnte PUMA die angepasste Prognose im Gesamtjahr 2021 übertreffen und somit das ursprünglich angestrebte Umsatzziel deutlich überschreiten.

Die Umsatzentwicklung im Geschäftsjahr 2021 wird im Folgenden detaillierter erläutert.

UMSATZERLÖSE

Die Umsatzerlöse von PUMA erhöhten sich im Geschäftsjahr 2021 in der Berichtswährung Euro um 30,0% auf € 6.805,4 Mio. (Vorjahr: € 5.234,4 Mio.). Währungsbereinigt stiegen die Umsätze um 31,7%. Damit gelang es PUMA, nach einem durch die COVID-19-Pandemie verursachten Umsatrückgang im Jahr 2020, das Umsatzwachstum der vorangegangenen Geschäftsjahre fortzusetzen. Alle Regionen und alle Produktbereiche trugen mit zweistelligen Wachstumsraten zu dieser Entwicklung im Jahr 2021 bei.

↗ G.04 UMSATZERLÖSE (in € Mio.)

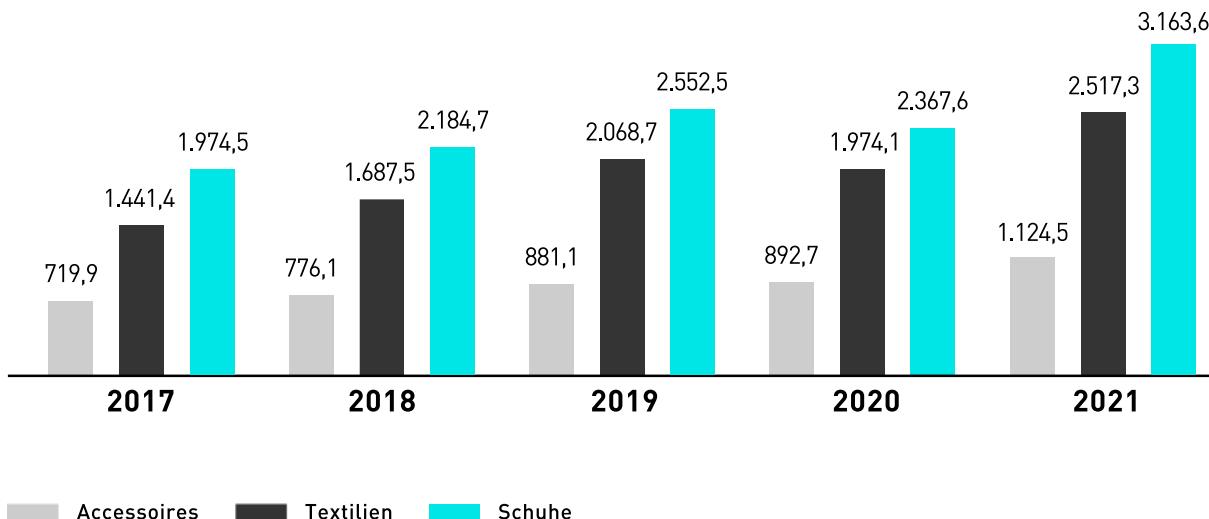


Im Produktbereich **Schuhe** stiegen die Umsätze in der Berichtswährung Euro um 33,6% auf € 3.163,6 Mio. Währungsbereinigt erhöhte sich der Umsatz um 36,0%. Die stärksten Zuwächse wurden in den Kategorien Sportstyle und Running & Training erzielt. Der Anteil des Produktbereichs Schuhe an den gesamten Umsatzerlösen erhöhte sich von 45,2% im Vorjahr auf 46,5% im Jahr 2021.

Die Umsätze im Produktbereich **Textilien** erhöhten sich in der Berichtswährung Euro um 27,5% auf € 2.517,3 Mio. Währungsbereinigt stiegen die Umsätze um 28,6%. Die Kategorie Sportstyle war der Haupttreiber des Umsatzwachstums. Zusätzlich trugen auch die Kategorien Running & Training und Teamsport zu diesem Wachstum bei. Bezogen auf den Konzernumsatz verringerte sich der Anteil des Produktbereichs Textilien leicht auf 37,0% (Vorjahr: 37,7%).

Der Produktbereich **Accessoires** verzeichnete in der Berichtswährung Euro einen Umsatzanstieg von 26,0% auf € 1.124,5 Mio. Dies entspricht einem währungsbereinigten Umsatzwachstum von 27,2%. Der Umsatzanstieg war insbesondere auf höhere Umsätze mit Socken und Bodywear sowie mit Cobra Golfschlägern zurückzuführen. Der Anteil am Konzernumsatz sank von 17,1% im Vorjahr auf 16,5% im Jahr 2021.

↗ G.05 UMSATZ NACH PRODUKTBEREICHEN (in € Mio.)

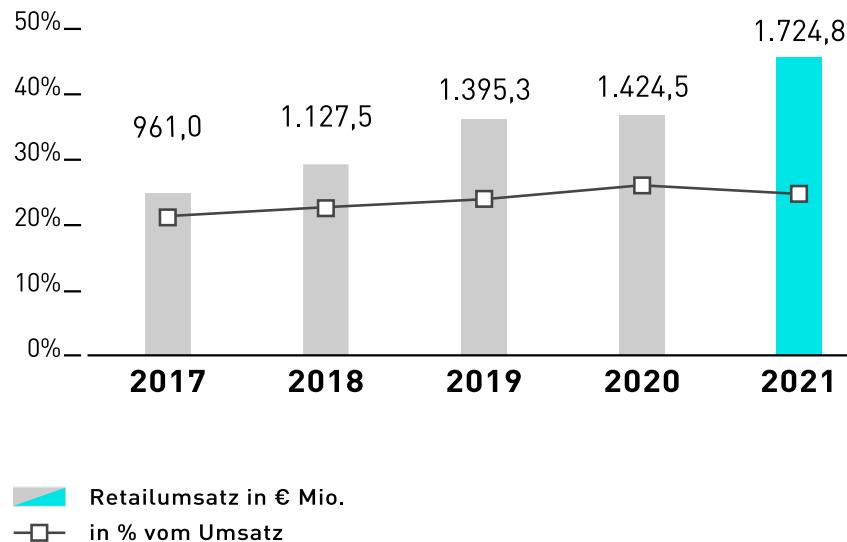


EINZELHANDELSAKTIVITÄTEN

Der direkte Vertrieb an unsere Konsument*innen (das sogenannte „Direct to consumer-business“) stellt die eigenen Einzelhandelsaktivitäten von PUMA dar. Diese beinhalten die Verkäufe an unsere Kund*innen in den eigenen Einzelhandelsgeschäften von PUMA, die sogenannten „Full-Price-Stores“ und „Factory-Outlets“. Ebenso ist unser E-Commerce-Geschäft auf den eigenen Online-Plattformen und auf Plattformen von Onlinehändlern, den sogenannten „Marketplaces“, Teil des direkten Vertriebs an unsere Konsument*innen. Die eigenen Einzelhandelsaktivitäten von PUMA gewährleisten die regionale Verfügbarkeit unserer Produkte und die Präsentation der Marke PUMA in einem zu unserer Markenpositionierung passenden Umfeld.

Der Umsatz von PUMA aus eigenen Einzelhandelsaktivitäten erhöhte sich im Geschäftsjahr 2021 währungsbereinigt um 22,8% auf € 1.724,8 Mio. Dies entspricht einem Anteil von 25,3% am Gesamtumsatz (Vorjahr: 27,2%). Die Umsätze in den eigenen Einzelhandelsgeschäften von PUMA verzeichneten im Jahr 2021 einen währungsbereinigten Anstieg um 30,3%, da es im Vorjahr aufgrund der Restriktionen zur Eindämmung der COVID-19-Pandemie zu einer zeitweisen Schließung der Geschäfte in zahlreichen Ländern weltweit gekommen war. Demgegenüber gab es im Jahr 2021 nur vereinzelte Schließungen der Einzelhandelsgeschäfte. Im E-Commerce-Geschäft stiegen die Umsätze im Jahr 2021 währungsbereinigt um 11,3%, nachdem bereits im Vorjahr ein äußerst starkes Umsatzwachstum von über 60% erzielt werden konnte. Diese Entwicklung im Jahr 2021 spiegelt wider, dass Konsument*innen nach wie vor das Einkäuferlebnis in Einzelhandelsgeschäften schätzen, nachdem sich im Vorjahr das Einkaufsverhalten der Konsument*innen zu mehr Online-Shopping verlagert hatte. Dennoch waren unsere E-Commerce-Aktivitäten an speziellen Tagen im Online-Geschäft, wie beispielsweise am Singles-Day in China am 11. November, dem bedeutendsten Onlineshopping-Tag der Welt und am sogenannten „Black-Friday“ am 26. November beziehungsweise dem „Cyber Monday“ am 29. November, besonders erfolgreich.

↗ G.06 RETAILUMSÄTZE



LIZENZGESCHÄFT

PUMA vergibt für verschiedene Produktbereiche, zum Beispiel für Uhren, Brillen, Sicherheitsschuhe und Gaming Zubehör wie den Playseat, Lizenzen an unabhängige Partner. Diese sind neben Design, Entwicklung und Herstellung auch für den Vertrieb der Produkte zuständig. Darüber hinaus sind noch einige Vertriebslizenzen für verschiedene Märkte in den Lizenzumsätzen enthalten. Nachdem im Vorjahr die Lizenz- und Provisionseinnahmen von PUMA aufgrund der COVID-19-Pandemie zurückgegangen sind, ergab sich im Geschäftsjahr 2021 ein Anstieg der Lizenz- und Provisionseinnahmen um 48,2% auf € 23,9 Mio. (Vorjahr: € 16,1 Mio.).

REGIONALE ENTWICKLUNG

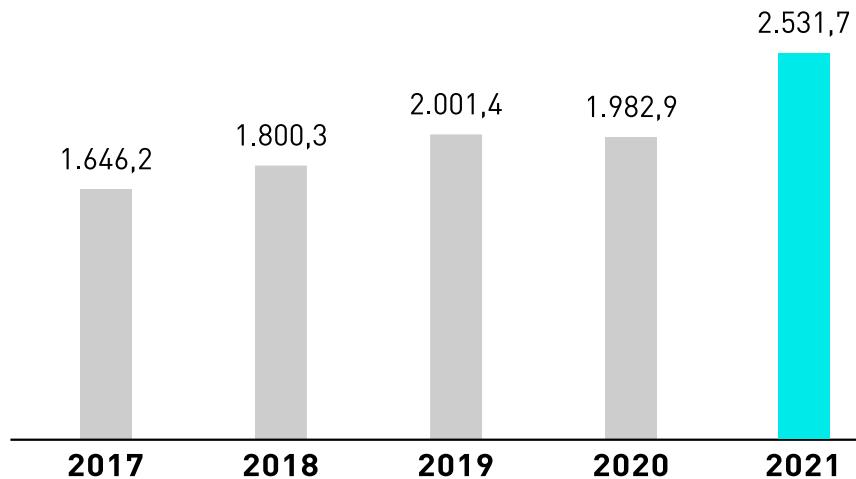
Bei der folgenden Erläuterung der regionalen Umsatzverteilung sind die Umsätze der jeweiligen Region der Kund*innen zugeordnet („Kundenstandort“). Die Unterteilung erfolgt dabei nach drei geographischen Regionen (EMEA, Amerika und Asien/Pazifik). Eine weiterführende regionale Darstellung der Umsätze nach dem Sitz der jeweiligen Konzerngesellschaft findet sich im Kapitel 25 des Konzernanhangs.

Die Umsatzerlöse von PUMA erhöhten sich im Geschäftsjahr 2021 in der Berichtswährung Euro um 30,0%. Dies entspricht einem währungsbereinigten Umsatanstieg von 31,7% gegenüber dem Vorjahr. Alle Regionen trugen mit zweistelligen Wachstumsraten zu dieser Entwicklung bei.

In der Region **EMEA** stiegen die Umsätze in der Berichtswährung Euro um 27,7% auf € 2.531,7 Mio. Währungsbereinigt entspricht dies einem Umsatanstieg von 28,2%. Nahezu alle Länder der Region trugen mit zweistelligen Wachstumsraten zu dieser Entwicklung bei. Besonders starke Zuwächse kamen aus den Ländern Frankreich, Italien, Russland und Südafrika. Bezogen auf den Konzernumsatz verringerte sich der Anteil der Region EMEA dennoch von 37,9% im Vorjahr auf 37,2% im Jahr 2021.

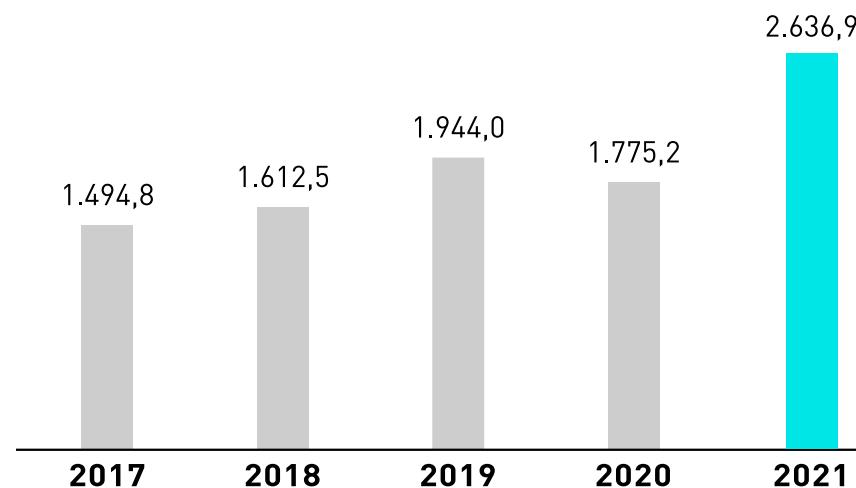
Mit Blick auf die Produktbereiche verzeichneten die Umsätze mit Schuhen einen währungsbereinigten Anstieg von 31,0%. Die Umsätze mit Textilien erhöhten sich währungsbereinigt um 29,2%. Bei den Accessoires stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 20,6%.



↗ G.07 UMSÄTZE EMEA (in € Mio.)

In der Region **Amerika** erhöhten sich die Umsätze in der Berichtswährung Euro um 48,5% auf € 2.636,9 Mio. Damit wurde in dieser Region erstmalig die Umsatzmarke von 2 Milliarden Euro übertroffen. Währungsbereinigt stiegen die Umsätze um 53,9%. Dabei verzeichnete insbesondere Lateinamerika negative Währungskurseffekte, da die Schwäche des argentinischen Pesos gegenüber dem Euro einen deutlichen negativen Effekt auf die Umsätze in Lateinamerika in der Berichtswährung Euro hatte. Aufgrund des starken Umsatzwachstums erhöhte sich der Anteil der Region Amerika am Konzernumsatz auf 38,7% im Jahr 2021 (Vorjahr: 33,9%).

In Bezug auf die Produktbereiche verzeichneten sowohl Schuhe (währungsbereinigt +63,8%) als auch Textilien (währungsbereinigt +52,1%) ein besonders starkes Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr. Die Umsätze im Produktbereich Accessoires erhöhten sich währungsbereinigt um 35,1%, was insbesondere auf höhere Umsätze mit Cobra Golfschlägern und mit Socken und Bodywear zurückzuführen ist.

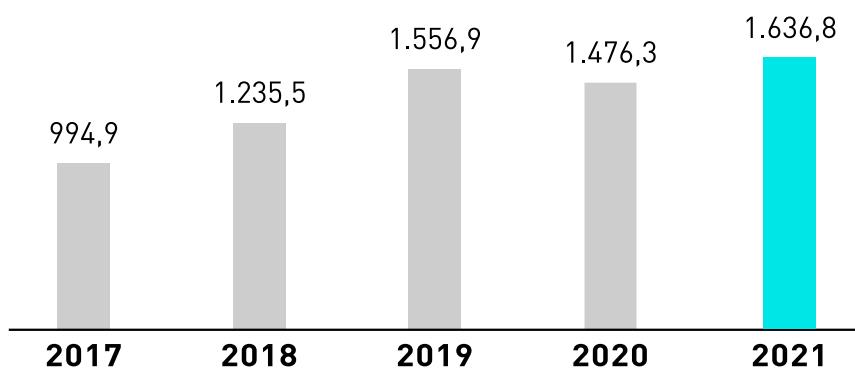
↗ G.08 UMSÄTZE AMERIKA (in € Mio.)



In der Region **Asien/Pazifik** stiegen die Umsätze in der Berichtswährung Euro um 10,9% auf € 1.636,8 Mio. Dies entspricht einem währungsbereinigten Umsatzwachstum von 10,6%. Während sich im Jahr 2021 im Großraum China aufgrund des schwierigen Marktumfeldes ein Umsatzrückgang im einstelligen Prozentbereich ergab, verzeichneten unter anderem Indien, Japan und Australien Umsatzzuwächse im zweistelligen Prozentbereich. Der Anteil der Region Asien/Pazifik am Konzernumsatz sank von 28,2% im Vorjahr auf 24,1% im Jahr 2021.

Bei den Produktbereichen stiegen die Umsätze mit Schuhen währungsbereinigt um 9,4%. Bei den Textilien erhöhten sich die Umsätze um 9,6% und die Umsätze im Produktbereich Accessoires wuchsen währungsbereinigt um 24,7%.

[G.09 UMSÄTZE ASIEN/PAZIFIK](#) (in € Mio.)





ERTRAGSLAGE

T.01 GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

	2021		2020		
	€ Mio.	%	€ Mio.	%	+/- %
Umsatzerlöse	6.805,4	100,0%	5.234,4	100,0%	30,0%
Umsatzkosten	-3.547,6	-52,1%	-2.776,4	-53,0%	27,8%
Rohertrag	3.257,8	47,9%	2.458,0	47,0%	32,5%
Lizenz- und Provisionserträge	23,9	0,4%	16,1	0,3%	48,2%
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	-2.724,6	-40,0%	-2.264,9	-43,3%	20,3%
Operatives Ergebnis (EBIT)	557,1	8,2%	209,2	4,0%	166,3%
Finanzergebnis	-51,8	-0,8%	-46,8	-0,9%	10,5%
Gewinn vor Steuern (EBT)	505,3	7,4%	162,3	3,1%	211,2%
Ertragsteuern	-128,5	-1,9%	-39,2	-0,7%	227,8%
Steuerquote	25,4%		24,2%		
Nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnende Ergebnisse	-67,2	-1,0%	-44,2	-0,8%	51,9%
Konzernergebnis	309,6	4,5%	78,9	1,5%	292,4%
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)	149,59		149,56		0,0%
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien, verwässert (Mio. Stück)	149,59		149,56		0,0%
Ergebnis je Aktie in €	2,07		0,53		292,3%
Ergebnis je Aktie, verwässert in €	2,07		0,53		292,3%



DARSTELLUNG DER ERTRAGSENTWICKLUNG 2021 IM VERGLEICH ZUM AUSBLICK

Im Ausblick des zusammengefassten Lageberichts 2020 prognostizierte PUMA für das Geschäftsjahr 2021 eine deutliche Verbesserung des operativen Ergebnisses (EBIT) und auch des Konzernergebnisses. Die Prognose für das operative Ergebnis (EBIT) konnte unterjährig bereits mehrmals angehoben werden und es wurde, zum Ende des dritten Quartals, ein operatives Ergebnis (EBIT) in einer Bandbreite zwischen € 450 Mio. und € 500 Mio. erwartet. Dank einer anhaltenden Markendynamik, erfolgreichen Produkteinführungen und des starken Fokus auf Flexibilität in der Geschäftstätigkeit konnte PUMA die angepasste Ergebnisprognose im Gesamtjahr 2021 übertreffen und somit die ursprünglich angestrebte Profitabilität überschreiten.

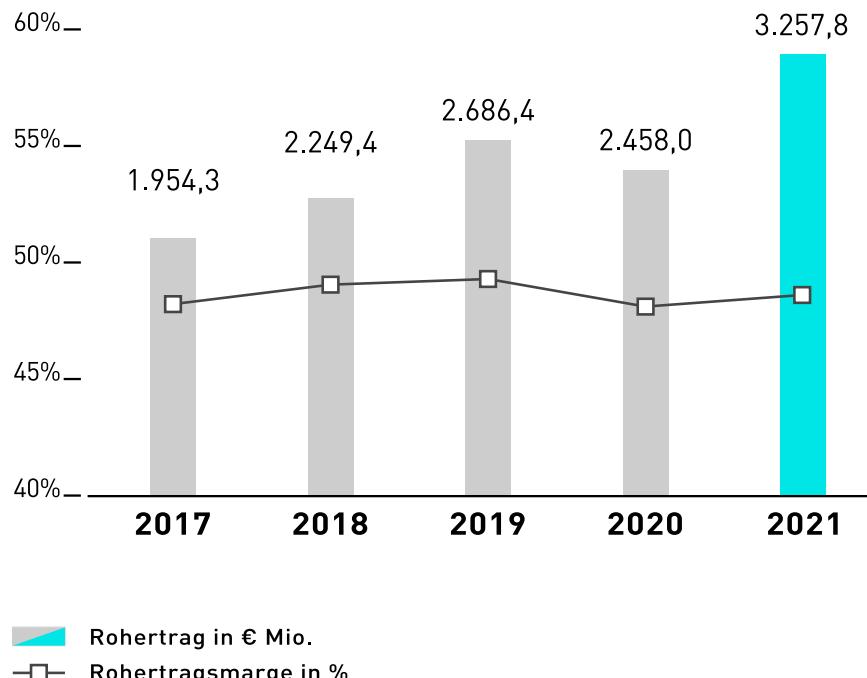
Die Ertragsentwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr wird im Folgenden detaillierter erläutert.

ROHERTRAGSMARGE

Der Rohertrag von PUMA stieg im Geschäftsjahr 2021 um 32,5% von € 2.458,0 Mio. auf € 3.257,8 Mio. Die Rohertragsmarge verbesserte sich um 90 Basispunkte von 47,0% auf 47,9%. Dies war insbesondere auf einen stärkeren Abverkauf und niedrigere Verkaufsförderungsmaßnahmen zurückzuführen. Demgegenüber hatten Währungskurseffekte, regionale- und Vertriebskanalmix-Effekte sowie Kostensteigerungen für eingehende Frachten einen negativen Einfluss auf die Entwicklung der Rohertragsmarge.

Die Rohertragsmarge im Produktbereich Schuhe verbesserte sich von 45,7% im Vorjahr auf 47,3% im Jahr 2021. Bei den Textilien erhöhte sich die Rohertragsmarge von 48,5% auf 48,9% und die Rohertragsmarge für Accessoires stieg von 47,0% auf 47,1%.

[G.10 ROHERTRAG/ROHERTRAGSMARGE](#)

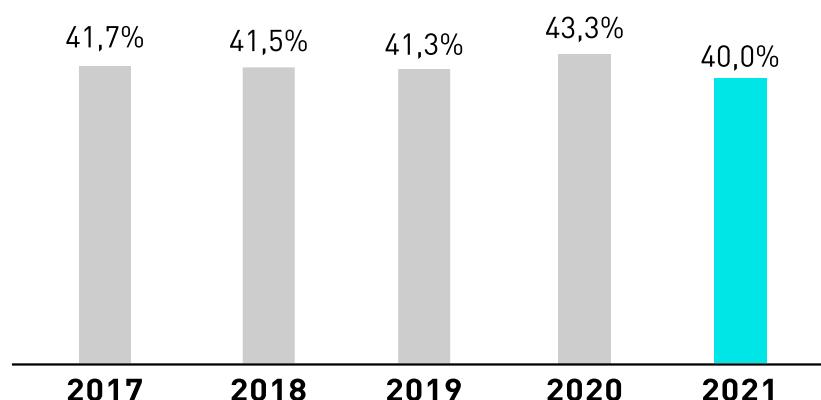




SONSTIGE OPERATIVE ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN

Die sonstigen operativen Erträge und Aufwendungen (OPEX) erhöhten sich im Geschäftsjahr 2021 um 20,3% von insgesamt € 2.264,9 Mio. im Vorjahr auf € 2.724,6 Mio. Höhere Aufwendungen für Marketing, eine höhere Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte, höhere umsatzabhängige Vertriebs- und Lagerhaltungskosten sowie operative Ineffizienzen aufgrund der anhaltenden negativen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie trugen zu dieser Entwicklung bei. Indessen führte die fortgesetzte Kostenkontrolle zu einem deutlich schwächeren Anstieg der sonstigen operativen Erträge und Aufwendungen im Vergleich zum Umsatzwachstum. Der erzielte operative Leverage spiegelte sich auch im Rückgang der Kostenquote von 43,3% im Vorjahr auf nunmehr 40,0% im Jahr 2021 wider, was maßgeblich zur Verbesserung der Profitabilität im Geschäftsjahr 2021 beigetragen hat.

↗ G.11 OPERATIVE AUFWENDUNGEN (in % vom Umsatz)



Innerhalb der Vertriebsaufwendungen kam es bei den Aufwendungen für Marketing/ Retail zu einem Anstieg um 24,7% auf € 1.309,1 Mio. Die Kostenquote lag im Jahr 2021 bei 19,2% vom Umsatz gegenüber einer Kostenquote von 20,1% im Vorjahr. Die übrigen Vertriebsaufwendungen, welche vor allem umsatzabhängige Kosten und Kosten für Lager und Logistik beinhalten, erhöhten sich um 20,8% auf € 898,2 Mio. Die Kostenquote der übrigen Vertriebsaufwendungen reduzierte sich im Jahr 2021 auf 13,2% vom Umsatz gegenüber einer Kostenquote von 14,2% im Vorjahr.

Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung/ Produktmanagement stiegen gegenüber dem Vorjahr um 11,6% auf € 114,5 Mio. und die Kostenquote sank leicht auf 1,7%. Die sonstigen operativen Erträge beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf € 2,6 Mio. und resultierten insbesondere aus Erträgen aus dem Verkauf von Anlagevermögen. Die Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen erhöhten sich im Jahr 2021 um 9,9% auf € 405,2 Mio. Die Kostenquote der Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen verringerte sich im Jahr 2021 auf 6,0% vom Umsatz. Abschreibungen sind in den jeweiligen Kosten mit insgesamt € 287,3 Mio. (Vorjahr: € 275,7 Mio.) enthalten. Daraüber hinaus beinhalten die jeweiligen Kosten Wertminderungsaufwendungen in Bezug auf Nutzungsrechte an Vermögenswerten in Höhe von insgesamt € 18,5 Mio. (Vorjahr: Wertminderungsaufwendungen in Bezug auf Geschäfts- oder Firmenwerte und Nutzungsrechte an Vermögenswerten in Höhe von insgesamt € 18,0 Mio.).



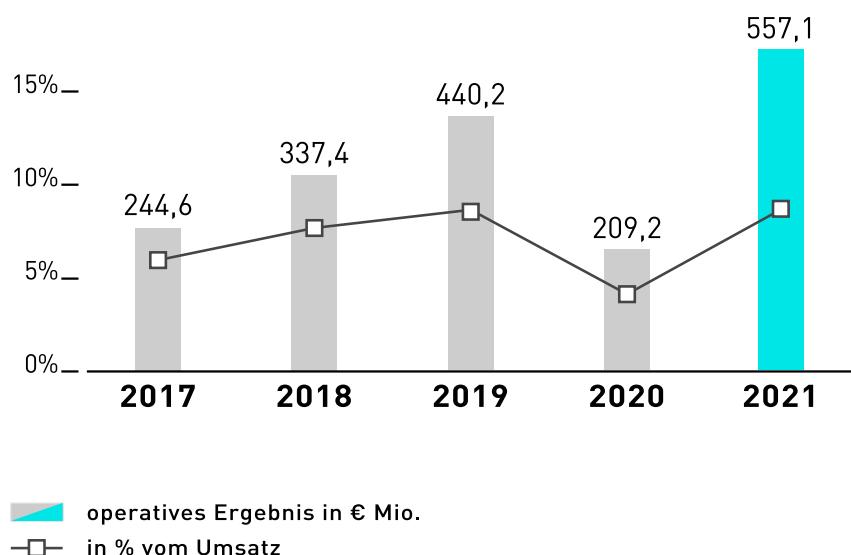
ERGEBNIS VOR ZINSEN, STEUERN UND ABSCHREIBUNGEN (EBITDA)

Das Ergebnis vor Zinsen (= Finanzergebnis), Steuern und Abschreibungen (EBITDA) erhöhte sich im Geschäftsjahr 2021 um 71,6% von € 502,9 Mio. auf € 862,8 Mio. Die EBITDA-Marge verbesserte sich von 9,6% im Vorjahr auf 12,7% im Jahr 2021.

OPERATIVES ERGEBNIS (EBIT)

Im Geschäftsjahr 2021 erhöhte sich das operative Ergebnis um 166,3% von € 209,2 Mio. im Vorjahr auf € 557,1 Mio. Die deutliche Verbesserung der Profitabilität im Geschäftsjahr 2021 ist auf das starke Umsatzwachstum in Verbindung mit der Verbesserung der Rohertragsmarge und den deutlich schwächeren Anstieg der sonstigen operativen Erträge und Aufwendungen im Vergleich zum Umsatz zurückzuführen. Die EBIT-Marge stieg dementsprechend von 4,0% im Vorjahr auf 8,2% an.

↗ G.12 OPERATIVES ERGEBNIS



FINANZERGEBNIS

Das Finanzergebnis reduzierte sich im Jahr 2021 von per Saldo € -46,8 Mio. im Vorjahr auf € -51,8 Mio. Diese Entwicklung ist unter anderem bedingt durch höhere Aufwendungen aus Währungsumrechnungs-differenzen in Höhe von insgesamt € -9,0 Mio. im Jahr 2021 gegenüber € -3,9 Mio. im Vorjahr. Ein Anstieg der Aufwendungen aus Zinskomponenten im Zusammenhang mit Devisentermingeschäften („Swap points“) auf insgesamt € -9,0 Mio. im Jahr 2021 gegenüber € -3,9 Mio. im Vorjahr trug ebenfalls zu dieser Entwicklung bei. Demgegenüber verbesserte sich das Zinsergebnis (d.h. der Saldo aus Zinserträgen und Zinsaufwendungen) im Jahr 2021 auf insgesamt € -1,0 Mio. im Vergleich zu € -5,7 Mio. im Vorjahr.

GEWINN VOR STEUERN (EBT)

Im Geschäftsjahr 2021 erwirtschaftete PUMA einen Gewinn vor Steuern von € 505,3 Mio. Dies entspricht einem deutlichen Anstieg von 211,2% gegenüber dem Vorjahr (€ 162,3 Mio.). Der Steueraufwand erhöhte sich auf € 128,5 Mio. im Vergleich zu € 39,2 Mio. im Vorjahr. Die Steuerquote stieg leicht von 24,2% auf 25,4% im Jahr 2021.



NICHT BEHERRSCHENDEN ANTEILEN ZUZURECHNENDE ERGEBNISSE

Die nicht beherrschenden Anteilen zuzurechnenden Ergebnisse beziehen sich auf Gesellschaften auf dem nordamerikanischen Markt, bei denen jeweils derselbe Gesellschafter Minderheitsanteile hält. Die Ergebnisanteile dieses Gesellschafters erhöhten sich im Geschäftsjahr 2021 um 51,9% auf € 67,2 Mio. (Vorjahr: 44,2 Mio.). Diese Gesellschaften betreffen die PUMA United North America und die PUMA United Canada. Der Geschäftszweck dieser Gesellschaften ist der Vertrieb von Socken, Bodywear, Accessoires und Kinderbekleidung auf dem nordamerikanischen Markt.

KONZERNERGEBNIS

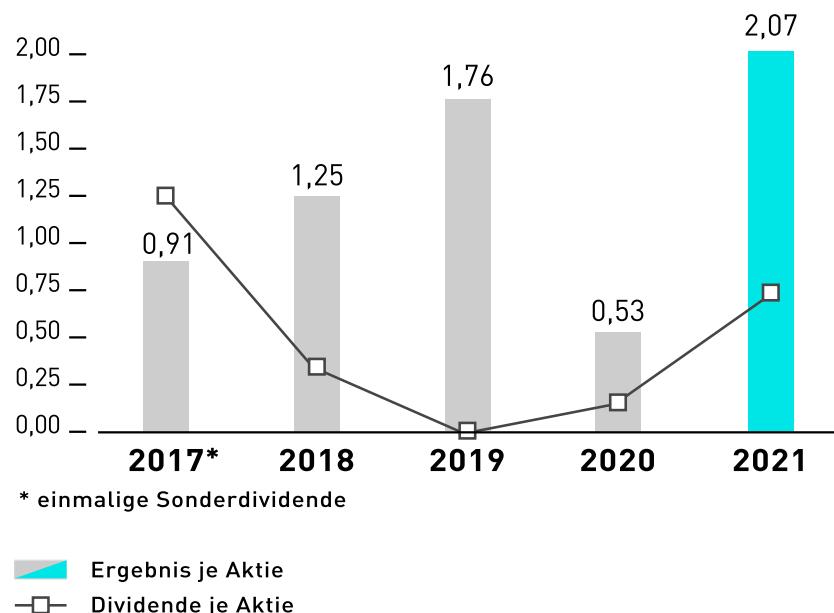
Das Konzernergebnis verbesserte sich im Geschäftsjahr 2021 um 292,4% von € 78,9 Mio. auf € 309,6 Mio. Dies stellt das bisher beste Konzernergebnis in der Unternehmensgeschichte von PUMA dar. Der deutliche Anstieg des Konzernergebnisses resultierte im Wesentlichen aus dem starken Umsatzwachstum in Verbindung mit der Verbesserung der Rohertragsmarge und dem erzielten operativen Leverage. Demgegenüber führte der leichte Anstieg der Steuerquote im Jahr 2021 zu einem negativen Effekt auf die Entwicklung des Konzernergebnisses.

Das Ergebnis je Aktie und das verwässerte Ergebnis je Aktie erhöhten sich, entsprechend der Entwicklung des Konzernergebnisses, von € 0,53 im Vorjahr auf € 2,07 im Geschäftsjahr 2021.

DIVIDENDE

Auf Grundlage des positiven Konzernergebnisses schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 11. Mai 2022 vor, für das Geschäftsjahr 2021 eine Dividende in Höhe von € 0,72 je Aktie aus dem Bilanzgewinn der PUMA SE auszuschütten. Die Ausschüttungsquote für das Geschäftsjahr 2021 beträgt 34,8% des Konzernergebnisses. Dies steht im Einklang mit der Dividendenpolitik der PUMA SE, welche eine Ausschüttung in Höhe einer Quote von 25% bis 35% des Konzernergebnisses nach IFRS vorsieht. Die Auszahlung der Dividende soll in den Tagen nach der Hauptversammlung, die über die Ausschüttung beschließt, erfolgen. Im Vorjahr wurde eine Dividende in Höhe von € 0,16 je Aktie ausgeschüttet und die Ausschüttungsquote betrug 30,3% des Konzernergebnisses.

[↗ G.13 ERGEBNIS/DIVIDENDE JE AKTIE \(in €\)](#)





VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

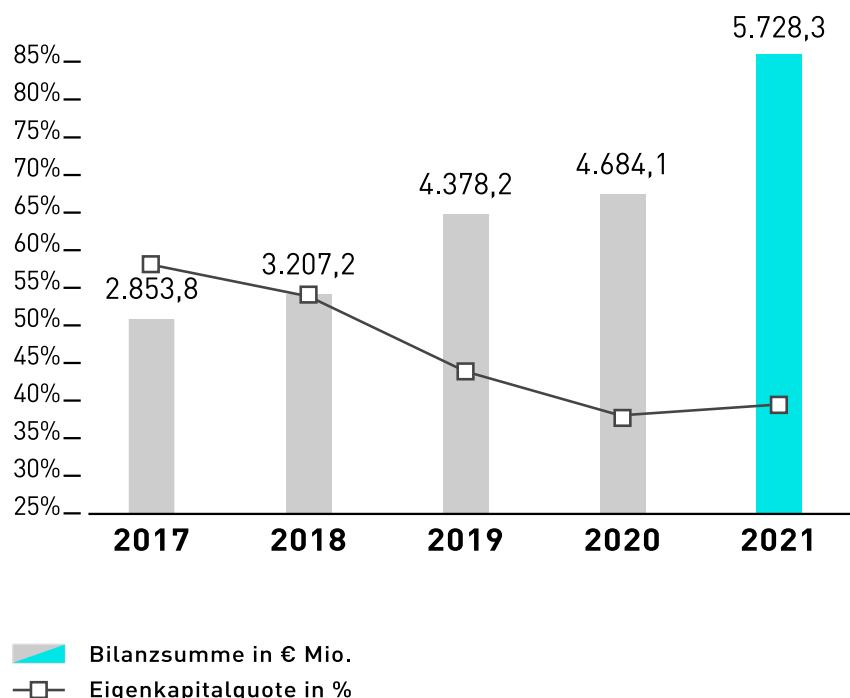
T.02 BILANZ

	31.12.2021		31.12.2020		+/- %
	€ Mio.	%	€ Mio.	%	
Flüssige Mittel	757,5	13,2%	655,9	14,0%	15,5%
Vorräte	1.492,2	26,1%	1.138,0	24,3%	31,1%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	848,0	14,8%	621,0	13,3%	36,5%
Andere kurzfristige Vermögenswerte (Working Capital)	268,7	4,7%	174,5	3,7%	54,0%
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	123,3	2,2%	23,7	0,5%	420,4%
Kurzfristige Vermögenswerte	3.489,8	60,9%	2.613,0	55,8%	33,6%
Latente Steuern	279,9	4,9%	277,5	5,9%	0,9%
Nutzungsrechte an Vermögenswerten	940,5	16,4%	877,6	18,7%	7,2%
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1.018,0	17,8%	916,0	19,6%	11,1%
Langfristige Vermögenswerte	2.238,4	39,1%	2.071,0	44,2%	8,1%
Summe Aktiva	5.728,3	100,0%	4.684,1	100,0%	22,3%
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	68,5	1,2%	121,4	2,6%	-43,6%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.176,5	20,5%	941,5	20,1%	25,0%
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (Working Capital)	704,6	12,3%	526,2	11,2%	33,9%
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	172,4	3,0%	156,5	3,3%	10,1%
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	42,6	0,7%	127,2	2,7%	-66,5%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	2.164,5	37,8%	1.872,8	40,0%	15,6%
Latente Steuern	48,8	0,9%	40,6	0,9%	20,1%
Pensionsrückstellungen	31,9	0,6%	38,2	0,8%	-16,3%
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	851,0	14,9%	775,2	16,6%	9,8%
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	353,5	6,2%	193,4	4,1%	82,8%
Langfristige Verbindlichkeiten	1.285,3	22,4%	1.047,4	22,4%	22,7%
Eigenkapital	2.278,5	39,8%	1.763,9	37,7%	29,2%
Summe Passiva	5.728,3	100,0%	4.684,1	100,0%	22,3%
Working Capital	727,9		465,8		56,3%
- in % vom Umsatz	10,7%		8,9%		

EIGENKAPITALQUOTE

PUMA verfügt über eine sehr solide Kapitalausstattung. Zum Bilanzstichtag stieg das Eigenkapital des PUMA-Konzerns um 29,2% von € 1.763,9 Mio. im Vorjahr auf € 2.278,5 Mio. zum 31. Dezember 2021. Neben dem positiven Konzernergebnis trugen auch positive Effekte der direkt im Eigenkapital erfassten Wertänderungen aus der Marktbewertung der derivativen Finanzinstrumente im Zusammenhang mit dem Cashflow Hedging und der Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochtergesellschaften, die nicht in der Berichtswährung Euro bilanzieren, zum Anstieg des Konzern-Eigenkapitals bei. Die Bilanzsumme erhöhte sich zum Bilanzstichtag um 22,3% von € 4.684,1 Mio. im Vorjahr auf € 5.728,3 Mio. an. Insgesamt ergab sich daraus ein Anstieg der Eigenkapitalquote um 2,1 Prozentpunkte von 37,7% im Vorjahr auf 39,8% zum 31. Dezember 2021.

G.14 BILANZSUMME/EIGENKAPITALQUOTE



WORKING CAPITAL

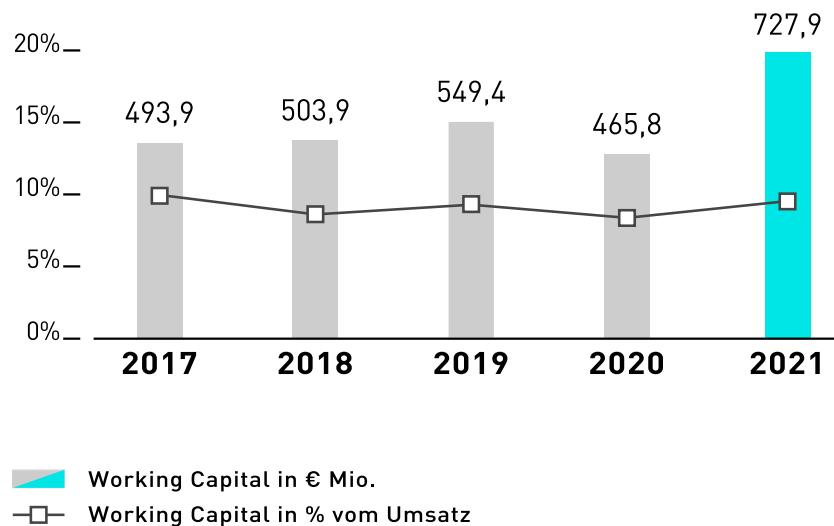
Das Working Capital erhöhte sich zum Bilanzstichtag um 56,3% von € 465,8 Mio. im Vorjahr auf € 727,9 Mio. zum 31. Dezember 2021. Im Verhältnis zum Umsatz des jeweiligen Geschäftsjahres entspricht dies einem Anstieg der Working Capital-Quote von 8,9% im Vorjahr auf 10,7% zum Jahresende 2021. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf den stärkeren Anstieg der Vorräte und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen im Vergleich zum Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen.

Aufgrund anhaltender Lieferverzögerungen, die zum Bilanzstichtag zu einem Anstieg der unterwegs befindlichen Waren um mehr als die Hälfte gegenüber dem Vorjahr beitrugen, ergab sich insgesamt eine Erhöhung der Vorräte um 31,1% von € 1.138,0 Mio. auf € 1.492,2 Mio. zum 31. Dezember 2021. Zusätzlich führte eine höhere Anzahl an eigenen Einzelhandelsgeschäften zu dem Anstieg der Vorräte. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich infolge des starken Umsatzwachstums und aufgrund niedrigerer Forderungsverkäufe zum Bilanzstichtag um 36,5% von € 621,0 Mio. auf € 848,0 Mio. Die anderen kurzfristigen Vermögenswerte, die dem Working Capital zuzurechnen sind, stiegen im Wesentlichen aufgrund höherer Steuererstattungsansprüche um 54,0% von € 174,5 Mio. auf € 268,7 Mio.



Auf der Passivseite erhöhten sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen im Zusammenhang mit den gestiegenen Vorräten um 25,0% von € 941,5 Mio. auf € 1.176,5 Mio. Die anderen kurzfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen, die im Working Capital enthalten sind und die unter anderem Kundenbonus- und Garantierückstellungen umfassen, erhöhten sich bedingt durch den starken Umsatzanstieg um 33,9% von € 526,2 Mio. auf € 704,6 Mio.

↗ G.15 WORKING CAPITAL



SONSTIGE VERMÖGENSWERTE UND SONSTIGE VERBINDLICHKEITEN

Die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte, die ausschließlich den positiven Marktwert der derivativen Finanzinstrumente beinhalten, erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr von € 23,7 Mio. auf € 123,3 Mio. Diese Entwicklung resultiert aus dem Anstieg des US-Dollar Stichtagskurses zum 31. Dezember 2021 im Vergleich zum jeweiligen Kurs des US-Dollars bei Abschluss der Sicherungsgeschäfte.

Die Nutzungsrechte an Vermögenswerten erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr um 7,2% von € 877,6 Mio. auf € 940,5 Mio. Der Anstieg resultierte im Wesentlichen aus dem Umzug in neue Bürogebäude in USA, Frankreich und Schweden sowie der gestiegenen Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte. Die Nutzungsrechte betrafen zum 31. Dezember 2021 eigene Einzelhandelsgeschäfte in Höhe von € 382,9 Mio. (Vorjahr: € 355,2 Mio.), Lager und Büros in Höhe von € 505,8 Mio. (Vorjahr: € 464,3 Mio.) und Sonstige Leasinggegenstände, im Wesentlichen Technische Anlagen und Maschinen sowie Kraftfahrzeuge, in Höhe von insgesamt € 51,9 Mio. (Vorjahr: € 58,1 Mio.). Dies führte auf der Passivseite zu einem Anstieg der kurz- und langfristigen Leasingverbindlichkeiten.

Die sonstigen langfristigen Vermögenswerte, die sich im Wesentlichen aus immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen zusammensetzen, erhöhten sich im abgelaufenen Geschäftsjahr um 11,1% von € 916,0 Mio. auf € 1.018,0 Mio. Der Anstieg steht im Zusammenhang mit der deutlichen Ausweitung der Investitionstätigkeit im Jahr 2021, nachdem pandemiebedingt im Vorjahr zur Verringerung der Mittelabflüsse niedrigere Investitionen in das Anlagevermögen getätigt wurden.

Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten beinhalten zum 31. Dezember 2021 den kurzfristigen Anteil der Schuldscheindarlehen in Höhe von € 68,5 Mio. Im Vorjahr waren neben dem kurzfristigen Anteil der Schuldscheindarlehen in Höhe von € 100,0 Mio. auch kurzfristige Bankverbindlichkeiten in Höhe von € 21,4 Mio. enthalten.



Die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten, die den negativen Marktwert der derivativen Finanzinstrumente beinhalten, verringerten sich im Vergleich zum Vorjahr von € 127,2 Mio. auf € 42,6 Mio.

Die Pensionsrückstellungen sanken von € 38,2 Mio. im Vorjahr auf € 31,9 Mio. Diese Entwicklung steht insbesondere im Zusammenhang mit einem Anstieg des Planvermögens.

Die sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten, welche im Wesentlichen Schuldscheindarlehen über insgesamt € 311,5 Mio. (Vorjahr: € 145,0 Mio.) enthalten, betrugen zum Bilanzstichtag € 353,5 Mio. (Vorjahr: € 193,4 Mio.).



CASHFLOW

T.03 KAPITALFLUSSRECHNUNG

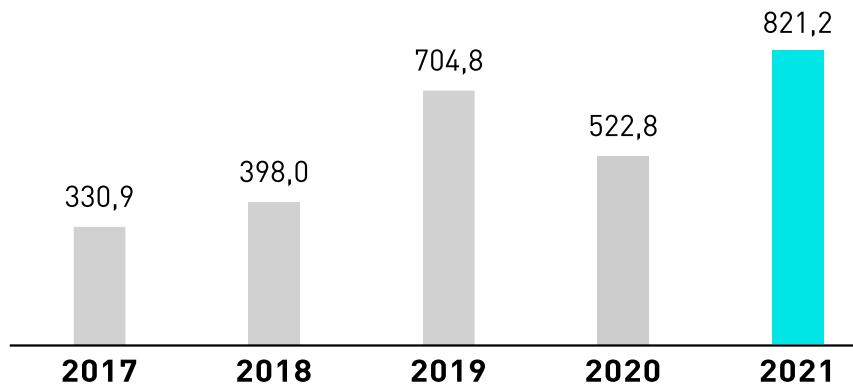
	2021 € Mio.	2020 € Mio.	+/- %
Gewinn vor Steuern (EBT)	505,3	162,3	211,2%
Finanzergebnis und zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	315,9	360,4	-12,4%
Brutto Cashflow	821,2	522,8	57,1%
Veränderung im Netto-Umlaufvermögen	-214,3	-11,9	-
Zahlungen für Ertragsteuern	-146,9	-89,3	64,4%
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	460,1	421,5	9,2%
Auszahlungen für Akquisitionen	0,0	0,0	-
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-202,4	-151,0	34,1%
Übrige Investitions- und Desinvestitionstätigkeiten inkl. erhaltene Zinsen	18,6	5,5	-
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-183,8	-145,5	26,3%
Freier Cashflow	276,2	276,0	0,1%
Freier Cashflow (vor Akquisitionen)	276,2	276,0	0,1%
- in % vom Umsatz	4,1%	5,3%	-
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen	-23,9	0,0	-
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Anteile	-47,8	-45,6	5,0%
Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzverbindlichkeiten	235,0	94,2	149,4%
Auszahlungen für die Rückzahlung von Finanzverbindlichkeiten	-121,9	0,0	-
Auszahlungen für die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-160,9	-135,0	19,2%
Zinszahlungen	-44,4	-43,0	3,3%
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-164,0	-129,2	26,9%
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelbestands	-10,5	-8,9	18,4%
Veränderung des Finanzmittelbestands	101,7	137,8	-26,2%
Finanzmittelbestand am Anfang des Geschäftsjahrs	655,9	518,1	26,6%
Finanzmittelbestand am Ende des Geschäftsjahrs	757,5	655,9	15,5%



MITTELZUFLUSS AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Der deutliche Anstieg des Gewinn vor Steuern (EBT +211,2%) im Geschäftsjahr 2021 war der Hauptgrund für den Anstieg des Brutto Cashflows um 57,1% von € 522,8 Mio. auf € 821,2 Mio.

↗ G.16 BRUTTO CASHFLOW (in € Mio.)



In Folge des Anstiegs des Working Capitals ergab sich im Geschäftsjahr 2021 ein Mittelabfluss aus der Veränderung des Netto-Umlaufvermögens* von € -214,3 Mio. gegenüber einem Mittelabfluss von nur € -11,9 Mio. im Vorjahr. Der Mittelabfluss aus Zahlungen für Ertragsteuern erhöhte sich aufgrund der gestiegenen Profitabilität von € -89,3 Mio. im Vorjahr auf € -146,9 Mio. im Geschäftsjahr 2021. Per Saldo führte dies zu einem Anstieg des Mittelzuflusses aus laufender Geschäftstätigkeit um 9,2% von € 421,5 Mio. auf € 460,1 Mio. Damit gelang es PUMA, trotz des gestiegenen Working Capitals, den Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit im Geschäftsjahr 2021 zu verbessern.

MITTELABFLUSS AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit stieg im Geschäftsjahr 2021 insgesamt von € 145,4 Mio. auf € 183,8 Mio. Die darin enthaltenen Investitionen in das Anlagevermögen erhöhten sich entsprechend unserer Investitionsplanung von € 151,0 Mio. im Vorjahr auf € 202,4 Mio. im Jahr 2021. Der Anstieg betraf im Wesentlichen Investitionen in eigene Einzelhandelsgeschäfte, in unsere Logistik-Infrastruktur und in neue Verwaltungsgebäude. Darüber hinaus wurden die Investitionen in die Modernisierung der IT-Infrastruktur fortgeführt.

* Das Netto-Umlaufvermögen beinhaltet das Working Capital sowie die kurzfristigen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, welche nicht dem Working Capital zuzurechnen sind. Die kurzfristigen Leasingverbindlichkeiten sind nicht Teil des Netto-Umlaufvermögens.

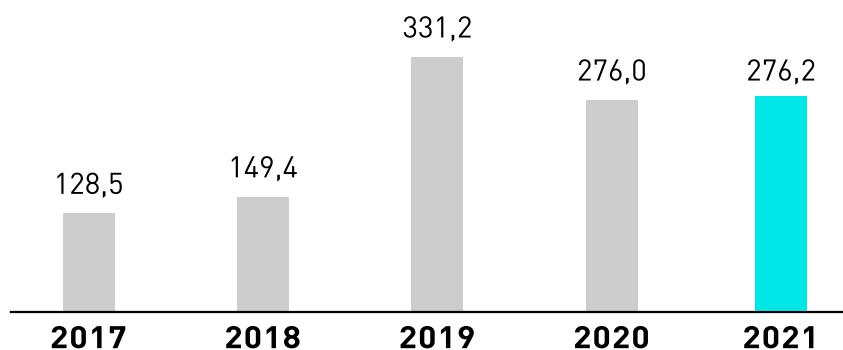


FREIER CASHFLOW VOR AKQUISITIONEN

Der Freie Cashflow vor Akquisitionen ergibt sich als Saldo der Mittelzuflüsse und -abflüsse aus laufender Geschäftstätigkeit und Investitionstätigkeit. Zudem erfolgt, sofern vorhanden, eine Bereinigung um Ein- und Auszahlungen, die im Zusammenhang mit Beteiligungen stehen. In den Jahren 2020 und 2021 wurden keine Akquisitionen getätigt.

Der Freie Cashflow vor Akquisitionen blieb im Geschäftsjahr 2021 mit € 276,2 Mio. konstant gegenüber dem Vorjahr (€ 276,0 Mio.). Der Freie Cashflow vor Akquisitionen betrug 4,1% des Umsatzes gegenüber 5,3% im Vorjahr.

[↗ G.17 FREIER CASHFLOW \(VOR AKQUISITIONEN\) \(in € Mio.\)](#)



MITTELABFLUSS AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT

Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit erhöhte sich insgesamt von einem Mittelabfluss in Höhe von € 129,2 Mio. im Vorjahr auf einen Mittelabfluss in Höhe von € 164,0 Mio. im Jahr 2021. Der Anstieg des Mittelabflusses resultierte im Wesentlichen aus der Dividendenzahlung an die Anteilseigner der PUMA SE für das Geschäftsjahr 2020 in Höhe von € 23,9 Mio., nachdem im Vorjahr aufgrund der COVID-19-Pandemie die Dividendenzahlung zur Begrenzung der Mittelabflüsse ausgesetzt wurde.

Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit beinhaltete darüber hinaus im Jahr 2021 Ausschüttungen an nicht beherrschende Anteile in Höhe von € 47,8 Mio. (Vorjahr: € 45,6 Mio.). Die Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzverbindlichkeiten betrugen € 235,0 Mio. gegenüber Einzahlungen von € 94,2 Mio. im Vorjahr. Im Geschäftsjahr 2021 wurden Auszahlungen für die Rückzahlung von Finanzverbindlichkeiten in Höhe von € 121,9 Mio. (Vorjahr: € 0,0 Mio.) getätigt. Die im Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit enthaltenen Auszahlungen für die Tilgung der Leasingverbindlichkeiten und damit in Zusammenhang stehende Zinsaufwendungen erhöhten sich von insgesamt € 164,2 Mio. im Vorjahr auf € 192,4 Mio. im Jahr 2021.

Zum 31. Dezember 2021 verfügte PUMA über einen Finanzmittelbestand (= Flüssige Mittel) von € 757,5 Mio. Dies entspricht einem Anstieg um 15,5% im Vergleich zum Vorjahr (€ 655,9 Mio.). Darüber hinaus verfügte der PUMA-Konzern zum 31. Dezember 2021 über Kreditlinien von insgesamt € 1.322,0 Mio. (Vorjahr: € 1.639,1 Mio.). Die nicht ausgenutzten Kreditlinien betrugen zum Bilanzstichtag € 942,0 Mio. gegenüber € 1.372,7 Mio. im Vorjahr.



GESAMTAUSSAGE ZUM GESCHÄFTSVERLAUF UND ZUR LAGE DES KONZERNS

Das Jahr 2021 war trotz der zahlreichen operativen Herausforderungen ein exzellentes Geschäftsjahr für PUMA. Obwohl die negativen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auch im Jahr 2021 anhielten, konnten wir den bisher höchsten Umsatz und gleichzeitig das bisher beste Ergebnis in der Unternehmensgeschichte von PUMA erzielen. Dies gelang nur dank dem außergewöhnlichen Einsatz unserer Mitarbeiter*innen, die diese schwierige Zeit durch Flexibilität, Entschlossenheit und eine positive Einstellung gemeistert haben. Unser Ansatz im Umgang mit der COVID-19-Pandemie war es, die Krise kurzfristig zu bewältigen, ohne das mittelfristige Momentum von PUMA zu beeinträchtigen. Dementsprechend bestand unser vorrangiges Ziel darin, die Krise gemeinsam mit unseren Partnern zu überstehen, sich zu erholen und dann wieder gestärkt und mit Wachstum aus der Krise hervorzugehen. Dabei hatten die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter*innen, Geschäftspartner*innen und Kund*innen oberste Priorität. Ebenso haben wir hart daran gearbeitet die Verzögerungen in unserer Lieferkette und die Produktionsausfälle bei unseren Lieferanten, beispielsweise durch den COVID-19-Lockdown in Südvietnam, so weit wie möglich zu begrenzen. Darüber hinaus mussten wir in diesem Jahr mit einer sehr schwierigen Marktsituation in China umgehen. Die langjährige, enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Kund*innen, Herstellern, Logistikpartnern und anderen Partnern war für uns dabei einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren im Umgang mit der Pandemie.

Im Hinblick auf unsere Organisationsentwicklung konnten wir in diesem Jahr wichtige Fortschritte erzielen. Unser Logistikzentrum für Zentraleuropa in Geiselwind in Deutschland hat dieses Jahr seinen Betrieb aufgenommen und wir haben zusätzlich intensiv an dem Ausbau der Logistikzentren in unseren Hauptmärkten gearbeitet. Unsere Nordamerika- und internationale Marketingorganisation in USA und unsere Verwaltung in Frankreich und Schweden sind in moderne neue Bürogebäude umgezogen. Ebenso haben wir die Verbesserung unserer Prozesse und Systeme weiter vorangetrieben und zum Beispiel in die Modernisierung unserer IT-Infrastruktur und in die Weiterentwicklung unserer Produktentwicklungs- und ERP-Systeme investiert.

Wir konnten im Geschäftsjahr 2021 einen währungsbereinigten Umsatzanstieg von 31,7% erzielen. Alle Regionen und alle Produktbereiche trugen mit zweistelligen Wachstumsraten zu dieser Entwicklung bei. Auch mit Blick auf die Profitabilität konnten wir uns im Jahr 2021 deutlich verbessern und das bisher beste operative Ergebnis (EBIT) und Konzernergebnis in der Unternehmensgeschichte von PUMA erzielen. Diese Entwicklung ist neben dem starken Umsatzwachstum auch auf die Verbesserung der Rohertragsmarge und auf den erzielten operativen Leverage zurückzuführen. Das operative Ergebnis lag mit € 557,1 Mio. im abgelaufenen Geschäftsjahr über unserer bereits unterjährig angehobenen Prognose von einer Bandbreite zwischen € 450 Mio. und € 500 Mio. Das Ergebnis je Aktie vervierfachte sich gegenüber dem Vorjahr nahezu von € 0,53 auf € 2,07. Damit haben wir unsere Profitabilitätsziele im abgelaufenen Geschäftsjahr übertroffen.

Mit Blick auf die Konzernbilanz sind wir der Ansicht, dass PUMA unverändert über eine sehr solide Kapitalausstattung verfügt. Zum Bilanzstichtag betrug das Eigenkapital des PUMA-Konzerns nahezu € 2,3 Mrd. und die Eigenkapitalquote lag bei knapp 40%.

Unser konsequentes Working Capital Management trug im abgelaufenen Geschäftsjahr maßgeblich dazu bei, dass wir trotz der Verzögerungen in der Lieferkette, die zu einem deutlichen Anstieg der unterwegs befindlichen Waren geführt haben, die negativen Auswirkungen auf unser Working Capital in Grenzen halten konnte. Unsere Flüssigen Mittel stiegen zum Bilanzstichtag auf € 757,5 Mio. Darüber hinaus stehen dem PUMA-Konzern nicht ausgenutzte Kreditlinien von insgesamt € 942,0 Mio. zur Verfügung.

Dadurch zeichnet sich der PUMA-Konzern zum Zeitpunkt der Aufstellung des zusammengefassten Lageberichts durch eine insgesamt sehr gute Vermögens-, Finanz- und Ertragslage aus. Dies ermöglicht es dem Vorstand und dem Aufsichtsrat, der Hauptversammlung am 11. Mai 2022 für das Geschäftsjahr 2021 eine Dividende in Höhe von € 0,72 je Aktie vorzuschlagen. Im Einklang mit unserer Dividendenpolitik entspricht dies einer Ausschüttungsquote von 34,8% bezogen auf das Konzernergebnis nach IFRS.



ERLÄUTERUNGEN ZUM JAHRESABSCHLUSS DER PUMA SE NACH HGB

Der Jahresabschluss der PUMA SE wird nach den Regeln des deutschen Handelsgesetzbuches (HGB) und unter Berücksichtigung des SEAG sowie des Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt.

Die PUMA SE ist die Muttergesellschaft des PUMA-Konzerns. Die Ergebnisse der PUMA SE sind in hohem Maße von den direkt und indirekt gehaltenen Tochtergesellschaften und Beteiligungen beeinflusst. Die Geschäftsentwicklung der PUMA SE unterliegt grundsätzlich den gleichen Risiken und Chancen wie die des PUMA-Konzerns.

Die PUMA SE ist für das Großhandelsgeschäft der Region DACH, bestehend aus dem Heimatmarkt Deutschland, Österreich und der Schweiz, verantwortlich. Darüber hinaus obliegt der PUMA SE auch der paneuropäische Vertrieb für einzelne Großkunden und die Beschaffung von Produkten aus europäischen Produktionsländern sowie die weltweite Lizenzverwaltung. Weiterhin fungiert die PUMA SE als Holding innerhalb des PUMA-Konzerns und ist als solche für die internationale Produktentwicklung und das Merchandising, für das internationale Marketing und auch für die globalen Bereiche Finanzen, Operations sowie die strategische Ausrichtung von PUMA verantwortlich.

ERTRAGSLAGE

T.04 GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (HGB)

	2021		2020		+/- %
	€ Mio.	%	€ Mio.	%	
Umsatzerlöse	948,7	100,0%	709,7	100,0%	33,7%
Sonstige betriebliche Erträge	31,4	3,3%	40,4	5,7%	-22,3%
Materialaufwand	-270,8	-28,5%	-237,2	-33,4%	14,2%
Personalaufwand	-120,4	-12,7%	-94,2	-13,3%	27,8%
Abschreibungen	-29,4	-3,1%	-25,4	-3,6%	15,4%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-630,8	-66,5%	-512,1	-72,2%	23,2%
Summe Aufwendungen	-1.051,4	-110,8%	-868,9	-122,4%	21,0%
Finanzergebnis	208,6	22,0%	359,5	50,7%	-42,0%
Ergebnis vor Ertragssteuern	137,3	14,5%	240,7	33,9%	-43,0%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-13,7	-1,4%	-11,0	-1,6%	23,7%
Jahresüberschuss	123,6	13,0%	229,7	32,4%	-46,2%

Die **Umsatzerlöse** erhöhten sich im Geschäftsjahr 2021 insgesamt um 33,7% auf € 948,7 Mio. Der Anstieg resultierte sowohl aus höheren Umsätzen aus Produktverkäufen sowie gestiegenen Provisionserträgen im Rahmen der Lizenzverwaltung. Die Umsätze aus Produktverkäufen der PUMA SE stiegen um 17,7% auf € 412,5 Mio. Die in den Umsatzerlösen enthaltenen Lizenz- und Provisionserträge erhöhten sich um 50,4% auf € 495,1 Mio. Die übrigen Umsatzerlöse, welche vor allem die Weiterbelastung von Kosten an verbundene Unternehmen beinhalteten, betrugen im Jahr 2021 € 41,2 Mio. (Vorjahr: € 30,0 Mio.).



Die **sonstigen betrieblichen Erträge** beliefen sich im Jahr 2021 auf € 31,4 Mio. (Vorjahr: € 40,4 Mio.) und beinhalteten insbesondere realisierte und unrealisierte Erträge aus der Währungsumrechnung infolge der Stichtagsbewertung von Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährung.

Die Summe der **Aufwendungen** aus Materialaufwand, Personalaufwand, Abschreibungen und sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr um 21,0% auf € 1.051,4 Mio. (Vorjahr: Summe € 868,9 Mio.). Der Anstieg des Materialaufwands im Vergleich zum Vorjahr resultierte im Wesentlichen aus den gestiegenen Umsatzerlösen. Die Erhöhung des Personalaufwands steht insbesondere in Verbindung mit der höheren Anzahl an Mitarbeiter*innen und gestiegenen Rückstellungen für Boni. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen unter anderem im Vergleich zum Vorjahr aufgrund von gestiegenen Marketing- und Vertriebsaufwendungen.

Das **Finanzergebnis** reduzierte sich, wie in unserer Finanzplanung für das Jahr 2021 erwartet, gegenüber dem Vorjahr um 42,0% auf € 208,6 Mio. Der Rückgang resultierte im Wesentlichen aus deutlich niedrigeren Dividenden von Beteiligungen an verbundenen Unternehmen. Zusätzlich ergaben sich höhere Aufwendungen aus Verlustübernahmen von verbundenen Unternehmen. Demgegenüber stiegen die Erträge aus der Ergebnisabführung von verbundenen Unternehmen und ein verbessertes Zinsergebnis, der Saldo aus Zinsaufwand und Zinsertrag, hatten eine positive Auswirkung auf die Entwicklung des Finanzergebnisses.

Trotz deutlich gestiegener Umsätze führte der Anstieg der Aufwendungen und der Rückgang des Finanzergebnisses zu einem Rückgang des **Ergebnisses vor Ertragssteuern** um 43,0% von € 240,7 Mio. im Vorjahr auf € 137,3 Mio. im Jahr 2021. Die **Steuern vom Einkommen und vom Ertrag** beliefen sich auf € 13,7 Mio. (Vorjahr: € 11,0 Mio.). Dementsprechend reduzierte sich der handelsrechtliche **Jahresüberschuss** der PUMA SE im Geschäftsjahr 2021 um 46,2% auf € 123,6 Mio. (Vorjahr: € 229,7 Mio.).

VERMÖGENSLAGE

T.05 BILANZ (HGB)

	31.12.2021		31.12.2020		+/- %
	€ Mio.	%	€ Mio.	%	
Summe Anlagevermögen	1.087,0	50,3%	1.072,0	58,5%	1,4%
Vorräte	53,9	2,5%	65,5	3,6%	-17,7%
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	607,2	28,1%	424,3	23,1%	43,1%
Flüssige Mittel	398,8	18,4%	260,2	14,2%	53,3%
Summe Umlaufvermögen	1.059,9	49,0%	750,0	40,9%	41,3%
Sonstige	15,1	0,7%	11,5	0,6%	31,2%
Summe Aktiva	2.162,0	100,0%	1.833,5	100,0%	17,9%
Eigenkapital	916,9	42,2%	815,1	44,5%	12,5%
Rückstellungen	117,6	5,4%	89,0	4,9%	32,0%
Verbindlichkeiten	1.127,0	52,1%	929,4	50,7%	21,3%
Sonstige	0,5	0,0%	0,0	0,0%	-
Summe Passiva	2.162,0	100,0%	1.833,5	100,0%	17,9%



Das **Anlagevermögen** erhöhte sich im Jahr 2021 um insgesamt 1,4% auf € 1.087,0 Mio. Der Anstieg steht in Zusammenhang mit weiteren Investitionen in die IT-Infrastruktur und dem Erwerb weiterer Anteile in Höhe von € 6,0 Mio. im Rahmen der Kapitalerhöhung der Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA (BVB).

Im **Umlaufvermögen** sanken die Vorräte aufgrund des starken Umsatzwachstums um 17,7% auf € 53,9 Mio. Demgegenüber stiegen die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt 43,1% auf € 607,2 Mio. Sowohl erhöhte Forderungen gegen verbundene Unternehmen als auch höhere Forderungen aus Lieferung und Leistung trugen zu dieser Entwicklung bei. Die Flüssigen Mittel erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr um 53,3% auf € 398,8 Mio.

Auf der **Passivseite** stieg das Eigenkapital aufgrund des Jahresüberschusses im Jahr 2021 um 12,5% auf € 916,9 Mio. Dennoch führte eine erhöhte Bilanzsumme durch gestiegene Rückstellungen und Verbindlichkeiten zu einer Verringerung der Eigenkapitalquote zum Bilanzstichtag von 44,5% im Vorjahr auf 42,4% zum 31. Dezember 2021.

Die Rückstellungen erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr um 32,0% auf € 117,6 Mio. Diese Entwicklung resultierte aus höheren Rückstellungen für Personal, Kundenboni und für ausstehende Rechnungen. Die Verbindlichkeiten stiegen von € 929,4 Mio. im Vorjahr auf € 1.127,0 Mio. zum 31. Dezember 2021. Dieser Anstieg resultierte im Wesentlichen aus höheren Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, da weitere Schuldscheindarlehen aufgenommen wurden, und aus gestiegenen Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen.

FINANZLAGE

T.06 KAPITALFLUSSRECHNUNG (HGB)

	2021	2020	
	€ Mio.	€ Mio.	+/- %
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	124,0	24,9	>100%
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-206,7	-194,7	6,2%
Freier Cashflow	-82,7	-169,9	-51,3%
Mittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit	221,4	382,8	-42,2%
Veränderung des Finanzmittelbestandes	138,6	213,0	-34,9%
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	260,2	47,2	>100%
Flüssige Mittel am Ende der Berichtsperiode	398,8	260,2	53,3%

Der **Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit** erhöhte sich im Geschäftsjahr 2021 von € 24,9 Mio. auf € 124,0 Mio. Diese Entwicklung resultierte im Wesentlichen aus der Verbesserung des operativen Ergebnisses (= Umsatzerlöse abzüglich der operativen Aufwendungen und Erträge). Des Weiteren ergab sich aus dem leichten Rückgang des Working Capitals der PUMA SE auch ein positiver Effekt auf den Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit.

Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit** im Jahr 2021 beinhaltet die Investitionen in das Anlagevermögen und die Mittelabflüsse aus der Ausreichung von Forderungen gegen verbundene Unternehmen. Zudem enthält der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit im Jahr 2021 den Mittelabfluss für den Erwerb weiterer BVB-Aktien im Rahmen der Kapitalerhöhung.



Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** ergab im Jahr 2021 insgesamt einen Mittelzufluss von € 221,4 Mio. (Vorjahr: € 382,8 Mio.). Der Mittelzufluss war im Wesentlichen auf den Anstieg der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten durch die Aufnahme neuer Schuldscheindarlehen und auf einen Anstieg der Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen zurückzuführen. Demgegenüber führte die Dividendenzahlung an die Anteilseigner der PUMA SE für das Geschäftsjahr 2020 in Höhe von € 23,9 Mio., nachdem im Vorjahr aufgrund der COVID-19-Pandemie die Dividendenzahlung zur Begrenzung der Mittelabflüsse ausgesetzt wurde, zu einem Mittelabfluss.

AUSBLICK

Wir erwarten im handelsrechtlichen Jahresabschluss der PUMA SE für das Geschäftsjahr 2022 einen Anstieg der Umsatzerlöse im niedrigen zweistelligen Prozentbereich. Unter der Annahme steigender Dividenden aus Beteiligungen aus verbundenen Unternehmen, erwarten wir für das Geschäftsjahr 2022 einen leichten Anstieg des Ergebnisses vor Steuern.



ÜBERNAHMERELEVANTE ANGABEN

Im Folgenden sind die nach Art. 9 Abs. 1 lit. c) (ii) SE-VO i.V.m. § 289a, § 315a HGB geforderten Angaben zum 31. Dezember 2021 dargestellt. Tatbestände der § 289a, § 315a HGB, die bei der PUMA SE nicht erfüllt sind, werden nicht erwähnt.

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals (§ 289a S. 1, Nr. 1, § 315a S. 1, Nr. 1 HGB)

Das gezeichnete Kapital betrug am Bilanzstichtag € 150.824.640,00 und war eingeteilt in 150.824.640 auf den Inhaber lautende Stückaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von € 1,00 je Aktie. Die Gesellschaft hält zum Bilanzstichtag 1.219.040 eigene Aktien.

Beteiligungen am Kapital, die 10% der Stimmrechte überschreiten

(§ 289a S. 1, Nr. 3, § 315a S. 1, Nr. 3 HGB)

Zum 31. Dezember 2021 gab es eine Beteiligung an der PUMA SE, die 10% der Stimmrechte überschritt. Gehalten wurde sie von der Familie Pinault über mehrere von ihr kontrollierte Unternehmen (in der Reihenfolge der Beteiligungsnähe zu der Familie Pinault: Financière Pinault S.C.A., Artémis S.A.S. sowie Kering S.A.). Der Anteil der Kering S.A. an der PUMA SE betrug nach eigenen Angaben der Kering S.A. in ihrer Pressemitteilung vom 27. Mai 2021 4,0% des Grundkapitals. Zusammen halten Artémis S.A.S. und Kering S.A. 32,5% des Grundkapitals.

Gesetzliche Vorschriften und Bestimmungen der Satzung über die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands und über die Änderung der Satzung

(§ 289a S. 1, Nr. 6, § 315a S. 1, Nr. 6 HGB)

Hinsichtlich der Ernennung und Abberufung der Vorstandsmitglieder wird auf die anzuwendenden gesetzlichen Vorschriften des § 84 AktG verwiesen. Der Vorstand besteht gemäß § 7 Abs. 1 der Satzung aus mindestens zwei Mitgliedern; die Zahl der Vorstandsmitglieder wird vom Aufsichtsrat bestimmt. Der Aufsichtsrat kann stellvertretende Vorstandsmitglieder bestellen und ein Vorstandsmitglied zur/zum Vorsitzenden des Vorstands ernennen. Ein Vorstandsmitglied kann nur aus wichtigem Grund im Sinne von § 84 Abs. 3 AktG oder im Fall der Beendigung des Anstellungsvertrags abberufen werden, wofür jeweils eine Beschlussfassung des Aufsichtsrats mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen erforderlich ist.

Eine Änderung der Satzung bedarf eines Beschlusses der Hauptversammlung. Beschlüsse der Hauptversammlung bedürfen einer Mehrheit nach den Vorgaben der Art. 59 SE-VO und §§ 133 Abs. 1, 179 Abs. 2 S. 1 AktG (i.e. einfache Stimmenmehrheit und eine Mehrheit, die mindestens drei Viertel des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals umfasst). Die Gesellschaft hat nicht von § 51 SEAG Gebrauch gemacht.

Befugnisse des Vorstands, Aktien auszugeben oder zurückzukaufen

(§ 289a S. 1, Nr. 7, § 315a S. 1, Nr. 7 HGB)

Die Befugnisse des Vorstands zur Ausgabe von Aktien ergeben sich aus § 4 der Satzung und den gesetzlichen Bestimmungen:

Genehmigtes Kapital

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 5. Mai 2021 ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 4. Mai 2026 durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen um bis zu EUR 30.000.000,00 zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2021). Bei Kapitalerhöhungen gegen Bareinlagen können die neuen Aktien auch vollständig oder teilweise von einem oder mehreren durch den Vorstand bestimmten Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten (mittelbares Bezugsrecht).



Den Aktionären steht grundsätzlich ein Bezugsrecht zu. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre ganz oder teilweise auszuschließen

- zur Vermeidung von Spitzenbeträgen;
- bei Kapitalerhöhungen gegen Bareinlagen, wenn der auf die neuen Aktien, für die das Bezugsrecht ausgeschlossen wird, entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals insgesamt 10% des Grundkapitals nicht übersteigt und der Ausgabebetrag für die neuen Aktien den Börsenpreis der bereits notierten Aktien gleicher Ausstattung nicht wesentlich unterschreitet, § 186 Abs. 3 S. 4 AktG. Die 10%-Begrenzung des Grundkapitals gilt sowohl im Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung über diese Ermächtigung als auch im Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung. Auf diese Höchstgrenze von 10% des Grundkapitals ist der anteilige Betrag des Grundkapitals anzurechnen, der auf Aktien der Gesellschaft entfällt, die (i) während der Laufzeit des Genehmigten Kapitals 2021 unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre in direkter oder entsprechender Anwendung von § 186 Abs. 3 S. 4 AktG ausgegeben oder veräußert werden oder (ii) zur Bedienung von Options- oder Wandelschuldverschreibungen auszugeben sind oder ausgegeben werden können, die in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 S. 4 AktG unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre während der Laufzeit des Genehmigten Kapitals 2021 ausgegeben werden;
- bei Kapitalerhöhungen gegen Bareinlagen, soweit es erforderlich ist, um Inhabern von Options- oder Wandelschuldverschreibungen, die von der Gesellschaft oder ihren unmittelbaren oder mittelbaren Tochtergesellschaften ausgegeben wurden oder noch werden, ein Bezugsrecht auf Aktien der Gesellschaft in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung der Options- oder Wandlungsrechte bzw. nach Erfüllung der Wandlungspflichten als Aktionär zustehen würde;
- bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen zur Durchführung von Unternehmenszusammenschlüssen oder zum unmittelbaren oder mittelbaren Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen oder sonstigen Vermögensgegenständen, einschließlich Immaterialgüterrechten und Forderungen gegen die Gesellschaft oder gegen von ihr abhängige Unternehmen im Sinne des § 17 AktG.

Die Gesamtzahl der unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre aufgrund dieser Ermächtigung auszugebenden und ausgegebenen Aktien darf 10% des Grundkapitals weder zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung überschreiten; auf diese Begrenzung sind Aktien anzurechnen, die während der Laufzeit dieser Ermächtigung aufgrund anderer Ermächtigungen unter Bezugsrechtsausschluss veräußert oder ausgegeben wurden bzw. auszugeben sind oder aufgrund einer während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Bezugsrechtsausschluss erfolgten Ausgabe von Options- oder Wandelschuldverschreibungen auszugeben sind. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats den weiteren Inhalt der Aktienrechte und die Bedingungen der Aktienausgabe festzulegen. Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, die Fassung der Satzung der Gesellschaft sowohl entsprechend der jeweiligen Ausnutzung des Genehmigten Kapitals 2021 als auch nach Ablauf der Ermächtigungsfrist anzupassen.

Vom bestehenden genehmigten Kapital hat der Vorstand der PUMA SE im aktuellen Berichtszeitraum keinen Gebrauch gemacht.

Bedingtes Kapital

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 12. April 2018 wurde der Vorstand bis zum 11. April 2023 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats, einmalig oder mehrmals, insgesamt oder in Teilen sowie gleichzeitig in verschiedenen Tranchen auf den Inhaber und/oder Namen lautende Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen, Genussrechte und/oder Gewinnschuldverschreibungen oder eine Kombination dieser Instrumente mit oder ohne Laufzeitbeschränkung im Gesamtnennbetrag von bis zu € 1.000.000.000,00 zu begeben.

In diesem Zusammenhang wurde das Grundkapital um bis zu € 30.164.920,00 durch Ausgabe von bis zu 30.164.920 neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2018). Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie von Options- bzw. Wandlungsrechten



Gebrauch gemacht bzw. eine Wandlungs- oder Optionspflicht erfüllt wird oder wie Andienungen erfolgen und soweit nicht andere Erfüllungsformen zur Bedienung eingesetzt werden.

Von der Ermächtigung ist bisher kein Gebrauch gemacht worden.

Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien

Die Hauptversammlung vom 7. Mai 2020 hat unter Tagesordnungspunkt 6 beschlossen, die PUMA SE bis zum 6. Mai 2025 zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien zu ermächtigen, einschließlich der Ermächtigung zur Veräußerung eigener Aktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre. Die Ermächtigung aus dem Jahr 2020 wurde mit Beschluss der Hauptversammlung vom 5. Mai 2021 dahingehend erweitert, dass der Aufsichtsrat ermächtigt wurde, eigene Aktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre an Mitglieder des Vorstands als Bestandteil der Vorstandsvergütung auszugeben. Im Übrigen ist die Ermächtigung aus dem Jahr 2020 unverändert geblieben.

Von der Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien ist im Berichtszeitraum kein Gebrauch gemacht worden.

Wesentliche Vereinbarungen der Gesellschaft, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmangebots stehen, und die hieraus folgenden Wirkungen (§ 289a S. 1, Nr. 8, § 315a S. 1, Nr. 8 HGB)

Die wesentlichen Finanzierungsvereinbarungen der PUMA SE mit ihren Kreditgebern beinhalten die üblichen Bedingungen für den Fall eines Kontrollwechsels (Change of Control). So hat der Kreditgeber für den Fall eines Kontrollwechsels das Recht zur Kündigung und vorzeitigen Fälligstellung der Rückzahlung.

Für weitere Details wird auf die entsprechenden Angaben im Kapitel 17 des Konzernanhangs verwiesen.



ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG GEMÄß § 289F UND § 315D HGB

Die effektive Umsetzung der Corporate Governance Grundsätze ist ein wichtiges Element der Unternehmenspolitik von PUMA. Eine transparente und verantwortungsvolle Unternehmensführung ist eine wesentliche Voraussetzung für die Erreichung der Unternehmensziele und die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts. Der Vorstand und der Aufsichtsrat arbeiten zum Wohle des gesamten Unternehmens eng zusammen, um durch eine gute Corporate Governance eine effiziente, auf nachhaltige Wertschöpfung ausgerichtete Unternehmensleitung und -kontrolle sicherzustellen. Im Folgenden berichten der Vorstand und der Aufsichtsrat über die Corporate Governance bei der PUMA SE gemäß Grundsatz 22 des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK). Das Kapitel enthält zudem die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß Art. 9 Abs. 1 lit. c) (ii) SE-Verordnung (SE-VO) i.V.m. § 289f und § 315d Handelsgesetzbuch (HGB). Gemäß § 317 Abs. 2 S. 6 HGB ist die Prüfung der Angaben durch den Abschlussprüfer nach §§ 289f Abs. 2 und 5, 315d HGB darauf zu beschränken, ob die Angaben gemacht wurden.

Die PUMA SE ist ein Unternehmen in der Rechtsform einer Europäischen Gesellschaft (Societas Europaea, SE). Als SE mit Sitz in Deutschland unterliegt die PUMA SE den europäischen und deutschen SE-Regelungen sowie weiterhin dem deutschen Aktienrecht. Als in Deutschland börsennotiertes Unternehmen richtet sich die Corporate Governance der PUMA SE nach dem Deutschen Corporate Governance Kodex.

Die PUMA SE hat ein duales Führungssystem, das zwischen dem Vorstand als Leitungsorgan und dem Aufsichtsrat als Überwachungsorgan eine strikte personelle und funktionale Trennung vorsieht (Two-tier Board). Der Vorstand leitet das Unternehmen, während der Aufsichtsrat den Vorstand überwacht und berät.

ENTSPRECHENERKLÄRUNG 2021 DES VORSTANDS UND DES AUFSICHTSRATS DER PUMA SE ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX GEMÄß § 161 AKTIENGESETZ

Vorstand und Aufsichtsrat der PUMA SE erklären, dass die PUMA SE den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 16. Dezember 2019 (in Kraft getreten am 20. März 2020, „Kodex 2020“) seit Abgabe der letzten Entsprechenserklärung vom 9. November 2020 entsprochen hat und entsprechen wird, soweit PUMA dem Kodex 2020 folgen muss.

Herzogenaurach, 9. November 2021

PUMA SE

Für den Vorstand
Bjørn Gulden

Hubert Hinterseher

Für den Aufsichtsrat
Jean-François Palus

Die Entsprechenserklärung ist auf der Homepage der Gesellschaft (<http://about.PUMA.com> unter "INVESTOREN / CORPORATE GOVERNANCE") abrufbar. Die Entsprechenserklärungen der letzten fünf Jahre sind ebenfalls auf dieser Website zugänglich.



RELEVANTE ANGABEN ZU UNTERNEHMENSFÜHRUNGSPRAKTIKEN, DIE ÜBER DIE GESETZLICHEN ANFORDERUNGEN HINAUS ANGEWANDT WERDEN

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Um der ökologischen und sozialen Verantwortung eines weltweit agierenden Sportartikelherstellers gerecht zu werden, hat PUMA konzernweite Leitsätze zum Umweltmanagement sowie zur Einhaltung von Arbeits- und Sozialstandards sowie Menschenrechte definiert. PUMA ist der Überzeugung, dass nur auf einem solchen Fundament ein dauerhaft tragfähiger und damit nachhaltiger Unternehmenserfolg erreicht werden kann. Daher bekennt sich PUMA zu den Prinzipien des UN Global Compact. Der PUMA Code of Ethics und der PUMA Code of Conduct geben Ethik- und Umweltstandards vor, denen alle Mitarbeiter*innen und alle Lieferanten verpflichtet sind. Detaillierte Informationen zur Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens finden sich im Kapitel Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht oder auf der Homepage (<http://about.PUMA.com> unter „FOREVER BETTER“).

COMPLIANCE MANAGEMENT SYSTEM

Die Unternehmensführung von PUMA handelt bei allen geschäftlichen Aktivitäten im Einklang mit dem Gesetz und selbst gesetzten Verhaltensstandards. PUMA hat ein Compliance Management System (CMS) eingerichtet, um Regelverstöße in den Bereichen Korruption, Geldwäsche, Interessenkonflikte, Kartellrecht, Betrug/Untreue systematisch vorzubeugen, sie frühzeitig aufzudecken und zu sanktionieren. Verstöße gegen das Gesetz oder interne Richtlinien werden nicht geduldet.

Der PUMA Code of Ethics ist ein wichtiger Baustein des CMS und gilt verbindlich für Mitarbeiter*innen aller Einheiten weltweit. Er legt die Leitlinien und Werte fest, die die Identität von PUMA prägen. PUMA erwartet, dass alle Mitarbeiter*innen diese Werte kennen und ihr Handeln danach ausrichten. Der Code of Ethics enthält Regelungen unter anderem zum Umgang mit Interessenkonflikten und persönlichen Daten und untersagt Insiderhandel, wettbewerbswidriges Verhalten sowie Korruption in jeder Form. Um den Mitarbeiter*innen die Regeln des Code of Ethics näher zu bringen und einheitliche Verhaltensrichtlinien zu etablieren, wird der Code of Ethics durch konkretisierende konzernweite Richtlinien flankiert. Mitarbeiter*innen unterzeichnen eine Erklärung, dass sie sich mit dem Code of Ethics und anderen internen Richtlinien vertraut machen und sich an diese halten werden.

Durch fortlaufende verpflichtende E-Learnings werden alle Mitarbeiter*innen mit den Regelungsbereichen des Code of Ethics vertraut gemacht. Zusätzlich wird Mitarbeiter*innen, die nach risikobasierten Grundsätzen ausgewählt werden, durch geeignete Kommunikationsmaßnahmen, in Präsenzschulungen oder umfassenderen E-Learnings vertieftes Wissen vermittelt. Im Jahr 2021 umfasste das jährliche E-Learning zum Code of Ethics die Themen Vermeidung von Bestechung/Korruption sowie Interessenkonflikten und Meldung von Compliance-Verstößen ("speak up culture"). Die Compliance Abteilung hat die Inhalte des Trainings selbst entwickelt, um mit für PUMA Mitarbeiter*innen nachvollziehbaren Fallbeispielen einen möglichst großen Lernerfolg zu erzielen. Der CEO der PUMA SE forderte sämtliche PUMA Mitarbeiter*innen dazu auf, das E-Learning zum Code of Ethics zu absolvieren. Der klare Tone from the Top führte dazu, dass konzernweit 98,8% der PUMA Mitarbeiter*innen (98,4% PUMA SE) das E-Learning zum Code of Ethics erfolgreich abgeschlossen haben. Anfang 2021 wurde die im Vorjahr entwickelte Business Partner Due Diligence Policy implementiert. Darin wurden bestehende Prozesse zur Identifizierung und Behandlung von Geschäftspartnerrisiken konsolidiert und teilweise neu definiert. Der Prozess beinhaltet ein Risk Assessment zur Identifizierung von Geschäftspartnern mit hohem Risikoprofil und beschreibt die Due Diligence Schritte, die auf solche Geschäftspartner angewendet werden müssen. Die Due Diligence Schritte beinhalten zum Beispiel ein Compliance Screening und Compliance and Financial (z.B. Zahlungsmethode, Marktüblichkeit der Vergütung) Health Checks. Ein strukturierter Genehmigungsprozess schreibt vor, wann die/der lokale Compliance Verantwortliche entscheidet und wann die Chief Compliance Officer in die Entscheidung eingebunden werden muss. Über die Inhalte der Due Diligence wurden gruppenweit 684 Mitarbeiter*innen geschult.



Der Vorstand trägt die Verantwortung für das ordnungsgemäße Funktionieren des CMS. Er wird dabei von einer Compliance Organisation unterstützt, die aus Chief Compliance Officer sowie aus Compliance Verantwortlichen in den wichtigsten operativen Konzerngesellschaften besteht. Die Chief Compliance Officer der PUMA SE berichtet unmittelbar an den CEO der PUMA SE. Die lokalen Compliance Verantwortlichen dienen dabei auch als direkte Ansprechpartner für Mitarbeiter*innen und unterstützen durch geeignete Kommunikationsmaßnahmen sowie beim Umgang mit Compliance Vorfällen und deren Aufarbeitung. Die Chief Compliance Officer und die lokalen Compliance Verantwortlichen tauschen sich regelmäßig über die Ergebnisse ihrer Risikoanalysen aus und nehmen notwendige Anpassungen des Compliance Management Systems vor. Die Interne Revision auditiert jährlich die eingeführten Compliance Kontrollen. Um die Zusammenarbeit innerhalb der globalen Compliance Organisation zu erleichtern, finden regelmäßige virtuelle Treffen mit den lokalen Compliance Verantwortlichen statt. Diese bieten die Möglichkeit zu Erfahrungs- und Wissensaustausch. Dieser informelle Informationsaustausch wird ergänzt durch einen Compliance Reporting Prozess. Über die Ergebnisse dieses Reporting Prozesses berichtet die Chief Compliance Officer an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats der PUMA SE. Dabei wird auf den aktuellen Stand der Umsetzung der Compliance-Strukturen eingegangen und über schwerwiegende Compliance-Verstöße berichtet. Die Chief Compliance Officer arbeitet dabei eng mit der Rechtsabteilung und der Internen Revision zusammen.

PUMA verfügt über eine konzernweite elektronische Hinweisgeber-Plattform, die von einem externen Anbieter betrieben wird und an die Mitarbeiter*innen und Dritte geschützt und vertraulich rechtswidriges oder unethisches Handeln berichten können. Gemeldet werden können Verstöße aus allen Risikobereichen. Soweit sie nicht in die Zuständigkeit der Compliance Organisation fallen, verantworten die Ermittlung und das Ergreifen von Maßnahmen die zuständigen Fachabteilungen. Die Einführung der Plattform wurde gruppenweit durch den CEO kommuniziert und die Kommunikation wurde durch entsprechendes Informationsmaterial flankiert. Jedes Jahr weisen die lokalen Compliance Verantwortlichen ausdrücklich durch geeignete Kommunikationsmaßnahmen oder in Präsenzschulungen auf das Hinweisgebersystem hin. Hinweisgeber*innen, die in gutem Glauben Fehlverhalten melden, werden vor Vergeltungsmaßnahmen geschützt. Allen Hinweisen wird unmittelbar nachgegangen und, sofern sie sich bestätigen, werden angemessene Maßnahmen ergriffen. Im Jahr 2021 gingen bei der Compliance Abteilung im Headquarter 69 Hinweise über angebliche Verstöße ein. Die Mehrzahl der Fälle fiel nicht in den Zuständigkeitsbereich der Compliance Abteilung. Zusätzlich zu der Hinweisgeber-Plattform besteht eine weltweite Hotline für Hinweisgeber*innen aus der Lieferkette.

BESCHREIBUNG DER ARBEITSWEISE DES VORSTANDS UND DES AUFSICHTSRATS

Die PUMA SE hat drei Organe – den Vorstand, den Aufsichtsrat und die Hauptversammlung.

VORSTAND

Der Vorstand der PUMA SE leitet die Gesellschaft in eigener Verantwortung mit dem Ziel nachhaltiger Wertschöpfung. Er entwickelt die strategische Ausrichtung von PUMA und stimmt diese mit dem Aufsichtsrat ab. Darüber hinaus sorgt er für die konzernweite Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen sowie für ein effektives Risikomanagement- und internes Kontrollsysteem.

Die Vorstandsmitglieder werden vom Aufsichtsrat bestellt. Dieser hat für den Vorstand eine Regelaltersgrenze von 70 Jahren festgelegt. Derzeit besteht der Vorstand aus vier Mitgliedern und hat einen Vorsitzenden. Nähere Angaben zu den Verantwortungsbereichen der Vorstandsmitglieder und ihrer Mandate sind dem Konzernanhang (letztes Kapitel) zu entnehmen. Kein Vorstandsmitglied nimmt insgesamt mehr als zwei Aufsichtsratsmandate in konzernexternen börsennotierten Gesellschaften oder vergleichbare Funktionen wahr.

Die Vorstandsmitglieder sind verpflichtet, Interessenkonflikte gegenüber dem Aufsichtsratsvorsitzenden und dem CEO unverzüglich offenzulegen und die anderen Mitglieder des Vorstands hierüber zu informieren. Sie dürfen Nebentätigkeiten, insbesondere konzernfremde Aufsichtsrats- und vergleichbare



Mandate nur mit vorheriger Zustimmung des Aufsichtsrats übernehmen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben die Vorstandsmitglieder der PUMA SE keine Interessenkonflikte gemeldet.

Die Grundsätze der Zusammenarbeit des Vorstands der PUMA SE sind in der Geschäftsordnung für den Vorstand geregelt, die unter <http://about.PUMA.com> unter „INVESTOREN / CORPORATE GOVERNANCE“ eingesehen werden kann.

AUFSICHTSRAT

Für die PUMA SE als europäische Gesellschaft findet das deutsche Mitbestimmungsgesetz keine Anwendung. Größe und Zusammensetzung des Aufsichtsrats ergeben sich vielmehr aus der Satzung der PUMA SE sowie der „Vereinbarung über die Beteiligung der Arbeitnehmer in der PUMA SE“ vom 11. Juli 2011 und deren Anpassung vom 7. Februar 2018. Der Aufsichtsrat der PUMA SE besteht aus sechs Mitgliedern, von denen vier Mitglieder Anteilseignervertreter*innen und zwei Mitglieder Arbeitnehmervertreter sind. Die Wahl der Anteilseignervertreter*innen im Aufsichtsrat wird als Einzelwahl durchgeführt. Lebensläufe der einzelnen Aufsichtsratsmitglieder sind im Internet verfügbar und werden jährlich aktualisiert. Das Amt der derzeitigen Aufsichtsratsmitglieder endet mit der Beendigung der Hauptversammlung, die über die Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2022 beschließt. Nähere Angaben zu den Aufsichtsratsmitgliedern, ihren Mandaten sowie die Dauer ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat sind dem Konzernanhang (letztes Kapitel) zu entnehmen. Aufsichtsratsmitglieder, die keinem Vorstand einer börsennotierten Gesellschaft angehören, nehmen insgesamt nicht mehr als fünf Aufsichtsratsmandate bei konzernexternen börsennotierten Gesellschaften oder vergleichbare Funktionen wahr.

Der Aufsichtsrat bestellt die Mitglieder des Vorstands und kann sie bei Vorliegen eines wichtigen Grundes jederzeit abberufen. Erstbestellungen erfolgen für drei Jahre. Der Aufsichtsrat beschließt ein klares und verständliches System der Vorstandsvergütung. Bei jeder wesentlichen Änderung, mindestens jedoch alle vier Jahre, legt er es der Hauptversammlung zur Billigung vor. Am 5. Mai 2021 hat die Hauptversammlung ein vom Aufsichtsrat vorgelegtes, weiterentwickeltes Vorstandsvergütungssystem gebilligt, das den Anforderungen des Gesetzes zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrichtlinie (ARUG II) entspricht, den Empfehlungen des Kodex 2020 folgt und noch stärker auf die Aktionärsinteressen ausgerichtet ist. Weitergehende Informationen zur Vorstandsvergütung sind im Vergütungsbericht zusammengefasst (siehe <https://about.PUMA.com/de-de/investor-relations/corporate-governance>).

Der Aufsichtsrat überwacht die Umsetzung der Strategie durch den Vorstand und berät ihn dabei. Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle unternehmensrelevanten Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und des Compliance Management Systems. Er geht auf Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den aufgestellten Plänen und Zielen unter Angabe von Gründen ein. Der Aufsichtsrat wird vom Vorstand in Entscheidungen, die von überragender Bedeutung für das Unternehmen sind oder über den gewöhnlichen Geschäftsverlauf der PUMA SE und des PUMA-Konzerns hinausgehen, eingebunden und muss diesen zustimmen.

Gemeinsam mit dem Vorstand sorgt der Aufsichtsrat für eine Nachfolgeplanung für künftige Vorstandsposten und Schlüsselfunktionen in der Unternehmensgruppe. Auf Basis gruppenweiter Talentkonferenzen, erarbeitet der Vorstand Empfehlungen für potenzielle interne Nachfolgebesetzungen, die er regelmäßig mit dem Aufsichtsrat berät. Der Vorstand berücksichtigt bei seinen Empfehlungen das vom Aufsichtsrat für die Zusammensetzung des Vorstands beschlossene Diversitätskonzept (siehe unten).

Der Aufsichtsratsvorsitzende hält zwischen den Sitzungen regelmäßig mit dem CEO Kontakt, um mit ihm Fragen der Strategie, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance bei PUMA zu beraten. Der CEO oder der CFO sprechen vor Sitzungen des Aufsichtsrats getrennt mit den Arbeitnehmervertretern und den Anteilseignervertreter*innen, falls dies erforderlich ist. Am Ende der regulären Sitzungen hat der Aufsichtsrat stets die Möglichkeit, Themen auch in Abwesenheit



des Vorstands zu besprechen. Davon macht er auch regelmäßig Gebrauch. Die Aufsichtsratsmitglieder nehmen an den Sitzungen auch per Telefon- oder Videokonferenz teil.

Der Aufsichtsrat überprüft regelmäßig die Effizienz seiner Tätigkeit. Die letzte Effizienzprüfung wurde Ende 2021 angestoßen. Mit Unterstützung externer Experten wurde ein umfassender Fragebogen erstellt, der von jedem Aufsichtsratsmitglied beantwortet wurde. Die Ergebnisse werden im Frühjahr 2022 ausgewertet, im Aufsichtsrat diskutiert und etwaige Verbesserungsmaßnahmen werden festgelegt.

Kein Aufsichtsratsmitglied übt eine Organfunktion oder Beratungsaufgaben bei wesentlichen Wettbewerbern des Unternehmens aus; kein Aufsichtsratsmitglied steht in einer persönlichen Beziehung zu einem wesentlichen Wettbewerber.

Die Gesellschaft unterstützt den Aufsichtsrat bei seinen Fortbildungsmaßnahmen, indem z. B. die Rechtsabteilung regelmäßig Änderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen für den Aufsichtsrat prüft und in den Sitzungen behandelt. Neue Mitglieder des Aufsichtsrats bekommen in einem Onboarding-Programm nicht nur eine Schulung durch die Rechtsabteilung zu ihren Rechten und Pflichten, sondern haben insbesondere die Gelegenheit, die Mitglieder des Vorstands und weitere Führungskräfte zu einem bilateralen Austausch über aktuelle Themen der jeweiligen Vorstandsbereiche zu treffen und sich so einen Überblick über die relevanten Themen des Unternehmens zu verschaffen. Darüber hinaus wurde der Aufsichtsrat im Jahre 2021 zum Thema Nachhaltigkeit und Supply Chain geschult.

Die Grundsätze der Arbeitsweise des Aufsichtsrats der PUMA SE sind in der Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat niedergelegt, die unter <http://about.PUMA.com> unter "INVESTOREN / CORPORATE GOVERNANCE" eingesehen werden kann.

AKTIONÄRE*INNEN UND HAUPTVERSAMMLUNG

Die Aktionär*innen der PUMA SE üben ihre Rechte, insbesondere ihre Auskunfts- und Stimmrechte, in der Hauptversammlung aus. Jede Aktie hat eine Stimme. Unsere Aktionär*innen können ihr Stimmrecht selbst oder aber durch eine{n} weisungsgebundene{n}, von der Gesellschaft bestellte{n} Vertreter*in ausüben. Alle Dokumente und Informationen zur Hauptversammlung stehen auf der Internetseite der PUMA SE zur Verfügung.

Im Rahmen unserer umfassenden Investor Relations- und Öffentlichkeitsarbeit stehen wir in enger Verbindung mit unseren Anteilseigner*innen. Wir unterrichten Aktionär*innen, Finanzanalyst*innen, Aktionärsvereinigungen, Medien und die interessierte Öffentlichkeit umfassend und regelmäßig über die Lage des Unternehmens und informieren sie unverzüglich über wesentliche geschäftliche Veränderungen. Auch der Aufsichtsratsvorsitzende ist in angemessenem Rahmen bereit, mit Investor*innen über aufsichtsratsspezifische Themen Gespräche zu führen.

Zusätzlich zu anderen Kommunikationswegen nutzen wir für unsere Investor Relations-Arbeit intensiv die Internetseite der Gesellschaft. Unter <http://about.PUMA.com/de-de/investor-relations> sind alle wesentlichen im Geschäftsjahr 2021 veröffentlichten Informationen einschließlich Jahres-, Quartals- und Halbjahresfinanzberichten, Pressemitteilungen, Stimmrechtsmitteilungen bedeutender Aktionär*innen, Präsentationen sowie der Finanzkalender abrufbar.

BESCHREIBUNG DER ARBEITSWEISE SOWIE DER ZUSAMMENSETZUNG DER AUSSCHÜSSE DES AUFSICHTSRATS

Sitzungen des Aufsichtsrats finden mindestens alle drei Monate statt. Sie müssen auch stattfinden, wenn das Wohl der Gesellschaft es erfordert oder ein Aufsichtsratsmitglied die Einberufung verlangt. Der Aufsichtsrat hat zur Wahrnehmung seiner Aufgaben vier Ausschüsse eingerichtet und lässt sich regelmäßig über deren Arbeit berichten. Die Grundsätze der Zusammenarbeit des Aufsichtsrats der PUMA SE sowie die Aufgaben der Ausschüsse sind der Geschäftsordnung des Aufsichtsrats zu entnehmen, die unter <http://about.PUMA.com> unter „INVESTOREN / CORPORATE GOVERNANCE“ eingesehen werden kann.



Der Personalausschuss besteht aus drei Mitgliedern. Der Personalausschuss hat die Aufgabe, den Abschluss und die Änderung von Dienstverträgen mit den Vorstandsmitgliedern vorzubereiten und die Grundsätze des Personalwesens und der Personalentwicklung festzulegen. Über Fragen der Vergütung der Vorstandsmitglieder beschließt der gesamte Aufsichtsrat aufgrund entsprechender Empfehlungen des Personalausschusses. Die Mitglieder des Personalausschusses sind Jean-François Palus (Vorsitzender), Fiona May und Martin Köppel.

Der Prüfungsausschuss besteht aus drei Mitgliedern. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses ist ein unabhängiger Vertreter der Anteilseigner*innen und verfügt über Sachverstand auf den Gebieten der Rechnungslegung und Abschlussprüfung gemäß § 100 Abs. 5 AktG. Der Prüfungsausschuss ist insbesondere zuständig für Fragen der Rechnungslegung, welche insbesondere den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht (einschließlich CSR-Berichterstattung), unterjährige Finanzinformationen und den Einzelabschluss nach HGB umfasst. Darüber hinaus ist er verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses, der Wirksamkeit des internen Kontrollsysteams, des Risikomanagementsystems, des internen Revisionssystems sowie der Compliance und der Abschlussprüfung, hier insbesondere der Auswahl und der erforderlichen Unabhängigkeit des Abschlussprüfers, der Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer, der Bestimmung der Prüfungsschwerpunkte, der Qualität der Abschlussprüfung, der vom Abschlussprüfer zusätzlich erbrachten Leistungen und der Honorarvereinbarung. Der Vorschlag des Aufsichtsrats zur Wahl des Abschlussprüfers stützt sich auf eine entsprechende Empfehlung des Prüfungsausschusses. Nach der Wahl des Abschlussprüfers durch die Hauptversammlung und die Erteilung des Prüfungsauftrags durch den Aufsichtsrat konkretisiert der Prüfungsausschuss mit dem Abschlussprüfer den Prüfungsauftrag und Prüfungsschwerpunkte. Der Abschlussprüfer nimmt an der Bilanzsitzung über den Jahresabschluss, den Konzernabschluss und den Konzernzwischenbericht teil und berichtet über wesentliche Ergebnisse seiner Prüfung. Er informiert auch über Leistungen, die er zusätzlich zu den Abschlussprüferleistungen erbracht hat und die Wahrung seiner Unabhängigkeit. Der Prüfungsausschuss erhält auf Monatsbasis Finanzzahlen des PUMA-Konzerns und kann somit die Entwicklung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie die Entwicklung der Auftragslage laufend verfolgen. Darüber hinaus widmet sich der Prüfungsausschuss bilanz- und ergebnisrelevanten Fragen und diskutiert diese mit dem Vorstand. Weiterhin erhält der Prüfungsausschuss nach Abschluss von Projekten der internen Revision die Prüfungsberichte, welche auch die eingeleiteten Maßnahmen enthalten. Die Mitglieder des Prüfungsausschusses sind Thore Ohlsson (Vorsitzender, Sachverständ auf dem Gebiet Rechnungslegung/Abschlussprüfung), Héloïse Temple-Boyer (Sachverständ auf dem Gebiet Rechnungslegung/Abschlussprüfung) und Bernd Illig.

Dem Nominierungsausschuss gehören drei Mitglieder an, die ausschließlich Vertreter der Anteilseigner*innen im Aufsichtsrat sind. Der Nominierungsausschuss schlägt dem Aufsichtsrat für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung geeignete Anteilseignervertreter*innen für den Aufsichtsrat als Kandidat*innen vor. Die Mitglieder des Nominierungsausschusses sind Jean-François Palus (Vorsitzender), Héloïse Temple-Boyer und Fiona May.

Der Nachhaltigkeitsausschuss besteht aus drei Mitgliedern. Er wurde im April 2021 eingerichtet und tagt einmal jährlich. In seinem Zuständigkeitsbereich berät und überwacht der Nachhaltigkeitsausschuss die Nachhaltigkeitsstrategien des Vorstands. Die Mitglieder des Nachhaltigkeitsausschusses sind Fiona May (Vorsitzende), Héloïse Temple-Boyer und Martin Köppel.

Die derzeitige Zusammensetzung der Ausschüsse ist zudem der Anlage 2 zum Konzernanhang zu entnehmen.



DIVERSITÄTSKONZEPT FÜR DEN AUFSICHTSRAT

A) ZIELE DES AUFSICHTSRATS IM HINBLICK AUF SEINE ZUSAMMENSETZUNG

Der Aufsichtsrat der PUMA SE ist so zusammengesetzt, dass seine Mitglieder über die zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung ihrer Aufgaben erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen Erfahrungen verfügen. Für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats ist in erster Linie die entsprechende Qualifikation unter Beachtung der Vielfalt (Diversity) und der angemessenen Beteiligung von Frauen maßgeblich. Der Aufsichtsrat hat sich auch mit Blick auf C.1 des Kodex 2020 Ziele gesetzt, die er erfüllt. Die Ziele sind im Folgenden einzeln dargestellt:

- Die Mitglieder des Aufsichtsrats verfügen in ihrer Gesamtheit über Erfahrungen und Kenntnisse auf den Gebieten der Steuerung und/oder Überwachung kapitalmarktorientierter Unternehmen sowie in den Geschäftsbereichen und Absatzmärkten von PUMA. Einzelheiten dazu sind unter lit. b) dieses Kapitels dargestellt.
- Mehrere Mitglieder verfügen über einen ausgeprägten internationalen Hintergrund. Diese Zielvorgabe ist allein aufgrund der internationalen Herkunft von Jean-François Palus, Héloïse Temple-Boyer, Thore Ohlsson und Fiona May deutlich übertroffen.

Dem Aufsichtsrat gehören eine angemessene Anzahl unabhängiger Mitglieder an. Mit Jean-François Palus, Héloïse Temple-Boyer, Thore Ohlsson und Fiona May werden vier von sechs Mitgliedern des Aufsichtsrats als unabhängig angesehen.

Der Kodex 2020 enthält keine abschließende Definition der Unabhängigkeit in Bezug auf die Anteilseignervertreter*innen im Aufsichtsrat, sondern zählt beispielhaft Umstände auf, die auf eine fehlende Unabhängigkeit hinweisen können. Es ist Aufgabe des Aufsichtsrats, anhand dieser Indizien die Unabhängigkeit der Aufsichtsratsmitglieder einzuschätzen und zu beurteilen, ob ein Mitglied in einer persönlichen oder geschäftlichen Beziehung zu der Gesellschaft oder deren Vorstand steht, die einen wesentlichen – und nicht nur vorübergehenden – Interessenkonflikt begründen kann. Vor diesem Hintergrund gibt es nach Einschätzung des Aufsichtsrats der PUMA SE derzeit keine konkreten Anhaltspunkte für relevante Umstände oder Beziehungen eines Aufsichtsratsmitglieds, die einen wesentlichen und nicht nur vorübergehenden Interessenkonflikt begründen und damit seine Unabhängigkeit beeinträchtigen könnten.

Im Hinblick auf die Aufsichtsratsmitglieder Jean-François Palus und Héloïse Temple-Boyer ist der Aufsichtsrat der Ansicht, dass deren Funktion jeweils als Directeur Général Délégué der Artémis S.A.S. ihre Unabhängigkeit im Sinne des Kodex 2020 nicht beeinträchtigt. Bei der Artémis S.A.S. handelt es sich nicht um eine kontrollierende Aktionärin, denn Artémis S.A.S. ist weder eine Mehrheitsaktionärin noch hat sie eine faktische Hauptversammlungsmehrheit.

Hinsichtlich der Aufsichtsratsmitglieder Herr Jean-François Palus und Herr Thore Ohlsson ist der Aufsichtsrat der Ansicht, dass die Dauer ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat, welche jeweils 12 Jahre übersteigt, ihre Unabhängigkeit im Sinne des Kodex 2020 nicht beeinträchtigt, da sie keinen wesentlichen Interessenkonflikt begründet. Dies ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass Herr Palus und Herr Ohlsson derzeit leitende und kontrollierende Positionen in mehreren anderen Unternehmen innehaben. Beide haben durch ihre langjährige Erfahrung im Management verschiedener Unternehmen ein hohes Maß an Professionalität bewiesen, und der Aufsichtsrat ist der Ansicht, dass beide alle Umstände vermeiden, die einen Interessenkonflikt begründen könnten. Es gibt keine weiteren Hinweise auf einen Interessenkonflikt in der Person von Herrn Palus und Herrn Ohlsson.

Jean-François Palus als Vorsitzender des Aufsichtsrats, Thore Ohlsson als Vorsitzender des Prüfungsausschusses und Jean-François Palus als Vorsitzender des Personalausschusses werden allesamt als unabhängig vom Vorstand, der Gesellschaft und einer/einem kontrollierenden Aktionär*in angesehen. Kein ehemaliges Mitglied des Vorstands ist Mitglied des Aufsichtsrats.

- Thore Ohlsson, der Vorsitzende des Prüfungsausschusses verfügt über besondere Kenntnisse und Erfahrungen in der Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen und internen Kontrollverfahren, ist mit der Abschlussprüfung vertraut und ist unabhängig. Auch Jean-François Palus und Héloïse Temple-Boyer bringen diese besonderen Kenntnisse mit.



- Die Aufsichtsratsmitglieder haben ausreichend Zeit zur Wahrnehmung ihres Aufsichtsratsmandats. Der Aufsichtsrat prüft vor jedem Wahlvorschlag, ob die betreffenden Kandidat*innen den für das Amt zu wahren Zeitaufwand erbringen können.
- Potenziellen wesentlichen und nicht nur vorübergehenden Interessenkonflikten seiner Mitglieder beugt der Aufsichtsrat vor, indem er anderweitige Tätigkeiten seiner Mitglieder regelmäßig überprüft und kritisch hinterfragt. Hinweise auf tatsächliche Interessenskonflikte hat es im Geschäftsjahr 2021 nicht gegeben. Sollte ein Interessenkonflikt auftreten, ist jedes Aufsichtsratsmitglied verpflichtet, diesen dem Aufsichtsratsvorsitzenden offen zu legen.
- Gemäß § 1 Absatz 4 Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat dürfen Aufsichtsratsmitglieder grundsätzlich nicht älter als 70 Jahre sein und ihre maximale Amtszeit darf nicht länger als drei Amtsperioden betragen. Bei der Festlegung dieser Altersgrenze hat sich der Aufsichtsrat bewusst gegen eine starre Höchstaltersgrenze und für eine flexible Regelgrenze entschieden, die den notwendigen Spielraum für eine angemessene Würdigung der Umstände des Einzelfalls enthält, den Kreis der potenziellen Kandidat*innen hinreichend weit fasst und auch eine Widerwahl ermöglicht. Thore Ohlsson hat die Regelaltersgrenze erreicht. Er wurde nach sorgfältiger Abwägung dennoch durch den Aufsichtsrat zur Wiederwahl in 2018 vorgeschlagen, um im besten Interesse des Unternehmens die notwendige Kontinuität nach dem Spin-off von der Kering S.A. zu gewährleisten. Alle anderen Aufsichtsratsmitglieder haben zum Zeitpunkt ihrer Wahl die Regelaltersgrenze nicht erreicht.

B) KOMPETENZPROFIL

Der Aufsichtsrat hat ein Kompetenzprofil für das Gesamtremium erarbeitet. Es legt fest, dass die Mitglieder des Aufsichtsrats als Gesamtheit folgende fachlichen Kompetenzen abdecken müssen:

- Management großer und mittelgroßer internationaler Konzerne (Jean-François Palus, Héloïse Temple-Boyer, Thore Ohlsson)
- Erfahrung in der Sportartikel- oder Luxusgüterindustrie (Jean-François Palus, Héloïse Temple Boyer, Thore Ohlsson, Fiona May)
- Internationaler Unternehmenshintergrund (Jean-François Palus, Héloïse Temple-Boyer, Thore Ohlsson, Fiona May)
- Erfahrung mit verschiedenen Vertriebskanälen, unter anderem E-Commerce (Jean-François Palus, Thore Ohlsson)
- Kompetenz im Aufbau internationaler Marken (Jean-François Palus, Héloïse Temple-Boyer, Thore Ohlsson, Fiona May)
- Know-how in Marketing, Vertrieb und im digitalen Bereich (Jean-François Palus, Héloïse Temple-Boyer, Thore Ohlsson)
- Finanzexpertise (Rechnungswesen, Treasury, Risikomanagement, Corporate Governance) (Jean-François Palus, Thore Ohlsson, Héloïse Temple-Boyer)
- Erfahrung als Mitglied von Aufsichts- und Verwaltungsräten börsennotierter Gesellschaften (Jean-François Palus, Héloïse Temple-Boyer)
- Erfahrung im Bereich Mergers & Acquisitions (Jean-François Palus, Thore Ohlsson)
- Verständnis des Betriebsverfassungsgesetzes und Eintreten für die Interessen der Beschäftigten (Martin Koeppel, Bernd Illig)
- Personalkompetenz (Jean-François Palus)
- IT-Kompetenz (Bernd Illig).

Der Aufsichtsrat der PUMA SE ist derzeit so zusammengesetzt, dass es als Gesamtremium über das dargestellte Kompetenzprofil verfügt.



C) FESTLEGUNG ZUR FÖRDERUNG DER TEILHABE VON FRAUEN AN FÜHRUNGSPOSITIONEN NACH ART. 9 ABS. 1 LIT. C) (II) SE-VO I.V.M. § 76 ABS. 4 UND § 111 ABS. 5 AKTG

Der Aufsichtsrat hat für den Frauenanteil im Aufsichtsrat und im Vorstand eine Zielgröße festzulegen. Der Vorstand hat seinerseits Zielgrößen für den Frauenanteil in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands festzulegen.

Zielsetzung 2017

Der Aufsichtsrat der PUMA SE hatte im Jahr 2017 eine bis zum 31. Oktober 2021 zu erreichende Zielgröße von 30% für den Frauenanteil im Aufsichtsrat festgelegt. Diese Zielgröße wurde zu diesem Datum erreicht.

Für den Vorstand hatte der Aufsichtsrat im Jahr 2017 eine bis zum 31. Oktober 2021 zu erreichende Zielgröße von 20% festgelegt unter der Bedingung, dass die PUMA SE fünf oder mehr Vorstandsmitglieder hat. Diese Zielgröße wurde zu diesem Datum erreicht.

Für den Frauenanteil auf der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands hatte der Vorstand im Jahr 2017 eine bis zum 31. Oktober 2021 zu erreichende Zielgröße von 25% bezüglich der PUMA SE und von 30% auf Konzernebene festgelegt. Diese Ziele wurden nicht erreicht. Das Managementteam auf der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands ist in den vergangenen Jahren recht stabil geblieben und es wurden nicht signifikant neue Stellen auf dieser Führungsebene geschaffen. Der Vorstand ist aber aufgrund der starken Entwicklung auf der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands sehr zuversichtlich, dass im Rahmen von internen Nachfolgebesetzungen die neue Zielgröße für die erste Führungsebene auf natürlichen Weg erreicht werden wird.

Für die zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands sollte der Frauenanteil bis zum 31. Oktober 2021 für die PUMA SE auf 30% und auf Konzernebene auf 40% anwachsen. Diese Ziele wurden erreicht.

Zielsetzung 2021

Der Aufsichtsrat der PUMA SE hat eine bis zum 31. Oktober 2026 zu erreichende Zielgröße von mindestens 2 Frauen (33%) für den Frauenanteil im Aufsichtsrat festgesetzt.

Für den Vorstand hat der Aufsichtsrat folgende Zielgrößen für den Frauenanteil festgelegt:

- mindestens 1 Frau (25%), unter der Bedingung, dass die PUMA SE vier Vorstandsmitglieder hat,
- mindestens 1 Frau (20%), unter der Bedingung, dass die PUMA SE fünf Vorstandsmitglieder hat,
- mindestens 2 Frauen (33%), unter der Bedingung, dass die PUMA SE sechs Vorstandsmitglieder hat.

Umsetzungsfrist dafür ist der 31. Oktober 2026.

Der Vorstand hat bezüglich der PUMA SE für die erste Führungsebene unterhalb des Vorstands eine Zielgröße von 30% und für die zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands eine Zielgröße von 35% festgelegt. Auf Konzernebene soll der Frauenanteil für die erste Führungsebene unterhalb des Vorstands 30% und für die zweite Führungsebene 40% betragen. Umsetzungsfrist auch hier ist der 31. Oktober 2026.

DIVERSITÄTSKONZEPT FÜR DEN VORSTAND

Der Aufsichtsrat und der Vorstand fördern eine agile, offene Unternehmenskultur, in der die Vorteile von Diversität bewusst genutzt werden und jede(r) ihr/sein Potenzial zum Besten des Unternehmens frei entfalten kann. PUMA strebt an, Vorstandspositionen sowie leitende Führungspositionen überwiegend mit im Unternehmen entwickelten Personen zu besetzen.

Für die Entscheidung des Aufsichtsrats über die Besetzung einer konkreten Vorstandsposition ist die fachliche und persönliche Eignung der/des Kandidat*in unter Berücksichtigung des Unternehmensinteresses maßgeblich. Es ist sicherzustellen, dass die Mitglieder des Vorstands insgesamt



über die zur bestmöglichen Erfüllung der Vorstandsaufgaben erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und Erfahrungen verfügen, wie sie für einen Sportartikelhersteller wie PUMA erforderlich sind. Es muss nicht jedes Vorstandsmitglied die fachlichen Anforderungen abbilden. Das Diversitätskonzept für den Vorstand sieht daher vor, dass bei dessen Zusammensetzung die Aspekte Geschlecht, Internationalität, Alter, Ausbildungs- und Erfahrungshintergrund berücksichtigt werden:

- Geschlecht

PUMA strebt bis 31. Oktober 2026 einen Anteil von Frauen im Vorstand in Höhe von 25% an unter der Bedingung, dass das Gremium vier Vorstandsmitglieder hat; in Höhe von 20% unter der Bedingung, dass das Gremium fünf Vorstandsmitglieder hat; und in Höhe von 33% unter der Bedingung, dass das Gremium sechs Vorstandsmitglieder hat. Um dieses Ziel zu erreichen, achtet der Aufsichtsrat darauf, dass im Rahmen der internen globalen Managementstruktur zur Nachwuchsentwicklung für den Vorstand ein angemessener Anteil von weiblichen Kandidatinnen auf den Nachfolgelisten zu finden ist. Die Beteiligung von Frauen im Vorstand soll in Zukunft bei einer erforderlichen Neubesetzung insbesondere dadurch gewährleistet werden, dass bei verschiedenen, gleich qualifizierten Bewerber*innen Frauen besonders berücksichtigt werden. Soweit eine Besetzung durch externe Kandidat*innen erfolgen soll, sollen insbesondere entsprechend qualifizierte Kandidatinnen berücksichtigt werden. Gleiches gilt für die Besetzung von Führungsfunktionen. Um Frauen künftig noch stärker an Führungsfunktionen zu beteiligen, fördert PUMA die Vereinbarkeit von Familie und Beruf etwa durch Teilzeit- und Halbtagsmodelle sowie durch flexible Arbeitszeiten und die Bereitstellung von Kinderbetreuungsplätzen. Mit Anne-Laure Descours ist eine Frau im Vorstand vertreten. Mithin beträgt der Frauenanteil im Vorstand aktuell 25%.

- Internationalität

PUMA ist ein global agierendes Unternehmen. Eine angemessene Anzahl an Vorstandsmitgliedern muss daher zwingend internationale Erfahrung mitbringen entweder aufgrund ihrer Herkunft oder aufgrund ihrer langjährigen Berufserfahrung im Ausland. Ungeachtet der mehrjährigen internationalen Erfahrung aller Vorstandsmitglieder ist dieses Ziel schon allein aufgrund der internationalen Herkunft von Bjørn Gulden und Anne-Laure Descours übertroffen.

- Alter

Der Aufsichtsrat achtet auf eine ausgewogene Altersstruktur im Vorstand. Diese ist wichtig, um die Kontinuität der Vorstandarbeit zu gewährleisten und eine reibungslose Nachfolgeplanung zu ermöglichen. Grundsätzlich dürfen Mitglieder des Vorstands nicht älter als 70 Jahre sein. Die Regelaltersgrenze wird von allen Mitgliedern des Vorstands unterschritten.

- Ausbildungs- und Erfahrungshintergrund

Im Hinblick auf den Bildungs- und Berufshintergrund soll sich die Auswahl von Vorstandsmitgliedern an den im PUMA-Vorstand allgemein sowie für das jeweilige Vorstandressort erforderlichen Kompetenzen in Bezug auf Unternehmensleitung, Strategieentwicklung, Finanzen- und Rechnungslegung, Supply Chain, Vertrieb sowie People & Organisation orientieren. Hier gelten die gleichen Kriterien, die bezüglich des Kompetenzprofils des Aufsichtsrats entwickelt wurden. Diese Kompetenzen müssen nicht im Rahmen eines Universitätsstudiums oder einer anderen Ausbildung, sondern können auch in sonstiger Weise inner- oder außerhalb von PUMA erworben worden sein. Die Vorstandsmitglieder verfügen über alle oben genannten Kompetenzen.

Die aktuelle Zusammensetzung des Vorstands setzt das Diversitätskonzept um.



RISIKO- UND CHANCENBERICHT

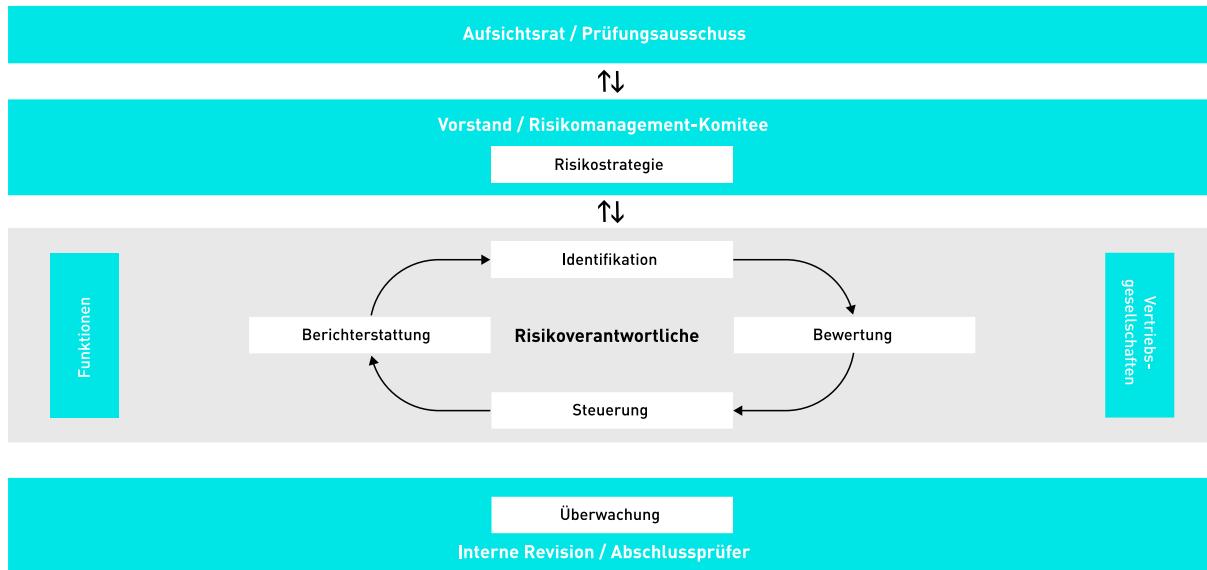
PUMA ist in der wettbewerbsintensiven, schnelllebigen und internationalen Sport- und Lifestyle-Branche fortlaufend Chancen als auch Risiken ausgesetzt. Die Risikostrategie sieht deshalb vor, unternehmerische Risiken kalkuliert einzugehen, um die Unternehmensstrategie mit deren Chancen zu realisieren. Hierzu wird ein effektives Chancen- und Risikomanagement benötigt, durch das Chancen erkannt und genutzt sowie Risiken frühzeitig identifiziert und gesteuert werden können. Wir definieren Risiken als mögliche zukünftige Entwicklungen oder Ereignisse, die zu einer für das Unternehmen negativen Zielabweichung führen können. Analog stellen Chancen mögliche zukünftige Entwicklungen oder Ereignisse dar, die in einer positiven Zielabweichung resultieren können.

RISIKOMANAGEMENTSYSTEM

PUMA geht bewusst und kontrolliert Risiken ein, um die Unternehmensziele zu erreichen. Das Ziel des Risikomanagementsystems ist es, insbesondere wesentliche oder sogar bestandsgefährdende Risiken frühzeitig zu erkennen und zu steuern und somit bei der Erreichung der Unternehmensziele zu unterstützen. Des Weiteren soll die Einhaltung damit verbundener Gesetze, Regelungen und Standards sichergestellt und Transparenz über die Risikosituation aus Sicht der Partner wie beispielsweise Kund*innen, Lieferanten und Investoren geschaffen werden. Hierzu wird eine angemessene Risikomanagement-Organisation etabliert, die in der Lage ist, Risiken frühzeitig zu identifizieren und entsprechend der Unternehmensstrategie zu steuern sowie das Risikobewusstsein innerhalb der PUMA-Gruppe zu fördern, um risikobasierte Entscheidungen zu treffen. Das Risikomanagementsystem von PUMA basiert somit auf einen umfassenden, interaktiven und managementorientierten Risikoansatz, der in der Unternehmensorganisation integriert, und am weltweit anerkannten COSO-Standard angelehnt ist (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission). Das Chancenmanagement ist nicht Teil des Risikomanagementsystems und obliegt der Verantwortung des operativen Managements.

Die Gesamtverantwortung für das Risikomanagementsystem trägt der Vorstand der PUMA SE. Dieser informiert regelmäßig den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats der PUMA SE. Die Konzeption, Überprüfung und Anpassung des Risikomanagementsystems werden innerhalb des Risikomanagement-Komitees durchgeführt, welches aus dem Vorstand der PUMA SE und ausgewählten Führungskräften besteht. Zur operativen Koordination des Risikomanagementprozesses und Unterstützung der Risikoverantwortlichen wurde die Risikomanagementfunktion der Abteilung Group Internal Audit, Risk Management & Internal Control beauftragt die regelmäßige Risikoberichterstattung an das Risikomanagement-Komitee zu erstellen. Die Verantwortlichkeiten, Aufgaben und Abläufe des Risikomanagementsystems sind in einem Regelwerk festgelegt. Der Aufbau und die Ausgestaltung des Risikomanagementsystems sind wie folgt:

↗ G.18 RISIKOMANAGEMENTSYSTEM



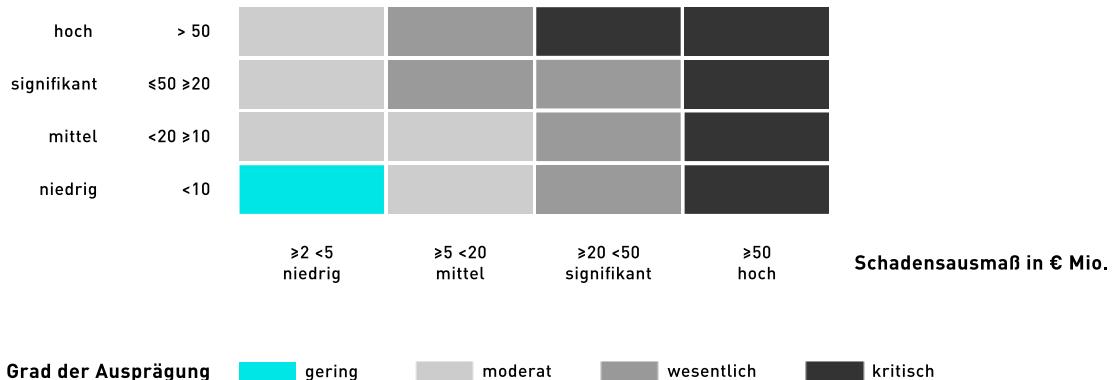
Die Risikoverantwortlichen setzen sich im Wesentlichen aus den Führungskräften der Funktionsbereiche und den Geschäftsführern der Vertriebsgesellschaften zusammen. Die Risikoidentifikation erfolgt unternehmensweit durch eine Bottom-Up-Analyse innerhalb des Verantwortungsbereiches des Risikoverantwortlichen und wird regelmäßig halbjährlich in strukturierten Interviews oder unterjährig mit Hilfe etablierter interner Berichtskanäle an die Risikomanagementfunktion und/oder die lokalen Überwachungsgremien berichtet.

Die Risiken werden mit Hilfe einer systematischen Methodik in Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadensausmaß anhand quantitativer Kriterien bewertet und eingeschätzt. Die quantitativen Kriterien sind in Form von Bandbreiten der Risikoklassifizierung in einer vierstufigen Skala hinterlegt. Während die Bewertung der Eintrittswahrscheinlichkeit in Prozent klassifiziert ist, orientiert sich das Schadensausmaß an dem geplanten operativen Ergebnis. Wir verfolgen hierbei einen Nettorisikoansatz, bei dem die Risiken adressiert werden, die nach Durchführung bestehender Kontrollmaßnahmen verbleiben. Die sich daraus ergebenen Risikobewertungen werden als aggregierte Risikogruppe dargestellt. Somit werden zur Wesentlichkeitsbeurteilung die quantifizierten Risiken aus Schadensausmaß und Eintrittswahrscheinlichkeit zusammengeführt und zur internen Überwachung in eine übersichtliche Risikomatrix hinsichtlich deren Grad der Ausprägung (siehe dazu in Grafik G.19) klassifiziert.

Beispielsweise resultiert ein Ausprägungsgrad im kritischen Bereich aus der Zusammenführung von Schadensausmaß und Eintrittswahrscheinlichkeit in der jeweils höchsten Bandbreite der Risikobewertung. Die Übersicht der Risikogruppen wird, tabellarisch in der Reihenfolge ihrer Bedeutung und ihrer unterjährigen Veränderung zusammenfassend, in der Tabelle T.7 dargestellt.

↗ G.19 RISIKOMATRIX

Eintrittswahrscheinlichkeit in %



Die regelmäßige Risikoidentifikation und -bewertung wird von der Risikomanagementfunktion halbjährlich mit allen wesentlichen Funktionsbereichen durchgeführt. Die erfassten und bewerteten Risiken werden im Risikomanagement-Komitee zusätzlich um eine Top-Down-Betrachtung erweitert. Somit kann auch die Berücksichtigung von Interdependenzen und die Einschätzung der Gesamtrisikosituation entsprechend sichergestellt werden.

Der operative Steuerungsprozess identifizierter Risiken obliegt den Risikoverantwortlichen. Dies kann durch Vermeidung, Reduzierung, Diversifizierung und Übertragung des Risikos erfolgen, um das angestrebte und zu akzeptierende Restrisiko zu erreichen. Im Rahmen der Berichterstattung werden wesentliche oder sogar bestandsgefährdende Risiken mit dem Risikomanagement-Komitee beziehungsweise dem Vorstand abgestimmt und gesteuert.

Die Methodik und der Aufbau des Risikomanagementsystems werden kontinuierlich auf Wirksamkeit überprüft und entsprechend angepasst und verbessert. Dies erfolgt zum einen durch die Interne Revision, als unabhängige Prüfinstanz, innerhalb des PUMA Konzerns und zum anderen durch den Abschlussprüfer der PUMA SE, der jährlich das Risikofrüherkennungssystem auf seine grundsätzliche Eignung, bestandsgefährdende Risiken frühzeitig erkennen zu können, und gemäß § 317 Abs. 4 HGB die Funktionsfähigkeit des Risikofrüherkennungs- und Überwachungssystems, beurteilt sowie die Einrichtung eines Risikofrüherkennungssystems nach § 91 Abs. 2 AktG.



RISIKEN

Die folgenden Erläuterungen zu den Risikogruppen sind in der Reihenfolge entsprechend ihrer relativen Bedeutung dargestellt.

PANDEMIE (COVID-19)

Das Risiko Pandemie (COVID-19) wurde bei PUMA erstmalig im Geschäftsjahr 2020 als neues Risiko identifiziert und als das bedeutendste Geschäftsrisiko für den PUMA-Konzern eingeschätzt. Die Auswirkungen dieser Pandemie (COVID-19) wurde auch im Geschäftsjahr 2021 weiterhin als ein bedeutendes Geschäftsrisiko bewertet. Dies betrifft die makroökonomischen und sozialen Auswirkungen der Pandemie, beispielsweise durch Lockdowns, behördliche Schließungen von Verwaltungsgebäuden, Produktionsstandorten und Einzelhandelsgeschäften, Einschränkungen in Ladenöffnungszeiten, Reduzierung des Kundenaufkommens in den Läden, Reiserestriktionen und Kontaktbeschränkungen, die Absage oder Verschiebung großer Sportveranstaltungen sowie den Ausschluss oder die Limitierung von Zuschauern. Diese Auswirkungen haben zu Umsatzeinbrüchen und Herausforderungen in der Aufrechterhaltung der Geschäftstätigkeit geführt oder können zukünftig dazu führen. Des Weiteren sind wir mit neuartigen Anforderungen, Regularien und weiterführenden Maßnahmen im Bereich der Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter*innen und Kund*innen konfrontiert. Außerdem hat die Pandemie (COVID-19) negative Auswirkungen auf bestehende Risiken im Bereich der Beschaffung und der Lieferkette sowie die Möglichkeit des Ausfalls von Forderungen.

Im vergangenen Geschäftsjahr hat sich die Pandemie (COVID-19), gerade in Hinblick auf etwaiges Aufkommen von Virusvarianten, schnell und dynamisch entwickelt und das Ausmaß und die Dauer der daraus resultierenden Auswirkungen auf unser Geschäft waren und sind daher weiterhin äußerst schwer vorherzusagen. Auf Grund von fortschreitenden Impf-Kampagnen gehen wir jedoch davon aus, dass die Situation der COVID-19-Pandemie nicht von langfristiger Dauer sein wird. Wir prüfen permanent Informationen der Weltgesundheitsorganisation (WHO), der Zentren für Krankheitskontrolle und -prävention in den jeweiligen Standorten, des Robert-Koch-Instituts in Deutschland (RKI) und weiteren Institutionen, um epidemische oder pandemische Risiken frühzeitig zu identifizieren und entsprechende Abwehr- und Schutzmaßnahmen so früh wie möglich bestimmen und veranlassen zu können.

Trotz der anhaltenden Herausforderungen und Unsicherheiten resultierend aus der Pandemie (COVID-19) verfolgen wir weiterhin das Ziel, das mittelfristige Wachstum von PUMA nicht zu beeinträchtigen. Unser Vorgehen ist dabei lokal ausgeprägt, da die verschiedenen Märkte diese Phasen zu unterschiedlichen Zeiten durchlaufen. Unser Hauptaugenmerk liegt auf der Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter*innen und Kund*innen, der Liquiditätssicherung des PUMA-Konzerns durch Absicherung von Kreditlinien, einer engen und verlässlichen Zusammenarbeit mit unseren Partnern, Zulieferern und Kund*innen, der Festigung und Erweiterung der Lieferkette, der Digitalisierung wichtiger Geschäftsprozesse und der weiteren Stärkung unseres E-Commerce-Geschäfts. Insbesondere wurde die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten gefestigt, indem wir weiterhin nur einen sehr geringen Anteil der Aufträge bei unseren Lieferanten storniert und im Gegenzug verlängerte Zahlungsziele vereinbart haben, insbesondere während der temporären Schließung von Produktionsstandorten auf Grund von behördlichen Auflagen.



GESCHÄFTSPARTNER IM BESCHAFFUNGSBEREICH UND LIEFERKETTE

Der Großteil der PUMA Produkte wird in ausgewählten Ländern Asiens, vor allem in Vietnam, China, Kambodscha, Bangladesch, Indonesien und Indien produziert. Neben den obig beschriebenen Herausforderungen resultierend aus der Pandemie (COVID-19), ist die Produktion in diesen Ländern für uns weiterhin mit erheblichen Risiken verbunden. Diese ergeben sich beispielsweise durch Veränderungen der Beschaffungs-, Lohn- und Logistikkosten, Lieferengpässe bei Rohmaterialien oder Komponenten, Qualitätsprobleme aber auch durch die Möglichkeit einer zu starken Abhängigkeit von einzelnen Lieferanten.

Eine regelmäßige Überprüfung und Anpassung des Portfolios soll die Abhängigkeit von einzelnen Lieferanten und Beschaffungsmärkten vermeiden. Grundsätzlich werden langfristige Rahmenverträge abgeschlossen, um die zukünftig notwendigen Produktionskapazitäten zu sichern. Ein Qualitätssicherungsprozess und die direkte und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Lieferanten sollen die Qualität und Verfügbarkeit unserer Produkte dauerhaft sicherstellen.

Der Beschaffungsbereich und die Lieferkette müssen außerdem auf Risiken, wie Veränderungen bei Abgaben und Zöllen sowie Handelsbeschränkungen und behördlichen Auflagen, reagieren. Der Transport der Produkte in die Vertriebsländer ist außerdem dem Risiko von Verspätungen und Ausfällen durch Lager- und Logistikdienstleistern ausgesetzt.

Wir analysieren hierzu kontinuierlich politische, ökonomische und rechtliche Rahmenbedingungen und haben die enge Zusammenarbeit mit unseren Logistikpartnern weiter vertieft, um auf Veränderungen in der Lieferkette frühzeitig reagieren zu können und diese kontinuierlich zu stärken. Die Zusammenarbeit mit Lager- und Logistikdienstleistern wird dementsprechend durch Auswahlverfahren, einheitliche Vertragsbedingungen und eine dauerhafte Überwachung mit Kennzahlen abgesichert.

Im Rahmen der Pandemie (COVID-19) ergaben sich im Geschäftsjahr 2021 Verzögerungen und Unterbrechungen im Beschaffungsbereich und der Lieferkette, die zu einem Anstieg der Einzelrisiken geführt haben. Um diesem Risiko zu begegnen, wurde die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und Logistikpartnern intensiviert, um flexibel und lösungsorientiert auf die Gegebenheiten reagieren zu können.

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNGEN

Als international agierender Konzern sind wir globalen gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen und den damit verbundenen Risiken mit Auswirkung auf unseren Absatz- aber auch Beschaffungsmärkte ausgesetzt. So kann sich beispielsweise die konjunkturelle Entwicklung in wichtigen Absatzmärkten im Konsumverhalten der Verbraucher bemerkbar machen. Dies kann sich positiv oder negativ auf geplante Umsätze sowie das Konzernergebnis auswirken. Ebenso können sich politische Veränderungen, gesellschaftliche Entwicklungen und ökologische Ereignisse (beispielsweise Naturkatastrophen) in Änderungen von rechtlichen und gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen bemerkbar machen.

Insgesamt begegnen wir diesen Herausforderungen mit geografischer Diversifizierung und der Entwicklung von Alternativszenarien für den Eintrittsfall von gravierenden Ereignissen. Dies gilt insbesondere für politische Entwicklungen und mögliche Änderungen von rechtlichen Rahmenbedingungen, welche kontinuierlich beobachtet und in entsprechende Maßnahmen überführt werden.

PRODUKT- UND MARKTUMFELD

Dem Risiko aus spezifischen Produkteinflüssen des Marktumfeldes, insbesondere der Gefahr von Substituierbarkeit im wettbewerbsintensiven Sport- und Lifestylemarkt, wird mit dem frühzeitigen Erkennen und Nutzen von relevanten Konsumtrends entgegengewirkt. Nur wer diese Trends frühzeitig erkennt, kann sich einen Vorsprung gegenüber Mitbewerbern verschaffen. Markenimage und Markenbegehrtheit sind für uns von zentraler Bedeutung, da es das Kaufverhalten der Verbraucher*innen nicht nur zugunsten, sondern auch zum Nachteil der Marke beeinflussen kann. Wir haben



dementsprechend das Leitbild „Wir wollen die schnellste Sportmarke der Welt werden“ formuliert, um die langfristige Unternehmensausrichtung sowie die Strategie zu unterstreichen. Das Markenversprechen „Forever Faster“ steht dabei nicht nur für das Produktangebot von PUMA als Sport- und Lifestyle-Unternehmen, sondern auch stellvertretend für sämtliche Unternehmensprozesse.

Eine zentrale Rolle für das Markenimage spielt auch die Berichterstattung in den Medien über PUMA - zum Beispiel können die Verletzung von Gesetzen oder interner und externer Vorschriften, Produktrückrufaktionen und die Exposition in den sozialen Medien sowie der personellen Vielfalt und Toleranz zu erheblichen Imageschäden und letztendlich auch zu Umsatz- und Gewinneinbußen führen.

Gezielte Investitionen in Produktdesign und Produktentwicklung sollen sicherstellen, dass das charakteristische PUMA-Design der gesamten Produktpalette im Einklang mit der allgemeinen Markenstrategie („Forever Faster“) steht und dadurch einen eindeutigen Wiedererkennungseffekt erzeugt.

Das Markenimage wird vor allem gestärkt durch Kooperationen mit Markenbotschaftern, welche den Kern der Marke und die Markenwerte von PUMA verkörpern („mutig, „überzeugt“, „zielstrebig“ und „optimistisch“) sowie großes Einflusspotenzial auf die Zielgruppe von PUMA haben. Darüber hinaus erfolgt eine sorgsame Presse-, Social-Media- und Public-Relations-Arbeit und ein Monitoring des Presse und des Social-Media-Umfeldes, welches aus der Konzernzentrale in Herzogenaurach und der Tochtergesellschaft in den USA gesteuert wird. Zusätzlich sucht PUMA kontinuierlich den offenen Austausch mit wichtigen externen Stakeholdern, wie zum Beispiel Lieferanten, Nichtregierungsorganisationen und Industrieinitiativen, und hat dies im Rahmen von regelmäßig ausgerichteten „Sustainability Stakeholder Meetings“ institutionalisiert.

PROJEKTE

Die Organisationsstruktur von PUMA mit der Konzernzentrale in Herzogenaurach, einer zentralen Beschaffungsorganisation und weltweit aufgestellten Vertriebsgesellschaften, fördert die globale Ausrichtung des Konzerns. Für uns besteht hierbei insbesondere das Risiko, dass die Waren- und Informationsflüsse nicht ausreichend durch moderne Lager-, Logistik- und IT-Infrastruktur unterstützt werden. Aus diesem Grund müssen bestehende Geschäftsprozesse stetig optimiert und angepasst werden. Dies erfolgt systematisch durch gezielte Optimierungsprojekte, die zentral durch die Fachabteilungen erfasst, geplant und gesteuert werden.

INFORMATIONSTECHNIK

Die fortschreitende Digitalisierung des Unternehmensumfeldes hält für PUMA Risiken im Bereich der Informationstechnik bereit. Wichtige Geschäftsabläufe und Prozesse können durch den Ausfall von IT-Systemen und Netzwerken empfindlich gestört werden und externe Angriffe (Cyber-Attacken) oder fehlerhaftes Verhalten können zum Verlust vertraulicher und sensibler Daten, sowie zu hohen Kosten, Umsatzeinbußen und Rufschädigungen führen.

Um diesen Risiken zu begegnen führen wir kontinuierlich technische und organisatorische Maßnahmen durch und tätigen Investitionen in die Erneuerung und Sicherheit der IT-Landschaft. IT-Systeme werden regelmäßig überprüft, gewartet und Sicherheitstests unterzogen. Zudem werden alle Mitarbeiter*innen mit Hilfe von Richtlinien, Schulungen und Informationskampagnen fortlaufend sensibilisiert.

VERTRIEBSSTRUKTUR

PUMA bedient sich verschiedener Vertriebskanäle wie dem traditionellen Großhandelsgeschäft mit unseren Partnern im Einzelhandel („Wholesale-Geschäft“) und dem PUMA-eigenen Einzelhandels- und E-Commerce-Geschäft („Retail-Geschäft“), um die Abhängigkeit von einzelnen Vertriebswegen zu reduzieren. Das Großhandelsgeschäft wird von starken Partnerschaften geprägt und stellt insgesamt den größten Anteil des Umsatzes dar. Das eigene Einzelhandels- und E-Commerce-Geschäft soll neben einer



höheren Rohertragsmarge und der besseren Kontrolle der Distribution zudem gewährleisten, dass PUMA-Produkte exklusiv im gewünschten Markenumfeld präsentiert werden können.

Im Großhandel stellen stärker werdende Händler, zum Teil mit Eigenmarken, und Wettbewerber das Risiko eines intensivierten Wettbewerbs um Konsument*innen und Marktanteile dar. Zudem verändert sich das Kaufverhalten der Konsument*innen hin zu mehr E-Commerce und zur Verknüpfung aus stationärem und digitalem Handel, was eine kontinuierliche Anpassung der Vertriebsstruktur erfordert. Der Vertrieb über eigene Einzelhandels- und E-Commerce-Kanäle ist für uns jedoch auch mit verschiedenen Risiken verbunden. Hierzu zählen notwendige Investitionen in den Ausbau und die Infrastruktur, Einrichtung der Läden, höhere Fixkosten und Mietverträge mit langfristigen Mietverpflichtungen, was bei einer rückläufigen Geschäftsentwicklung die Profitabilität beeinträchtigen kann.

Wir führen zur Vermeidung von Risiken ein dauerhaftes Monitoring der Vertriebskanäle und ein regelmäßiges Reporting durch das Controlling und die Fachabteilungen durch. In den eigenen Vertriebskanälen wird im Vorfeld einer Investitionsentscheidung eine detaillierte Standort- und Rentabilitätsanalyse getätigt. Negative Entwicklungen werden somit durch das Reporting- und Controllingsystem frühzeitig erkannt und Gegenmaßnahmen ergriffen, um die einzelnen Geschäfte angemessen zu steuern. Im Bereich E-Commerce werden weltweite Aktivitäten harmonisiert sowie Investitionen in die IT-Plattform getätigt, um die Abwicklung der Kauftransaktionen weiter zu optimieren und das Einkaufserlebnis für den Konsumenten weiter zu verbessern.

NACHHALTIGKEIT

Im Beschaffungsbereich aber auch entlang der gesamten Wertschöpfungskette sind Nachhaltigkeitsthemen von großer Bedeutung. Der Klimawandel und die dadurch steigenden Kundenanforderungen in Bezug auf Nachhaltigkeit führen zu einem stärkeren ökologischen Fokus innerhalb des Produktangebotes, an den eigenen Standorten als auch entlang der Produktions- und Lieferkette. Eine effizientere Nutzung von Ressourcen, die Reduzierung der Treibhausgas-Emissionen, die Einhaltung von Umweltstandards sowie die verstärkte Verwendung von nachhaltigen Materialien und umweltunbedenklichen Chemikalien in der Produktion sind Ausdruck unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung von PUMA (der nichtfinanzielle Bericht) für das Geschäftsjahr 2021 kann spätestens ab dem 30. April 2022 an folgender Stelle auf unserer Internetseite abgerufen werden: <http://about.PUMA.com/de-de/investor-relations/financial-reports>. Zudem sind wichtige Nachhaltigkeitsinformationen auf der PUMA Homepage im Bereich Nachhaltigkeit jederzeit abrufbar: <https://about.puma.com/de-de/forever-better>

ÜBERWACHUNG VON ARBEITSBEDINGUNGEN

Wichtiger Bestandteil der Unternehmensverantwortung liegt in der Wahrung und Überwachung von Arbeitsbedingungen und Menschenrechten entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dabei sind Kernarbeitsnormen der ILO (International Labour Organisation) essenziell; aber auch die Überwachung von etwaigem Einsatz von gesundheitsgefährdenden Chemikalien in der Produktion durch Zulieferbetriebe. Die Nichteinhaltung würde gegen unsere Anforderungen an die Zulieferbetriebe verstößen und zudem zu einer negativen Berichterstattung und möglichen Umsatzeinbußen führen.

Die Einhaltung der gültigen Standards wird durch regelmäßige Prüfungen bei den Zulieferbetrieben sichergestellt.



RECHTLICHES

Als international agierender Konzern ist PUMA verschiedenen rechtlichen Risiken ausgesetzt. Dazu zählen Vertragsrisiken oder Risiken, dass Dritte Forderungen oder Klagen wegen Verletzungen ihrer Markenrechte, Patentrechte oder anderer Rechte geltend machen. Besonders Produktfälschungen können für PUMA zum Vertrauensverlust der Verbraucher in die Marke und damit zu einer Beeinträchtigung des Markenimages führen.

Mit der kontinuierlichen Überwachung der vertraglichen Verpflichtungen und der Einbindung von internen und externen Rechtsexperten bei Vertragsangelegenheiten sollen etwaige Rechtsrisiken vermieden werden. Für Bekämpfung von Markenpiraterie sorgt das PUMA-Team zum Schutz des geistigen Eigentums. Dieses sorgt nicht nur für ein starkes weltweites Portfolio an Schutzrechten wie Marken, Designs und Patenten, sondern arbeitet auch weltweit eng mit Zoll- und Polizeibehörden zusammen und wirkt beratend bei der Implementierung effektiver Gesetze zum Schutze des geistigen Eigentums mit.

COMPLIANCE

PUMA ist der Gefahr ausgesetzt, dass Mitarbeiter*innen gegen Gesetze, Richtlinien und PUMA-eigene Standards verstößen (Compliance-Verstöße). Risiken wie Diebstahl, Betrug, Untreue, Unterschlagung und Korruption sowie bewusste Falschdarstellungen in der Rechnungslegung können zu erheblichen monetären Schäden und einem Imageverlust führen.

Wir verfügen deshalb über verschiedene Instrumente, um diesen Risiken zu begegnen. Dazu gehören unter anderem ein integriertes Compliance-Management-System, das interne Kontrollsysteem, das Konzerncontrolling und die Interne Revision. Im Rahmen des Compliance-Management-Systems werden Sensibilisierungsmaßnahmen zu wesentlichen Compliance-Themen, wie zum Beispiel Korruptionsprävention und Kartellrecht durchgeführt, und entsprechende Richtlinien und ein globales Netzwerk aus Compliance-Beauftragten im Konzern eingeführt. Des Weiteren steht den PUMA-Mitarbeiter*innen ein Hinweisgebersystem zur Verfügung, um unethisches Verhalten zu melden.

STEUERRECHTLICH

Im internationalen Geschäftsumfeld müssen die jeweilig gültigen steuerlichen Regelungen eingehalten werden. Über entsprechende interne Verhaltensregeln sind die Mitarbeiter*innen angehalten, die einschlägigen steuerlichen Regelungen einzuhalten und zu befolgen. Neben der Einhaltung nationaler steuerlicher Vorschriften, denen die einzelnen Konzerngesellschaften unterliegen, bestehen vermehrt Risiken im Zuge konzerninterner Verrechnungspreise, die für verschiedene interne Geschäftstransaktionen nach den Regelungen des Fremdvergleichsgrundsatzes zwischen einzelnen Konzerngesellschaften anzusetzen sind.

In allen steuerlichen Bereichen hat PUMA mit internen und externen Steuerexperten hinreichend Vorkehrungen getroffen, um den einschlägigen steuerrechtlichen Bestimmungen Folge zu leisten, aber auch, um auf Veränderungen im sich ständig wandelnden steuerrechtlichen Umfeld reagieren zu können. Für die konzerninternen Verrechnungspreise existiert eine entsprechende Dokumentation, die nach den internationalen und nationalen Anforderungen und Standards erstellt wurde. Es bestehen Richtlinien und Vorgaben zur Bestimmung fremdüblicher Verrechnungspreise für konzerninterne Geschäftstransaktionen, die den gültigen Verfahrensregelungen entsprechen und die für die handelnden Mitarbeiter*innen bindend sind. Mittels eines internen Tax-Reporting sind externe und interne Steuersachverständige in der Lage, die steuerlichen Entwicklungen bei PUMA laufend zu kontrollieren und zu überwachen. Sowohl der Vorstand als auch der Aufsichtsrat werden laufend über die steuerlichen Entwicklungen bei PUMA informiert, um steuerrechtliche Risiken möglichst frühzeitig zu erkennen und zu vermeiden.



PERSONALBEREICH

Das kreative Potenzial, das Engagement und das Leistungsvermögen von PUMA-Mitarbeiter*innen sind wichtige Faktoren für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung. Eigenverantwortliches Denken und Handeln stehen bei uns im Vordergrund und sind Bestandteil einer offenen Unternehmenskultur mit flachen Hierarchien.

Unsere Personalstrategie hat das Ziel, diese erfolgreiche Philosophie langfristig und nachhaltig zu sichern. Dafür werden personelle Risiken im Rahmen eines Regelprozesses erfasst und bewertet. Entsprechend wurde ein besonderes Augenmerk auf das Talentmanagement, die Identifikation von Schlüsselpositionen und Talenten und deren optimale Positionierung sowie die Nachfolgeplanung gelegt. Zudem zielen weitere nationale und globale Regelungen und Richtlinien darauf ab, die Einhaltung rechtlicher Bestimmungen und die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter*innen sicherzustellen. Auch in Zukunft werden wir die Investitionen in Personal zielgerichtet und bedarfsoorientiert auf die jeweiligen Funktionen beziehungsweise Regionen ausrichten, um damit den zukünftigen Anforderungen der Unternehmensstrategie Rechnung zu tragen.

WÄHRUNGSRISIKEN

PUMA ist als international agierender Konzern Währungsrisiken ausgesetzt, die aus der Disparität des jeweiligen Währungsumfangs auf der Einkaufs- und der Verkaufsseite, aber auch aus Währungskursschwankungen resultieren.

Der größte Beschaffungsmarkt von PUMA ist der asiatische Markt, auf dem die Zahlungsströme zum größten Teil in US-Dollar (USD) abgewickelt werden, während die Umsätze im PUMA-Konzern zum Großteil in anderen Währungen fakturiert werden. PUMA begegnet dem Währungsrisiko entsprechend einer internen Richtlinie. Zur Absicherung von bestehenden und absehbaren finanziellen Verbindlichkeiten in fremder Währung werden Devisentermingeschäfte eingesetzt.

PUMA schließt ausschließlich marktübliche Devisentermingeschäfte zur Absicherung bereits geschlossener oder sich abzeichnender Verträge mit renommierten internationalen Finanzinstituten ab. Zum Jahresende 2021 ist der Nettobedarf für die Planungsperiode 2022 angemessen gegen Währungseinflüsse abgesichert.

Weiterhin können durch konzerninterne Darlehen, die zur Finanzierung ausgegeben werden, Fremdwährungsrisiken entstehen. Um Währungsrisiken bei der Umwandlung von auf fremde Währung lautenden konzerninternen Darlehen in die funktionalen Währungen der Konzernunternehmen (Euro) abzusichern, werden Währungswaps und Devisentermingeschäfte eingesetzt.

Zur Darstellung von Marktrisiken verlangt IFRS 7 Sensitivitätsanalysen, die Auswirkungen hypothetischer Änderungen von relevanten Risikovariablen auf Ergebnis und Eigenkapital zeigen. Die periodischen Auswirkungen werden bestimmt, indem die hypothetischen Änderungen der Risikovariablen auf den Bestand der Finanzinstrumente zum Abschlussstichtag bezogen werden. Dabei wird unterstellt, dass der Bestand zum Abschlussstichtag repräsentativ für das Gesamtjahr ist.

Währungsrisiken im Sinne von IFRS 7 entstehen durch Finanzinstrumente, welche in einer von der funktionalen Währung abweichenden Währung denomiiniert und monetärer Art sind; wechselkursbedingte Differenzen aus der Umrechnung von Einzelabschlüssen in die Konzernwährung bleiben unberücksichtigt. Als relevante Risikovariablen gelten grundsätzlich alle nicht funktionalen Währungen, in denen PUMA Finanzinstrumente einsetzt.

Den Währungssensitivitätsanalysen liegen die folgenden Annahmen zugrunde: Wesentliche originäre monetäre Finanzinstrumente (Flüssige Mittel, Forderungen, verzinsliche und unverzinsliche Verbindlichkeiten) sind entweder unmittelbar in funktionaler Währung denomiiniert oder werden durch den Einsatz von Devisentermingeschäften in die funktionale Währung transferiert.



Die Devisentermingeschäfte zur Absicherung wechselkursbedingter Zahlungsschwankungen sind in eine wirksame Cashflow-Hedgebeziehung nach IAS 39 eingebunden. Kursänderungen der diesen Geschäften zugrundeliegenden Währungen haben Auswirkungen auf die Sicherungsrücklage im Eigenkapital und auf den Fair Value dieser Sicherungsgeschäfte.

LIQUIDITÄTSRISIKO UND ZINSEN

PUMA führt laufend eine Analyse der kurzfristigen Mittelbedarfe in Form einer rollierenden Cashflow-Planung auf Ebene der Einzelgesellschaften in Abstimmung mit der zentralen Treasury-Abteilung durch. Um die jederzeitige Zahlungsfähigkeit, die finanzielle Flexibilität und ein strategisches Liquiditätspolster sicherzustellen, wird eine Liquiditätsreserve unter anderem in Form von Barmitteln und bestätigten Kreditlinien vorgehalten. Diesbezüglich bestehen zum 31. Dezember 2021 im PUMA-Konzern nicht in Anspruch genommene Kreditlinien über insgesamt € 942,0 Mio.

Die Finanzierung der mittel- und langfristigen Mittelbedarfe, die sich nicht unmittelbar aus dem Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit abdecken lassen, erfolgt durch Aufnahme von mittel- und langfristigen Darlehen. Zu diesem Zweck wurden verschiedene Schuldscheindarlehen in jeweils mehreren Tranchen mit fixem und variablem Coupon und jeweils verschiedenen Restlaufzeiten begeben. Die in Anspruch genommenen Schuldscheindarlehen betragen zum 31. Dezember 2021 insgesamt € 380,0 Mio. und haben eine Restlaufzeit von zwischen bis zu einem und 5 Jahren.

Zinsänderungen haben bei PUMA keinen wesentlichen Einfluss auf die Zinssensitivität und bedürfen somit keines Einsatzes von Zinssicherungsinstrumenten.

AUSFALLRISIKEN

Aufgrund der Geschäftstätigkeit ist PUMA einem Ausfallrisiko der Forderungen ausgesetzt, dem durch eine fortlaufende Überwachung der Außenstände und durch ausreichende Wertberichtigungen begegnet wird. Das Ausfallrisiko wird, wenn möglich, durch Kreditversicherungen limitiert, und das maximale Ausfallrisiko wird durch die Buchwerte der in der Bilanz angesetzten finanziellen Vermögenswerte wiedergegeben. Darüber hinaus ergeben sich in geringerem Umfang auch Ausfallrisiken aus anderen vertraglichen finanziellen Verpflichtungen der Gegenpartei, wie zum Beispiel Bankguthaben und derivative Finanzinstrumente.



TABELLARISCHE RISIKO-ÜBERSICHT

In der nachfolgenden Tabelle sind die zuvor beschriebenen Risikogruppen entsprechend ihrer relativen Bedeutung (Grad der Ausprägung) und der unterjährigen Veränderung zusammenfassend dargestellt:

↗ T.07 ÜBERSICHT DER RISIKOGRUPPEN (Reihenfolge entsprechend der relativen Bedeutung)

Risikogruppe *	Einordnung	Beschreibung	Grad der Ausprägung	Veränderung ggü. Vorjahr
Pandemie (COVID-19)	Strategisch	z.B. Ladenschließungen, Lieferprobleme, Gesundheit von Belegschaft und Kund*innen	Kritisch	→
Geschäftspartner	Operativ	z.B. Rohstoffengpässe, Lieferkettenunterbrechungen, Beschaffungs-, Logistikkosten und Qualitätsprobleme	Kritisch	↗ (Pandemie)
Gesamtwirtschaftliche Entwicklungen	Strategisch	z.B. Konjunkturentwicklung, politische Situation, rechtliche Rahmenbedingungen	Kritisch	↗
Produkt- und Marktumfeld	Strategisch	z.B. Trends, Kundenanforderungen, Markenimage, Berichterstattung in Medien	Wesentlich	→
Projekte	Strategisch	z.B. IT-Infrastruktur, Bauprojekte	Wesentlich	→
Informationstechnik	Operativ	z.B. Cyber-Attacken, Netzwerk- und Systemausfälle	Wesentlich	→
Vertriebsstruktur	Strategisch	z.B. Veränderung der Vertriebslandschaft	Wesentlich	→
Nachhaltigkeit	Regulatorisch	z.B. Klimawandel, Umweltstandards	Wesentlich	→
Arbeitsbedingungen	Regulatorisch	z.B. Arbeits-, Menschenrechte, Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz	Wesentlich	→
Rechtliches	Regulatorisch	z.B. Markenrecht, Patentrecht, Produktfälschungen	Wesentlich	→
Compliance	Regulatorisch	z.B. Betrug, Korruption	Wesentlich	→
Steuerrechtlich	Finanziell	z.B. Verrechnungspreise	Wesentlich	→
Personalbereich	Operativ	z.B. Schlüsselpositionen, Mitarbeiterbindung, Gesundheit	Moderat	→
Währungsrisiken	Finanziell	z.B. Wechselkursschwankungen	Moderat	→
Liquidität und Zinsen	Finanziell	z.B. Barmittel, Kreditlinie, Verwahrgebühren, Zinsentwicklung	Moderat	→
Ausfallrisiko	Finanziell	z.B. Zahlungsforderungen ggü. Kund*innen	Moderat	→

*Formulierungsanpassungen einzelner Risikogruppen gegenüber dem Vorjahr



CHANCEN

Chancen sollen frühzeitig von PUMA erkannt, eingeschätzt und nach Möglichkeit genutzt werden. Aufgrund des engen Zusammenhangs mit den jeweiligen Zielen, fließen erkannte Chancen über das Controlling in die Planung ein. Das Chancenmanagement obliegt der Verantwortung des operativen Managements in den jeweiligen Regionen, Märkten und Fachbereichen. PUMA hat die folgenden wesentlichen Chancenkategorien für den Planungszeitraum und darüber hinaus identifiziert bzw. definiert.

Im Bereich der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen werden aktuell durch die anhaltenden Auswirkungen der COVID-19-Pandemie eine Stärkung des Sport- und Freizeitsektors gesehen. Sofern es PUMA gelingt das mittelfristige Wachstumspotential zu erhalten, besteht hier eine Chance zur Gewinnung von Marktanteilen. In Zeiten von zunehmendem Home-Office und eingeschränkten Indoor- oder Teamsportmöglichkeiten, hat die Relevanz für beispielsweise den Bereich der Lauf-, Fitness-, Golf- oder Loungeprodukte zugenommen, weshalb das Produktangebot in diesen Bereichen erweitert und weiterentwickelt wird. Außerdem könnte aufgrund fortschreitender Impf-Kampagnen und nachlassender Restriktionen ein Anstieg der Besucherzahlen bei nationalen Sportwettbewerben und internationalen Sportveranstaltungen, wie beispielsweise bei der Fußballweltmeisterschaft in Katar, dazu beitragen, das Wachstum der Sportartikelbranche zu unterstützen.

Im Bereich der Vertriebsstruktur hat die COVID-19-Pandemie das Wachstum im Bereich des E-Commerce-Geschäft deutlich beschleunigt, gerade in Bezug auf die Abdeckung lokaler Märkte. Stärkere Partnerschaften im Großhandelsgeschäft bieten ebenfalls Chancen für die zukünftige Geschäftsentwicklung. Neue Verkaufsformate sowie die Verbesserung des Einkaufserlebnisses in unseren eigenen Geschäften können ebenso positive Geschäftsaussichten eröffnen. In diesem Bereich unterstützt zukünftig auch die weitere Optimierung der Lieferfähigkeit durch neue, hochmoderne Multichannel-Distributionszentren in wichtigen Märkten.

Im Bereich der Informationstechnik ergeben sich zum Beispiel Chancen in einer noch besseren, bedarfsgerechten Kommunikation mit Kund*innen über digitale Kanäle, sowie durch neue Möglichkeiten der Produktpräsentation. Darüber hinaus können neue oder effizientere Prozesse einen Wertbeitrag leisten oder zu Kostenoptimierungen führen. Auch hier hat die COVID-19-Pandemie die Digitalisierung wichtiger Geschäftsprozesse, beispielsweise im Hinblick auf das Produktdesign und den Einkaufsprozess unserer Großhandelskunden, beschleunigt und zu einer Weiterentwicklung des IT-Umfeldes beigetragen.

Der verstärkte Fokus der Endkund*innen auf das Thema Nachhaltigkeit bietet die Chance bereits bestehende Aktivitäten von PUMA weiter voranzutreiben und besser zu kommunizieren, wodurch eine erhöhte Nachfrage nach nachhaltigen Produkten erreicht werden könnte.

Außerdem bieten beispielsweise im Finanzbereich günstige Entwicklungen der Wechselkurse die Chance, die Finanzergebnisse des Konzerns positiv zu beeinflussen.

GESAMTEINSCHÄTZUNG DER RISIKO- UND CHANCENSITUATION

Die Beurteilung der Gesamtrisikosituation des Konzerns und der PUMA SE ist das Ergebnis einer konsolidierten Betrachtung der zuvor dargestellten Risiko- und Chancenkategorien. Ähnlich der Darstellung in unserem Geschäftsbericht 2020, ist auch dieses Jahr unsere Beurteilung der Gesamtrisikosituation von PUMA überwiegend durch die oben beschriebenen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Gesamtwirtschaft geprägt und auf die damit einhergehend großen Herausforderungen ausgerichtet. Dem Vorstand sind derzeit keine Risiken bekannt, die eigenständig, in aggregierter Form oder in Kombination mit anderen Risiken den Fortbestand des Konzerns und der PUMA SE gefährden könnten.



Wir können jedoch nicht ausschließen, dass in Zukunft Einflussfaktoren, die uns derzeit nicht bekannt sind oder die wir momentan nicht als wesentlich einschätzen, den Fortbestand des Konzerns oder der PUMA SE oder einzelner konsolidierter Gesellschaften negativ beeinflussen könnten. Auch aufgrund der äußerst soliden Bilanzstruktur und Eigenkapitalquote, sowie der starken Liquiditätslage und der positiven Geschäftsaussichten sieht der Vorstand keine wesentliche Gefährdung des Fortbestands des PUMA-Konzerns und der PUMA SE.

WESENTLICHE MERKMALE DES INTERNEN KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEMS IN HINBLICK AUF DEN KONZERNRECHNUNGSLEGUNGSPROZESS

Der Vorstand der PUMA SE ist verantwortlich für die Erstellung und die Richtigkeit des Jahresabschlusses, des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts der PUMA SE. Der Konzernabschluss wurde in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards, wie sie in der EU anzuwenden sind, sowie den ergänzenden Vorschriften des HGB, des AktG und des SEAG erstellt. Bestimmte Angaben und Beträge beruhen auf aktuellen Einschätzungen des Vorstands sowie des Managements.

Der Vorstand ist verantwortlich für die Einrichtung und die regelmäßige Überwachung eines angemessenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems in Hinblick auf den Konzernabschluss und die Angaben im zusammengefassten Lagebericht. Dieses Kontroll- und Risikomanagementsystem ist darauf ausgerichtet, die Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der internen und externen Rechnungslegung, die Darstellung und Richtigkeit des Konzernabschlusses sowie des zusammengefassten Lageberichts und der dort gemachten Angaben zu gewährleisten. Es basiert auf einer Reihe von prozessintegrierten Überwachungsmaßnahmen und umfasst dazu notwendige Maßnahmen, wie beispielsweise interne Anweisungen, Organisations- und Berechtigungsrichtlinien, relevante Unternehmensrichtlinien (z.B. „Anti-Corruption/Anti-Bribery“, „Cyber Fraud“), die Funktionstrennung im Konzern und das Vieraugenprinzip. Die Maßnahmen werden regelmäßig durch die Abteilung Group Internal Audit, Risk Management & Internal Control auf Angemessenheit und Funktionsfähigkeit überprüft.

PUMA verfügt für die monatliche Finanzberichterstattung und Konsolidierung über ein konzernweites Reporting- und Controllingsystem, welches es ermöglicht, Abweichungen von Planwerten und rechnungslegungsbezogene Inkonsistenzen regelmäßig und frühzeitig zu erkennen und, falls notwendig, Gegenmaßnahmen einzuleiten.

Im Rahmen des Risikomanagementsystems werden Ereignisse, die einen Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung und den Rechnungslegungsprozess des Konzerns haben könnten, regelmäßig und mit Hilfe von etablierten internen Berichtskanälen identifiziert, das daraus resultierende Risiko analysiert und bewertet sowie entsprechende Maßnahmen eingeleitet.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts sind teilweise auch Annahmen und Schätzungen notwendig, die auf Erkenntnissen zum Zeitpunkt der Abschluss- und Lageberichtserstellung basieren und sich auf Höhe, Ausweis und Erläuterung bilanzierte Vermögenswerte und Schulden, Erträge und Aufwendungen, Eventualverbindlichkeiten und anderer berichtspflichtige Angaben auswirken.

Der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats trifft sich auf regelmäßiger Basis mit den unabhängigen Abschlussprüfern, dem Vorstand und der Abteilung Group Internal Audit, Risk Management & Internal Control, um die Ergebnisse der Revisions- und Abschlussprüfungen mit Bezug auf das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess zu erörtern. Der Abschlussprüfer berichtet in der Bilanzsitzung an den Aufsichtsrat (inkl. Prüfungsausschuss) über die Ergebnisse der Jahres- und Konzernabschlussprüfung.



Zusätzlich zu den beschriebenen Maßnahmen führt die Abteilung Group Internal Audit, Risk Management & Internal Control jährlich sogenannte Internal Control Self-Assessments (ICSA) für alle wesentlichen Geschäftsprozesse konzernweit durch. Somit wird das interne Kontrollsysteem über den Bezug zum Rechnungslegungsprozess hinaus in Anlehnung an das Rahmenwerk des „Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission“ (COSO) erweitert, um die Ziele der Sicherstellung einer ordnungsgemäßen Finanzberichterstattung, der Verbesserung der Effizienz und Effektivität der Prozesse als auch die Einhaltung von rechtlichen Rahmenbedingungen zu unterstützen. Die Verwendung eines einheitlichen Softwaresystems (GRC-Tool) soll dabei den systematischen und einheitlichen Ablauf des ICSA innerhalb der gesamten Unternehmensorganisation sicherstellen. Hierbei bewerten Prozessverantwortliche das vorhandene Kontrollgerüst anhand interner und externer Richtlinien und Best-Practice-Standards. Ziel ist es, das interne Kontrollsysteem kontinuierlich zu verbessern und gezielt Risiken und Verbesserungspotentiale im Kontrollumfeld auf Prozessebene zu identifizieren, um angemessene Handlungsempfehlungen festzulegen und diese zeitnah durch die Prozessverantwortlichen umzusetzen. Die Ergebnisse der ICSA werden dem Prüfungsausschuss und den Abschlussprüfern berichtet sowie durch die Abteilung Group Internal Audit, Risk Management & Internal Control gezielt bei der risikoorientierten Prüfungsplanung berücksichtigt.



PRONOSEBERICHT

WELTKONJUNKTUR

In ihrer Winterprognose vom 15. Dezember 2021 erwarten die Expert*innen des Kieler Institutes für Weltwirtschaft (ifw Kiel) für das Jahr 2022 einen Anstieg des weltweiten Bruttoinlandsprodukts (BIP) von 4,5%, nach einem Zuwachs von 5,7% im Jahr 2021. Diese Entwicklung basiert auf der Annahme, dass die Erholung der Weltkonjunktur durch die COVID-19-Pandemie und anhaltender Lieferengpässe vorübergehend gedämpft werden wird. Gleichzeitig gehen die Expert*innen des ifw Kiel davon aus, dass die negativen Auswirkungen im Jahr 2022 an Einfluss verlieren und allmählich überwunden werden könnten. Die Unsicherheit der Auswirkungen der neuen Omikron-Variante auf die Konjunktur sind groß. Jedoch dürften die konjunkturellen Auswirkungen mit der Zeit immer geringer werden, da entweder die Impfquoten hoch sind oder ein hoher Anteil der Bevölkerung bereits in Kontakt mit dem Virus gekommen ist und die gesundheitlichen Folgen dadurch begrenzt sind. Die Lieferengpässe haben sich in den vergangenen Monaten als immer stärkerer Bremsfaktor erwiesen, sie dürften aber im Verlauf des Jahres 2022 mit zunehmender Anpassung der Produktionskapazitäten und der Wertschöpfungsketten allmählich überwunden werden.

SPORTARTIKELBRANCHE

Sofern der weitere Verlauf der COVID-19-Pandemie nicht erneut zu wesentlichen negativen Auswirkungen auf die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen führt, erwarten wir für das Jahr 2022 ein Wachstum der Sportartikelbranche. Wir gehen davon aus, dass die Nachfrage nach Sportartikeln im Jahr 2022 ansteigen wird, da die Trends zu mehr sportlicher Betätigung und einer gesünderen Lebensführung weiterhin intakt sind und durch die COVID-19-Pandemie sogar noch an Bedeutung gewonnen haben. Gleichermaßen gilt für die zunehmende Beliebtheit von Sportschuhen und von Freizeit- und Sportbekleidung als fester Bestandteil der Alltagsmode („Athleisure“). Des Weiteren nehmen wir an, dass die im Jahr 2022 anstehenden sportlichen Großveranstaltungen, wie zum Beispiel die Olympischen Winterspiele in Peking und die Fußball-Weltmeisterschaft in Katar, dazu beitragen, das Wachstum in der Sportartikelbranche zu unterstützen.

AUSBLICK 2022

Im Geschäftsjahr 2021 erzielte PUMA ein sehr starkes Wachstum von Umsatz und operativem Ergebnis (EBIT), das auf eine allgemein positive Entwicklung unserer Branche, eine anhaltende Dynamik der Marke PUMA und eine starke globale Nachfrage nach unseren Produkten sowie unseren Fokus auf operative Flexibilität zurückzuführen ist. Sowohl Umsatz als auch EBIT sind die besten Ergebnisse, die PUMA jemals in seiner Geschichte erreicht hat.

Trotz des sehr starken Wachstums im Jahr 2021 sind wir weiterhin mit einem hohen Maß an Unsicherheit in unserem globalen Geschäftsumfeld konfrontiert. Das Jahr 2022 hat mit einem Allzeithoch an COVID-19-Fällen begonnen, und infolgedessen haben mehrere Regierungen regionale oder landesweite Beschränkungen erlassen, die unsere gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Betrieb der Einzelhandelsgeschäfte betreffen. Politische Spannungen in wichtigen Märkten sowie Einschränkungen in der Lieferkette aufgrund von Containerknappheit und Hafenüberlastung setzen sich bedauerlicherweise auch im neuen Jahr fort.



Trotz der im Jahr 2022 weiter anhaltenden Unsicherheiten erwarten wir für das Geschäftsjahr 2022 ein starkes währungsbereinigtes Umsatzwachstum von mindestens zehn Prozent. Darüber hinaus erwarten wir ein operatives Ergebnis (EBIT) in einer Bandbreite zwischen € 600 Millionen und € 700 Millionen (2021: € 557 Millionen) und eine entsprechende Verbesserung des Konzernergebnisses. Die Entwicklung unserer Rohertragsmarge und Kostenquote im Jahr 2022 wird weiterhin stark vom Ausmaß und der Dauer der negativen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf unseren Umsatz abhängen. Während wir uns weiterhin auf unsere Wachstumsdynamik konzentrieren werden, indem wir unsere Einzelhandelspartner und Konsument*innen bestmöglich bedienen, erwarten wir, dass der Inflationsdruck durch höhere Frachtraten und Rohstoffpreise zusätzlich zu den operativen Ineffizienzen aufgrund von COVID-19 einen verwässernden Effekt auf unsere Profitabilität im Jahr 2022 haben wird.

Das Erreichen dieses Ausblicks steht unter dem Vorbehalt, dass die Produktion in unseren wichtigsten Beschaffungs ländern in Asien aufrechterhalten wird und es zu keinen wesentlichen Geschäftsunterbrechungen aufgrund von COVID-19 kommt. Wie in den vergangenen Jahren wird PUMA diese Herausforderungen meistern, indem es auf seine Markendynamik, starke Partnerschaften mit Lieferanten und Einzelhändlern sowie operative Flexibilität baut. Das starke und profitable Wachstum im Geschäftsjahr 2021, eine attraktive Produktpalette sowie das sehr gute Feedback von Handelspartnern und Konsument*innen stimmen uns für den mittelfristigen Erfolg und das Wachstum von PUMA zuversichtlich.

INVESTITIONEN

Für das Jahr 2022 sind Investitionen in das Anlagevermögen in einer Höhe von rund € 220 Mio. geplant. Der wesentliche Teil entfällt dabei auf Investitionen in die Infrastruktur, um die operativen Voraussetzungen für das geplante langfristige Wachstum zu schaffen. Die Investitionen betreffen im Wesentlichen Investitionen in eigene Distributions- und Logistikzentren und Investitionen in den Ausbau und die Modernisierung der eigenen Einzelhandelsgeschäfte.

GRUNDLAGE FÜR LANGFRISTIGES WACHSTUM

Der Vorstand und der Aufsichtsrat haben die langfristigen strategischen Prioritäten gesetzt. Die Umsetzung der Maßnahmenpläne erfolgt zielgerichtet und wertorientiert. Wir gehen davon aus, dass mit der Unternehmensstrategie „Forever Faster“ die Grundlage für eine mittel- und langfristige positive Entwicklung gegeben ist.

Herzogenaurach, den 1. Februar 2022

Der Vorstand

Gulden

Descours

Freundt

Hinterseher



KONZERNABSCHLUSS

PUMA SE für das Geschäftsjahr 2021
– International Financial Reporting Standards – IFRS

- 224 Konzernbilanz
- 226 Konzerngewinn- und Verlustrechnung
- 227 Konzerngesamtergebnisrechnung
- 228 Konzernkapitalflussrechnung
- 230 Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung
- 232 Konzernanhang**
- 256 Angaben zur Konzernbilanz
- 288 Angaben zur Konzerngewinn- und Verlustrechnung
- 295 Weitere Angaben
- 313 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
- 314 Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers





KONZERNABSCHLUSS

T.01 KONZERNBILANZ

	Anhang	31.12.2021 € Mio.	31.12.2020 € Mio.
AKTIVA			
Flüssige Mittel	3	757,5	655,9
Vorräte	4	1.492,2	1.138,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5	848,0	621,0
Forderungen aus Ertragsteuern	22	37,8	21,3
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	6	153,4	52,9
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	7	200,9	124,1
Kurzfristige Vermögenswerte		3.489,8	2.613,0
Latente Steuern	8	279,9	277,5
Sachanlagen	9	472,4	406,9
Nutzungsrechte an Vermögenswerten	10	940,5	877,6
Immaterielle Vermögenswerte	11	471,9	443,5
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	12	64,6	58,8
Sonstige langfristige Vermögenswerte	12	9,1	6,8
Langfristige Vermögenswerte		2.238,4	2.071,0
Summe Aktiva		5.728,3	4.684,1



	Anhang	31.12.2021 € Mio.	31.12.2020 € Mio.
PASSIVA			
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	13	68,5	121,4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	13	1.176,4	941,5
Ertragsteuern	22	85,7	89,2
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	10	172,3	156,5
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	16	47,9	35,3
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	13	64,4	151,1
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	13	549,0	377,8
Kurzfristige Verbindlichkeiten		2.164,5	1.872,8
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	10	851,0	775,2
Latente Steuern	8	48,8	40,6
Pensionsrückstellungen	15	31,9	38,2
Sonstige langfristige Rückstellungen	16	37,9	38,9
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	13	314,1	153,7
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	13	1,5	0,7
Langfristige Verbindlichkeiten		1.285,3	1.047,4
Gezeichnetes Kapital	17	150,8	150,8
Kapitalrücklage	17	86,4	84,8
Sonstige Rücklagen	17	2.002,9	1.514,2
Eigene Aktien	17	-26,9	-27,4
Den Anteilseignern zuzurechnendes Eigenkapital		2.213,3	1.722,4
Nicht beherrschende Anteile	17, 29	65,2	41,5
Eigenkapital		2.278,5	1.763,9
Summe Passiva		5.728,3	4.684,1

**↗ T.02 KONZERNGEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG**

	Anhang	2021 € Mio.	2020 € Mio.
Umsatzerlöse	19, 25	6.805,4	5.234,4
Umsatzkosten	25	-3.547,6	-2.776,4
Rohertrag	25	3.257,8	2.458,0
Lizenz- und Provisionserträge		23,9	16,1
Sonstige operative Erträge und Aufwendungen	20	-2.724,6	-2.264,9
<i>davon Wertminderungsaufwendungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte</i>	5	0,2	-30,7
Operatives Ergebnis (EBIT)		557,1	209,2
Finanzerträge	21	29,9	35,4
Finanzaufwendungen	21	-81,7	-82,3
Finanzergebnis		-51,8	-46,8
Gewinn vor Steuern (EBT)		505,3	162,3
Ertragsteuern	22	-128,5	-39,2
Konzernjahresüberschuss		376,8	123,1
davon:			
Nicht beherrschende Anteile	17, 29	67,2	44,2
Anteilseigner Mutterunternehmen (Konzernergebnis)		309,6	78,9
Ergebnis je Aktie (€)	23	2,07	0,53
Ergebnis je Aktie, verwässert (€)	23	2,07	0,53
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (Mio. Stück)	23	149,59	149,56
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien, verwässert (Mio. Stück)	23	149,59	149,56

**↗ T.03 KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG**

	2021 € Mio.	2020 € Mio.
Konzernjahresüberschuss	376,8	123,1
Währungsänderungen	43,8	-138,9
Cashflow hedge		
Ergebniswirksame Auflösung im Periodenergebnis, netto nach Steuern	85,8	8,1
Marktbewertung von Cashflow Sicherungsgeschäften, netto nach Steuern	79,8	-87,7
Bestandteile, die zukünftig möglicherweise in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	209,4	-218,5
Neubewertung der Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen, netto nach Steuern	4,2	-3,3
Neutrale Effekte finanzieller Vermögenswerte der FVTOCI-Kategorie, netto nach Steuern	-6,2	-14,7
Bestandteile, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden	-2,0	-18,0
Sonstiges Ergebnis	207,4	-236,5
Gesamtergebnis	584,1	-113,4
davon: Nicht beherrschende Anteile	71,5	40,4
Anteilseigner Mutterunternehmen	512,6	-153,8



↗ T.04 KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG

	Anhang	2021 € Mio.	2020 € Mio.
<u>Laufende Geschäftstätigkeit</u>			
Gewinn vor Steuern (EBT)		505,3	162,3
Anpassungen für:			
Abschreibungen und Wertminderungen	9, 10, 11	305,8	293,8
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto		-29,6	26,3
Finanzerträge	21	-29,9	-35,4
Finanzaufwendungen	21	72,6	78,4
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Anlagevermögen		5,1	2,4
Veränderung der Pensionsrückstellungen	15	-3,7	-1,0
Andere zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge		-4,5	-4,0
Brutto Cashflow	26	821,2	522,8
Veränderung der Forderungen und der sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte			
Vermögenswerte	5, 6, 7	-283,2	-50,0
Veränderung der Vorräte	4	-304,3	-109,7
Veränderung der Lieferverbindlichkeiten und der sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten			
Verbindlichkeiten	13	373,2	147,7
Mittelzufluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit		606,9	510,8
Zahlungen für Ertragsteuern	22	-146,9	-89,3
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	26	460,1	421,5



	Anhang	2021 € Mio.	2020 € Mio.
Investitionstätigkeit			
Erwerb von Anlagevermögen	9, 11	-202,4	-151,0
Einzahlungen aus Anlageabgängen		18,3	1,6
Auszahlungen für sonstige Aktiva	12	-11,6	-4,5
Erhaltene Zinsen	21	11,9	8,4
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit		-183,8	-145,5
Finanzierungstätigkeit			
Tilgungsanteil von Leasingverbindlichkeiten	10	-160,9	-135,0
Tilgung kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten	13	-53,4	0,0
Aufnahme kurzfristiger Finanzverbindlichkeiten	13	0,0	112,5
Tilgung langfristiger Finanzverbindlichkeiten	13	-68,5	-18,3
Aufnahme langfristiger Finanzverbindlichkeiten	13	235,0	0,0
Dividendenzahlung an Anteilseigner	17	-23,9	0,0
Dividendenzahlung an nicht beherrschende Anteile	17, 29	-47,8	-45,6
Zinszahlungen	21	-44,4	-43,0
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	26	-164,0	-129,2
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands		-10,5	-8,9
Veränderung des Finanzmittelbestands		101,7	137,8
Finanzmittelbestand am Anfang des Geschäftsjahrs		655,9	518,1
Finanzmittelbestand am Ende des Geschäftsjahrs	3, 26	757,5	655,9

**↗ T.05 KONZERNEIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG (in € Mio.)**

	Sonstige Rücklagen						Eigenkapital vor Anteile nicht beherr- schender Gesellschafter	Nicht beherr- schende Anteile	Eigenkapital Gesamt
	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen einschließlich Ergebnis- vortrag	Rücklage aus der Fremd- währungs- umrechnung	Cash- flow Hedges	Eigene Aktien			
31.12.2019	150,8	83,0	1.900,9	-224,2	-8,8	-28,1	1.873,6	46,7	1.920,3
Konzernjahresüberschuss			78,9				78,9	44,2	123,1
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			-18,0	-135,9	-78,8		-232,7	-3,9	-236,5
Summe Gesamtergebnis			60,9	-135,9	-78,8		-153,8	40,4	-113,4
Dividendenzahlung an Anteilseigner Mutterunternehmen / nicht beherrschende Anteile							0,0	-45,6	-45,6
Verwendung/Ausgabe von eigenen Aktien		1,8				0,8	2,5		2,5
31.12.2020	150,8	84,8	1.961,8	-360,0	-87,6	-27,4	1.722,4	41,5	1.763,9



Sonstige Rücklagen									
	Gezeichnetes Kapital	Kapital-rücklage	Gewinn-rücklagen einschließlich Ergebnis-vortrag	Rücklage aus der Fremdwährungs-umrechnung	Cash-flow Hedges	Eigene Aktien	Eigenkapital vor Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	Nicht beherrschende Anteile	Eigenkapital Gesamt
31.12.2020	150,8	84,8	1.961,8	-360,0	-87,6	-27,4	1.722,4	41,5	1.763,9
Konzernjahresüberschuss			309,6				309,6	67,2	376,8
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen			-2,0	39,4	165,6		203,1	4,3	207,4
Summe Gesamtergebnis			307,6	39,4	165,6		512,6	71,5	584,1
Dividendenzahlung an Anteilseigner									
Mutterunternehmen / nicht beherrschende Anteile			-23,9				-23,9	-47,8	-71,8
Verwendung/Ausgabe von eigenen Aktien		1,7				0,5	2,2		2,2
31.12.2021	150,8	86,4	2.245,4	-320,6	78,1	-26,9	2.213,3	65,2	2.278,5



KONZERNANHANG

1. GRUNDSÄTZLICHES

Die PUMA SE und ihre Tochtergesellschaften entwickeln und vertreiben insbesondere unter den Markennamen PUMA und Cobra Golf ein breites Angebot von Sport- und Sportlifestyle-Artikeln, das Schuhe, Textilien und Accessoires umfasst. Die Gesellschaft ist eine Europäische Aktiengesellschaft (Societas Europaea/SE) und Mutterunternehmen des PUMA-Konzerns mit Sitz im PUMA WAY 1, 91074 Herzogenaurach, Deutschland. Das zuständige Registergericht befindet sich in Fürth (Bayern), die Registernummer lautet HRB 13085.

Der Konzernabschluss der PUMA SE und ihrer Tochtergesellschaften (im Folgenden kurz „Konzern“ oder „PUMA“ genannt) wurde in Übereinstimmung mit den vom International Accounting Standards Board (IASB) erlassenen Rechnungslegungsgrundsätzen „International Financial Reporting Standards (IFRS)“, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzenden nach § 315e Abs. 1 des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften aufgestellt. Zur Anwendung kamen alle für Geschäftsjahre ab dem 1. Januar 2021 verpflichtenden Standards und Interpretationen des IASB, wie sie in der EU anzuwenden sind.

Die im Abschluss eines jeden Konzernunternehmens enthaltenen Posten werden auf Basis der Währung bewertet, die der Währung des primären wirtschaftlichen Umfelds, in dem das Unternehmen operiert, entspricht. Der Konzernabschluss wird in Euro (EUR oder €) erstellt. Durch die Angabe in Millionen Euro mit einer Nachkommastelle kann es bei der Addition zu Rundungsdifferenzen kommen, da die Berechnungen der Einzelpositionen auf Zahlen in Tausend basieren.

Für die Konzerngewinn- und Verlustrechnung kommt das Umsatzkostenverfahren zum Ansatz.

Die folgenden neuen bzw. geänderten Standards und Interpretationen sind im aktuellen Geschäftsjahr erstmalig angewendet worden:

[T.06 NEUE UND GEÄNDERTE STANDARDS UND INTERPRETATIONEN](#)

Standard	Titel
Erstmalige Anwendung im aktuellen Geschäftsjahr	
Änderung IFRS 16	COVID-19 bezogene Mietzugeständnisse nach dem 30. Juni 2021
Änderung IFRS 9, IAS 39, IFRS 7, IFRS 4 und IFRS 16	Interest Rate Benchmark Reform (Phase 2)
Änderung IFRS 4	Verlängerung der befristeten Ausnahme von der Anwendung von IFRS 9 in IFRS 4



Die ab dem 1. Januar 2021 erstmalig anzuwendenden Standards bzw. Interpretationen hatten folgende Auswirkungen auf den Konzernabschluss:

ÄNDERUNG IFRS 16 COVID-19 BEZOGENE MIETZUGESTÄNDNISSE NACH DEM 30. JUNI 2021

Die Erleichterungsvorschrift in IFRS 16 zur Bilanzierung von Mietzugeständnissen aufgrund der COVID-19-Pandemie wurde verlängert. Die praktische Erleichterung galt bisher nur für Zahlungen, die entsprechend der ursprünglichen vertraglichen Vereinbarung am oder vor dem 30. Juni 2021 fällig gewesen wären. Dieser Zeitraum wurde durch die erneute Änderung des IFRS 16 nunmehr auf Zahlungen mit einer ursprünglichen Fälligkeit bis zum 30. Juni 2022 ausgeweitet.

Die Änderung des IFRS 16 hinsichtlich COVID-19 bezogener Mietzugeständnisse ermöglicht es Leasingnehmern eine praktische Anwendungserleichterung in Anspruch zu nehmen. Dadurch kann PUMA als Leasingnehmer darauf verzichten zu beurteilen, ob es sich bei den COVID-19 bezogenen Mietzugeständnissen, zum Beispiel in Form einer Stundung oder einem Erlass von Miet-/Leasingzahlungen für einen bestimmten Zeitraum, um eine Leasingmodifikation im Sinne von IFRS 16 handelt. PUMA hat sich dazu entschieden dieses Wahlrecht für alle Mietzugeständnisse, die in den Anwendungsbereich dieser Erleichterung fallen, in Anspruch zu nehmen.

Die praktische Anwendungserleichterung gilt nur für Mietzugeständnisse, die eine direkte Folge der COVID-19-Pandemie darstellen und die kumulativ die folgenden Voraussetzungen erfüllen:

- a) Die Änderung der Leasingzahlungen darf nur zu einer Veränderung der Gegenleistung führen, die substanzial gleich oder geringer ist als die Gegenleistung vor der Gewährung der Mietzugeständnisse war. Dementsprechend würde eine (Netto-)Erhöhung der Gegenleistung nicht in den Anwendungsbereich der praktischen Erleichterung fallen.
- b) Die Inanspruchnahme ist zeitlich begrenzt auf Zahlungen, die entsprechend der ursprünglichen vertraglichen Vereinbarung am oder vor dem 30. Juni 2022 fällig gewesen wären.
- c) Die Änderungen dürfen nicht mit weiteren wesentlichen Änderungen der Bedingungen und Vertragskonditionen einhergehen. Zum Beispiel stellt eine dreimonatige Unterbrechung der Leasingzahlungen vor dem 30. Juni 2022 in Verbindung mit einer dreimonatigen Verlängerung des Leasingverhältnisses am Ende der Vertragslaufzeit zu nahezu unveränderten Bedingungen keine wesentliche Änderung der Bedingungen oder Vertragskonditionen dar.

Sofern diese Voraussetzungen vorliegen darf PUMA die Mietzugeständnisse so bilanzieren, als ob es sich um variable Leasingzahlungen handeln würde und diese in der Periode, in der die Mietzugeständnisse gewährt werden, erfolgswirksam erfassen. Bei endgültig erlassenen Leasingzahlungen ist zu überprüfen, ob eine Ausbuchung der Leasingverbindlichkeit gemäß den Vorgaben des IFRS 9 Finanzinstrumente vorzunehmen ist. Dies stellt insofern eine Vereinfachung der bilanziellen Abbildung der Mietzugeständnisse dar, da die Prüfung der Voraussetzungen für das Vorliegen von Vertragsmodifikationen entfällt und auf eine entsprechende bilanzielle Abbildung als Vertragsmodifikation verzichtet werden kann.

Die Anwendung dieser praktischen Erleichterung führte insgesamt dazu, dass PUMA im Geschäftsjahr 2021 Mietkonzessionen in Höhe von € 7,1 Mio. (Vorjahr: € 13,7 Mio.) unter den variablen Leasingzahlungen erfolgswirksam erfasst hat. Dies führte ebenfalls zu einer Auflösung von Leasingverbindlichkeiten in nahezu gleicher Höhe. Darüber hinaus wurden Leasingzahlungen zeitlich gestundet und bei einzelnen Verträgen die Laufzeit der zugrundeliegenden Leasingverhältnisse um einen Zeitraum von bis zu drei Monaten verlängert. In diesen Fällen erfolgte keine betragsmäßige Anpassung der Leasingverbindlichkeiten.

Die Angaben zu den Leasingverhältnissen im Geschäftsjahr 2021 sind im Kapitel 10 dargestellt.



ÄNDERUNGEN AN DEN ÜBRIGEN STANDARDS UND INTERPRETATIONEN

Die nachfolgend beschriebenen Änderungen an den übrigen Standards und Interpretationen, die ab dem 1. Januar 2021 erstmalig anzuwenden waren, hatten keine Auswirkung auf den Konzernabschluss von PUMA.

Die Reform des Zinssatz-Benchmarks (Phase 2, Änderungen IFRS 9, IAS 39 und IFRS 7) betreffen spezifische Voraussetzungen für die Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen bei Zinssicherungsgeschäften. Diese Änderung hat keine Auswirkung auf den Konzernabschluss von PUMA.

Die Verlängerung der befristeten Ausnahme von der Anwendung von IFRS 9 (Finanzinstrumente) in IFRS 4 (Versicherungsverträge) hat keine Auswirkung auf den Konzernabschluss von PUMA.

**NEUE ABER NOCH NICHT VERPFLICHTEND ANZUWENDENDE STANDARDS UND INTERPRETATIONEN**

Die folgenden Standards und Interpretationen wurden veröffentlicht, treten jedoch erst in späteren Berichtsperioden in Kraft und werden vom Konzern nicht vorzeitig angewendet:

↗ T.07

Standard	Titel	Erstanwendungszeitpunkt*	Beabsichtigte Erstanwendung
Endorsed			
Änderung IFRS 3	Verweise auf das Rahmenkonzept	01.01.2022	01.01.2022
Änderung IAS 37	Belastende Verträge: Kosten der Vertragserfüllung	01.01.2022	01.01.2022
Änderung IAS 16	Sachanlagevermögen: Erlöse vor beabsichtigter Verwendung	01.01.2022	01.01.2022
AIP 2018 – 2020	Verbesserungen an den IFRS 1, IFRS 9, IFRS 16 und IAS 41	01.01.2022	01.01.2022
IFRS 17 (inklusive Änderung IFRS 17)	Versicherungsverträge	01.01.2023	01.01.2023
Endorsement ausstehend			
Änderung IAS 1	Klassifizierung von Verbindlichkeiten als kurz- oder langfristig	01.01.2023	01.01.2023
Änderung IAS 1	Offenlegung der Rechnungslegungsgrundsätze	01.01.2023	01.01.2023
Änderung IAS 8	Definition von rechnungslegungsbezogenen Schätzungen	01.01.2023	01.01.2023
Änderung IAS 12	Latente Steuern in Bezug auf Aktiva und Passiva aus einer einzigen Transaktion	01.01.2023	01.01.2023
Änderungen IFRS 10 und IAS 28	Verkauf oder Einbringung von Vermögenswerten	auf unbestimmte Zeit verschoben	

* gegebenenfalls angepasst durch EU-Endorsement

PUMA erwartet von diesen Änderungen keine signifikanten Auswirkungen auf den Konzernabschluss.



2. WESENTLICHE KONSOLIDIERUNGS-, BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

Der Konzernabschluss wurde auf den Stichtag des Jahresabschlusses des Mutterunternehmens PUMA SE zum 31. Dezember 2021 auf Basis einheitlicher Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden gemäß den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, aufgestellt.

Tochterunternehmen sind diejenigen Gesellschaften, bei denen der Konzern über bestehende Rechte verfügt, die ihm die gegenwärtige Fähigkeit verleihen, die maßgeblichen Tätigkeiten zu lenken. Die maßgeblichen Tätigkeiten sind die Tätigkeiten, die die Profitabilität der Gesellschaft wesentlich beeinflussen. Beherrschung ist daher gegeben, wenn der Konzern variablen Rückflüssen aus der Beziehung zu einer Gesellschaft ausgesetzt ist und mithilfe seiner Verfügungsgewalt über die maßgeblichen Tätigkeiten die Möglichkeit hat, diese Rückflüsse zu beeinflussen. In der Regel beruht die Beherrschungsmöglichkeit dabei auf einer mittel- oder unmittelbaren Stimmrechtsmehrheit von PUMA. Die Einbeziehung beginnt zu dem Zeitpunkt, ab dem die Möglichkeit der Beherrschung besteht. Sie endet, wenn diese nicht mehr besteht.

Die Bilanzierung von Unternehmenszusammenschlüssen erfolgt nach der Erwerbsmethode. Im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses identifizierbare Vermögenswerte, Schulden und Eventualverbindlichkeiten werden im Erwerbszeitpunkt grundsätzlich zum beizulegenden Zeitwert bewertet, unabhängig vom Umfang nicht beherrschender Anteile. Bei jedem Erwerb besteht ein gesondert ausübbares Wahlrecht, ob die nicht beherrschenden Anteile zum beizulegenden Zeitwert oder zum anteiligen Nettovermögen bewertet werden.

Der Überschuss der übertragenen Gegenleistung über den Anteil des Konzerns an dem zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Nettovermögen wird als Geschäfts- oder Firmenwert angesetzt. Ist die übertragene Gegenleistung geringer als das zum beizulegenden Zeitwert bewertete Nettovermögen, wird der Unterschiedsbetrag direkt in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

PUMA ist in Einzelfällen aufgrund der Vertragsgestaltung mit Gesellschaftern, die nicht beherrschende Anteile an einzelnen Gesellschaften im Konzern halten, bei Mehrheitsbeteiligungen wirtschaftlicher Eigentümer. Die Einbeziehung dieser Gesellschaften in den Konzernabschluss erfolgt zu 100% und jeweils ohne Ausweis von nicht beherrschenden Anteilen (die betreffenden Gesellschaften sind in der Tabelle T09 jeweils gekennzeichnet). Die Barwerte der auf die nicht beherrschenden Anteile entfallenden Kapitalanteile sowie die Barwerte der aufgrund der Unternehmensentwicklung erwarteten Restkaufpreise werden als Anschaffungskosten für die Beteiligung in die Kapitalkonsolidierung einbezogen. Die dem Erwerb direkt zurechenbaren Kosten sowie spätere Abweichungen der Barwerte der erwarteten Restkaufpreise werden gemäß IFRS 3 erfolgswirksam erfasst.

In Bezug auf die übrigen Mehrheitsbeteiligungen werden Verluste, die auf die nicht beherrschenden Anteile entfallen, diesen selbst dann zugeordnet, wenn dies dazu führt, dass die nicht beherrschenden Anteile einen Negativsaldo aufweisen.

Konzerninterne Forderungen und Verbindlichkeiten werden gegeneinander aufgerechnet. Durch Wechselkurseffekte entstehende Aufrechnungsdifferenzen werden, soweit sie im Berichtszeitraum entstanden sind, grundsätzlich erfolgswirksam erfasst. Soweit Forderungen und Verbindlichkeiten langfristiger Natur sind und Kapital ersetzen Charakter aufweisen, wird die Währungsdifferenz erfolgsneutral im Eigenkapital und im Sonstigen Ergebnis erfasst.

Im Zuge der Aufwands- und Ertragskonsolidierung werden die Innenumsätze und konzerninternen Erträge mit den auf sie entfallenden Aufwendungen verrechnet. Im Konzern noch nicht realisierte Zwischengewinne werden erfolgswirksam eliminiert, ebenso wie konzerninterne Beteiligungserträge.



KONSOLIDIERUNGSKREIS

In den Konzernabschluss werden neben der PUMA SE alle Tochtergesellschaften voll konsolidiert, bei denen die PUMA SE direkt oder indirekt über bestehende Rechte verfügt, die ihr die gegenwärtige Fähigkeit verleihen, die maßgeblichen Tätigkeiten zu lenken. Aktuell basiert die Beherrschungsmöglichkeit bei allen Konzerngesellschaften auf einer mittel- oder unmittelbaren Mehrheit der Stimmrechte.

Assoziierte Unternehmen fließen grundsätzlich nach der Equity-Methode in den Konzern ein. Zum 31.12.2021 hält der Konzern jedoch keine Beteiligungen an assoziierten Unternehmen.

Die Entwicklung der Anzahl der Konzerngesellschaften (inklusive Mutterunternehmen PUMA SE) im Geschäftsjahr 2021 stellt sich wie folgt dar:

➔ T.08

Stand	31.12.2020	102
Gründung von Gesellschaften		4
Abgang von Gesellschaften		5
Stand	31.12.2021	101

Die Zugänge im Konsolidierungskreis betreffen die Gründungen der:

- PUMA Sports Philippines Inc., Philippinen
- PUMA Sports (Thailand) Co., Ltd., Thailand
- STICHD SOUTHEAST ASIA SDN. BHD., Malaysia
- PT PUMA SPORTS INDONESIA, Indonesien

Die Abgänge im Konsolidierungskreis betreffen Verschmelzungen innerhalb des Konsolidierungskreises folgender Gesellschaften:

- PUMA Logistik-Verwaltungs GmbH, Deutschland
- PUMA Retail Peru S.A.C., Peru
- Servicios Profesionales RDS, S.A. de C.V., Mexiko

Darüber hinaus wurden im Geschäftsjahr die PUMA Teamwear Benelux B.V., Niederlande, sowie die PUMA Slovakia s.r.o. v likvidácii, Slowakische Republik, liquidiert.

Die Veränderungen im Konsolidierungskreis hatten keine wesentliche Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.



Nach Regionen gliedern sich die Konzerngesellschaften wie folgt:

↗ T.09

ZUM 31. DEZEMBER 2021

Lfd. Nr.	Gesellschaften	Land	Stadt	Gesellschafter	Anteil am Kapital
Muttergesellschaft					
1.	PUMA SE	Deutschland	Herzogenaurach		
EMEA					
2.	Austria Puma Dassler Gesellschaft m.b.H.	Österreich	Salzburg	direkt	100%
3.	stichd austria gmbh	Österreich	Salzburg	indirekt	100%
4.	Puma Czech Republic s.r.o.	Tschechische Republik	Prag	indirekt	100%
5.	PUMA DENMARK A/S	Dänemark	Aarhus	indirekt	100%
6.	PUMA Estonia OÜ	Estland	Tallinn	indirekt	100%
7.	PUMA Finland Oy	Finnland	Helsinki	indirekt	100%
8.	PUMA FRANCE SAS	Frankreich	Straßburg	indirekt	100%
9.	stichd france SAS	Frankreich	Boulogne Billancourt	indirekt	100%
10.	PUMA International Trading GmbH	Deutschland	Herzogenaurach	direkt	100%
11.	PUMA Europe GmbH	Deutschland	Herzogenaurach	direkt	100%
12.	PUMA Sprint GmbH	Deutschland	Herzogenaurach	direkt	100%
13.	PUMA Mostro GmbH	Deutschland	Herzogenaurach	indirekt	100%
14.	stichd germany gmbh	Deutschland	Düsseldorf	indirekt	100%
15.	PUMA UNITED KINGDOM LTD	Großbritannien	London	indirekt	100%
16.	PUMA PREMIER LTD	Großbritannien	London	indirekt	100%
17.	STICHD UK LTD	Großbritannien	Mansfield	indirekt	100%
18.	STICHD SPORTMERCANDISING UK LTD	Großbritannien	London	indirekt	100%



ZUM 31. DEZEMBER 2021

Lfd. Nr.	Gesellschaften	Land	Stadt	Gesellschafter	Anteil am Kapital
19.	GENESIS GROUP INTERNATIONAL LIMITED	Großbritannien	Manchester	direkt	100%
20.	Sport Equipment Hellas S. A. of Footwear, Apparel and Sportswear u.Li.	Griechenland	Athen	direkt	100%*
21.	PUMA ITALIA S.R.L.	Italien	Assago	indirekt	100%
22.	STICHD ITALY SRL	Italien	Assago	indirekt	100%
23.	Puma Sport Israel Ltd. In Liq	Israel	Herzlia	indirekt	100%
24.	PUMA MALTA LIMITED	Malta	St.Julians	indirekt	100%
25.	Puma Benelux B.V.	Niederlande	Leusden	direkt	100%
26.	PUMA International Sports Marketing B.V.	Niederlande	Leusden	direkt	100%
27.	stichd group B.V.	Niederlande	's-Hertogenbosch	direkt	100%
28.	stichd international B.V.	Niederlande	's-Hertogenbosch	indirekt	100%
29.	stichd sportmerchandising B.V.	Niederlande	's-Hertogenbosch	indirekt	100%
30.	stichd B.V.	Niederlande	's-Hertogenbosch	indirekt	100%
31.	stichd logistics B.V.	Niederlande	's-Hertogenbosch	indirekt	100%
32.	stichd licensing B.V.	Niederlande	's-Hertogenbosch	indirekt	100%
33.	PUMA NORWAY AS	Norwegen	Fornebu	indirekt	100%
34.	PUMA POLSKA sp. z o.o.	Polen	Warschau	indirekt	100%
35.	PUMA SPORTS ROMANIA SRL	Rumänien	Voluntari	indirekt	100%
36.	PUMA-RUS o.o.o.	Russland	Moskau	indirekt	100%
37.	PUMA SPORTS DISTRIBUTORS (PTY) LTD	Südafrika	Kapstadt	indirekt	100%
38.	PUMA SPORTS S A (PTY) LTD	Südafrika	Kapstadt	indirekt	100%
39.	PUMA IBERIA SLU	Spanien	Madrid	direkt	100%
40.	STICHDIBERIA S.L.	Spanien	Cornella de Llobregat	indirekt	100%
41.	Nrottert AB	Schweden	Helsingborg	direkt	100%

* Tochtergesellschaften, die wirtschaftlich 100% dem PUMA-Konzern hinzuzurechnen sind



ZUM 31. DEZEMBER 2021

Lfd. Nr.	Gesellschaften	Land	Stadt	Gesellschafter	Anteil am Kapital
42.	PUMA Nordic AB	Schweden	Helsingborg	indirekt	100%
43.	Nrotert Sweden AB	Schweden	Helsingborg	indirekt	100%
44.	stichd nordic AB	Schweden	Helsingborg	indirekt	100%
45.	MOUNT PUMA AG	Schweiz	Oensingen	direkt	100%
46.	Puma Retail AG	Schweiz	Oensingen	indirekt	100%
47.	stichd switzerland ag	Schweiz	Egerkingen	indirekt	100%
48.	PUMA Spor Giyim Sanayi ve Ticaret A.S.	Türkei	Istanbul	indirekt	100%
49.	PUMA UKRAINE LIMITED LIABILITY COMPANY	Ukraine	Kiew	indirekt	100%
50.	PUMA Middle East FZ-LLC	Vereinigte Arabische Emirate	Dubai	indirekt	100%
51.	PUMA UAE (L.L.C)	Vereinigte Arabische Emirate	Dubai	indirekt	100%*
Amerika					
52.	PUMA Sports Argentina S.A. (former Unisol S.A.)	Argentinien	Buenos Aires	indirekt	100%
53.	PUMA Sports Ltda.	Brasilien	Sao Paulo	indirekt	100%
54.	PUMA Canada, Inc.	Kanada	Toronto	indirekt	100%
55.	PUMA United Canada ULC	Kanada	Vancouver	indirekt	51%
56.	PUMA CHILE SpA	Chile	Santiago	direkt	100%
57.	PUMA SERVICIOS SpA	Chile	Santiago	indirekt	100%
58.	PUMA México Sport, S.A. de C.V.	Mexiko	Mexiko-Stadt	direkt	100%
59.	Importaciones RDS, S.A. de C.V.	Mexiko	Mexiko-Stadt	direkt	100%
60.	GLOBAL LICENSE STICHD GROUP MEXICO S.A. de C.V.	Mexiko	Mexiko-Stadt	indirekt	100%
61.	Importaciones Brand Plus Licensing S.A. de C.V.	Mexiko	Mexiko-Stadt	indirekt	100%

* Tochtergesellschaften, die wirtschaftlich 100% dem PUMA-Konzern hinzuzurechnen sind



ZUM 31. DEZEMBER 2021

Lfd. Nr.	Gesellschaften	Land	Stadt	Gesellschafter	Anteil am Kapital
62.	Distribuidora Deportiva PUMA S.A.C.	Peru	Lima	indirekt	100%
63.	Distribuidora Deportiva PUMA Tacna S.A.C.	Peru	Tacna	indirekt	100%
64.	PUMA Sports LA S.A.	Uruguay	Montevideo	direkt	100%
65.	PUMA Suede Holding, Inc.	USA	Wilmington	indirekt	100%
66.	PUMA North America, Inc.	USA	Wilmington	indirekt	100%
67.	Cobra Golf Incorporated	USA	Wilmington	indirekt	100%
68.	PUMA United Canada Holding, Inc.	USA	Wilmington	indirekt	100%
69.	PUMA United North America LLC	USA	Dover	indirekt	51%
70.	Janed Canada, LLC	USA	Dover	indirekt	51%
71.	stichd NA, Inc.	USA	Wilmington	indirekt	100%
Asien/Pazifik					
72.	PUMA Australia Pty. Ltd.	Australien	Melbourne	indirekt	100%
73.	White Diamond Australia Pty. Ltd.	Australien	Melbourne	indirekt	100%
74.	White Diamond Properties Pty. Ltd.	Australien	Melbourne	indirekt	100%
75.	PUMA China Ltd. [彪马（上海）商贸有限公司]	China	Shanghai	indirekt	100%
76.	stichd Trading (Shanghai) Co., Ltd. [斯梯起特贸易（上海）有限公司]	China	Shanghai	indirekt	100%
77.	Guangzhou World Cat Information Consulting Services Company Ltd. [广州寰彪信息咨询服务有限公司]	China	Guangzhou	indirekt	100%
78.	World Cat Ltd. [寰彪有限公司]	China	Hongkong	direkt	100%
79.	Development Services Ltd.	China	Hongkong	direkt	100%
80.	PUMA International Trading Services Ltd.	China	Hongkong	indirekt	100%
81.	PUMA ASIA PACIFIC LTD [彪馬亞太區有限公司]	China	Hongkong	direkt	100%
82.	PUMA Hong Kong Ltd. [彪馬香港有限公司]	China	Hongkong	indirekt	100%
83.	stichd Limited	China	Hongkong	indirekt	100%
84.	PUMA Sports India Private Ltd.	Indien	Bangalore	indirekt	100%



ZUM 31. DEZEMBER 2021

Lfd. Nr.	Gesellschaften	Land	Stadt	Gesellschafter	Anteil am Kapital
85.	PUMA India Corporate Services Private Ltd.	Indien	Bangalore	indirekt	100%
86.	World Cat Sourcing India Private Ltd.	Indien	Bangalore	indirekt	100%
87.	PT PUMA Cat Indonesia	Indonesien	Jakarta	indirekt	100%
88.	PT PUMA Sports Indonesia	Indonesien	Jakarta	indirekt	100%
89.	PUMA Japan K.K. (プーマ ジャパン株式会社)	Japan	Tokio	indirekt	100%
90.	PUMA Korea Ltd. (푸마코리아 유한회사)	Korea (Süd)	Seoul	direkt	100%
91.	Stichd Korea Ltd	Korea (Süd)	Incheon	indirekt	100%
92.	PUMA Sports Goods Sdn. Bhd.	Malaysia	Petaling Jaya	indirekt	100%
93.	STICHD SOUTHEAST ASIA SDN. BHD.	Malaysia	Kuala Lumpur	indirekt	100%
94.	PUMA New Zealand Ltd.	Neuseeland	Auckland	indirekt	100%
95.	PUMANILA IT SERVICES INC.	Philippinen	Makati City	indirekt	100%
96.	PUMA Sports Philippines Inc.	Philippinen	Makati City	indirekt	100%
97.	PUMA Sports SEA Trading Pte. Ltd.	Singapur		indirekt	100%
98.	PUMA SEA Holding Pte. Ltd.	Singapur		indirekt	100%
99.	PUMA Taiwan Sports Ltd. (台灣彪馬股份有限公司)	China (Taiwan)	Taipei	indirekt	100%
100.	PUMA Sports (Thailand) Co., Ltd.	Thailand	Bangkok	indirekt	100%
101.	World Cat Vietnam Sourcing & Development Services Company Limited (CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ PHÁT TRIỂN & NGUỒN CUNG ỨNG WORLD CAT VIỆT NAM)	Vietnam	Ho Chi Minh City	indirekt	100%

Die PUMA Mostro GmbH, PUMA Sprint GmbH, PUMA International Trading GmbH und PUMA Europe GmbH haben von der Befreiungsvorschrift nach § 264 Abs. 3 HGB Gebrauch gemacht.



WÄHRUNGSUMRECHNUNG

In den Einzelabschlüssen der einbezogenen Konzerngesellschaften werden monetäre Posten in Fremdwährung grundsätzlich zum Kurs am Bilanzstichtag umgerechnet. Daraus resultierende Währungsgewinne und -verluste werden unmittelbar ergebniswirksam erfasst. Nicht monetäre Posten werden mit den historischen Anschaffungs- und Herstellungskosten umgerechnet.

Die Vermögenswerte und Schulden ausländischer Tochtergesellschaften, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, wurden zu Mittelkursen am Bilanzstichtag in Euro umgerechnet. Für Aufwendungen und Erträge wurden Jahresschnittskurse zur Umrechnung herangezogen. Die Unterschiedsbeträge aus der Währungsumrechnung des Netto-Reinvermögens mit gegenüber dem Vorjahr veränderten Kursen wurden erfolgsneutral im Eigenkapital verrechnet.

Die wesentlichen Umrechnungskurse je Euro stellen sich wie folgt dar:

↗ T.10

Währung	2021		2020	
	Stichtagskurs	Durchschnittskurs	Stichtagskurs	Durchschnittskurs
USD	1,1326	1,1827	1,2271	1,1422
CNY	7,1947	7,6282	8,0225	7,8747
JPY	130,3800	129,8767	126,4900	121,8458
GBP	0,8403	0,8596	0,8990	0,8897

Der Währungsraum Argentinien befindet sich seit 2018 in einem Hyperinflationsumfeld. Die Auswirkungen auf den Konzernabschluss wurden gemäß IAS 29 und IAS 21.42 analysiert. Die Anwendung der vorher genannten Standards hätte auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2021 der PUMA SE zu einer Erhöhung der Vermögenswerte um € 17,5 Mio. (Vorjahr: € 14,7 Mio.) (im Wesentlichen für Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und Vorräte) und eine Reduzierung der Verbindlichkeiten um € 3,1 Mio. (Vorjahr: € 0,0 Mio.) geführt sowie zu einer Anpassung des Eigenkapitals um € 20,6 Mio. (Vorjahr: € 14,7 Mio.). Des Weiteren wäre das operative Ergebnis (EBIT) um € 1,2 Mio. (Vorjahr: € 4,4 Mio.) gesunken. Die Auswirkungen wurden für den Konzernabschluss als unwesentlich erachtet und führten zu keiner Anpassung im Rahmen der Konzernrechnungslegung.



BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDsätze

FINANZINSTRUMENTE

Finanzinstrumente werden nach IFRS 9 klassifiziert und bilanziert. Gemäß IFRS 9 erfolgt die Folgebewertung von Finanzinstrumenten entsprechend der Klassifizierung zu „fortgeführten Anschaffungskosten“ („amortised cost“ [AC]), „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ („fair value through profit or loss“ [FVPL]) oder „erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert über das Gesamtergebnis“ („fair value through other comprehensive income [FVOCI]“). Die Klassifizierung basiert auf zwei Kriterien: dem Geschäftsmodell des Konzerns für die Verwaltung der Vermögenswerte und der Frage, ob die vertraglichen Cashflows der Finanzinstrumente „ausschließlich Zahlungen von Kapital und Zinsen“ auf den ausstehenden Kapitalbetrag darstellen.

Für Beteiligungen (Eigenkapitalinstrumente) gestattet unter bestimmten Voraussetzungen IFRS 9 eine erfolgsneutrale Bewertung zum beizulegenden Zeitwert über das Gesamtergebnis (FVOCI). Wenn diese Beteiligungen jedoch veräußert oder abgeschrieben werden, werden die bis zu diesem Zeitpunkt nicht realisierten Gewinne und Verluste aus diesen Beteiligungen gemäß IFRS 9 in die Gewinnrücklagen umgebucht.

DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE/HEDGE ACCOUNTING

In Bezug auf die Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen hat PUMA von dem Wahlrecht Gebrauch gemacht, weiterhin die Vorschriften des IAS 39 für das Hedge Accounting anzuwenden.

Derivative Finanzinstrumente werden bei Vertragsabschluss und in der Folge zu ihrem beizulegenden Zeitwert bewertet. Zum Zeitpunkt des Abschlusses eines Sicherungsinstruments klassifiziert PUMA die Derivate entweder als Sicherung einer geplanten Transaktion (Cashflow Hedge) oder als Sicherung des beizulegenden Zeitwerts eines ausgewiesenen Vermögenswerts oder einer Verbindlichkeit (Fair Value Hedge).

Bei Abschluss der Transaktion werden die Sicherungsbeziehung zwischen Sicherungsinstrument und Grundgeschäft sowie das Ziel des Risikomanagements und die zugrunde liegende Strategie dokumentiert. Außerdem werden bei Beginn der Sicherungsbeziehung und danach fortlaufend Einschätzungen dokumentiert, ob die Derivate, die in der Sicherungsbeziehung verwendet werden, effektiv die Änderung des Zeitwertes oder der Cashflows des Grundgeschäfts kompensieren.

Änderungen des Marktwerts von Derivaten, die zur Absicherung des Cashflows bestimmt und geeignet sind und die sich als effektiv erweisen, werden erfolgsneutral, unter Berücksichtigung latenter Steuern, im Eigenkapital verrechnet. Wenn keine vollständige Effektivität gegeben ist, wird der ineffektive Teil ergebniswirksam erfasst. Die im Eigenkapital abgegrenzten Beträge werden im gleichen Zeitraum ergebniswirksam, in dem sich die abgesicherte geplante Transaktion auf die Gewinn- und Verlustrechnung auswirkt. Resultiert eine abgesicherte zukünftige Transaktion jedoch im Ansatz eines nicht-finanziellen Vermögenswerts oder einer Verbindlichkeit, werden die zuvor im Eigenkapital erfassten Gewinne oder Verluste in die Erstbewertung der Anschaffungskosten des Vermögenswerts oder der Verbindlichkeit mit einbezogen.

Änderungen des Marktwerts von Derivaten, die sich für Fair Value Hedges eignen und als solche bestimmt worden sind, werden zusammen mit den auf das abgesicherte Risiko zurückzuführenden Änderungen des beizulegenden Zeitwerts des Grundgeschäfts direkt in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Die Änderungen des Marktwerts der Derivate und die auf das abgesicherte Risiko zurückzuführende Änderung des Grundgeschäfts werden in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung in dem zum Grundgeschäft zugehörigen Posten ausgewiesen.

Die beizulegenden Zeitwerte der derivativen Instrumente, die zur Sicherung von geplanten Transaktionen sowie zur Sicherung des beizulegenden Zeitwerts eines ausgewiesenen Vermögenswerts oder einer



Verbindlichkeit verwendet werden, werden unter den sonstigen kurzfristigen und langfristigen finanziellen Vermögenswerten bzw. Verbindlichkeiten ausgewiesen.

LEASING

PUMA hat Leasingverhältnisse ausschließlich als Leasingnehmer abgeschlossen.

Die Leasingverhältnisse werden jeweils auf Einzelvertragsebene identifiziert. Für alle Leasingverhältnisse erfasst PUMA ein Nutzungsrecht und eine entsprechende Leasingverbindlichkeit. Ausgenommen davon sind kurzfristige Leasingverhältnisse (definiert als Leasingverhältnisse mit einer Laufzeit von höchstens 12 Monaten) und Leasingverhältnisse über geringwertige Vermögenswerte (mit einem Neuwert der Vermögenswerte von unter 5.000 Euro). Im Falle eines kurzfristigen Leasingverhältnisses oder Leasingverhältnisses über geringwertige Vermögenswerte erfasst der Konzern die Leasingzahlungen linear über die Laufzeit des Leasingverhältnisses als Sonstiger operativer Aufwand.

Zudem erfolgt keine Bilanzierung von Nutzungsrechten über Immaterielle Vermögenswerte. PUMA hat das Wahlrecht in Anspruch genommen und verzichtet auf die Anwendung des IFRS 16 in Bezug auf Leasingverhältnisse über Immaterielle Vermögenswerte.

Die Leasingverbindlichkeit wird bei der erstmaligen Erfassung mit dem Barwert, der zu Beginn des Leasingverhältnisses noch nicht gezahlten Leasingzahlungen, bewertet. Die Berechnung des Barwerts erfolgt unter Verwendung des Grenzfremdkapitalzinssatzes, da der dem Leasingverhältnis zugrundeliegende Zinssatz in der Regel nicht bekannt ist.

Folgende Leasingzahlungen werden in die Bewertung der Leasingverbindlichkeit einbezogen:

- Feste Leasingzahlungen (inklusive faktisch feste Zahlungen), abzüglich erhaltene Anreizzahlungen;
- Variable Leasingzahlungen, die auf einen Index oder Kurs basieren, anfänglich mit dem Index oder dem Kurs zum Zeitpunkt des Beginns des Leasingverhältnisses bemessen; dadurch bleiben zukünftige Anpassungen in Folge der Änderung der Indices oder Kurse unberücksichtigt;
- Ausübungspreise von Kaufoptionen, wenn PUMA hinreichend sicher ist, diese auszuüben;
- Erwartete Zahlungen aufgrund von Restwertgarantien; und
- Strafzahlungen für die vorzeitige Beendigung von Leasingverhältnissen, wenn PUMA hinreichend sicher ist, diese Kündigungsmöglichkeit auszuüben und dies bei der Bestimmung der Laufzeit des Leasingverhältnisses entsprechend berücksichtigt wird.

Eine Reihe von Leasingverträgen, insbesondere von Immobilien, enthalten Verlängerungs- und Kündigungsoptionen. Bei der Bestimmung der Vertragslaufzeiten werden sämtliche Tatsachen und Umstände berücksichtigt, die einen wirtschaftlichen Anreiz zur Ausübung der Verlängerungsoptionen oder Nichtausübung von Kündigungsoptionen bieten. Laufzeitänderungen aus der Ausübung bzw. Nicht-Ausübung solcher Optionen werden bei der Vertragslaufzeit nur berücksichtigt, wenn sie hinreichend sicher sind.

Der Ausweis der Leasingverbindlichkeit erfolgt in der Konzernbilanz als separater Posten.

Wie im vorangehenden Kapitel 1 erläutert, wendet PUMA die praktische Anwendungserleichterung hinsichtlich COVID-19 bezogener Mietzugeständnisse für alle Mietzugeständnisse, die in den Anwendungsbereich dieser Erleichterung fallen, an. Sofern diese Voraussetzungen vorliegen werden die Mietzugeständnisse so bilanziert, als ob es sich um variable Leasingzahlungen handeln würde. Dies führt zu einer erfolgswirksamen Erfassung der Mietzugeständnisse in der Periode, in der diese gewährt werden.

Die Folgebewertung der Leasingverbindlichkeit erfolgt durch Erhöhung des Buchwerts um die Aufzinsung der Leasingverbindlichkeit (unter Anwendung der Effektivzinsmethode) und durch Reduzierung des Buchwerts der Leasingverbindlichkeit um die geleisteten Leasingzahlungen. Sofern COVID-19 bezogene



Mietzugeständnisse vorliegen, indem Leasingzahlungen erlassen wurden, erfolgt die Reduzierung des Buchwerts der Leasingverbindlichkeit um die erlassenen Leasingzahlungen.

Falls sich die Laufzeit des Leasingverhältnisses geändert hat und es sich dabei nicht um ein COVID-19 bezogenes Mietzugeständnis handelt, oder falls ein wesentliches Ereignis zu einer Änderung der Beurteilung hinsichtlich der Ausübung einer Kaufoption führt, nimmt PUMA eine Neubewertung der Leasingverbindlichkeit durch Abzinsung der angepassten Leasingzahlungen mit einem aktualisierten Zinssatz vor und passt das korrespondierende Nutzungsrecht entsprechend an.

Falls sich die Leasingzahlungen aufgrund von Index- oder Kursänderungen oder durch eine Änderung der erwarteten zu leistenden Zahlungen aufgrund einer Restwertgarantie geändert haben, nimmt PUMA eine Neubewertung der Leasingverbindlichkeit durch Abzinsung der angepassten Leasingzahlungen mit einem unveränderten Diskontierungszinssatz vor. Das korrespondierende Nutzungsrecht wird entsprechend angepasst.

Falls ein Leasingverhältnis geändert wird und es sich dabei nicht um ein COVID-19 bezogenes Mietzugeständnis handelt sowie die Änderung des Leasingverhältnisses nicht als separates Leasingverhältnis erfasst wird, nimmt PUMA eine Neubewertung der Leasingverbindlichkeit auf Grundlage der Laufzeit des neuen Leasingverhältnisses vor. Dabei werden die geänderten Leasingzahlungen mit einem aktualisierten Zinssatz zum effektiven Zeitpunkt der Änderungen abgezinst.

Die Nutzungsrechte umfassen im Rahmen der erstmaligen Bewertung die entsprechende Leasingverbindlichkeit. Leasingraten, die vor oder zu Beginn des Leasingverhältnisses geleistet werden, sind hinzuzurechnen. Vom Leasinggeber erhaltene Leasinganreize sind abzuziehen, anfänglich direkte Kosten sind einzubeziehen. Sofern in Bezug auf die geleasten Vermögenswerte Rückbauverpflichtungen bestehen, werden diese in die Bewertung der Nutzungsrechte einbezogen. Die Folgebewertung der Nutzungsrechte erfolgt zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Abschreibungen und Wertminderungen.

Nutzungsrechte werden grundsätzlich über die Laufzeit des Leasingverhältnisses abgeschrieben. Sofern die Nutzungsdauer des dem Leasingverhältnis zugrundeliegenden Vermögenswertes kürzer ist, ist die Abschreibungsdauer dadurch begrenzt. Die Abschreibung beginnt mit dem Beginn des Leasingverhältnisses.

Variable Leasingzahlungen, die nicht von einem Index oder Kurs abhängen, werden nicht in die Bewertung der Leasingverbindlichkeit und des Nutzungsrechts einbezogen. Diese Zahlungen werden in der Gewinn- und Verlustrechnung als Sonstiger Aufwand erfasst, sobald PUMA die zugrundeliegende Leistung erhalten hat. Dies betrifft vor allem umsatzabhängige Mieten für Einzelhandelsgeschäfte.

Im Rahmen der gewährten Erleichterungsvorschriften erlaubt IFRS 16 auf eine Trennung zwischen Nicht-Leasingkomponenten und Leasingkomponenten zu verzichten. In Bezug auf Grundstücke und Gebäude nimmt PUMA die Erleichterung grundsätzlich nicht in Anspruch, so dass die Nutzungsrechte von Grundstücken und Gebäuden nur die Leasingkomponenten beinhalten. In Bezug auf die Sonstigen Nutzungsrechte (bestehend aus Technischen Anlagen & Maschinen und Kraftfahrzeugen) wird die Erleichterungsvorschrift grundsätzlich in Anspruch genommen, wodurch die Leasingkomponenten und die Nicht-Leasingkomponenten zusammen bilanziert werden.

Der Ausweis der Nutzungsrechte erfolgt in der Konzernbilanz als separater Posten.

Die Nutzungsrechte unterliegen der Wertminderung von Vermögenswerten gemäß IAS 36. Grundsätzlich werden die Nutzungsrechte auf Wertminderungsbedarf (Impairment Test) hin geprüft, wenn Hinweise vorliegen, dass der Vermögenswert im Wert gemindert sein könnte. Nutzungsrechte werden insbesondere im Zusammenhang mit den eigenen Einzelhandelsgeschäften einem Werthaltigkeitstest unterzogen, wenn Indikatoren oder Änderungen der Planannahmen vorliegen, die darauf schließen lassen, dass der Buchwert der Vermögenswerte nicht erzielt werden kann. Hierzu wird nach Erstellung der jährlichen Budgetplanung oder anlassbezogen ein sogenannter Triggering-Event-Test durchgeführt.



Der Nutzungswert der jeweiligen Einzelhandelsgeschäfte wird nach der Discounted-Cashflow-Methode ermittelt. Für die Ermittlung des Nutzungswertes werden die geplanten Zahlungsmittelflüsse für die Einzelhandelsgeschäfte aus dem bottom-up erstellten und vom Management genehmigten Planung verwendet. Der Prognosezeitraum wird auf Basis der erwarteten Nutzungsdauern für das jeweilige Einzelhandelsgeschäft abgeleitet und jährlich überprüft. Im Anschluss an das bottom-up erstellte Budget werden für die Restnutzungsdauer länder- und CGU-spezifische Umsatz- und Kostenentwicklungen zugrunde gelegt. Die verwendeten Wachstumsraten basieren dabei auf dem erwarteten nominalen Retailwachstum des jeweiligen Markts für das jeweilige Planungsjahr. Für alle Einzelhandelsgeschäfte ergeben sich Wachstumsraten im einstelligen bis niedrigen zweistelligen Prozentbereich. Bei der Ermittlung des Nutzungswertes der Einzelhandelsgeschäfte wurden die Cashflows mit einem gewichteten Kapitalkostensatz zwischen 4,7% und 19,7% (Vorjahr: zwischen 3,7% und 18,9%) diskontiert. Dabei wurden ein laufzeitäquivalenter risikofreier Zinssatz in Höhe von 0,1% (Vorjahr: 0,4%) und eine Marktrisikoprämie in Höhe von 7,8% (Vorjahr: 7,8%) zugrunde gelegt. Der Nutzungswert wird mit dem Buchwert der zu dem Einzelhandelsgeschäft gehörenden Netto-Vermögenswerte (insbesondere Nutzungsrecht aus Leasingverhältnis, Mietereinbauten, Net Working Capital und anteilige gemeinschaftliche Vermögenswerte, die dem Zentralbereich zugeordnet sind) verglichen. Übersteigt der Buchwert der Vermögenswerte der Einzelhandelsgeschäfte den ermittelten Nutzungswert, erfolgt grundsätzlich auch eine Berechnung des beizulegenden Zeitwerts der zahlungsmittelgenerierenden Einheit. Sofern eine Wertminderung entsteht, erfolgt zudem unter Berücksichtigung von Wesentlichkeitsaspekten eine separate Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts des Nutzungsrechts anhand von internen oder externen Datenquellen.

Soweit Indikationen vorliegen, dass bereits in der Vergangenheit abgeschriebene Stores einen Turnaround erzielen konnten und wieder werthaltig sind, wird ein zusätzlicher Triggering Event Test durchgeführt und ggf. eine Wertaufholung höchstens bis zum Betrag der fortgeführten Anschaffungskosten vorgenommen.

FLÜSSIGE MITTEL

Flüssige Mittel enthalten Barmittel und Guthaben bei Kreditinstituten. Soweit die Guthaben nicht unmittelbar zur Finanzierung des Umlaufvermögens benötigt werden, werden die freien Bestände mit einer Laufzeit von bis zu drei Monaten als Festgeld angelegt. Der Gesamtbetrag der Flüssigen Mittel stimmt mit den Flüssigen Mitteln (Finanzmittelbestand) in der Kapitalflussrechnung überein.

Flüssige Mittel werden zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Diese unterliegen den Wertberichtigungsanforderungen gemäß IFRS 9 „Finanzinstrumente“. PUMA beobachtet das Kreditrisiko dieser Finanzinstrumente unter Berücksichtigung der Wirtschaftslage, der externen Kreditwürdigkeit und/oder der Prämien für Risikoausfallversicherungen (Credit Default Swap (CDS)) anderer Finanzinstitute. Das Kreditrisiko von Flüssigen Mitteln wird aufgrund der relativ kurzfristigen Laufzeiten sowie des Investment- Grade-Kredit-Ratings der Kontrahenten, das eine niedrige Ausfallwahrscheinlichkeit der Finanzinstrumente signalisiert, als unwesentlich eingestuft.

VORRÄTE

Bei den Vorräten kommen die Anschaffungs- oder Herstellungskosten oder die niedrigeren, vom Verkaufspreis am Bilanzstichtag abgeleiteten Nettorealisationswerte zum Ansatz. Die Ermittlung der Anschaffungskosten der Handelswaren erfolgt anhand eines Durchschnittsverfahrens. Die Wertberichtigungen werden in Abhängigkeit von Alter, Saisonalität und realisierbaren Marktpreisen in ausreichendem Maße konzerneinheitlich gebildet.

FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden anfänglich zum Transaktionspreis und in der Folge zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Abzug von Wertberichtigungen in Form einer Risikovorsorge bewertet. Der Transaktionspreis ist gemäß IFRS 15 „Erlöse aus Verträgen mit Kunden“ der Betrag, der vom Unternehmen erwarteten Gegenleistung für die Lieferung von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen an Kund*innen, ohne Berücksichtigung von Beträgen, die für fremde Dritte eingezogen wurden.



Für die Ermittlung der Risikovorsorge auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wendet PUMA einheitlich den vereinfachten Ansatz an, um entsprechend der Vorgaben des IFRS 9 „Finanzinstrumente“ die erwarteten Kreditausfälle über die Restlaufzeit der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (sogenannte „lifetime expected credit losses“) zu bestimmen. Dazu werden die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen nach geographischen Regionen in geeignete Gruppen mit gemeinsamen Kreditrisikomerkmalen eingeordnet. Die Berechnung der erwarteten Kreditausfälle erfolgt mit Hilfe einer Matrix, welche die Altersstruktur der Forderungen darstellt und für die einzelnen Laufzeitbänder der Forderungen jeweils eine Ausfallwahrscheinlichkeit auf Grundlage historischer Kreditausfallereignisse und zukunftsbezogener Faktoren abbildet. Die Prozentsätze für die Ausfallwahrscheinlichkeiten werden regelmäßig auf Aktualität hin überprüft. Sofern bezüglich der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen eines bestimmten Kunden objektive Hinweise auf eine Kreditminderung festgestellt werden, wird eine detaillierte Analyse des spezifischen Kreditrisikos dieses Kunden durchgeführt und eine individuelle Risikovorsorge für die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber diesem Kunden gebildet. Sofern eine Kreditversicherung besteht, wird die bei der Ermittlung der Höhe der Risikovorsorge berücksichtigt.

SONSTIGE FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE

Die Klassifizierung der Sonstigen finanziellen Vermögenswerte erfolgt in Abhängigkeit des Geschäftsmodells zur Steuerung und der Zahlungsströme der finanziellen Vermögenswerte. Im Konzern werden finanzielle Vermögenswerte grundsätzlich im Rahmen eines Geschäftsmodells gehalten, das vorsieht, den Vermögenswert bis zur Endfälligkeit zu „halten“, um die vertraglichen Zahlungsströme zu vereinnahmen. Deshalb erfolgt die Folgebewertung der Sonstigen finanziellen Vermögenswerte grundsätzlich zu fortgeführten Anschaffungskosten, das heißt unter Berücksichtigung entsprechender Wertminderungsaufwendungen. Das Geschäftsmodell „Handel“ findet keine Anwendung.

Die langfristigen Vermögenswerte beinhalten Ausleihungen und sonstige Vermögenswerte. Unverzinsliche langfristige Vermögenswerte werden, wenn der Effekt hieraus wesentlich ist, auf den Barwert abgezinst.

BETEILIGUNGEN

Die unter den langfristigen finanziellen Vermögenswerten ausgewiesenen Beteiligungen gehören der Kategorie „erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert über das Gesamtergebnis“ bewertet („fair value through other comprehensive income (FVOCI)“) an, da diese Beteiligungen langfristig aus strategischen Gründen gehalten werden.

Alle Ankäufe und Veräußerungen von Beteiligungen werden zum Handelstag erfasst. Der erstmalige Ansatz der Beteiligungen erfolgt zum beizulegenden Zeitwert zuzüglich der Transaktionskosten. Sie werden auch in den Folgeperioden mit dem beizulegenden Zeitwert angesetzt, sofern dieser verlässlich ermittelbar ist. Unrealisierte Gewinne und Verluste werden unter Berücksichtigung von latenten Steuern im Gesamtergebnis erfasst. Bei Veräußerung der Beteiligungen wird der Gewinn oder Verlust in die Gewinnrücklagen umgebucht.

Die Kategorie „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ bewertet („fair value through profit or loss“ (FVPL)) findet in Bezug auf Beteiligungen keine Anwendung.

SACHANLAGEVERMÖGEN

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungskosten, vermindert um kumulierte Abschreibungen, angesetzt. Die Abschreibungsdauer bemisst sich nach der voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer. Die Abschreibungen werden linear vorgenommen. Die Nutzungsdauer orientiert sich an der Art der Vermögenswerte. Für Gebäude wird eine Nutzungsdauer zwischen zehn und fünfzig Jahren und bei beweglichen Wirtschaftsgütern zwischen drei und zehn Jahren angesetzt. Die Anschaffungskosten der Sachanlagen beinhalten zudem Fremdkapitalzinsen gemäß IAS 23, sofern diese anfallen und der Effekt hieraus wesentlich ist.



Reparatur- und Instandhaltungskosten werden zum Zeitpunkt der Entstehung als Aufwand erfasst. Wesentliche Erneuerungen und Verbesserungen werden aktiviert, soweit die Kriterien des Ansatzes eines Vermögenswerts vorliegen.

GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE

Der Geschäfts- oder Firmenwert, der aus einem Unternehmenszusammenschluss resultiert, berechnet sich aus dem Unterschiedsbetrag der übertragenen Gegenleistung und dem Anteil des Konzerns am Fair Value der übernommenen Vermögens- und Schuldposten.

Die Geschäfts- oder Firmenwerte werden den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten („cash-generating units“) des Konzerns zugeordnet, die von den Synergieeffekten aus dem Unternehmenszusammenschluss profitieren sollen.

Ein Wertminderungstest (Impairment Test) des Geschäfts- oder Firmenwertes pro Gruppe der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten (kleinste Unternehmensebene, auf der die Geschäfts- oder Firmenwerte überwacht werden) wird einmal im Jahr sowie bei Vorliegen von Anhaltspunkten auf Wertminderungen durchgeführt und kann zu Wertminderungsaufwand führen. Eine Wertaufholung des Geschäfts- oder Firmenwerts wird nicht vorgenommen. Weitere Einzelheiten, insbesondere die zur Berechnung herangezogenen Annahmen, sind im Kapitel 11 dargestellt.

ANDERE IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Erworben immaterielle Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte. Der Wertansatz erfolgt zu Anschaffungskosten, vermindert um kumulierte Abschreibungen. Die Nutzungsdauer liegt zwischen drei und zehn Jahren; die planmäßige Abschreibung erfolgt linear.

Sofern die Aktivierungsvoraussetzungen des IAS 38.57 „Immaterielle Vermögenswerte“ kumuliert erfüllt sind, werden Aufwendungen der Entwicklungsphase für selbst erstellte Immaterielle Vermögenswerte zum Zeitpunkt ihrer Entstehung aktiviert. In den Folgeperioden werden selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte, genauso wie erworbene immaterielle Vermögenswerte, zu Anschaffungskosten abzüglich der kumulierten Abschreibungen und Wertminderungen bewertet. Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte werden im Konzern in der Regel über eine Nutzungsdauer von 3 Jahren linear abgeschrieben.

Darüber hinaus bestehen entgeltlich erworbene Markenrechte, für die vor dem Hintergrund der Markenhistorien sowie aufgrund der Fortführung der Marken durch PUMA eine unbestimmte Nutzungsdauer unterstellt wird.

WERTMINDERUNGEN VON VERMÖGENSWERTEN

Immaterielle Vermögenswerte, die eine unbestimmte Nutzungsdauer haben, werden nicht planmäßig abgeschrieben, sondern werden jährlich auf Wertminderungsbedarf (Impairment Test) hin geprüft. Sachanlagen, Nutzungsrechte an Vermögenswerten und andere immaterielle Vermögenswerte mit einer definierten Nutzungsdauer werden auf Wertminderungsbedarf geprüft, wenn Hinweise vorliegen, dass der Vermögenswert im Wert gemindert ist. Zur Ermittlung eines eventuellen Wertminderungsbedarfs eines Vermögenswertes wird dessen erzielbarer Betrag (der höhere Betrag aus beizulegendem Zeitwert abzüglich der Verkaufskosten und des Nutzungswerts) mit dem Buchwert des Vermögenswertes verglichen. Ist der erzielbare Wert niedriger als der Buchwert, wird in Höhe der Differenz ein Wertminderungsverlust erfasst. Die Prüfung der Werthaltigkeit erfolgt, sofern möglich, auf Ebene des einzelnen Vermögenswertes, ansonsten auf Ebene der zahlungsmittelgenerierenden Einheit. Abweichend hiervon wird ein Geschäfts- oder Firmenwert ausschließlich auf Ebene der Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten auf Werthaltigkeit geprüft. Wird im Rahmen des Impairment Tests ein Abwertungsbedarf auf Vermögenswerte ermittelt, so wird zunächst der gegebenenfalls vorhandene



Geschäfts- oder Firmenwert der Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten abgeschrieben, und der verbleibende Betrag im zweiten Schritt proportional auf die übrigen Vermögenswerte im Anwendungsbereich von IAS 36 verteilt. Ist der Grund für die vorgenommene Wertminderung entfallen, wird eine Wertaufholung höchstens bis zum Betrag der fortgeführten Anschaffungskosten vorgenommen. Eine Wertaufholung des Geschäfts- oder Firmenwerts wird nicht vorgenommen.

Der Werthaltigkeitstest wird nach der Discounted-Cashflow-Methode durchgeführt. Für die Bestimmung des beizulegenden Zeitwertes abzüglich der Verkaufskosten sowie des Nutzungswertes werden die zu erwartenden Cashflows aus den Daten der Unternehmensplanung zugrunde gelegt. Die zu erwartenden Cashflows werden anhand eines marktadäquaten Zinssatzes abgezinst. Im Rahmen der Ermittlung des beizulegenden Zeitwertes abzüglich der Verkaufskosten werden keine spezifischen Synergien der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten berücksichtigt und die Daten der Unternehmensplanung werden, soweit erforderlich, an die Annahmen von Marktteilnehmern angepasst. Zudem besteht aufgrund der zusätzlichen Berücksichtigung der Verkaufskosten ein Unterschied zwischen dem beizulegenden Zeitwert abzüglich der Verkaufskosten und dem Nutzungswert.

Marken mit einer unbestimmten Nutzungsdauer werden innerhalb des Geschäftsjahres oder anlassbezogen einem Werthaltigkeitstest anhand der Lizenzpreisanalogiemethode (Relief-from-Royalty-Methode) unterzogen. Soweit Anhaltspunkte für eine Wertminderung der eigengenutzten Marke vorliegen sollten, wird die Werthaltigkeit der Marke nicht nur einzeln anhand der Lizenzpreisanalogiemethode bewertet, sondern über den erzielbaren Betrag der Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten bestimmt, welchen die Marke zuzurechnen ist.

Weitere Einzelheiten, insbesondere die zur Berechnung herangezogenen Annahmen, sind im Kapitel 11 dargestellt.

FINANZSCHULDEN, SONSTIGE FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN UND SONSTIGE VERBINDLICHKEITEN

Diese Posten werden grundsätzlich mit ihren Anschaffungskosten unter Berücksichtigung von Transaktionskosten und in der Folge zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt. Unverzinsliche oder niedrigverzinsliche Verbindlichkeiten mit einer Laufzeit von mindestens einem Jahr werden unter Berücksichtigung eines marktadäquaten Zinssatzes mit dem Barwert bilanziert und bis zum Laufzeitende zum Rückzahlungsbetrag aufgezinst.

In Bezug auf finanzielle Verbindlichkeiten findet die Kategorie „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ bewertet („fair value through profit or loss“ (FVPL)) keine Anwendung.

In den kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten ist auch jener Anteil an langfristigen Darlehen enthalten, dessen Restlaufzeit höchstens ein Jahr beträgt.

PUMA bietet seinen Lieferanten ein Programm zur Lieferantenfinanzierung an. Hierbei handelt es sich um eine Art Reverse Factoring, dessen Finanzierungskonditionen auch an die Erreichung von Nachhaltigkeitszielen der Lieferanten geknüpft sind. Eine Teilnahme am Programm ist für die Lieferanten freiwillig und hilft den Lieferanten die Lieferantenrechnungen an PUMA bereits erheblich vor dem handelsüblich vereinbarten Zahlungsziel von einer der Partnerbanken gegen einen Zinsabschlag vorzufinanzieren. Für PUMA ergeben sich aus der Teilnahme der Lieferanten an dem Lieferantenfinanzierungsmodell keine Auswirkungen (insbesondere keine Veränderungen des Zahlungsziels, keine veränderten Zahlwege und / oder keine Änderungen der ursprünglichen Vertragsbedingungen). Es bestehen somit auch keine Ermessensentscheidungen im Hinblick auf Bilanz und Kapitalflussrechnung.



RÜCKSTELLUNGEN FÜR PENSIONEN UND ÄHNLICHE VERPFLICHTUNGEN

Neben Leistungsplänen bestehen bei einigen Gesellschaften auch Beitragspläne, die neben der laufenden Beitragszahlung zu keiner weiteren Pensionsverpflichtung führen. Bei den Leistungsplänen wird die Pensionsrückstellung grundsätzlich nach der Projected-Unit-Credit-Methode berechnet. Bei diesem Anwartschaftsbarwertverfahren werden nicht nur die am Stichtag bekannten Renten und erworbenen Anwartschaften, sondern auch künftig zu erwartende Steigerungen von Gehältern und Renten berücksichtigt. Der Barwert der Verpflichtung (Defined Benefit Obligation (DBO)) wird ermittelt, indem die erwarteten zukünftigen Mittelabflüsse mit den Renditen von erstrangigen, festverzinslichen Industriebonds abgezinst werden. Währungen und Laufzeiten der zugrunde gelegten Industriebonds stimmen dabei mit den Währungen und Laufzeiten der zu erfüllenden Verpflichtungen überein. Bei einigen Plänen steht der Verpflichtung ein Planvermögen gegenüber. Die ausgewiesene Pensionsrückstellung ist dann um das Planvermögen vermindert.

Neubewertungen, bestehend aus versicherungsmathematischen Gewinnen und Verlusten, Veränderungen, die sich aus der Anwendung der Vermögenswertobergrenze ergeben und dem Ertrag aus dem Planvermögen (ohne Zinsen auf die Nettoschuld), werden unmittelbar im Sonstigen Ergebnis erfasst. Die im Sonstigen Ergebnis erfassten Neubewertungen sind Teil der Gewinnrücklagen und werden nicht mehr in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert. Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand wird als Aufwand erfasst, wenn die Planänderung eintritt.

Die Angaben zur unterstellten Lebenserwartung und den verwendeten Sterbetafeln sind im Kapitel 15 dargestellt.

SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Rückstellungen werden gebildet, wenn der Konzern aus einem Ereignis der Vergangenheit eine gegenwärtige Verpflichtung hat und diese Verpflichtung wahrscheinlich zu einem Abfluss von Ressourcen mit wirtschaftlichem Nutzen führen wird, deren Höhe verlässlich geschätzt werden kann. Die Rückstellungen werden mit der bestmöglichen Schätzung des Erfüllungsbetrages angesetzt und nicht mit positiven Erfolgsbeiträgen saldiert. Langfristige Rückstellungen werden abgezinst.

Rückstellungen für die erwarteten Aufwendungen aus Gewährleistungsverpflichtungen gemäß dem jeweiligen nationalen Kaufvertragsrecht werden zum Verkaufszeitpunkt der betreffenden Produkte nach der besten Einschätzung hinsichtlich der zur Erfüllung der Verpflichtungen des Konzerns notwendigen Ausgaben angesetzt.

Rückstellungen werden auch für belastende Verträge gebildet. Das Bestehen eines belastenden Vertrages wird angenommen, wenn die unvermeidbaren Kosten zur Erfüllung des Vertrages den aus diesem Vertrag erwachsenden wirtschaftlichen Nutzen übersteigen.

Rückstellungen für Restrukturierungsmaßnahmen werden gebildet, soweit ein detaillierter, formaler Restrukturierungsplan erstellt ist, der bei den Betroffenen durch den Beginn der Umsetzung des Plans oder die Ankündigung seiner wesentlichen Bestandteile eine gerechtfertigte Erwartung geweckt hat, dass die Restrukturierungsmaßnahmen durchgeführt werden.

EIGENE AKTIEN

Eigene Aktien werden zum Marktpreis am Erwerbstag zuzüglich Anschaffungsnebenkosten vom Eigenkapital abgesetzt. Gemäß Ermächtigung der Hauptversammlung können eigene Aktien zu jedem zulässigen Zweck, einschließlich einer flexiblen Steuerung des Kapitalbedarfs der Gesellschaft, zurückgekauft werden.



MANAGEMENT-INCENTIVE-PROGRAMME

Bei PUMA werden aktienbasierte Vergütungen mit Barausgleich und kennzahlenbasierende Long-Term-Incentive-Programme eingesetzt.

Für aktienbasierte Vergütungen mit Barausgleich wird eine Verbindlichkeit für die erhaltenen Dienstleistungen erfasst und bei Zugang mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Bis zur Begleichung der Schuld wird der beizulegende Zeitwert der Schuld zu jedem Abschlussstichtag und am Erfüllungstag neu bestimmt und es werden alle Änderungen des beizulegenden Zeitwerts erfolgswirksam erfasst.

Für kennzahlenbasierte Vergütungsverfahren werden während der dreijährigen Laufzeit der jeweiligen Programme die mittelfristigen Ziele des PUMA-Konzerns in Bezug auf das Umsatzwachstum, das operative Ergebnis (EBIT), den Cashflow und die Rohertragsmarge ermittelt und mit ihrem jeweiligen Zielerreichungsgrad erfolgswirksam als Sonstige Rückstellungen erfasst.

BERÜCKSICHTIGUNG VON UMSATZERLÖSEN

Der Konzern erfasst Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Sportartikeln. Die Umsatzerlöse werden in Höhe des beizulegenden Zeitwerts der Gegenleistung bemessen, auf die der Konzern aus dem Vertrag mit den Kund*innen, unter Berücksichtigung von Retouren, Skonti und Rabatten, voraussichtlich Anspruch hat. Beträge, die im Namen Dritter vereinnahmt wurden (z.B. Umsatzsteuer), sind nicht in den Umsatzerlösen enthalten. Der Konzern erfasst Umsatzerlöse zu dem Zeitpunkt, wenn PUMA seine Leistungsverpflichtung gegenüber den Kund*innen erfüllt und die Verfügungsgewalt über das Produkt an die Kund*innen übertragen hat.

Der Konzern verkauft Schuhe, Textilien und Accessoires sowohl an den Großhandel als auch direkt an Kund*innen über eigene Einzelhandelsgeschäfte. Umsatzbezogene Garantieleistungen können dabei nicht separat erworben werden und führen nicht zu Leistungen, die über die Zusicherung der Spezifikationen im Zeitpunkt des Gefahrenübergangs hinausgehen. Dementsprechend bilanziert der Konzern Gewährleistungen in Übereinstimmung mit IAS 37 Rückstellungen, Eventualschulden und Eventualforderungen.

Bei Verkäufen von Waren an den Großhandel wird der Umsatz zu dem Zeitpunkt erfasst, an dem die Verfügungsgewalt über die Waren an die Kund*innen übergegangen ist, das heißt wenn die Waren an den spezifischen Standort des Großhändlers versandt wurden (Lieferung). Nach der Lieferung trägt der Großhändler das Warenbestandsrisiko und hat die vollumfängliche Verfügungsgewalt über die Art und Weise des Vertriebs und den Verkaufspreis der Waren. Bei Verkäufen von Waren an Endkund*innen in eigenen Einzelhandelsgeschäften werden die Umsatzerlöse zu dem Zeitpunkt erfasst, wenn die Verfügungsgewalt über die Waren an die Endkund*innen übergegangen ist, das heißt zu dem Zeitpunkt, an dem die Kund*innen die Waren im Einzelhandelsgeschäft kaufen. Die Zahlung des Kaufpreises ist sofort mit dem Kauf der Ware durch die Kund*innen fällig.

Unter bestimmten Voraussetzungen und gemäß den vertraglichen Vereinbarungen besitzen Kund*innen die Möglichkeit, Waren umzutauschen oder Waren gegen eine Gutschrift zurückzugeben. Die Höhe der erwarteten Rücklieferungen wird auf Grundlage von Erfahrungswerten geschätzt und über eine Rückstellung für Rücklieferungen von den Umsatzerlösen abgegrenzt. Der Vermögenswert für das Recht aus dem Rückgabeanspruch der Waren wird unter den Vorräten erfasst und führt zu einer entsprechenden Reduzierung der Umsatzkosten.

LIZENZ- UND PROVISIONSERTRÄGE

Der Konzern erfasst Lizenz- und Provisionserträge aus der Auslizenzierung von Markenrechten an Dritte. Die Lizenerträge werden gemäß den vorzulegenden Abrechnungen der Lizenznehmer erfolgswirksam erfasst. In bestimmten Fällen sind für eine periodengerechte Abgrenzung Schätzwerte erforderlich. Provisionserträge werden in Rechnung gestellt, soweit das zugrunde liegende Einkaufsgeschäft als realisiert einzustufen ist.



WERBE- UND PROMOTIONSaufwendungen

Werbeaufwendungen werden zum Zeitpunkt ihrer Entstehung erfolgswirksam berücksichtigt. Mehrjährige Promotionsaufwendungen werden grundsätzlich periodengerecht über die Laufzeit des Vertrages als Aufwand verteilt. Sollte sich durch diese Aufwandsverteilung ein Aufwandsüberschuss über den wirtschaftlichen Nutzen nach dem Bilanzstichtag ergeben, wird dieser durch Wertminderung von Vermögenswerten bzw. durch eine Droschverlustrückstellung im Abschluss berücksichtigt.

PRODUKTENTWICKLUNG

PUMA entwickelt laufend neue Produkte, um den Marktanforderungen bzw. -veränderungen gerecht zu werden. Forschungskosten werden zum Zeitpunkt der Entstehung in voller Höhe als Aufwand erfasst. Entwicklungskosten werden ebenfalls zum Zeitpunkt der Entstehung als Aufwand erfasst, sofern sie die Ansatzkriterien des IAS 38 „Immaterielle Vermögenswerte“ nicht erfüllen.

ZUWENDUNGEN DER ÖFFENTLICHEN HAND

Ab dem Geschäftsjahr 2020 hat PUMA in Folge der COVID-19-Pandemie erfolgsbezogene Zuwendungen der öffentlichen Hand auf globaler Ebene erhalten und erfolgsbezogen von den entsprechenden Aufwendungen abgezogen. Die Zuwendungen resultieren aus landesspezifischen, einmaligen Soforthilfen im Zusammenhang mit der globalen COVID-19-Pandemie sowie landesspezifischen Kurzarbeit-Programmen, sofern sie die Voraussetzungen gemäß IAS 20 erfüllen und sonstigen vergleichbaren Maßnahmen.

Erfolgsbezogene Zuwendungen der öffentlichen Hand werden gemäß IAS 20.7 erfasst, wenn eine angemessene Sicherheit darüber besteht, dass das Unternehmen die damit verbundenen Fördervoraussetzungen erfüllen wird und die Zuwendungen gewährt werden. Erfolgsbezogene Zuwendungen werden in der Gewinn- und Verlustrechnung von den entsprechenden Aufwendungen abgezogen (Nettoausweis).

FINANZERGEBNIS

Im Finanzergebnis sind Zinserträge aus Geldanlagen und Zinsaufwendungen aus Krediten sowie Zinserträge und -aufwendungen im Zusammenhang mit derivativen Finanzinstrumenten enthalten. Darüber hinaus sind im Finanzergebnis Zinsaufwendungen aus Leasingverbindlichkeiten, abgezinsten langfristigen Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit Unternehmenserwerben und aus der Bewertung von Pensionsverpflichtungen enthalten.

Wechselkurseffekte, die einem Grundgeschäft direkt zuzuordnen sind, werden in der jeweiligen Position in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen.

ERTRAGSTEUERN

Laufende Ertragsteuern werden gemäß den steuerrechtlichen Bestimmungen der jeweiligen Länder, in denen die einzelnen Konzern-Gesellschaften tätig sind, ermittelt.

LATENTE STEUERN

Latente Steuern aus temporär abweichenden Wertansätzen in der IFRS- und Steuerbilanz der Einzelgesellschaften und aus Konsolidierungsvorgängen, die jeweils von derselben Steuerbehörde erhoben werden und aufrechenbar sind, werden je Steuersubjekt verrechnet und entweder als aktive oder passive latente Steuern ausgewiesen.

In Bezug auf die bilanzierten Leasingverhältnisse wird das Steuerabzugspotential dem jeweiligen Nutzungsrecht an Vermögenswerten zugeordnet. Sofern in der Folgebewertung aus einer Nettobetrachtung von Nutzungsrecht und Leasingverbindlichkeit temporäre Differenzen entstehen, werden latente Steuern gebildet, sofern die Vorgaben von IAS 12 erfüllt sind.



Darüber hinaus können die aktiven latenten Steuern auch Steuerminderungsansprüche umfassen, die sich aus der erwarteten Nutzung bestehender Verlustvorträge in Folgejahren ergeben und deren Realisierung mit ausreichender Sicherheit gewährleistet ist. Weiterhin können sich latente Steueransprüche oder -verpflichtungen aus ergebnisneutralen Bilanzierungsvorgängen ergeben. Die latenten Steuern werden auf Basis der Steuersätze ermittelt, die für die Umkehrung in den einzelnen Ländern gelten und am Bilanzstichtag in Kraft bzw. verabschiedet sind.

Latente Steueransprüche werden nur in dem Umfang angesetzt, in dem die Realisierung des entsprechenden Vorteils wahrscheinlich ist. Basierend auf der Ertragslage der Vergangenheit und den Geschäftserwartungen für die absehbare Zukunft werden Wertberichtigungen gebildet, falls dieses Kriterium nicht erfüllt wird.

ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind teilweise Annahmen und Schätzungen notwendig, die sich auf Höhe und Ausweis bilanzierte Vermögenswerte und Schulden, Erträge und Aufwendungen sowie Eventualverbindlichkeiten auswirken. Den Annahmen und Schätzungen liegen Prämissen zugrunde, die auf dem aktuell verfügbaren Kenntnisstand beruhen. Die tatsächlichen Werte können in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen, sodass in zukünftigen Perioden ein Risiko von Anpassungen des Buchwerts der betroffenen Vermögenswerte und Schulden besteht. Wenn die tatsächliche Entwicklung von der erwarteten abweicht, werden die Prämissen und, falls nötig, die Buchwerte der betroffenen Vermögenswerte und Schulden erfolgswirksam angepasst.

Sämtliche Schätzungen und Beurteilungen werden fortlaufend neu bewertet und basieren auf historischen Erfahrungen und weiteren Faktoren, einschließlich Erwartungen hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung des globalen und branchenbezogenen Umfelds, die unter den aktuellen Umständen vernünftig erscheinen. PUMA wendet dabei Szenarien an, welche unterstellen, dass die COVID-19 Situation nicht von langfristiger Dauer sein wird. Entsprechend geht PUMA davon aus, dass die Auswirkungen auf den Konzernabschluss nicht wesentlicher, ernsthafter Natur sein werden. Annahmen und Schätzungen fallen insbesondere hinsichtlich der Beurteilung der Beherrschung von Gesellschaften mit nicht beherrschenden Anteilen, bei der Bewertung von Geschäfts- oder Firmenwerten sowie Marken, bei den Pensionsverpflichtungen, den derivativen Finanzinstrumenten, den Leasingverhältnissen und den Steuern an. Die wichtigsten zukunftsbezogenen Annahmen und zum Stichtag bestehenden Quellen von Schätzungsunsicherheiten zu den oben genannten Posten werden im Folgenden erörtert.

Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Marken

Die Überprüfung der Werthaltigkeit von Geschäfts- oder Firmenwerten basieren auf Berechnungen des Nutzungswertes als führendes Wertkonzept. Zur Berechnung des Nutzungswertes muss der Konzern die zukünftigen Cashflows aus den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten, denen der Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet ist, schätzen. Hierfür wurden die Daten der jeweiligen Dreijahresplanung zugrunde gelegt, die auf Prognosen der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und des daraus ableitbaren branchenspezifischen Konsumverhaltens basiert. Aufgrund der derzeit kurz- und mittelfristig schwer vorhersagbaren weltweiten Folgen der COVID-19-Pandemie unterliegen diese Annahmen und Schätzungen grundsätzlich einer erhöhten Unsicherheit. Es wird jedoch angenommen, dass sich die Weltwirtschaft, aufgrund der verfügbaren Impfstoffe gegen COVID-19 und der weiter fortschreitenden Immunisierung großer Teile der Bevölkerung in den Hauptmärkten von PUMA im Jahr 2022, allmählich wieder normalisiert. Eine weitere wesentliche Annahme betrifft die Ermittlung eines angemessenen Zinssatzes zur Diskontierung der Cashflows auf den Barwert (Discounted-Cashflow-Methode). Marken werden über die „Relief from Royalty-Methode“ bewertet. Weitere Einzelheiten, insbesondere die zur Berechnung herangezogenen Annahmen, sind im Kapitel 11 dargestellt.



Pensionsverpflichtungen

Die Pensionsverpflichtungen werden anhand versicherungsmathematischer Berechnung ermittelt. Diese hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab, die auf Annahmen und Einschätzungen hinsichtlich des Abzinsungssatzes, erwarteter Erträge aus Planvermögen, künftiger Lohn- und Gehaltssteigerungen, der Sterblichkeit und künftiger Rentensteigerungen basieren. Aufgrund der Langfristigkeit der getätigten Zusagen unterliegen die Schätzungen wesentlichen Unsicherheiten. Jede Änderung dieser Annahmen hat Auswirkungen auf den Buchwert der Pensionsverpflichtungen. Der Abzinsungssatz, der zur Ermittlung des Barwerts zukünftiger Zahlungen herangezogen wird, wird zum Ende jedes Jahres durch den Konzern ermittelt. Er basiert auf Zinssätzen von Industrieleihen höchster Bonität, die auf die Währung lauten, in der die Leistungen bezahlt werden und deren Laufzeiten, denen der Pensionsverpflichtungen entsprechen. Weitere Einzelheiten, insbesondere zu den für die zur Berechnung herangezogenen Parametern, können dem Kapitel 15 entnommen werden.

Steuern

Steuerpositionen werden unter Berücksichtigung der jeweiligen lokalen Steuergesetze sowie den einschlägigen Verwaltungsauffassungen ermittelt und unterliegen wegen ihrer Komplexität möglicherweise einer abweichenden Interpretation durch Steuerpflichtige einerseits und Finanzbehörden andererseits. Unterschiedliche Auslegungen von Steuergesetzen können zu nachträglichen Steuerzahlungen für vergangene Jahre führen; sie werden basierend auf der Einschätzung des Managements mit dem wahrscheinlichsten Betrag für den jeweiligen Einzelfall in die Betrachtung einbezogen.

Bei der Bilanzierung latenter Steuern, insbesondere für steuerliche Verlustvorträge, sind Einschätzungen und Annahmen hinsichtlich zukünftiger Steuerplanungsstrategien sowie der zu erwarteten Eintrittszeitpunkte und der Höhe der zukünftigen zu versteuernden Einkommen zu treffen. Für diese Beurteilung wird das zu versteuernde Einkommen aus der jeweiligen Unternehmensplanung abgeleitet. Diese berücksichtigt die Ertragslage der Vergangenheit und die zukünftig zu erwartende Geschäftsentwicklung. Aufgrund der derzeit kurz- und mittelfristig schwer vorhersagbaren weltweiten Folgen der COVID-19-Pandemie unterliegen diese Annahmen und Schätzungen einer erhöhten Unsicherheit. Bei Gesellschaften in Verlustsituationen werden aktive latente Steuern auf Verlustvorträge nur dann angesetzt, wenn mit hoher Wahrscheinlichkeit anzunehmen ist, dass zukünftig positive Ergebnisse zur Nutzung dieser steuerlichen Verlustvorträge in den nächsten 5 Jahren erzielt werden können. Weitere Einzelheiten und detaillierte Annahmen sind unter dem Kapitel 8 zu finden.

Derivative Finanzinstrumente

Die für die Bewertung der derivativen Finanzinstrumente herangezogenen Annahmen basieren auf am Bilanzstichtag vorhandenen Marktkonditionen und spiegeln damit den Fair Value wider. Weitere Einzelheiten sind im Kapitel 24 dargestellt.

Leasing

Die Ermittlung der Leasingverbindlichkeit basiert auf Annahmen für die verwendeten Diskontierungszinssätze, die Laufzeit der Mietverträge sowie für die Ermittlung der fixen Leasingzahlungen. Zur Ermittlung des Barwerts der künftigen Mindestleasingzahlungen verwendet PUMA länder- und währungsspezifische sowie laufzeitkompatible Fremdkapitalzinssätze. Neben der Grundmietzeit bezieht der Konzern Verlängerungsoptionen in die Ermittlung der Vertragslaufzeit ein, wenn das Management unter Berücksichtigung sämtlicher Tatsachen und Umstände hinreichend sicher ist, solche Option auszuüben. In die fixen Leasingzahlungen werden auch fest vereinbarte Mindestbeträge für Verträge mit überwiegend variabler Miete einbezogen.



ANGABEN ZUR KONZERNBILANZ

3. FLÜSSIGE MITTEL

Am 31. Dezember 2021 verfügt der Konzern über € 757,5 Mio. (Vorjahr: € 655,9 Mio.) an flüssigen Mitteln. Darin enthalten sind Guthaben bei Kreditinstituten einschließlich kurzfristiger Geldanlagen mit einer Ursprungslaufzeit von bis zu drei Monaten. Der durchschnittliche effektive Zinssatz der Geldanlagen belief sich auf 1,5% (Vorjahr: 1,5%). Es bestehen keine Verfügungsbeschränkungen.

4. VORRÄTE

Die Vorräte gliedern sich in die folgenden Hauptgruppen:

↗ T.11 (in € Mio.)

	2021	2020
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	30,2	15,4
Fertige Erzeugnisse und Waren/Lagerbestand	356,2	324,7
Schuhe	325,5	273,9
Textilien	154,9	128,3
Accessoires/Sonstiges	25,9	0,0
Geleistete Anzahlungen	535,6	351,7
Unterwegs befindliche Waren	64,0	43,9
Recht auf Rückgabe von Waren	1.492,2	1.138,0
Gesamt		

Die Tabelle stellt die Buchwerte der Vorräte abzüglich Wertberichtigungen dar. Von den Wertberichtigungen in Höhe von € 169,3 Mio. (Vorjahr: € 115,7 Mio.) wurden ca. 58,1% im Geschäftsjahr 2021 (Vorjahr: ca. 69,6%) erfolgswirksam in den Umsatzkosten erfasst.

Der Betrag der Vorräte, der während der Periode als Aufwand erfasst worden ist, entspricht im Wesentlichen den in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Umsatzkosten.

Das Recht auf Rückgabe von Waren stellt den Warenwert von Produkten dar, für die die Rücklieferung erwartet wird.



5. FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Diese Position setzt sich wie folgt zusammen:

↗ T.12 (in € Mio.)

	2021	2020
Bruttobuchwerte der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	906,7	682,9
abzüglich Risikovorsorge	-58,7	-61,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	848,0	621,0

Die Veränderung der Risikovorsorge für zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Vermögenswerte der Klasse Forderungen aus Lieferungen und Leistungen betreffen Forderungen im Zusammenhang mit Umsatzerlösen aus Verträgen mit Kund*innen und haben sich wie folgt entwickelt:

↗ T.13 (in € Mio.)

	2021	2020
Stand Risikovorsorge 01.01.	61,9	36,8
Kursdifferenzen	1,5	-2,7
Zuführungen	11,8	33,9
Verbrauch	-4,9	-3,1
Auflösungen nicht benötigter Risikovorsorge	-11,5	-2,9
Stand Risikovorsorge 31.12.	58,7	61,9

Die Altersstruktur der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stellt sich wie folgt dar:

↗ T.14 (in € Mio.)

2021	Gesamt	Nicht überfällig	0-30 Tage	31-90 Tage	91-180 Tage	Über 180 Tage
Bruttobuchwert – Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	906,7	771,5	63,6	19,0	14,5	38,0
Risikovorsorge	58,7	18,6	3,2	1,2	4,4	31,4
Nettobuchwert – Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	848,0	752,9	60,6	17,9	10,1	6,6
Erwartete Verlustquote		2,4%	5,0%	6,1%	30,5%	82,6%

Die mehr als 60 Tage überfälligen Forderungen werden als „objektiv wertgemindert“ der Stufe 3 zugerechnet, die übrigen Forderungen der Stufe 2.



↗ T.15 (in € Mio.)

2020	Gesamt	Nicht überfällig	0-30 Tage	31-90 Tage	91-180 Tage	Über 180 Tage
Bruttobuchwert – Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	682,9	551,5	56,7	15,9	11,7	47,1
Risikovorsorge	61,9	15,2	4,1	2,6	2,8	37,2
Nettobuchwert – Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	621,0	536,3	52,6	13,3	8,9	9,9
Erwartete Verlustquote		2,8%	7,3%	16,4%	23,9%	78,9%

Hinsichtlich der Nettobuchwerte der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen geht PUMA davon aus, dass die Schuldner*innen ihren Zahlungsverpflichtungen nachkommen oder dass, sofern es zu einem Ausfall kommt, der Nettobuchwert durch bestehende Kreditversicherungen gedeckt ist. Nennenswerte Risikokonzentrationen bestehen nicht, da der Kundenbestand breit ist und keine Korrelationen bestehen.

6. SONSTIGE KURZFRISTIGE FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE

Diese Position setzt sich wie folgt zusammen:

↗ T.16 (in € Mio.)

	2021	2020
Fair Value derivativer Finanzinstrumente	123,2	23,6
Übrige finanzielle Vermögenswerte	30,2	29,3
Gesamt	153,4	52,9

Der ausgewiesene Betrag ist innerhalb eines Jahres fällig. Der beizulegende Zeitwert entspricht dem Buchwert.

Der Anstieg bei den derivativen Finanzinstrumenten ist im Wesentlichen auf einen gestiegenen US-Dollar Wechselkurs zurückzuführen.



7. SONSTIGE KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

Diese Position setzt sich wie folgt zusammen:

↗ T.17 (in € Mio.)

	2021	2020
Vorausgezahlter Aufwand der Folgeperiode	90,2	50,4
Sonstige Forderungen	110,7	73,6
Gesamt	200,9	124,1

Der ausgewiesene Betrag ist innerhalb eines Jahres fällig. Der beizulegende Zeitwert entspricht dem Buchwert. Der Anstieg des Vorausgezahlten Aufwands der Folgeperiode liegt vor allem an vorausbezahlten Werbe- und Promotionsaufwendungen.

In den sonstigen Forderungen sind im Wesentlichen Forderungen im Zusammenhang mit Umsatzsteuer von € 55,4 Mio. (Vorjahr: € 38,9 Mio.) und Sonstigen Steuern von € 21,3 Mio. (Vorjahr: € 16,2 Mio.) enthalten.

8. LATENTE STEUERN

Die latenten Steuern beziehen sich auf die nachfolgend dargestellten Positionen:

↗ T.18 (in € Mio.)

	2021	2020
Steuerliche Verlustvorträge	74,1	103,4
Langfristige Vermögenswerte	51,4	39,2
Kurzfristige Vermögenswerte	76,8	60,1
Rückstellungen und andere Verbindlichkeiten	109,5	97,5
Latente Steueransprüche (vor Saldierung)	311,8	300,3
Langfristige Vermögenswerte	62,6	49,8
Kurzfristige Vermögenswerte	11,9	8,2
Rückstellungen und andere Verbindlichkeiten	6,3	5,4
Latente Steuerschulden (vor Saldierung)	80,7	63,4
Latente Steueransprüche, netto	231,1	236,9

Von den latenten Steueransprüchen sind € 174,4 Mio. (Vorjahr: € 141,6 Mio.) und von den latenten Steuerschulden € 13,2 Mio. (Vorjahr: € 9,7 Mio.) kurzfristig.

Zum 31. Dezember 2021 bestanden steuerliche Verlustvorträge von insgesamt € 489,4 Mio. (Vorjahr: € 571,7 Mio.). Daraus ergibt sich ein latenter Steueranspruch von € 117,9 Mio. (Vorjahr: € 145,4 Mio.). Latente Steuerforderungen auf diese Posten werden mit dem Betrag angesetzt, zu dem die Realisierung der damit verbundenen Steuervorteile durch zukünftige steuerliche Gewinne wahrscheinlich ist. Hiernach wurden latente Steuerforderungen für steuerliche Verlustvorträge in Höhe von € 43,8 Mio. (Vorjahr:



€ 41,9 Mio.) nicht angesetzt; davon sind € 42,2 Mio. (Vorjahr: € 39,9 Mio.) unverfallbar, € 11,5 Mio. (Vorjahr: € 11,3 Mio.) hiervon werden jedoch aufgrund fehlender zukünftiger Gewinne voraussichtlich nie genutzt werden können. Die restlichen latenten Steuerforderungen, die nicht angesetzt wurden, von € 1,6 Mio. (Vorjahr: € 2,1 Mio.) verfallen innerhalb der nächsten sechs Jahre.

Daneben wurden keine latenten Steuern für abzugsfähige temporäre Differenzen in Höhe von € 7,2 Mio. (Vorjahr: € 6,3 Mio.) gebildet, weil zum Bilanzstichtag mit einer Realisierung nicht zu rechnen ist.

Latente Steuerschulden für Quellensteuern aus möglichen Dividenden auf thesaurierte Gewinne der Tochtergesellschaften, die dem Finanzierungsbedarf der jeweiligen Gesellschaft dienen, wurden nicht gebildet, da es unwahrscheinlich ist, dass sich diese temporären Differenzen in absehbarer Zeit auflösen werden.

Die latenten Steueransprüche und -schulden werden saldiert, wenn sie sich auf ein Steuersubjekt beziehen und tatsächlich aufrechenbar sind. Dementsprechend werden sie in der Bilanz wie folgt ausgewiesen:

↗ T.19 (in € Mio.)

	2021	2020
Latente Steueransprüche	279,9	277,5
Latente Steuerschulden	48,8	40,6
Latente Steueransprüche, netto	231,1	236,9

Die Entwicklung der latenten Steueransprüche (netto) stellt sich wie folgt dar:

↗ T.20 (in € Mio.)

	2021	2020
Latente Steueransprüche, netto zum 01.01.	236,9	184,8
Erfolgswirksame Erfassung in der GuV	-2,7	56,7
Veränderung aufgrund von Neubewertungen der Nettoschuld aus leistungsorientierten Versorgungsplänen, erfasst im sonstigen Ergebnis	0,3	1,1
Veränderung aufgrund von Marktbewertungen von Währungssicherungsgeschäften, erfasst im sonstigen Ergebnis	-	-
davon ergebniswirksame Auflösung im Periodenergebnis	-4,7	0,1
davon Marktbewertung von Cashflow Sicherungsgeschäfte	-4,5	5,1
Währungskurseffekte	5,8	-11,0
Latente Steueransprüche, netto zum 31.12	231,1	236,9



9. SACHANLAGEN

Das Sachanlagevermögen zu Buchwerten setzt sich zusammen aus:

↗ T.21 (in € Mio.)

	2021	2020
Grundstücke und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	121,6	131,9
Technische Anlagen und Maschinen	125,7	8,4
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	183,0	154,6
Anlagen im Bau	42,1	112,0
Gesamt	472,4	406,9

Die Buchwerte des Sachanlagevermögens sind aus den Anschaffungskosten abgeleitet. Die kumulierten Abschreibungen des Sachanlagevermögens betrugen € 457,6 Mio. (Vorjahr: € 411,4 Mio.).

Die Entwicklung der Sachanlagen im Geschäftsjahr 2021 ist in der „Entwicklung des Anlagevermögens“ in der Anlage 1 zum Konzernanhang dargestellt.

10. LEASINGVERHÄLTNISSE

Der Konzern mietet, pachtet und least Büros, Lagerräume, Einrichtungen, technische Anlagen und Maschinen, Kraftfahrzeuge sowie Verkaufsräume für das eigene Einzelhandelsgeschäft. Die abgeschlossenen Mietverträge haben in der Regel eine Laufzeit von ein bis fünfzehn Jahren. Einige Verträge beinhalten Verlängerungsoptionen sowie Preisangepassungsklauseln.

Die in der Bilanz angesetzten Buchwerte der **Nutzungsrechte** beziehen sich auf folgende Klassen von Vermögenswerten:

↗ T.22 (in € Mio.)

	2021	2020
Grundstücke und Gebäude – Einzelhandelsgeschäfte	382,9	355,2
Grundstücke und Gebäude – Lager & Büros	505,8	464,3
Sonstige (Technische Anlagen & Maschinen und Kraftfahrzeuge)	51,9	58,1
Gesamt	940,5	877,6

Die Entwicklung der Nutzungsrechte im Geschäftsjahr 2021 ist in der „Entwicklung des Anlagevermögens“ in der Anlage 1 zum Konzernanhang dargestellt.



Es ergeben sich folgende bilanzierte **Leasingverbindlichkeiten**:

↗ **T.23** (in € Mio.)

	2021	2020
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	172,3	156,5
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	851,0	775,2
Gesamt	1.023,4	931,7

In der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Beträge sind:

↗ **T.24** (in € Mio.)

	2021	2020
Abschreibung auf Nutzungsrechte (inkl. Wertminderungen) (enthalten in den operativen Aufwendungen)	194,7	186,4
Gewinn(-)/Verlust(+) aus Abgang/Neubewertung	-1,0	0,0
Zinsaufwand (enthalten in den Finanzierungsaufwendungen)	31,5	29,3
Kurzfristige Leasingverhältnisse (enthalten in den operativen Aufwendungen)	6,3	5,6
Leasingverhältnisse von Vermögenswerten mit geringem Wert (enthalten in den operativen Aufwendungen)	0,7	0,6
Variable Leasingzahlungen (enthalten in den operativen Aufwendungen)	24,5	11,5
Gesamt	256,7	233,4

Variable Leasingzahlungen fallen im Zusammenhang mit den eigenen Einzelhandelsgeschäften an. Sie richten sich nach der Höhe des Umsatzes und sind somit von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung abhängig.

Infolge der COVID-19-Pandemie wurden PUMA nach Einigung mit den Vermieter*innen Mietzahlungen von € 7,1 Mio. (Vorjahr: € 13,7 Mio.) erlassen, die unter den variablen Leasingzahlungen erfolgswirksam erfasst wurden.

Aufgrund reduzierter Ertragsaussichten wurden im Geschäftsjahr 2021 Wertminderungsaufwendungen in Höhe von insgesamt € 18,5 Mio. (Vorjahr: € 16,1 Mio.) in Bezug auf die Nutzungsrechte an Vermögenswerten im Zusammenhang mit eigenen Einzelhandelsgeschäften erfasst. Bei den übrigen Kategorien der Nutzungsrechte an Vermögenswerten ergaben sich keine Wertminderungen.

Die gesamten Zahlungsmittelabflüsse aus Leasingverbindlichkeiten betrugen im Jahr 2021 € 192,4 Mio. (Vorjahr: € 164,2 Mio.).

In 2021 hat PUMA Mietverträge abgeschlossen, die bis zum Jahresende noch nicht begonnen haben. Infolgedessen wurden zum 31.12.2021 noch keine Leasingverbindlichkeiten und keine entsprechenden Nutzungsrechte ausgewiesen. Die zukünftigen Leasingzahlungen im Zusammenhang mit diesen Verträgen belaufen sich auf € 2,4 Mio. (Vorjahr: € 4,7 Mio.) für das nächste Jahr, für die Jahre zwei bis fünf auf € 14,3 Mio. (Vorjahr: € 24,1 Mio.) und für den Zeitraum danach auf € 6,4 Mio. (Vorjahr: 9,0 Mio.). Die Leasinglaufzeiten hierfür belaufen sich auf bis zu 10 Jahre.



Die Fälligkeitsanalyse der Leasingverbindlichkeiten stellt sich wie folgt dar:

↗ T.25 (in € Mio.)

	2021	2020
Restlaufzeit von:		
1 bis 2 Jahren	197,3	180,5
2 bis 5 Jahren	545,7	463,3
mehr als 5 Jahren	432,4	435,6
Gesamt (nicht abgezinst)	1.175,4	1.079,4
Zinsen	-152,0	-147,7
Gesamt	1.023,4	931,7

11. IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Unter den Immateriellen Vermögenswerten sind im Wesentlichen Geschäfts- oder Firmenwerte, Immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer (z.B. Marken) und Vermögenswerte im Zusammenhang mit eigenen Einzelhandelsaktivitäten sowie Softwarelizenzen ausgewiesen.

Geschäfts- oder Firmenwerte und Immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer werden nicht planmäßig abgeschrieben. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden in Bezug auf Geschäfts- oder Firmenwerte Werthaltigkeitstests (Impairment Tests) nach der „Discounted Cashflow Methode“ durchgeführt. Hierfür wurden die Daten der Dreijahresplanung für die jeweilige zahlungsmittelgenerierende Einheit bzw. Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten zugrunde gelegt. Die Planung auf Ebene der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten leitet sich dabei aus der Dreijahresplanung des PUMA-Konzerns ab. Die Planung auf Konzernebene geht im Rahmen der grundlegenden Annahmen davon aus, dass sich die Weltwirtschaft, aufgrund der verfügbaren Impfstoffe gegen COVID-19 und der weiter fortschreitenden Immunisierung großer Teile der Bevölkerung in den Hauptmärkten von PUMA im Jahr 2022, allmählich wieder normalisiert. Darauf aufbauend wird, basierend auf der Annahme, dass COVID-19 die Weltwirtschaft nicht dauerhaft belasten wird, für die nachfolgenden Geschäftsjahre mit weiterem Umsatzwachstum und einer weiteren Verbesserung der EBIT-Marge gerechnet. Das geplante Umsatzwachstum resultiert, neben der Normalisierung der Geschäftstätigkeit, aus den zukünftigen guten Wachstumsaussichten der Sportartikelindustrie und der Gewinnung von Marktanteilen durch PUMA. Dies soll insbesondere durch die weiterhin konsequente Umsetzung der Forever-Faster Unternehmensstrategie und die Steigerung der Markenbegehrtheit von PUMA erreicht werden. Die Verbesserung der EBIT-Marge im Planungszeitraum resultiert aus einer leichten Erhöhung der Rohertragsmarge, zum Beispiel durch einen höheren Anteil an eigenen Einzelhandelsumsätze in Folge des überproportionalen Wachstums des E-Commerce-Vertriebskanals. Darüber hinaus soll der leicht schwächere prozentuale Anstieg der sonstigen operativen Erträge und Aufwendungen im Vergleich zum Umsatzwachstum zur Verbesserung der EBIT-Marge beitragen, da beispielsweise die operativen Voraussetzungen für das geplante Umsatzwachstum in den nächsten Jahren im Wesentlichen gegeben sind und dadurch Skalenerträge realisiert werden können. Die Planung der Investitionen und des Working Capitals wird auf Grundlage historischer Erfahrungswerte und im Einklang mit den strategischen Zielsetzungen vorgenommen. Die zukünftigen Auszahlungen für Steuern basieren auf den aktuellen Steuersätzen. Für die über die Dreijahresplanung hinausgehenden Zeiträume wird eine jährliche Wachstumsrate bestimmt und zur Prognose der künftigen Cashflows über den Dreijahreszeitraum hinaus angewendet. Die Höhe der unterstellten Wachstumsrate orientiert sich dabei an den langfristigen Inflationserwartungen und übersteigt nicht die langfristigen durchschnittlichen Wachstumsraten des



Geschäftsfelds, in dem die jeweilige zahlungsmittelgenerierende Einheit bzw. Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten tätig ist.

Der erzielbare Betrag für die jeweilige zahlungsmittelgenerierende Einheit bzw. Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten wurde auf Basis des Nutzungswertes ermittelt, hieraus hat sich bei keiner zahlungsmittelgenerierenden Einheit ein Abwertungsbedarf ergeben.

In Verbindung mit dem Geschäftsbereich Golf (CPG – Cobra PUMA Golf) besteht die Marke Cobra als Immaterieller Vermögenswert mit einer unbestimmten Nutzungsdauer in Höhe von € 125,6 Mio. (Vorjahr: € 115,9 Mio.). Der Buchwert der Marke Cobra ist signifikant im Vergleich zum Gesamtbuchwert der Immateriellen Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer. Dieser wurde dem Geschäftssegment Nordamerika zugeordnet, wo sich das Hauptquartier von Cobra PUMA Golf befindet. Der erzielbare Betrag der Marke Cobra wurde auf Basis der „Relief from Royalty-Methode“ ermittelt (Level 3 – siehe Erläuterung in Kapitel 14). Dabei wurde ein Abzinsungssatz von 7,4% p.a. (Vorjahr: 6,4% p.a.) und eine Lizenzrate von 8,0% (Vorjahr: 8,0%) sowie eine 1,7%ige Wachstumsrate (Vorjahr: 1,7%) verwendet.

Soweit Anhaltspunkte für eine Wertminderung der eigengenutzten Marke vorliegen sollten, wird die Marke nicht nur einzeln anhand der Lizenzpreisanalogiemethode bewertet, sondern der erzielbare Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten bestimmt, welchen die Marke zuzurechnen ist. Im Jahr 2021 lagen keine Anhaltspunkte dafür vor.

Im Geschäftsjahr wurden Entwicklungskosten im Zusammenhang mit Golfschlägern der Marke Cobra in Höhe von € 1,7 Mio. (Vorjahr: € 1,8 Mio.) aktiviert. Die Entwicklungskosten sind in der „Entwicklung des Anlagevermögens“ dem Posten Andere immaterielle Vermögenswerte zugeordnet. Die laufenden Abschreibungen in Bezug auf die Entwicklungskosten betrugen im Geschäftsjahr € 1,1 Mio. (Vorjahr: € 2,3 Mio.).

Die Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte im Geschäftsjahr ist in der „Entwicklung des Anlagevermögens“ in der Anlage 1 zum Konzernanhang dargestellt. Der Posten Andere immaterielle Vermögenswerte enthält Anzahlungen in Höhe von € 5,7 Mio. (Vorjahr: € 22,8 Mio.).

Die laufenden Abschreibungen der immateriellen Vermögenswerte in Höhe von € 27,8 Mio. (Vorjahr: € 24,4 Mio.) sind in den sonstigen operativen Aufwendungen enthalten. Davon entfallen € 5,8 Mio. auf Vertriebsaufwendungen (Vorjahr: € 3,8 Mio.), € 0,1 Mio. auf Aufwendungen für Produktmanagement/Merchandising (Vorjahr: € 0,1 Mio.), € 1,1 Mio. auf Entwicklungskosten (Vorjahr: € 2,3 Mio.) und € 20,8 Mio. auf Verwaltungs- und allgemeinen Aufwendungen (Vorjahr: € 18,3 Mio.). Über die laufenden Abschreibungen hinausgehende Wertminderungsaufwendungen sind nicht angefallen (Vorjahr: € 1,9 Mio.).

Der Geschäfts- oder Firmenwert ist den identifizierbaren Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten (CGUs) des Konzerns grundsätzlich nach Tätigkeitsland zugeordnet. Zusammengefasst nach Regionen gliedern sich die Geschäfts- oder Firmenwerte wie folgt:



↗ T.26 (in € Mio.)

	2021	2020
PUMA UK	1,7	1,6
Genesis	7,3	6,8
Zwischensumme Europa	9,0	8,4
PUMA Kanada	9,9	9,1
PUMA United	1,9	1,8
Zwischensumme Nordamerika	11,8	10,9
PUMA Argentinien	15,4	14,2
PUMA Chile	0,5	0,5
PUMA Mexico	9,8	9,3
Zwischensumme Lateinamerika	25,7	24,1
PUMA China	2,5	2,5
PUMA Taiwan	14,3	13,0
Zwischensumme Großraum China	16,8	15,5
PUMA Japan	42,0	43,3
Zwischensumme Asien/Pazifik (ohne China)	42,0	43,3
Stichd	139,4	139,4
Gesamt	244,7	241,5

Annahmen bei der Durchführung der Impairment Tests in 2021:

↗ T.27

	Steuersatz (Bandbreite)	WACC vor Steuer (Bandbreite)	WACC nach Steuer (Bandbreite)
Europa	19,0%	8,9%-9,0%	7,6%
Nordamerika*	26,7%	9,4%	7,3%
Lateinamerika	27,0%-30,0%	11,5%-40,9%	8,8%-54,4%
Großraum China	20,0%-25,0%	7,8%-10,3%	6,4%-8,1%
Asien/Pazifik (ohne Großraum China)*	31,8%	9,8%	7,1%
stichd*	25,0%	9,0%	7,1%

* Die Angaben für Nordamerika, Asien/Pazifik (ohne Großraum China) und stichd betreffen jeweils lediglich eine zahlungsmittelgenerierende Einheit (CGU)



Die für den Impairment Test herangezogenen Steuersätze entsprechen den tatsächlichen Steuersätzen in den jeweiligen Ländern. Die Kapitalkosten (WACC) wurden auf Basis der gewichteten durchschnittlichen Gesamtkapitalkosten unter Berücksichtigung einer marktüblichen Kapitalstruktur (Verhältnis von Fremd- und Eigenkapital) und unter Einbeziehung der wichtigsten börsennotierten Wettbewerber (Peer Group) abgeleitet.

Darüber hinaus wird in der Regel eine Wachstumsrate von 1,7% (Vorjahr: 1,7%) unterstellt. Nur in begründeten Ausnahmefällen, sofern die langfristige Inflationserwartung des jeweiligen Landes, in dem die zahlungsmittelgenerierende Einheit ihre Geschäftstätigkeit ausübt, niedriger ist als die unterstellte Wachstumsrate, was insbesondere auf die Länder Japan und Taiwan zutrifft, wurde eine Wachstumsrate von unter 1,7% (Vorjahr: von unter 1,7%) angesetzt.

Die zahlungsmittelgenerierende Einheit stichd enthält einen Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von € 139,4 Mio. (Vorjahr: € 139,4 Mio.), welcher signifikant im Vergleich zum Gesamtbuchwert des Geschäfts- oder Firmenwertes ist. Der erzielbare Betrag wurde durch eine Nutzungswertberechnung unter Verwendung eines Abzinsungssatzes von 7,1% p.a. (Vorjahr: 6,1% p.a.) sowie einer Wachstumsrate von 1,7% (Vorjahr: 1,7%) bestimmt.

Sensitivitätsanalysen in Bezug auf die durchgeführten Impairment Tests zum Bilanzstichtag zeigen, dass eine Erhöhung der Diskontierungssätze um jeweils einen Prozentpunkt und zugleich eine Reduzierung der Wachstumsraten um jeweils einen Prozentpunkt keine Wertminderungsindikation ergeben. Ebenso wurden im Geschäftsjahr 2021, aufgrund der weiterhin erhöhten Unsicherheit ausgehend von der COVID-19-Pandemie, zusätzliche Sensitivitätsanalysen in Bezug auf die Impairment Tests durchgeführt. Diese unterstellen, neben der Erhöhung der Diskontierungssätze um jeweils einen Prozentpunkt und zugleich der Reduzierung der Wachstumsraten um jeweils einen Prozentpunkt, zusätzlich eine Reduzierung des operativen Ergebnisses (EBIT) in der zugrundeliegenden Dreijahresplanung von jeweils 10%. Daraus ergab sich insgesamt eine Wertminderungsindikation in Höhe von € 8,1 Mio. (Vorjahr: € 1,6 Mio.).

Die folgende Tabelle enthält die Annahmen bei der Durchführung der Impairment Tests im Vorjahr:

➔ T.28

	Steuersatz (Bandbreite)	WACC vor Steuer (Bandbreite)	WACC nach Steuer (Bandbreite)
Europa	19,0%	8,0%-8,1%	6,8%
EEMEA*	28,0%	16,3%	12,4%
Nordamerika*	26,3%	8,0%	6,3%
Lateinamerika	27,0%-30,0%	10,7%-51,3%	8,2%-60,3%
Großraum China	20,0%-25,0%	7,0%-9,5%	5,7%-7,5%
Asien/Pazifik (ohne Großraum China) *	31,8%	8,7%	6,3%
stichd*	25,0%	7,6%	6,1%

* Die Angaben für EEMEA, Nordamerika, Asien/Pazifik (ohne Großraum China) und stichd betreffen jeweils lediglich eine zahlungsmittelgenerierende Einheit (CGU)



12. SONSTIGE LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

Die sonstigen langfristigen finanziellen und nicht finanziellen Vermögenswerte setzen sich wie folgt zusammen:

↗ T.29 (in € Mio.)

	2021	2020
Beteiligungen	25,2	25,3
Fair Value derivativer Finanzinstrumente	6,8	2,5
Übrige finanzielle Vermögenswerte	32,6	30,9
Summe sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	64,6	58,8
Sonstige langfristige nicht finanzielle Vermögenswerte	9,1	6,8
Sonstige langfristige Vermögenswerte, gesamt	73,7	65,6

Die Beteiligungen betreffen den 5,32%-igen Anteil an der Borussia Dortmund GmbH & Co. Kommanditgesellschaft auf Aktien (BVB) mit Sitz in Dortmund, Deutschland.

Die übrigen finanziellen Vermögenswerte enthalten mit € 30,5 Mio. (Vorjahr: € 26,8 Mio.) im Wesentlichen Mietkautionen. Die sonstigen langfristigen nicht finanziellen Vermögenswerte enthalten im Wesentlichen Abgrenzungsposten im Zusammenhang mit Promotions- und Werbeverträgen.



13. VERBINDLICHKEITEN

Die Restlaufzeiten der Verbindlichkeiten stellen sich wie folgt dar:

↗ T.30 (in € Mio.)

	2021				2020			
	Gesamt	Restlaufzeit von			Gesamt	Restlaufzeit von		
		bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahren	mehr als 5 Jahren		bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahren	mehr als 5 Jahren
Finanzverbindlichkeiten	380,0	68,5	311,5		266,4	121,4	145,0	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.176,4	1.176,4			941,5	941,5		
Sonstige Verbindlichkeiten*								
Verbindlichkeiten aus sonstigen Steuern	54,0	54,0			50,5	50,5		
Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit	8,5	8,5			9,9	9,9		
Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeiter*innen	127,4	127,4			79,0	79,0		
Verbindlichkeiten aus Rückgabeverpflichtungen	351,2	351,2			227,4	227,4		
Verbindlichkeiten aus derivativen Finanzinstrumenten	44,5	42,4	2,1		135,2	126,9	8,3	
Übrige Verbindlichkeiten	31,5	29,9	1,1	0,5	36,0	35,1	0,8	
Gesamt	2.173,7	1.858,4	314,8	0,5	1.745,9	1.591,8	154,1	

* Die Fälligkeitsanalyse zu den Leasingverbindlichkeiten wird in Kapitel 10 dargestellt.

PUMA verfügt über bestätigte Kreditlinien von insgesamt € 1.322,0 Mio. (Vorjahr: € 1.639,1 Mio.). Die zum 31.12.2020 bestehende syndizierte Kreditlinie über € 200,0 Mio. von 11 Geschäftsbanken und der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), die als „Brückenfinanzierung“ gegen etwaige Zahlungsmittelrückgänge aufgrund der COVID-19-Pandemie abgeschlossen wurde, wurde am 1. Februar 2021 gekündigt. Die Kündigung erfolgte, da PUMA sich bereits im Geschäftsjahr 2020 über ein neues



Schuldscheindarlehen (€ 250,0 Mio.) mit 3- bzw. 5-jähriger Laufzeit und eine Erhöhung des bisher mit € 350,0 Mio. datierten syndizierten Kredits auf neu € 800,0 Mio. refinanzieren konnte. Außerdem wurde die erste Tranche von € 100,0 Mio. des 2018 begebenen Schuldenscheins mit Fälligkeit im Juli 2021 zurückgezahlt.

Es wurden keine Finanzverbindlichkeiten aus nur bis auf Weiteres zugesagten Kreditlinien beansprucht. Die nicht ausgenutzten bestätigten Kreditlinien zum 31. Dezember 2021 betragen € 942,0 Mio. gegenüber € 1.372,7 Mio. im Vorjahr.

Der Effektivzinssatz der Finanzverbindlichkeiten lag in einer Bandbreite von 0,0% bis 0,9% (Vorjahr: 0,1% bis 14,8%).

Die Verbindlichkeiten aus Rückgabeverpflichtungen resultieren aus Verträgen mit Kund*innen und beinhalten neben Verpflichtungen aus Rückgaberechten von Kund*innen auch Verpflichtungen im Zusammenhang mit Kundenboni.

In der nachfolgenden Tabelle sind die Cashflows der originären finanziellen Verbindlichkeiten sowie der derivativen Finanzinstrumente mit positivem und negativem beizulegendem Zeitwert ersichtlich:

[T.31 CASHFLOW AUS ORIGINÄREN UND DERIVATIVEN FINANZIELLEN VERBINDLICHKEITEN](#) (in € Mio.)

	Buchwert 2021	Cashflow 2022		Cashflow 2023		Cashflow 2024 ff.	
		Zins	Tilgung	Zins	Tilgung	Zins	Tilgung
Originäre finanzielle Verbindlichkeiten							
Finanzverbindlichkeiten	380,0	2,4	68,5	2,1	60,0	2,8	251,5
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.176,4		1.176,4				
Sonstige Verbindlichkeiten	22,5		22,1		0,2		0,2
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten und Vermögenswerte							
Cash-Inflow aus Devisentermingeschäften			3.730,6		674,1		
Cash-Outflow aus Devisentermingeschäften			3.658,9		665,3		



Im Vorjahr wurden folgende Werte ermittelt:

↗ T.32 CASHFLOW AUS ORIGINÄREN UND DERIVATIVEN FINANZIELLEN VERBINDLICHKEITEN (in € Mio.)

	Buchwert 2020	Cashflow 2021		Cashflow 2022		Cashflow 2023 ff.	
		Zins	Tilgung	Zins	Tilgung	Zins	Tilgung
Originäre finanzielle Verbindlichkeiten							
Finanzverbindlichkeiten	266,4	0,8	121,4	0,7		1,6	145,0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	941,5		941,5				
Sonstige Verbindlichkeiten	24,6		24,2		0,1		0,3
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten und Vermögenswerte							
Cash-Inflow aus Devisentermingeschäften			2.893,7		495,3		
Cash-Outflow aus Devisentermingeschäften			2.999,4		502,0		



14. ZUSÄTZLICHE ANGABEN ZU DEN FINANZINSTRUMENTEN

↗ T.33 (in € Mio.)

	Bewertungs-kategorien nach IFRS9	Buchwert 2021	Fair Value 2021	Buchwert 2020	Fair Value 2020
Aktiva					
Flüssige Mittel	¹⁾ AC	757,5	757,5	655,9	655,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	AC	848,0	848,0	621,0	621,0
Übrige finanzielle kurzfristige Vermögenswerte	AC	30,2	30,2	29,3	29,3
Derivate mit Hedgebeziehung (Fair Value) (kfr. + lfr.)	n.a.	127,2	127,2	25,7	25,7
Derivate ohne Hedgebeziehung (Fair Value)	²⁾ FVPL	2,9	2,9	0,4	0,4
Übrige finanzielle langfristige Vermögenswerte	AC	32,6	32,6	30,9	30,9
Beteiligungen	³⁾ FVOCI	25,2	25,2	25,3	25,3
Passiva					
Finanzverbindlichkeiten (kfr. + lfr.)	AC	380,0	380,0	266,4	266,4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	AC	1.176,4	1.176,4	941,5	941,5
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten (kfr. + lfr.)	AC	22,5	22,5	24,6	24,6
Derivate mit Hedgebeziehung (Fair Value) (kfr. + lfr.)	n.a.	39,1	39,1	134,9	134,9
Derivate ohne Hedgebeziehung (Fair Value)	²⁾ FVPL	5,4	5,4	0,3	0,3
Gesamte Finanzielle Vermögenswerte zu amortised cost		1.668,3	1.668,3	1.337,1	1.337,1
Gesamte finanzielle Verbindlichkeiten zu amortised cost		1.579,0	1.579,0	1.232,5	1.232,5
Gesamte Finanzanlagen zu FVOCI		25,2	25,2	25,3	25,3

1) AC (at amortised cost) = fortgeführte Anschaffungskosten

2) FVPL (fair value through PL) = erfolgswirksam zum beizulegendem Zeitwert

3) FVOCI (fair value through OCI) = erfolgsneutral zum beizulegendem Zeitwert im sonstigen Ergebnis

Die Finanzinstrumente, die in der Bilanz zum beizulegenden Zeitwert („Fair Value“) bewertet werden, wurden nach der folgenden Hierarchie ermittelt:

Level 1: Verwendung von auf aktiven Märkten für identische Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten notierten Preisen.

Level 2: Verwendung von Inputfaktoren, bei denen es sich nicht um die in Level 1 berücksichtigten notierten Preise handelt, die sich aber für den Vermögenswert oder die Verbindlichkeit entweder direkt (d.h. als Preis) oder indirekt (d.h. in Ableitung von Preisen) beobachten lassen.



Level 3: Verwendung von nicht auf beobachtbaren Marktdaten basierenden Faktoren für die Bewertung des Vermögenswertes oder der Verbindlichkeit.

Der Fair Value der aus strategischen Gründen gehaltenen Beteiligungen betrifft ausschließlich Eigenkapitalinstrumente, die der Kategorie „Fair Value through OCI“ (FVOCI) zugeordnet und gemäß Level 1 ermittelt wurden. Die Marktwerte der derivativen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten wurden gemäß Level 2 ermittelt.

Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Forderungen besitzen kurze Laufzeiten. Somit entspricht der Buchwert zum Abschlussstichtag näherungsweise dem Fair Value. Bei Forderungen wird der Nennwert herangezogen unter Berücksichtigung von Abschlägen für Ausfallrisiken.

Die Fair Values der übrigen finanziellen Vermögenswerte entsprechen den Buchwerten, da die Verzinsung marktgerecht zum Stichtag erfolgt. In den übrigen (kfr. und lfr.) finanziellen Vermögenswerten sind € 36,7 Mio. (Vorjahr: € 34,2 Mio.) enthalten, die zu marktüblichen Konditionen als Miet- oder sonstige Käutionen verpfändet wurden.

PUMA hat sich im Dezember 2021 aufgrund der guten Liquiditätssituation entschieden, € 68,5 Mio. variabel verzinst Schuldscheintranchen vorzeitig zum nächsten Zinsfeststellungstermin am 12.01.2022 zurückzuzahlen, weshalb sie zum Stichtag als kurzfristige Finanzierungsinstrumente ausgewiesen werden. Der Buchwert zum Abschlussstichtag entspricht näherungsweise dem Fair Value. Bei den langfristigen Bankverbindlichkeiten handelt es sich sowohl um feste als auch variabel verzinsliche Darlehen. Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar, da die Zinsdifferenzen zum Stichtag nicht signifikant sind.

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen haben kurze Restlaufzeiten; die bilanzierten Werte stellen daher näherungsweise den Fair Value dar.

Die übrigen finanziellen Verbindlichkeiten haben kurze Restlaufzeiten, die bilanzierten Werte stellen somit annäherungsweise den Fair Value dar.

Die Fair Values der derivativen Finanzinstrumente zum Bilanzstichtag werden unter Berücksichtigung aktueller Marktparameter, d.h. von am Markt beobachtbaren Referenzkursen unter Berücksichtigung der Terminauf- bzw. -abschläge, ermittelt. In die Bewertung fließt das auf den Bewertungsstichtag diskontierte Ergebnis des Vergleichs der Terminkurse am Abschlusstag mit denen am Bewertungstag ein. Die Fair Values werden dabei auch auf das Nichterfüllungsrisiko der Geschäftspartner hin überprüft. Dazu ermittelte PUMA Berichtigungswerte, sog. Credit Value Adjustments (CVA) oder auch Debt Value Adjustments (DVA) auf Basis eines Auf-/Abschlagsverfahrens unter Berücksichtigung aktueller Marktinformationen. Dabei wurden keine materiellen Abweichungen festgestellt, so dass hier keine Anpassungen in den ermittelten Fair Value eingeflossen sind.

Nettoergebnis nach Bewertungskategorien:

➔ **T.34** (in € Mio.)

	2021	2020
Finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten (AC)	-3,9	-21,0
Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten (AC)	-6,5	-8,5
Derivate ohne Hedgebeziehung	-4,0	1,6
Finanzielle Vermögenswerte bewertet erfolgsneutral zum beizulegendem Zeitwert (FVOCI)	-6,2	-14,7
Summe	-20,5	-42,6



Zur Ermittlung des Nettoergebnisses werden die Zinsen, Währungseffekte, Wertberichtigungen sowie Gewinne bzw. Verluste aus Veräußerungen berücksichtigt.

Die Wertberichtigungen auf Forderungen sind in den allgemeinen Verwaltungsaufwendungen enthalten.

15. PENSIONSRÜCKSTELLUNGEN

Die Pensionsrückstellungen resultieren aus Ansprüchen der Mitarbeiter*innen und ggf. deren Hinterbliebenen auf Leistungen im Falle der Invalidität, des Todes oder des Erreichens eines gewissen Alters, die je nach Land auf gesetzlichen oder vertraglichen Regelungen beruhen. Die Pensionsverpflichtungen umfassen im PUMA-Konzern sowohl leistungs- als auch beitragsorientierte Versorgungszusagen und enthalten sowohl Verpflichtungen aus laufenden Pensionen als auch Anwartschaften auf zukünftig zu zahlende Pensionen. Die Versorgungszusagen sind sowohl rückstellungs- als auch fondsfinanziert.

Die mit den Versorgungszusagen verbundenen Risiken betreffen im Wesentlichen die üblichen Risiken von leistungsorientierten Pensionsplänen in Bezug auf mögliche Änderungen des Abzinsungssatzes und in kleinem Maße der Inflationsentwicklung sowie der Langlebigkeit. Um die Risiken veränderter Kapitalmarktbedingungen und demografischer Entwicklungen zu begrenzen, wurden die Pläne mit den höchsten Verpflichtungen in Deutschland und Großbritannien vor einigen Jahren für Neueintritte geschlossen oder versichert. Das spezifische Risiko von auf dem Gehalt basierenden Verpflichtungen ist innerhalb des PUMA-Konzerns gering. Durch die Einführung einer jährlichen Obergrenze in 2016 für das pensionsfähige Gehalt im Plan Großbritannien ist dieses Risiko für die höchsten Verpflichtungen abgedeckt. Der UK Plan wird daher als nicht auf dem Gehalt basierende Verpflichtung eingestuft.

↗ T.35 (in € Mio.)

	Deutschland	UK	Andere Gesellschaften	PUMA- Konzern
Barwert der Versorgungsansprüche 31.12.2021				
Auf dem Gehalt basierende Verpflichtungen				
Annuität	0,0	0,0	10,0	10,0
Einmalzahlung	0,0	0,0	9,7	9,7
Nicht auf dem Gehalt basierende Verpflichtungen				
Annuität	43,5	51,4	0,0	94,9
Einmalzahlung	7,7	0,0	0,0	7,7
Summe	51,2	51,4	19,7	122,3



Im Vorjahr wurden folgende Werte ermittelt:

↗ T.36 (in € Mio.)

	Deutschland	UK	Andere Gesellschaften	PUMA- Konzern
Barwert der Versorgungsansprüche 31.12.2020				
Auf dem Gehalt basierende Verpflichtungen				
Annuität	0,0	0,0	10,2	10,2
Einmalzahlung	0,0	0,0	10,0	10,0
Nicht auf dem Gehalt basierende Verpflichtungen				
Annuität	35,0	49,0	0,0	84,0
Einmalzahlung	7,5	0,0	0,0	7,5
Summe	42,5	49,0	20,2	111,7

Die wesentlichen Versorgungsregelungen sind im Folgenden beschrieben:

Die allgemeine Pensionsordnung der PUMA SE sieht grundsätzlich Rentenzahlungen in Höhe von maximal € 127,82 pro Monat und Anwärter*innen vor. Sie wurde für Neueintritte ab 1996 geschlossen. Darüber hinaus bestehen bei der PUMA SE Einzelzusagen (Festbeträge in unterschiedlicher Höhe) sowie beitragsorientierte Einzelzusagen (zum Teil aus Entgeltumwandlung). Bei den beitragsorientierten Zusagen handelt es sich um versicherte Pläne. Gesetzliche Mindestfinanzierungsverpflichtungen bestehen nicht. Der auf die inländischen Versorgungsansprüche entfallende Verpflichtungsumfang beträgt per Ende 2021 € 51,2 Mio. (Vorjahr: € 42,5 Mio.) und macht somit 42,0% der gesamten Verpflichtung aus. Der beizulegende Zeitwert für das den inländischen Verpflichtungen gegenüberstehende Planvermögen beträgt € 40,7 Mio., die entsprechende Pensionsrückstellung beträgt € 10,5 Mio.

Der Defined Benefit Plan in Großbritannien ist seit 2006 für Neueintritte geschlossen. Hier handelt es sich um gehalts- und dienstzeitabhängige Zusagen auf Alters-, Invaliden- und Hinterbliebenenrente. 2016 wurde eine Wachstumsobergrenze von 1% p.a. auf das pensionsfähige Gehalt eingeführt. Eine Teilkapitalisierung der Altersrente ist zulässig. Es bestehen gesetzliche Mindestfinanzierungsverpflichtungen. Die Verpflichtung für die Versorgungsansprüche des Defined Benefit Plans in Großbritannien beträgt zu Ende 2021 € 51,4 Mio. (Vorjahr: € 49,0 Mio.) und stellt 42,0% der gesamten Verpflichtung dar. Die Verpflichtung ist durch ein Vermögen von € 45,5 Mio. gedeckt. Die Rückstellung beträgt € 5,9 Mio.



Der Barwert der Versorgungsansprüche hat sich wie folgt entwickelt:

↗ T.37 (in € Mio.)

	2021	2020
Barwert der Versorgungsansprüche 01.01.	111,7	98,7
Aufwand für die im Berichtsjahr erdienten Versorgungsansprüche	2,6	2,7
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	0,0	0,0
Gewinne (-) und Verluste aus Planabgeltung	0,0	0,0
Zinsaufwand auf die Versorgungsansprüche	1,4	1,5
Arbeitnehmerbeiträge	8,3	6,7
Ausgezahlte Leistungen	-3,3	-3,4
Effekte aus Übertragungen	0,1	0,9
Versicherungsmathematische Gewinne (-) und Verluste	-2,0	7,4
Währungskurseffekte	3,5	-2,8
Barwert der Versorgungsansprüche 31.12.	122,3	111,7

Das Planvermögen hat sich wie folgt entwickelt:

↗ T.38 (in € Mio.)

	2021	2020
Planvermögen 01.01.	73,5	64,6
Zinsertrag auf das Planvermögen	0,9	1,0
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste (-)	1,9	3,0
Arbeitgeberbeiträge	5,6	1,9
Arbeitnehmerbeiträge	8,3	6,7
Ausgezahlte Leistungen	-2,3	-1,6
Effekte aus Übertragungen	0,0	0,0
Währungskurseffekte	2,8	-2,2
Planvermögen 31.12.	90,7	73,5



Die Pensionsrückstellung für den Konzern leitet sich wie folgt ab:

↗ T.39 (in € Mio.)

	2021	2020
Barwert der Versorgungsansprüche aus Leistungsplänen	122,3	111,7
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens	-90,7	-73,5
Finanzierungsstatus	31,6	38,2
Aufgrund der Obergrenze für Vermögenswerte nicht erfasste Beträge	0,0	0,0
Pensionsrückstellung 31.12.	31,6	38,2
Davon Aktivum	0,3	0,0
Davon Passivum	31,9	38,2

In 2021 betrugen die ausgezahlten Leistungen € 3,3 Mio. (Vorjahr: € 3,4 Mio.). Für das Jahr 2022 werden Zahlungen in Höhe von € 2,5 Mio. erwartet. Davon werden voraussichtlich € 0,9 Mio. vom Arbeitgeber direkt erbracht. Die Arbeitgeberbeiträge in das externe Planvermögen betrugen im Jahr 2021 € 5,6 Mio. (Vorjahr: € 1,9 Mio.). Für das Jahr 2022 werden Arbeitgeberbeiträge in Höhe von € 0,6 Mio. erwartet.

Die Pensionsrückstellung hat sich wie folgt entwickelt:

↗ T.40 (in € Mio.)

	2021	2020
Pensionsrückstellung 01.01.	38,2	34,1
Pensionsaufwand	3,1	3,2
Im Sonstigen Ergebnis erfasste versicherungsmathematische Gewinne (-) und Verluste	-3,9	4,4
Arbeitgeberbeiträge	-5,6	-1,9
Direkte Rentenzahlungen des Arbeitgebers	-1,0	-1,8
Transferwerte	0,1	0,9
Währungsdifferenzen	0,7	-0,7
Pensionsrückstellung 31.12.	31,6	38,2
Davon Aktivum	0,3	0,0
Davon Passivum	31,9	38,2



Der Aufwand im Geschäftsjahr 2021 gliedert sich wie folgt:

T.41 (in € Mio.)

	2021	2020
Aufwand für die im Berichtsjahr erdienten Versorgungsansprüche	2,6	2,7
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	0,0	0,0
Ertrag (-) und Aufwand aus Planabgeltungen	0,0	0,0
Zinsaufwand auf die Versorgungsansprüche	1,4	1,5
Zinsertrag auf das Planvermögen	-0,9	-1,0
Administrationskosten	0,0	0,0
Aufwand für Leistungspläne	3,1	3,2
davon Personalaufwand	2,6	2,7
davon Finanzaufwand	0,5	0,5

Zusätzlich zu den leistungsorientierten Pensionsplänen zahlt PUMA auch in beitragsorientierte Pläne ein. Die geleisteten Zahlungen für das Geschäftsjahr 2021 beliefen sich auf € 15,0 Mio. (Vorjahr: € 13,6 Mio.).

Im Sonstigen Ergebnis erfasste versicherungsmathematische Gewinne und Verluste:

T.42 (in € Mio.)

	2021	2020
Neubewertung von Leistungsverpflichtungen	-2,0	7,4
Versicherungsmathematische Gewinne (-) und Verluste aus Veränderungen bei den demographischen Annahmen	0,5	0,2
Versicherungsmathematische Gewinne (-) und Verluste aus Veränderungen bei den finanziellen Annahmen	-2,7	6,8
Versicherungsmathematische Gewinne (-) und Verluste aufgrund von erfahrungsbedingten Anpassungen	0,2	0,4
Neubewertung des Planvermögens	-1,9	-3,0
Aufgrund der Obergrenze für Vermögenswerte nicht erfasste Beträge	0,0	0,0
Anpassung der Administrationskosten	0,0	0,0
Insgesamt direkt im Sonstigen Ergebnis erfasster Betrag für Neubewertungen	-3,9	4,4



Anlageklassen des Planvermögens:

↗ T.43 (in € Mio.)

	2021	2020
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	6,6	3,0
Eigenkapitalinstrumente	0,8	0,8
Schuldverschreibungen	7,1	7,3
Investmentfonds	14,0	12,4
Derivate	9,2	8,0
Immobilien	4,8	3,7
Versicherungen	40,8	31,6
Sonstige	7,4	6,5
Planvermögen gesamt	90,7	73,5

Davon Anlageklassen mit einem notierten Marktpreis:

↗ T.44 (in € Mio.)

	2021	2020
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	6,6	3,2
Eigenkapitalinstrumente	0,8	0,8
Schuldverschreibungen	7,1	7,3
Investmentfonds	14,0	12,4
Derivate	9,2	8,0
Immobilien	4,3	3,1
Versicherungen	0,0	0,0
Sonstige	7,3	6,4
Planvermögen mit einem notierten Marktpreis	49,3	41,2

Eigene Finanzinstrumente oder von Konzerngesellschaften genutzte Immobilien sind im Planvermögen unverändert nicht enthalten.

Das Planvermögen dient ausschließlich der Erfüllung der definierten Leistungsverpflichtungen. In einigen Ländern bestehen für die Art und Höhe der zu wählenden Finanzmittel gesetzliche Vorgaben, in anderen Ländern (zum Beispiel Deutschland) erfolgt dies auf freiwilliger Basis. In Großbritannien wird die Vermögensverwaltung von einem Treuhänderausschuss verantwortet, der sich aus Repräsentanten von Gesellschaft und Mitarbeiter*innen zusammensetzt. Die Anlagestrategie zielt auf langfristige Gewinne mit einer tolerierbaren Volatilität ab. Sie wurde zuletzt in 2020 überarbeitet, um das Risikoprofil zu reduzieren.



Bei der Ermittlung von Pensionsverpflichtungen und Pensionsaufwand wurden folgende Annahmen verwendet:

↗ T.45

	2021	2020
Diskontierungssatz	1,62%	1,28%
Zukünftige Rentensteigerungen	2,28%	2,08%
Zukünftige Gehaltssteigerungen	1,66%	1,65%

Bei den angegebenen Werten handelt es sich um gewichtete Durchschnittswerte. Für den Euroraum wurde einheitlich ein Rechnungszins von 1,10% (Vorjahr: 1,00%) angesetzt.

Als Sterbetafeln wurden für Deutschland die Heubeck-Richttafeln 2018 G verwendet. Für UK wurden die Sterblichkeiten gemäß Basistafel S2 unter Berücksichtigung der Lebenserwartungsprojektion gemäß CMI2019 mit einem Langfristtrend von 1% angesetzt.

In der folgenden Übersicht wird aufgezeigt, wie der Barwert der Versorgungsansprüche aus Leistungsplänen beeinflusst worden wäre bei Veränderung der maßgeblichen versicherungsmathematischen Annahme.

↗ T.46 (in € Mio.)

	2021	2020
Auswirkung auf den Barwert der Versorgungsansprüche, falls		
der Diskontierungssatz 50 Basispunkte höher wäre	-7,1	-7,3
der Diskontierungssatz 50 Basispunkte niedriger wäre	8,1	8,4

Gehalts- und Rententrends haben aufgrund der Struktur der Leistungspläne lediglich eine unwesentliche Auswirkung auf den Barwert der Versorgungsansprüche.

Der gewichtete Durchschnitt der Duration der Pensionsverpflichtungen beträgt rd. 16 Jahre (Vorjahr: rd. 18 Jahre).



16. SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

↗ T.47 (in € Mio.)

	2020			2021			2021	
	Währungs- anpassungen, Umbuchungen	Zuführung	Verbrauch	Auflösung	Davon langfristig	Davon langfristig		
Rückstellungen für:								
Gewährleistungen	1,3	0,0	1,3	-0,8	-0,1	1,7	0,0	0,0
Einkaufsrisiken	5,6	3,0	3,8	-3,3	-2,2	6,8	0,0	0,0
Risiken aus Rechtsstreitigkeiten	28,3	-0,1	9,1	-2,1	-4,2	31,0	9,1	10,5
Personalrückstellungen	18,7	0,0	9,0	-8,9	0,0	18,7	18,7	18,7
Sonstige	20,3	5,5	5,3	-2,2	-1,3	27,6	10,1	9,7
Gesamt	74,2	8,4	28,5	-17,4	-7,8	85,9	37,9	38,9

Für die Gewährleistungsrückstellung wird ein Erfahrungswert vom Umsatz der letzten sechs Monate herangezogen. Es wird erwartet, dass der wesentliche Teil dieser Ausgaben innerhalb der ersten sechs Monate des nächsten Geschäftsjahres fällig wird. Die Einkaufsrisiken bestehen im Wesentlichen für Materialrisiken sowie für Formen, die zur Herstellung von Schuhen erforderlich sind.

Die sonstigen Rückstellungen bestehen insbesondere aus Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen sowie sonstigen Risiken.

Die kurzfristigen Rückstellungen werden voraussichtlich im folgenden Jahr zur Auszahlung führen, die langfristigen Rückstellungen werden in einem Zeitraum von bis zu zehn Jahren erwartet. Wesentliche Aufzinsungseffekte bestehen nicht. Der Ansatz und die Bewertung von Rückstellungen basieren auf Erfahrungswerten aus ähnlichen Transaktionen. Dabei werden alle Ereignisse bis zur Erstellung des Konzernabschlusses berücksichtigt.



17. EIGENKAPITAL

GEZEICHNETES KAPITAL

Das gezeichnete Kapital entspricht dem gezeichneten Kapital der PUMA SE.

Das gezeichnete Kapital beträgt zum Bilanzstichtag gemäß Satzung € 150.824.640,00 und ist eingeteilt in 150.824.640 stimmberechtigte Stückaktien ohne Nennwert. Dies entspricht einem anteiligen Betrag von € 1,00 je Aktie.

Entwicklung der im Umlauf befindlichen Aktien:

↗ T.48

	2021	2020
Im Umlauf befindliche Aktien zum 01.01., Stück	149.583.859	149.547.801
Ausgabe eigener Aktien, Stück	21.741	36.058
Im Umlauf befindliche Aktien zum 31.12., Stück	149.605.600	149.583.859

Die Ausgabe eigener Aktien steht im Zusammenhang mit Vergütungsleistungen im Rahmen von bestehenden Promotions- und Werbeverträgen.

KAPITALRÜCKLAGE

Die Kapitalrücklage enthält das Aufgeld aus der Ausgabe von Aktien sowie Beträge aus der Gewährung, Umwandlung und dem Verfall von Aktienoptionen.

GEWINNRÜCKLAGEN EINSCHLIESSLICH ERGEBNISVORTRAG

Die Gewinnrücklagen und der Bilanzgewinn enthalten das Netto-Ergebnis des Geschäftsjahres sowie die in der Vergangenheit erzielten Ergebnisse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, soweit sie nicht ausgeschüttet wurden.

RÜCKLAGE AUS DER FREMDWÄHRUNGSUMRECHNUNG

Der Eigenkapitalposten für Fremdwährungsumrechnung dient der Erfassung von Fremdwährungsdifferenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse von nicht in Euro bilanzierenden Tochtergesellschaften.

CASHFLOW HEDGES

Der Posten „Cashflow Hedges“ beinhaltet die Marktwertbewertung der derivativen Finanzinstrumente. Der Posten in Höhe von € 78,1 Mio. (Vorjahr: € -87,6 Mio.) ist mit latenten Steuern in Höhe von € -4,1 Mio. (Vorjahr: € 5,1 Mio.) verrechnet.



EIGENE AKTIEN/TREASURY STOCK

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 7. Mai 2020 wurde die Gesellschaft ermächtigt, bis zum 6. Mai 2025 eigene Aktien bis zu 10% des Grundkapitals zu erwerben. Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 5. Mai 2021 wurde der Aufsichtsrat ermächtigt, die erworbenen Aktien auch unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionär*innen an die Vorstandsmitglieder der Gesellschaft auszugeben. Im Falle des Erwerbs über die Börse darf der Erwerbspreis je Aktie den durchschnittlichen Schlusskurs für die Aktien der Gesellschaft mit gleicher Ausstattung im XETRA-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an den letzten drei Handelstagen vor der Verpflichtung zum Erwerb um nicht mehr als 10% über- und nicht mehr als 20% unterschreiten.

Die Gesellschaft hat von der Ermächtigung zum Kauf eigener Aktien im Berichtszeitraum keinen Gebrauch gemacht.

Zum Bilanzstichtag hält die Gesellschaft insgesamt 1.219.040 Stück PUMA-Aktien im eigenen Bestand, was einem Anteil von 0,81% des gezeichneten Kapitals entspricht.

GENEHMIGTES KAPITAL

Zum 31. Dezember 2021 sieht die Satzung der Gesellschaft ein genehmigtes Kapital über insgesamt € 30.000.000,00 vor:

Der Vorstand ist gemäß § 4.2. der Satzung ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 4. Mai 2026 durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen um bis zu € 30.000.000,00 zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2021). Bei Kapitalerhöhungen gegen Bareinlagen können die neuen Aktien auch vollständig oder teilweise von einem oder mehreren durch den Vorstand bestimmten Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionär*innen zum Bezug anzubieten (mittelbares Bezugsrecht). Den Aktionär*innen steht grundsätzlich ein Bezugsrecht zu. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats in den in § 4.2. der Satzung genannten Fällen das Bezugsrecht der Aktionär*innen ganz oder teilweise auszuschließen.

Vom bestehenden genehmigten Kapital hat der Vorstand der PUMA SE im aktuellen Berichtszeitraum keinen Gebrauch gemacht.

BEDINGTES KAPITAL

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 12. April 2018 wurde der Vorstand bis zum 11. April 2023 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats, einmalig oder mehrmals, insgesamt oder in Teilen sowie gleichzeitig in verschiedenen Tranchen auf den Inhaber und/oder Namen lautende Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen, Genussrechten und/oder Gewinnschuldverschreibungen oder eine Kombination dieser Instrumente mit oder ohne Laufzeitbeschränkung im Gesamtnennbetrag von bis zu € 1.000.000.000,00 zu begeben.

In diesem Zusammenhang wurde das Grundkapital um bis zu € 30.164.920,00 durch Ausgabe von bis zu 30.164.920 neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2018). Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie von Options- bzw. Wandlungsrechten Gebrauch gemacht bzw. eine Wandlungs- oder Optionspflicht erfüllt wird oder wie Andienungen erfolgen und soweit nicht andere Erfüllungsformen zur Bedienung eingesetzt werden.

Von der Ermächtigung ist bisher kein Gebrauch gemacht worden.



DIVIDENDE

Die ausschüttungsfähigen Beträge beziehen sich auf den Bilanzgewinn der PUMA SE, der gemäß dem deutschen Handelsrecht ermittelt wird.

Der Vorstand und der Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung vor, aus dem Bilanzgewinn der PUMA SE für das Geschäftsjahr 2021 eine Dividende in Höhe von € 0,72 je im Umlauf befindlicher Aktie oder insgesamt € 107,7 Mio. (bezogen auf die am 31. Dezember 2021 im Umlauf befindlichen Aktien) an die Aktionär*innen auszuschütten.

Vorgeschlagene Verwendung des Bilanzgewinns der PUMA SE:

➔ T.49

	2021	2020
Bilanzgewinn der PUMA SE zum 31.12. € Mio.	490,1	390,4
Ausschüttungsfähiger Bilanzgewinn € Mio.	490,1	390,4
Dividende je Aktie €	0,72	0,16
Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien * Stück	149.605.600	149.583.859
Dividende gesamt * € Mio.	107,7	23,9
Vortrag auf neue Rechnung * € Mio.	382,4	366,5

* Vorjahreswerte angepasst auf den Stand der Hauptversammlung

NICHT BEHERRSCHENDE ANTEILE

Dieser Posten enthält die nicht beherrschenden Anteile. Hinsichtlich der Zusammensetzung wird auf Kapitel 29 verwiesen.

KAPITALMANAGEMENT

Die Zielsetzung des Konzerns liegt in der Beibehaltung einer starken Eigenkapitalbasis, um das Vertrauen der Investoren und des Marktes zu erhalten und um die zukünftige Geschäftsentwicklung zu stärken.

Das Kapitalmanagement bezieht sich auf das Konzern-Eigenkapital von PUMA. Dies ist in der Konzernbilanz sowie der „Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung“ dargestellt.



18. MANAGEMENT-INCENTIVE-PROGRAMME

Um das Management mit einer langfristigen Anreizwirkung an das Unternehmen zu binden, werden bei PUMA virtuellen Aktien mit Barausgleich und andere globale Long-Term-Incentive-Programme eingesetzt.

Die laufenden Programme werden nachfolgend erläutert:

ERLÄUTERUNG „VIRTUELLE AKTIEN“ SOG. „MONETARY UNITS“ (BEZEICHNUNG: MONETARY UNITS PLAN - MUP)

Im Geschäftsjahr 2013 wurde begonnen „Monetary Units“ im Rahmen eines Management-Incentive-Programms auf jährlicher Basis zu gewähren. „Monetary Units“ basieren in diesem Zusammenhang auf der PUMA-Aktienentwicklung, wobei jede dieser „Monetary Units“ am Ende der Laufzeit zu einer Barauszahlung berechtigt. Diese berechtigte Barauszahlung vergleicht den Erfolg mittels der durchschnittlichen virtuellen Wertsteigerungsrechte der letzten dreißig Handelstage vor Beginn des Ausgabejahres mit den virtuellen Wertsteigerungsrechten der letzten dreißig Handelstage des Ausübungszeitpunkts. Die maximale Wertsteigerung (Cap) ist auf 300% des Zuteilungsbetrags limitiert. Die „Monetary Units“ unterliegen einer Sperrfrist von drei Jahren. Danach besteht ein Ausübungszeitraum von zwei Jahren (beginnend mit jedem Quartalsveröffentlichungsstichtag für einen Zeitraum von 30 Tagen), der von den Teilnehmer*innen frei zur Ausübung genutzt werden kann. Grundbedingung für die Ausübung nach der Sperrfrist ist, dass ein aktives Beschäftigungsverhältnis während des gesamten oder teilweisen Erdienungszeitraums mit PUMA besteht. Die virtuellen Aktien werden bei einem Ausscheiden während des Erdienungszeitraums auf Basis „pro rata“ gekürzt.

ERLÄUTERUNG „VIRTUELLE AKTIEN“ (BEZEICHNUNG: PERFORMANCE SHARE PLAN - PSP)

Im Geschäftsjahr 2021 wurde begonnen virtuelle Aktien im Rahmen eines Management-Incentive-Programms auf jährlicher Basis zu gewähren. Die virtuellen Aktien basieren in diesem Zusammenhang auf der PUMA-Aktienentwicklung, wobei jede dieser virtuellen Aktien am Ende der Laufzeit zu einer Barauszahlung berechtigt. Der Aufsichtsrat behält sich jedoch das Recht vor, die Auszahlung in PUMA-Aktien statt in bar vorzunehmen. Diese berechtigte Barauszahlung vergleicht den Erfolg mittels der durchschnittlichen virtuellen Wertsteigerungsrechte der letzten dreißig Handelstage vor Beginn des Ausgabejahres mit den virtuellen Wertsteigerungsrechten der letzten dreißig Handelstage des Ausübungszeitpunkts und des relativen „Total Shareholder Returns“ (TSR) gegenüber dem MDAX-Index. Für die Berechnung des TSR von PUMA und des MDAX-Index wird jeweils das arithmetische Mittel der TSR-Werte an den 30 Handelstagen vor Beginn und vor Ende der Performance-Periode ermittelt. Die so für PUMA und den MDAX-Index jeweils ermittelten Durchschnittswerte werden anschließend in Relation zueinander gesetzt, um so die prozentuale TSR-Entwicklung über die vierjährige Performance-Periode der jeweiligen Tranche zu berechnen. Anschließend wird die Differenz in Prozentpunkten zwischen dem TSR von PUMA und dem TSR des MDAX-Index berechnet (= TSR-Outperformance in Prozentpunkten). Die maximale Wertsteigerung (Cap) ist auf 300% des Zuteilungsbetrags limitiert. Die virtuellen Aktien unterliegen einer Sperrfrist von vier Jahren. Der Auszahlungszeitpunkt liegt generell innerhalb des ersten Quartals des fünften Jahres nach Ausgabe. Grundbedingung für die Ausübung nach der Sperrfrist ist, dass ein aktives Beschäftigungsverhältnis während des gesamten oder teilweisen Erdienungszeitraums mit PUMA besteht. Die virtuellen Aktien werden bei einem Ausscheiden während des Erdienungszeitraums auf Basis „pro rata“ gekürzt.



Im Geschäftsjahr 2021 wurde auf Basis der arbeitsvertraglichen Zusagen gegenüber den Vorstandsmitgliedern hierfür ein Aufwand von € 8,7 Mio. gebildet.

↗ T.50 VIRTUELLE AKTIEN

Bezeichnung Plan	MUP	MUP	MUP	MUP	PSP	
Ausgabedatum	01.01.2018	01.01.2019	01.01.2020	01.01.2021	01.01.2021	
Laufzeit	5	5	5	5	4,25	Jahre
Sperrfrist	3	3	3	3	4	Jahre
Basiskurs PUMA-Aktie bei Ausgabe	37,10	44,40	67,69	86,23	86,23	EUR/Aktie
Anteiliger Referenzwert PUMA-Aktie zum Geschäftsjahresende	106,93	106,93	71,29	35,64	26,73	EUR/Aktie
Teilnehmer*innen im Jahr der Ausgabe	3	3	3	3	2	Personen
Teilnehmer*innen zum Geschäftsjahresende	1	3	3	3	2	Personen
Anzahl „Monetary Units“/virtuelle Aktien zum 01.01.2021	102.630	97.320	65.993	47.351	7.070	Stück
Anzahl „Monetary Units“/virtuelle Aktien ausgeübt im GJ	-100.630	0	0	0	0	Stück
Anzahl „Monetary Units“/virtuelle Aktien verfallen im GJ	0	0	-3.250	0	0	Stück
Endbestand „Monetary Units“/virtuelle Aktien zum 31.12.2021	2.000	97.320	62.743	47.351	7.070	Stück

Im Geschäftsjahr 2019 wurde ein Aktiensplit im Verhältnis 1:10 durchgeführt. Bedingt durch diesen wurden alle historischen Aktienwerte mit dem Faktor 10 dividiert und alle „Monetary Units“ mit dem Faktor 10 multipliziert.

Diese Verpflichtung aus aktienbasierten Vergütungstransaktionen mit Barausgleich wird als Personalrückstellungen angesetzt und an jedem Abschlussstichtag zum beizulegenden Zeitwert neu bewertet, sofern sie noch nicht ausgeübt wurde. Die Aufwendungen werden über den Erdienungszeitraum erfasst. Auf Basis des anteiligen durchschnittlichen Marktkurses der letzten dreißig Handelstage 2021 und der Berücksichtigung eines unterjährigen Ausübungszeitpunkts im Jahr 2021 beträgt die Rückstellung für dieses Programm am Geschäftsjahresende € 17,0 Mio.



ERLÄUTERUNG PROGRAMM „GAME CHANGER 2.0“

In 2018 wurde das Long Term Incentive Programm (LTIP) „Game Changer 2.0“ eingeführt. Die Teilnehmer*innen an diesem Programm bestehen im Wesentlichen aus Top-Führungskräften, die an den Vorstand berichten, sowie vereinzelten Schlüsselfunktionen des PUMA-Konzerns. Das Ziel dieses Programmes ist, diese Mitarbeiter*innen langfristig an das Unternehmen zu binden und an dem mittelfristigen Erfolg des Unternehmens teilhaben zu lassen.

Das LTIP „Game Changer 2.0“ besteht aus zwei Planteilen, einem Performance Cash Plan und einem Performance Share Plan, deren Anteil jeweils 50% beträgt. Der Performance Cash Plan honoriert die wirtschaftliche Leistung von PUMA, der Performance Share Plan hingegen die Performance am Kapitalmarkt.

Die Performance-Periode des Performance Cash Plans beträgt drei Jahre und orientiert sich an den mittelfristigen durchschnittlichen Zielen des PUMA-Konzerns in Bezug auf EBIT, Cashflow oder Working Capital in % der Nettoumsätze und Nettoumsatz. Die Auszahlung erfolgt in bar und ist auf maximal 200% des gewährten anteiligen Zielbetrags begrenzt (Cap).

Der Performance Share Plan verwendet virtuelle Aktien zur Anreizsteuerung. Die Laufzeit beträgt bis zu fünf Jahre, aufgeteilt in eine dreijährige Performance-Periode und eine darauffolgende, zweijährige Ausübungsperiode, in der die virtuellen Aktien in bar zur Auszahlung kommen. Die Auszahlung ist nur zu den drei Ausübungszeitpunkten (6, 12 oder 18 Monate nach Ende der Performance-Periode) möglich. Der durchschnittliche Aktienkurs der letzten 30 Handelstage zum Ausübungszeitpunkt bestimmt den Wert einer virtuellen Aktie. Die Auszahlung ist auf maximal 200% bzw. 300% des gewährten anteiligen Zielbetrags begrenzt (Cap) und wird nur vorgenommen, wenn während der Performance-Periode die Ausübungshürde von +10% Wertsteigerung einmalig überstiegen wurde.

ERLÄUTERUNG PROGRAMM „GAME CHANGER 2.0 - 2021“

Im Jahr 2018 wurde das globale Programm „Game Changer 2.0 - 2021“ wie oben dargestellt aufgelegt. Der Performance Cash Plan orientiert sich an den Zielen EBIT (70%), Cashflow (15%) und Nettoumsatz (15%). Im Rahmen der Performance Share Komponente ist die Auszahlung auf maximal 200% des gewährten anteiligen Zielbetrags begrenzt (Cap).

Im Berichtsjahr wurden dem Teilnehmerkreis ein Betrag in Höhe von € 3,7 Mio. ausbezahlt. An die Auszahlung war die Bedingung geknüpft, dass die individuellen Teilnehmer*innen zum 31.12.2020 in einem ungekündigten Beschäftigungsverhältnis mit einem Unternehmen des PUMA-Konzerns stand. Im Berichtsjahr wurden für dieses Programm keine weiteren Aufwendungen mehr zugeführt, sowie keine Beträge aufgelöst. Für das Programm besteht keine Rückstellung mehr.

ERLÄUTERUNG PROGRAMM „GAME CHANGER 2.0 – 2022“

Im Jahr 2019 wurde das globale Programm „Game Changer 2.0 – 2022“ wie oben dargestellt aufgelegt. Der Performance Cash Plan orientiert sich an den Zielen EBIT (70%), Cashflow (15%) und Nettoumsatz (15%). Im Rahmen der Performance Share Komponente ist die Auszahlung auf maximal 200% des gewährten anteiligen Zielbetrags begrenzt (Cap). Es fordert ein Beschäftigungsverhältnis bis 31.12.2021. Im Berichtsjahr wurden für dieses Programm anteilig € 2,2 Mio. zugeführt und € 0,1 Mio. aufgelöst.

ERLÄUTERUNG PROGRAMM „GAME CHANGER 2.0 – 2023“

Im Jahr 2020 wurde das globale Programm „Game Changer 2.0 – 2023“ wie oben dargestellt aufgelegt. Der Performance Cash Plan orientiert sich an den Zielen EBIT (70%), Cashflow (15%) und Nettoumsatz (15%). Im Rahmen der Performance Share Komponente ist die Auszahlung auf maximal 300% des gewährten anteiligen Zielbetrags begrenzt (Cap). Es fordert ein Beschäftigungsverhältnis bis 31.12.2022. Im Berichtsjahr wurden für dieses Programm anteilig € 2,2 Mio. zugeführt und € 0,1 Mio. aufgelöst.



ERLÄUTERUNG PROGRAMM „GAME CHANGER 2.0 - 2024“

Im Jahr 2021 wurde das globale Programm „Game Changer 2.0 - 2024“ wie oben dargestellt aufgelegt. Der Performance Cash Plan orientiert sich an den Zielen EBIT (45%), Working Capital in % vom Nettoumsatz (15%) und Nettoumsatz (40%) aufgelegt. Im Rahmen der Performance Share Komponente ist die Auszahlung auf maximal 300% des gewährten anteiligen Zielbetrags begrenzt (Cap). Es fordert ein Beschäftigungsverhältnis bis 31.12.2023. Im Berichtsjahr wurden für dieses Programm anteilig € 2,0 Mio. zugeführt.

[T.51 GAME CHANGER 2.0 \(PERFORMANCE SHARE PLAN\)](#)

Programmzusatz	2021	2022	2023	2024	
Ausgabedatum	01.01.2018	01.01.2019	01.01.2020	01.01.2021	
Laufzeit	5	5	5	5	Jahre
Sperrfrist	3	3	3	3	Jahre
Basiskurs bei Programmstart	37,10	44,40	67,69	86,23	EUR/Aktie
Anteiliger Referenzwert zum Geschäftsjahresende	74,20	88,80	71,29	35,64	EUR/Aktie
Teilnehmer*innen im Jahr der Ausgabe	48	64	60	76	Personen
Teilnehmer*innen zum Geschäftsjahresende	39	55	59	76	Personen
Anzahl „virtuelle Aktien“ zum 01.01.2021	36.250	39.240	28.201	24.809	Stück
Anzahl „virtuelle Aktien“ verfallen im GJ	0	-1.715	-1.249	0	Stück
Anzahl „virtuelle Aktien“ ausgeübt im GJ	-36.250	0	0	0	Stück
Endbestand „virtuelle Aktien“ zum 31.12.2021	0	37.525	26.952	24.809	Stück

Im Geschäftsjahr 2019 wurde ein Aktiensplit im Verhältnis 1:10 durchgeführt. Bedingt durch diesen wurden alle historischen Aktienwerte mit dem Faktor 10 dividiert und alle „virtuellen Aktien“ mit dem Faktor 10 multipliziert.



ANGABEN ZUR KONZERNGEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

19. UMSATZERLÖSE

Die Umsatzerlöse des Konzerns untergliedern sich nach Produktbereichen und Distributionskanälen wie folgt:

T.52 AUFGLEIDERUNG NACH DISTRIBUTIONSKANÄLEN (in € Mio.)

	2021	2020
Großhandelsgeschäft (Wholesale)	5.080,6	3.809,9
Eigene Einzelhandelsaktivitäten (Retail)	1.724,8	1.424,5
Gesamt	6.805,4	5.234,4

T.53 AUFGLEIDERUNG NACH PRODUKTBEREICHEN (in € Mio.)

	2021	2020
Schuhe	3.163,6	2.367,6
Textilien	2.517,3	1.974,1
Accessoires	1.124,5	892,7
Gesamt	6.805,4	5.234,4

20. SONSTIGE OPERATIVE ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN

Die sonstigen operativen Erträge und Aufwendungen enthalten entsprechend den Funktionen neben den Personal-, Werbe- und Vertriebsaufwendungen auch Miet- und Leasingaufwendungen, Reisekosten sowie Rechts- und Beratungsaufwendungen und andere allgemeine Aufwendungen. Betriebstypische Erträge, die im Zusammenhang mit den operativen Aufwendungen stehen, wurden dabei verrechnet. In den Miet- und Leasingaufwendungen für die eigenen Einzelhandelsgeschäfte sind umsatzabhängige Mietbestandteile enthalten.



Nach Funktionsbereichen gliedern sich die sonstigen operativen Erträge und Aufwendungen wie folgt:

↗ **T.54** (in € Mio.)

	2021	2020
Vertriebsaufwendungen	2.207,4	1.794,0
Produktmanagement/Merchandising	52,8	46,0
Forschung und Entwicklung	61,7	56,6
Verwaltungs- und allgemeine Aufwendungen	405,2	368,7
Sonstige operative Aufwendungen	2.727,2	2.265,3
Sonstige operative Erträge	2,6	0,4
Gesamt	2.724,6	2.264,9
Davon Personalaufwendungen	704,3	578,5
Davon planmäßige Abschreibungen	287,3	275,7
Davon Wertminderungsaufwendungen	18,5	18,0

Innerhalb der Vertriebsaufwendungen stellen die Marketing-/Retailaufwendungen den wesentlichen Teil der operativen Aufwendungen dar. Enthalten sind neben Werbe- und Promotionsaufwendungen auch Aufwendungen im Zusammenhang mit den eigenen Einzelhandelsaktivitäten. Die übrigen Vertriebsaufwendungen beinhalten Aufwendungen für Logistik und sonstige variable Vertriebsaufwendungen. Die Wertminderungsaufwendungen entfielen im Berichtsjahr mit € 18,5 Mio. ausschließlich auf Nutzungsrechte. Im Vorjahr betragen die Wertminderungsaufwendungen für Nutzungsrechte € 16,1 Mio., € 1,9 Mio. entfielen auf Wertminderungsaufwendungen für Immaterielle Vermögenswerte.

Im Konzernabschluss der PUMA SE sind für den Abschlussprüfer des Konzernabschlusses Honorare in Höhe von € 0,9 Mio. (Vorjahr: € 0,8 Mio.) als betrieblicher Aufwand erfasst. Die Honorare gliedern sich auf in Kosten für Abschlussprüfungsleistungen in Höhe von € 0,8 Mio. (Vorjahr: € 0,7 Mio.) und andere Bestätigungsleistungen in Höhe von € 0,1 Mio. (Vorjahr: € 0,1 Mio.) insbesondere für EMIR-Prüfungen und die prüferische Durchsicht des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichtes sowie auf Steuerberatungsleistungen von weniger als € 0,1 Mio. (Vorjahr: weniger als € 0,1 Mio.).

Die sonstigen operativen Erträge setzen sich aus Erträgen aus dem Verkauf von Anlagevermögen in Höhe von € 2,6 Mio. (Vorjahr: € 0,4 Mio.) zusammen.



Insgesamt sind in den sonstigen operativen Aufwendungen Personalkosten enthalten, die sich wie folgt zusammensetzten:

↗ **T.55** (in € Mio.)

	2021	2020
Löhne und Gehälter	542,0	441,9
Soziale Abgaben	78,6	63,2
Aufwendungen aus aktienbasierter Vergütung mit Barausgleich	15,1	14,1
Aufwendungen für Altersversorgung und andere Personalaufwendungen	68,6	59,3
Gesamt	704,3	578,5

Im Geschäftsjahr 2021 beinhalteten die dargestellten Personalkosten im Zusammenhang mit der globalen COVID-19-Pandemie Zuwendungen der öffentlichen Hand in Höhe eines mittleren einstelligen (Vorjahr: niedrigen zweistelligen) Millionenbetrages, welche von den entsprechenden Aufwendungen abgezogen wurden.

Zusätzlich sind in den Umsatzkosten Personalaufwendungen in Höhe von € 8,1 Mio. (Vorjahr: € 5,2 Mio.) enthalten.

Die Anzahl der im Jahresdurchschnitt beschäftigten Mitarbeiter*innen betrug:

↗ **T.56 MITARBEITER*INNEN**

	2021	2020
Marketing/Retail/Vertrieb	10.945	9.654
Forschung & Entwicklung/Produktmanagement	1.097	1.002
Verwaltungs- und sonstige Bereiche	2.804	2.361
Gesamt im Jahresdurchschnitt	14.846	13.016

Zum Jahresende waren insgesamt 16.125 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vorjahr: 14.374) beschäftigt.



21. FINANZERGEBNIS

Das Finanzergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

↗ T.57 (in € Mio.)

	2021	2020
Zinserträge	11,9	8,4
Sonstige	18,0	27,0
Finanzerträge	29,9	35,4
Zinsaufwand	-12,9	-14,1
Zinsaufwand aus Leasingverbindlichkeiten	-31,5	-29,3
Bewertung von Pensionsplänen	-0,5	-0,5
Aufwand aus Währungsumrechnungsdifferenzen, netto	-9,0	-3,9
Sonstige	-27,7	-34,5
Finanzaufwendungen	-81,7	-82,3
Finanzergebnis	-51,8	-46,8

Die Position „Sonstige“ in den Finanzerträgen stellt ausschließlich Zinskomponenten (SWAP Points) über € 18,0 Mio. (Vorjahr: € 27,0 Mio.) aus Finanzinstrumenten im Zusammenhang mit Währungsderivaten dar.

Darüber hinaus sind Aufwendungen aus Währungsumrechnungsdifferenzen über € 9,0 Mio. (Vorjahr: € 3,9 Mio.) enthalten, welche dem Finanzierungsbereich zuzuordnen sind.

Die Position „Sonstige“ in den Finanzaufwendungen umfasst Zinskomponenten (SWAP Points) über € 27,7 Mio. (Vorjahr: € 34,5 Mio.) aus Finanzinstrumenten im Zusammenhang mit Währungsderivaten.



22. ERTRAGSTEUERN

↗ T.58 (in € Mio.)

	2021	2020
Laufende Ertragsteuern		
Deutschland	13,6	11,0
Andere Länder	112,3	84,9
Summe laufende Ertragsteuern	125,9	95,9
Latente Steuern	2,7	-56,7
Gesamt	128,5	39,2

Grundsätzlich unterliegen PUMA SE und ihre deutschen Tochtergesellschaften der Körperschaftsteuer zuzüglich Solidaritätszuschlag und der Gewerbesteuer. Daraus ergibt sich im Geschäftsjahr ein gewichteter Mischsteuersatz von unverändert 27,22%.

Überleitung vom theoretischen Steueraufwand auf den effektiven Steueraufwand:

↗ T.59 (in € Mio.)

	2021	2020
Ergebnis vor Ertragsteuern	505,3	162,3
Theoretischer Steueraufwand		
Steuersatz der SE = 27,22% (Vorjahr: 27,22%)	137,5	44,2
Steuersatzunterschiede Ausland	-15,8	-7,1
Andere Steuereffekte:		
Ertragsteuern für Vorjahre	0,5	-4,7
Verluste und temporäre Differenzen, für die keine Steueransprüche bilanziert wurden	2,2	6,8
Steuersatzänderungen	-2,4	-0,4
Steuerlich nicht abzugsfähige Aufwendungen bzw. nicht steuerpflichtige Erträge und sonstige Effekte	6,5	0,4
Effektiver Steueraufwand	128,5	39,2
Effektiver Steuersatz	25,4%	24,2%

Der Steuereffekt resultierend aus Posten, die direkt dem Eigenkapital belastet oder zugeschrieben werden, ist dem Kapitel 8 zu entnehmen.



23. ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie wird in Übereinstimmung mit IAS 33 ermittelt, indem der auf die Anteilseigner*innen des Mutterunternehmens entfallende Konzernjahresüberschuss (Konzernergebnis) durch die durchschnittliche Zahl der im Umlauf befindlichen Aktien dividiert wird.

Die Berechnung ist der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

↗ T.60

	2021	2020
Konzernergebnis € Mio.	309,6	78,9
Durchschnittliche Zahl der im Umlauf befindlichen Aktien (in Stück)	149.588.684	149.561.440
Durchschnittliche Zahl der im Umlauf befindlichen Aktien, verwässert (in Stück)	149.591.763	149.561.440
Ergebnis je Aktie €	2,07	0,53
Ergebnis je Aktie, verwässert €	2,07	0,53

24. MANAGEMENT DES WÄHRUNGSRISIKOS

Im Geschäftsjahr 2021 hat PUMA zur Sicherung des in Euro umgerechneten zahlbaren Betrags für in US-Dollar denominierte Einkäufe, sowie für weitere Währungsrisiken, die aus dem internen Weiterverkauf an PUMA Tochtergesellschaften resultieren, Währungssicherungsgeschäfte als Cashflow-Hedges designiert.

Darüber hinaus werden Fremdwährungsrisiken, die aus der Bewertung von auf fremde Währung lautenden konzerninternen Darlehen entstehen, mit Währungsswaps und Devisentermingeschäften abgesichert.

Die Nominalbeträge der offenen Kurssicherungsgeschäfte, die sich im Wesentlichen auf Cashflow-Hedges beziehen, betreffen hauptsächlich Devisentermingeschäfte über insgesamt € 3.730,4 Mio. (Vorjahr: € 3.026,5 Mio.). Für diese zugrundeliegenden Grundgeschäfte werden die Zahlungsströme in 2022 und 2023 erwartet. Im Übrigen verweisen wir auf die Ausführungen im Kapitel 13.

Die Marktwerte der offenen Kurssicherungsgeschäfte setzen sich am Bilanzstichtag wie folgt zusammen:

↗ T.61 (in € Mio.)

	2021	2020
Währungssicherungsgeschäfte, aktiv (siehe Textziffer 6 und 12)	130,1	26,1
Währungssicherungsgeschäfte, passiv (siehe Textziffern 13 und 14)	-44,5	-135,2
Netto	85,5	-109,1

Die Entwicklung der effektiven Cashflow-Hedges wird in der Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie der Gesamtergebnisrechnung dargestellt.

Zur Darstellung von Marktrisiken verlangt IFRS 7 Sensitivitätsanalysen, die Auswirkungen hypothetischer Änderungen von relevanten Risikovariablen auf Ergebnis und Eigenkapital zeigen. Die periodischen



Auswirkungen werden bestimmt, indem die hypothetischen Änderungen der Risikovariablen auf den Bestand der Finanzinstrumente zum Abschlussstichtag bezogen werden. Dabei wird unterstellt, dass der Bestand zum Abschlussstichtag repräsentativ für das Gesamtjahr ist.

Währungsrisiken im Sinne von IFRS 7 entstehen durch Finanzinstrumente, welche in einer von der funktionalen Währung abweichenden Währung denominiert und monetärer Art sind; wechselkursbedingte Differenzen aus der Umrechnung von Einzelabschlüssen in die Konzernwährung bleiben unberücksichtigt. Als relevante Risikovariablen gelten grundsätzlich alle nicht funktionalen Währungen, in denen PUMA Finanzinstrumente einsetzt.

Den Währungssensitivitätsanalysen liegen die folgenden Annahmen zugrunde:

Wesentliche originäre monetäre Finanzinstrumente (Flüssige Mittel, Forderungen, verzinsliche Schulden, Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen, unverzinsliche Verbindlichkeiten) sind entweder unmittelbar in funktionaler Währung denominiert oder werden durch den Einsatz von Devisentermingeschäften in die funktionale Währung transferiert.

Die Devisentermingeschäfte zur Absicherung wechselkursbedingter Zahlungsschwankungen sind in eine wirksame Cashflow-Hedgebeziehung nach IAS 39 eingebunden. Kursänderungen der diesen Geschäften zugrundeliegenden Währungen haben Auswirkungen auf die Sicherungsrücklage im Eigenkapital und auf den Fair Value dieser Sicherungsgeschäfte.

Wenn der USD gegenüber allen anderen Währungen zum 31. Dezember 2021 um 10% aufgewertet (abgewertet) gewesen wäre, wären die Sicherungsrücklage im Eigenkapital und der Fair Value der Sicherungsgeschäfte um € 208,6 Mio. höher (niedriger) (31. Dezember 2020: € 151,9 Mio. höher (niedriger)) ausgefallen.

Eine weitere Erläuterung zu Währungsrisiken und den übrigen Risiko- und Chancenkategorien erfolgt im zusammengefassten Lagebericht in dem Kapitel Risiko- und Chancenbericht und in den Kapiteln 2 und 13 im Konzernanhang.



WEITERE ANGABEN

25. SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung erfolgt gemäß der PUMA-internen Berichtsstruktur nach geographischen Verantwortungsgebieten mit Ausnahme von stichd. Das geographische Verantwortungsgebiet bildet das Geschäftssegment. Die Umsatzerlöse und das operative Ergebnis (EBIT) sowie die übrigen Segmentinformationen werden nach dem Sitz der jeweiligen Konzerngesellschaft den entsprechenden geographischen Verantwortungsgebieten zugewiesen.

Die interne Managementberichterstattung enthält folgende Berichtssegmente: Europa, EEMEA (Osteuropa, Naher Osten, Afrika, Indien und Südostasien), Nordamerika, Lateinamerika, Großraum China, Übriges Asien/ Pazifik (ohne Großraum China und Südostasien) und stichd. Diese werden entsprechend der Kriterien des IFRS 8 als berichtspflichtige Geschäftssegmente ausgewiesen.

Die Überleitungsrechnung enthält die Angabe zu den Vermögenswerten, Schulden, Aufwendungen und Erträgen in Zusammenhang mit zentralisierten Funktionen, welche die Definition von IFRS 8 bezüglich Geschäftssegmenten nicht erfüllen. Die zentralen Aufwendungen und Erträge beinhalten insbesondere die weltweite Beschaffung, das zentrale Treasury, das zentrale Marketing und andere globale Funktionen der Unternehmenszentrale.

Der Hauptentscheidungsträger des Unternehmens ist definiert als der gesamte Vorstand der PUMA SE.

Zwischen den Geschäftssegmenten fallen, mit Ausnahme von Warenverkäufen der stichd in Höhe von € 39,2 Mio. (Vorjahr: € 30,0 Mio.), keine wesentlichen internen Umsätze an, daher werden sie in der Darstellung nicht berücksichtigt.

Das operative Ergebnis (EBIT) der Geschäftssegmente ist definiert als Rohertrag abzüglich der zurechenbaren sonstigen operativen Aufwendungen zuzüglich der Lizenz- und Provisionserträge und der sonstigen operativen Erträge, jedoch ohne Berücksichtigung der Kosten der Zentralbereiche und der zentralen Aufwendungen für Marketing.

Die externen Umsatzerlöse, das operative Ergebnis (EBIT), die Vorräte und die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen der Geschäftssegmente werden regelmäßig an die Hauptentscheidungsträger berichtet. Konzernseitig erfasste Beträge aus der Zwischengewinneliminierung der Vorräte im Zusammenhang mit konzerninternen Umsätzen werden den Geschäftssegmenten, wie sie an den Hauptentscheidungsträger berichtet werden, nicht zugeordnet. Investitionen, Abschreibungen und langfristige Vermögenswerte werden auf Ebene der Geschäftssegmente nicht an den Hauptentscheidungsträger berichtet. Die Zuordnung der Immateriellen Vermögenswerte auf die Geschäftssegmente erfolgt wie in Kapitel 11 dargestellt. Die Segmentschulden, das Finanzergebnis und die Ertragsteuern werden den Geschäftssegmenten nicht zugeordnet und deshalb auf Ebene der Geschäftssegmente nicht an den Hauptentscheidungsträger gemeldet.

Die langfristigen Vermögenswerte und Abschreibungen umfassen die Buchwerte bzw. die Abschreibungen des abgelaufenen Geschäftsjahres in Sachanlagen, Nutzungsrechten und Immateriellen Vermögenswerten. Die Investitionen enthalten Zugänge zu den Sachanlagen und Immateriellen Vermögenswerten.

Da PUMA nur in einem Geschäftsfeld, der Sportartikelindustrie, tätig ist, erfolgt zusätzlich die Aufgliederung nach Produkten gemäß der internen Berichtsstruktur nach den Produktsegmenten Schuhe, Textilien und Accessoires.



GESCHÄFTSSEGMENTE 1-12/2021

↗ T.62 GESCHÄFTSSEGMENTE (in € Mio.)

	Externe Umsatzerlöse		EBIT		Investitionen	
	1-12/2021	1-12/2020	1-12/2021	1-12/2020	1-12/2021	1-12/2020
Europa	1.523,6	1.229,3	146,1	104,4	58,5	44,7
EEMEA	975,1	688,0	214,6	129,1	34,8	11,8
Nordamerika	1.969,2	1.349,5	394,8	160,6	20,1	23,3
Lateinamerika	630,9	403,2	151,6	59,2	14,1	3,3
Großraum China	766,9	788,9	137,8	209,6	15,9	17,0
Asien/ Pazifik (ohne Großraum China)	533,4	460,0	61,2	33,3	7,3	7,4
Stichd	406,2	315,5	101,7	79,0	20,9	3,3
Geschäftssegmente insgesamt	6.805,4	5.234,4	1.207,7	775,2	171,6	110,8

	Abschreibungen		Vorräte		Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (ggü. Dritten)	
	1-12/2021	1-12/2020	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2020
Europa	54,4	48,3	364,6	343,0	164,3	117,4
EEMEA	43,7	42,5	221,0	176,9	126,2	85,6
Nordamerika	56,0	52,1	469,9	260,5	187,1	112,2
Lateinamerika	14,8	14,1	140,3	96,8	120,4	101,5
Großraum China	39,4	41,6	200,5	156,3	65,9	56,8
Asien/ Pazifik (ohne Großraum China)	32,2	32,6	84,5	89,7	119,5	83,9
Stichd	7,8	8,0	79,1	75,4	61,7	47,0
Geschäftssegmente insgesamt	248,4	239,2	1.559,8	1.198,7	845,1	604,5

**↗ T.62 FORTSETZUNG T.62 GESCHÄFTSSEGMENTE (in € Mio.)**

	Langfristige Vermögenswerte	
	31.12.2021	31.12.2020
Europa	474,6	421,5
EEMEA	164,8	114,6
Nordamerika	534,4	495,1
Lateinamerika	75,0	63,7
Großraum China	79,1	86,1
Asien/ Pazifik (ohne Großraum China)	158,3	162,2
Stichd	194,1	176,8
Geschäftssegmente insgesamt	1.680,4	1.520,1

↗ T.63 PRODUKT Externe Umsatzerlöse (in € Mio.) Rohertragsmarge (in %)

	Externe Umsatzerlöse	Rohertragsmarge		
	1-12/2021	1-12/2020	1-12/2021	1-12/2020
Schuhe	3.163,6	2.367,6	47,3%	45,7%
Textilien	2.517,3	1.974,1	48,9%	48,5%
Accessoires	1.124,5	892,7	47,1%	47,0%
Gesamt	6.805,4	5.234,4	47,9%	47,0%



ÜBERLEITUNGSRECHNUNGEN

↗ T.64 ÜBERLEITUNGSRECHNUNGEN (in € Mio.)

	EBIT	
	1-12/2021	1-12/2020
Geschäftssegmente insgesamt	1.207,7	775,2
Zentralbereiche	-280,4	-262,3
Zentrale Aufwendungen Marketing	-370,2	-303,8
Konsolidierung	0,0	0,0
EBIT	557,1	209,2
Finanzergebnis	-51,8	-46,8
EBT	505,3	162,3

	Investitionen		Abschreibungen	
	1-12/2021	1-12/2020	1-12/2021	1-12/2020
Geschäftssegmente insgesamt	171,6	110,8	248,4	239,2
Zentralbereiche	35,9	36,9	39,0	36,5
Konsolidierung	0,0	0,0	0,0	0,0
Gesamt	207,5	147,7	287,3	275,7

	Vorräte		Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (ggü. Dritten)		Langfristige Vermögenswerte	
	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2020
Geschäftssegmente insgesamt	1.559,8	1.198,7	845,1	604,5	1.680,4	1.520,1
Den Geschäftssegmenten nicht zugeordnet	-67,6	-60,7	2,9	16,5	204,4	207,9
Gesamt	1.492,2	1.138,0	848,0	621,0	1.884,8	1.728,0



26. ANGABEN ZUR KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung ist gemäß IAS 7 erstellt und nach den Zahlungsströmen aus der Geschäfts-, Investitions- und Finanzierungstätigkeit gegliedert. Der Mittelabfluss/-zufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit ist nach der indirekten Methode ermittelt. Innerhalb der Zahlungsströme aus der laufenden Geschäftstätigkeit wird der Brutto Cashflow, abgeleitet aus dem Ergebnis vor Ertragsteuern und bereinigt um zahlungsunwirksame Aufwands- und Ertragsposten, definiert. Als Free Cashflow wird der Mittelabfluss/-zufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit, vermindert um Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Anlagen, bezeichnet.

Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds umfasst alle in der Bilanz unter dem Posten „Flüssige Mittel“ ausgewiesenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, d.h. Kassenbestand, Schecks sowie kurzfristige Guthaben bei Kreditinstituten einschließlich kurzfristiger Geldanlagen.

Die folgende Tabelle stellt die zahlungswirksamen und zahlungsunwirksamen Veränderungen finanzieller Schulden nach IAS 7.44 A dar:

↗ T.65 ÜBERLEITUNG DER FINANZVERBINDLICHKEITEN AUF DEN MITTELABFLUSS/-ZUFLUSS AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT 2021 (in € Mio.)

	Anhang	Stand 01.01.2021	zahlungsunwirksame Veränderungen		zahlungs- wirksame Verände- rungen	Stand 31.12.2021
			Währungsver- änderungen	Sonstige		
Finanzverbindlichkeiten						
Leasingverbindlichkeiten	10	931,7	38,9	213,7	-160,9	1.023,4
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	13	121,4	0,5	0,0	-53,4	68,5
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	13	145,0	0,0	0,0	166,5	311,5
Gesamt		1.198,1	39,4	213,7	-47,8	1.403,4

↗ T.66 ÜBERLEITUNG DER FINANZVERBINDLICHKEITEN AUF DEN MITTELABFLUSS/-ZUFLUSS AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT 2020 (in € Mio.)

	Anhang	Stand 01.01.2020	zahlungsunwirksame Veränderungen		zahlungs- wirksame Verände- rungen	Stand 31.12.2020
			Währungsver- änderungen	Sonstige		
Finanzverbindlichkeiten						
Leasingverbindlichkeiten	10	745,3	-60,5	381,8	-135,0	931,7
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	13	10,2	-1,3	0,0	112,5	121,4
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	13	163,3	0,0	0,0	-18,3	145,0
Gesamt		918,8	-61,7	381,8	-40,7	1.198,1



Die Leasingverbindlichkeiten mit € 1.023,4 Mio. (Vorjahr: € 931,7 Mio.) gliedern sich in Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten von € 172,3 Mio. (Vorjahr: € 156,5 Mio.) und Langfristige Leasingverbindlichkeiten von € 851,0 Mio. (Vorjahr: € 775,2 Mio.).

Die Langfristigen Finanzverbindlichkeiten mit € 311,5 Mio. (Vorjahr: € 145,0 Mio.) sind Teil der Sonstigen langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten.

27. HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

Es lagen wie im Vorjahr keine berichtspflichtigen Haftungsverhältnisse vor.

28. SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Die Gesellschaft hat sonstige finanzielle Verpflichtungen im Zusammenhang mit Lizenz-, Promotions- und Werbeverträgen, aus denen sich zum Bilanzstichtag folgende finanzielle Verpflichtungen ergeben:

↗ T.67 (in € Mio.)

	2021	2020
Aus Lizenz-, Promotions- und Werbeverträgen:		
2022 (2021)	301,3	286,1
2023 – 2026 (2022 – 2025)	650,4	617,6
ab 2027 (ab 2026)	205,4	244,4
Gesamt	1.157,1	1.148,1

Die Promotions- und Werbeverträge sehen branchenüblich bei Erreichen vordefinierter Ziele (z.B. Medaillen, Meisterschaften) zusätzliche Zahlungen vor. Diese sind zwar vertraglich vereinbart, lassen sich aber naturgemäß zeitlich und betragsmäßig nicht exakt vorhersehen.

Darüber hinaus bestehen weitere sonstige finanzielle Verpflichtungen in Höhe von € 160,8 Mio., welche mit € 129,5 Mio. die Jahre ab 2023 betreffen. Diese beinhalten neben Dienstleistungsverträgen in Höhe von € 157,9 Mio. auch sonstige Verpflichtungen in Höhe von € 2,8 Mio.



29. VERGÜTUNG DES VORSTANDS UND DES AUFSICHTSRATS

Angaben nach § 314 Abs. 1 Nr. 6 HGB

VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES VORSTANDS

Die Gesamtbezüge der Mitglieder des Vorstands betrugen im Geschäftsjahr 2021 € 10,5 Mio. (Vorjahr: € 6,5 Mio.).

Bezüglich der sonstigen aktienbasierten Vergütungen verweisen wir auf Kapitel 18.

GESAMTBEZÜGE DER FRÜHEREN MITGLIEDER DES VORSTANDS

Die Gesamtbezüge der ehemaligen Mitglieder des Vorstands und deren Hinterbliebenen betrugen im Geschäftsjahr 2021 € 1,1 Mio. (Vorjahr: € 0,2 Mio.).

Weiterhin bestehen leistungsorientierte Pensionsverpflichtungen gegenüber ehemaligen Vorstandsmitgliedern und deren Witwen in Höhe von € 2,8 Mio. (Vorjahr: € 3,2 Mio.), sowie beitragsorientierte Pensionsverpflichtungen aus Entgeltumwandlungen von früheren Vorstandsmitgliedern und Geschäftsführenden Direktoren in Höhe von € 17,2 Mio. (Vorjahr: € 11,3 Mio.). Beide Positionen sind entsprechend innerhalb der Pensionsrückstellungen passiviert, soweit nicht mit den gleich hohen Aktivwerten verrechnet.

VERGÜTUNG DES AUFSICHTSRATS

Die Vergütung des Aufsichtsrats umfasste eine Festvergütung sowie eine zusätzliche Vergütung für Ausschusstätigkeiten und betrug insgesamt € 0,2 Mio. (Vorjahr: € 0,1 Mio.).

30. ANGABEN ZU NICHT BEHERRSCHENDEN ANTEILEN

Die zusammengefassten Finanzinformationen über Tochterunternehmen des Konzerns, bei denen nicht beherrschende Anteile bestehen, sind nachstehend aufgeführt. Diese Finanzinformationen betreffen die Gesellschaften mit nicht beherrschenden Anteilen insgesamt, an denen jeweils der identische nicht beherrschende Gesellschafter beteiligt ist. Die Angaben stellen jeweils die Beträge vor Intercompany-Eliminierungen dar.

Beurteilung der Beherrschung von Gesellschaften mit nicht beherrschenden Anteilen:

Der Konzern ist mit 51% am Kapital der PUMA United North America LLC, der PUMA United Canada ULC sowie der Janed Canada LLC (inaktive Gesellschaft) beteiligt. Bei diesen Gesellschaften bestehen jeweils vom Kapitalanteil abweichende Ergebnisbeteiligungen zugunsten des jeweils identischen nicht beherrschenden Gesellschafters. PUMA erhält demgegenüber erhöhte Lizenzgebühren.

Die vertraglichen Vereinbarungen dieser Gesellschaften sehen jeweils vor, dass PUMA die Mehrheit der Stimmrechte in der Gesellschaftsversammlung und damit die Verfügungsgewalt über diese Gesellschaften besitzt. PUMA ist schwankenden Renditen aus den umsatzabhängigen Lizenzentgelten ausgesetzt und steuert die maßgeblichen Tätigkeiten der Gesellschaften. Die Gesellschaften werden entsprechend als Tochterunternehmen in den Konzernabschluss im Wege der Vollkonsolidierung, unter Ausweis von nicht beherrschenden Anteilen, einbezogen.

Die zum Bilanzstichtag bestehenden nicht beherrschenden Anteile betreffen PUMA United North America LLC, PUMA United Canada ULC und Janed Canada, LLC (inaktiv) mit € 65,2 Mio. (Vorjahr: € 41,5 Mio.).



In den folgenden Tabellen sind die zusammengefassten Finanzinformationen der Tochterunternehmen mit nicht beherrschenden Anteilen dargestellt:

↗ T.68 VERMÖGENSWERTE UND VERBINDLICHKEITEN (in € Mio.)

	2021	2020
Kurzfristige Vermögenswerte	105,1	51,9
Langfristige Vermögenswerte	3,8	3,5
Kurzfristige Verbindlichkeiten	39,5	14,6
Langfristige Verbindlichkeiten	0,0	0,0
Nettovermögen	69,5	40,8
Auf nicht beherrschende Anteile entfallendes Nettovermögen	65,2	41,5

↗ T.69 ERGEBNISRECHNUNG (in € Mio.)

	2021	2020
Umsatzerlöse	422,9	258,0
Jahresüberschuss	67,9	40,1
Auf nicht beherrschende Anteile entfallendes Ergebnis	67,2	44,2
Sonstiges Ergebnis der nicht beherrschenden Anteile	4,3	-3,9
Gesamtergebnis der nicht beherrschenden Anteile	71,5	40,4
Dividendenzahlungen an nicht beherrschende Anteile	47,8	45,6

↗ T.70 ZAHLUNGSMITTEL (in € Mio.)

	2021	2020
Mittelzufluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	52,8	48,4
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	0,0	0,0
Mittelzu-/abfluss aus Finanzierungstätigkeit	-52,4	-49,2
Veränderung des Finanzmittelbestands	0,4	-0,8



31. BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Nach IAS 24 müssen Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen angegeben werden. Als nahestehende Personen oder Unternehmen im Sinne des IAS 24 gelten natürliche Personen und Unternehmen, die von PUMA beeinflusst werden können, die einen maßgeblichen Einfluss auf den PUMA-Konzern ausüben können oder die unter maßgeblichem Einfluss einer anderen nahestehenden Partei des PUMA-Konzerns stehen.

Zum 31. Dezember 2021 besteht eine Beteiligung an der PUMA SE, die 10% der Stimmrechte überschreitet. Gehalten wird sie von der Familie Pinault über mehrere von ihr kontrollierte Unternehmen (in der Reihenfolge der Beteiligungsnahe zu der Familie Pinault: Financière Pinault S.C.A., Artémis S.A.S. sowie Kering S.A.). Der Anteil der Kering S.A. an der PUMA SE beträgt nach eigenen Angaben der Kering S.A. in ihrer Pressemitteilung vom 27. Mai 2021 ca. 4,0% des Grundkapitals. Zusammen halten Artémis S.A.S. und Kering S.A. 32,5% des Grundkapitals. Da Artémis S.A.S. und Kering S.A. damit mehr als 20% der Stimmrechte an PUMA SE halten, besteht für sie die Vermutung für maßgeblichen Einfluss gemäß IAS 28.5 und IAS 28.6. Sie und alle anderen direkt oder indirekt durch Artémis S.A.S. beherrschten Unternehmen, die nicht in den Konzernabschluss der PUMA SE einbezogen werden, werden im Folgenden als nahestehende Unternehmen berücksichtigt.

Darüber hinaus erstreckt sich die Angabepflicht nach IAS 24 auf Geschäfte mit assoziierten Unternehmen sowie Geschäfte mit sonstigen nahestehenden Unternehmen und Personen. Diese umfassen insbesondere nicht beherrschende Anteile.

Bei den Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen und Personen handelt es sich im Wesentlichen um Verkäufe von Waren sowie Dienstleistungsbeziehungen. Diese haben zu marktüblichen Bedingungen, wie sie auch mit fremden Dritten üblich sind, stattgefunden.

Der Umfang der Geschäftsbeziehungen ist in der nachfolgenden Übersicht dargestellt:

↗ T.71 (in € Mio.)

	Erbrachte Lieferungen und Leistungen		Empfangene Lieferungen und Leistungen	
	2021	2020	2021	2020
In Artémis-Gruppe einbezogene Unternehmen	0,0	0,0	0,0	0,0
Im Kering-Konzern einbezogene Unternehmen	1,8	1,7	0,1	0,2
Sonstige nahestehende Unternehmen und Personen	0,0	0,0	23,0	17,1
Gesamt	1,8	1,7	23,1	17,3

↗ T.72 (in € Mio.)

	Nettoforderungen an		Verbindlichkeiten gegenüber	
	2021	2020	2021	2020
In Artémis-Gruppe einbezogene Unternehmen	0,0	0,0	0,0	0,0
Im Kering-Konzern einbezogene Unternehmen	0,4	0,0	0,0	0,0
Sonstige nahestehende Unternehmen und Personen	0,0	0,0	15,0	5,5
Gesamt	0,4	0,0	15,0	5,5



Darüber hinaus wurden im Geschäftsjahr 2021 Dividendenzahlungen an nicht beherrschende Anteile über € 47,8 Mio. (Vorjahr: € 45,6 Mio.) geleistet.

Die Forderungen gegen nahestehende Unternehmen und Personen sind, mit einer Ausnahme, nicht mit Wertberichtigungen belastet. Lediglich in Bezug auf die Forderungen gegen einen nicht beherrschenden Anteilseigener, sowie dessen Unternehmensgruppe, sind bei einem Tochterunternehmen der PUMA SE in Griechenland zum 31. Dezember 2021 Bruttoforderungen in Höhe von € 52,2 Mio. (Vorjahr: € 52,2 Mio.) vollständig wertberichtet. Im Geschäftsjahr 2021 sind diesbezüglich, wie im Vorjahr, keine Aufwendungen erfasst.

Kategorisierung der Vergütungen der Mitglieder des Managements in Schlüsselpositionen nach IAS 24.17:

Mitglieder des Managements in Schlüsselpositionen nach IAS 24 sind Vorstand und Aufsichtsrat. Diese werden zu den nahestehenden Personen gezählt.

Im Berichtsjahr 2021 betrug die Vergütung der Mitglieder des Vorstands der PUMA SE für kurzfristig fällige Leistungen € 5,4 Mio. (Vorjahr: € 1,8 Mio.), für Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses € 0,4 Mio. (Vorjahr: € 0,4 Mio.) und die anteilsbasierte Vergütung € 4,7 Mio. (Vorjahr: € 4,3 Mio.). Ferner wurde keine Vergütung in Form von anderen langfristig fälligen Leistungen sowie in Form von Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses im Berichtsjahr gewährt (Vorjahr: € 0,0 Mio.). Demnach beläuft sich der Gesamtaufwand für das Berichtsjahr auf € 10,5 Mio. (Vorjahr: € 6,5 Mio.).

Im Berichtsjahr 2021 betrug die Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats der PUMA SE für kurzfristig fällige Leistungen € 0,2 Mio. (Vorjahr: € 0,1 Mio.).

32. CORPORATE GOVERNANCE

Der Vorstand und der Aufsichtsrat haben zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex im November 2021 gemäß § 161 AktG die erforderliche Entsprechenserklärung abgegeben und diese auf der Homepage der Gesellschaft (www.PUMA.com) veröffentlicht. Außerdem wird auf die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f und § 315d HGB im zusammengefassten Lagebericht verwiesen.

33. EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Nach dem Bilanzstichtag hat es keine Ereignisse gegeben, die eine wesentliche Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des PUMA-Konzerns haben.



34. TAG DER FREIGABE

Der Vorstand der PUMA SE hat den Konzernabschluss am 1. Februar 2022 zur Weitergabe an den Aufsichtsrat freigegeben. Der Aufsichtsrat hat die Aufgabe, den Konzernabschluss zu prüfen und zu erklären, ob er den Konzernabschluss billigt.

Herzogenaurach, den 1. Februar 2022

Der Vorstand

   
Gulden Descours Freundt Hinterseher



ANLAGE 1 ZUM KONZERNANHANG

↗ T.73 ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS 2020 (in € Mio.)

	Anschaffungs- oder Herstellungskosten						Kumulierte Abschreibungen						Buchwerte	
	Stand 1.1.2020	Währungs- und sonstige Veränderungen	Zugänge/ Umbuchungen	Verände- rung im Konsolidie- rungskreis	Abgänge	Stand 31.12.2020	Stand 1.1.2020	Währungs- und sonstige Veränderungen	Zugänge/ Umbuchun- gen ⁱⁱ	Verände- rung im Konsolidie- rungskreis	Abgänge	Stand 31.12.2020	Stand 31.12.2020	Stand 31.12.2019
SACHANLAGEN														
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	171,3	13,2	6,4	-0,6	190,3	-53,4	0,9	-6,5	0,5	-58,3	131,9	117,9		
Technische Anlagen und Maschinen	21,3	-1,0	0,9	-0,1	21,1	-11,5	0,6	-2,0	0,1	-12,8	8,4	9,8		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	488,7	-18,5	51,8	-27,1	494,9	-313,4	20,1	-72,4	25,3	-340,3	154,6	175,3		
Anlagen im Bau	91,7	-31,8	53,6	-1,5	112,0						112,0	91,7		
	773,1	-38,1	112,7	-29,3	818,3	-378,3	21,7	-80,9	25,9	-411,4	406,9	394,8		



	Anschaffungs- oder Herstellungskosten						Kumulierte Abschreibungen						Buchwerte	
	Stand 1.1.2020	Währungs- und sonstige Veränderungen	Zugänge/ Umbuchungen	Verände- rung im Konsolidie- rungskreis	Abgänge	Stand 31.12.2020	Stand 1.1.2020	Währungs- und sonstige Veränderungen	Zugänge/ Umbuchungen ["]	Verände- rung im Konsolidie- rungskreis	Abgänge	Stand 31.12.2020	Stand 31.12.2020	Stand 31.12.2019
NUTZUNGSRECHTE														
Grundstücke und Gebäude – Einzelhandelsgeschäfte	509,0	-42,7	84,1		-13,2	537,2	-89,3	10,8	-114,4		10,9	-182,0	355,2	419,6
Grundstücke und Gebäude – Lager & Büros	332,0	-76,2	321,1		-10,4	566,5	-50,3	8,8	-64,3		3,6	-102,2	464,3	281,7
Sonstige (Technische Anlagen und Maschinen und Kraftfahrzeuge)	24,8	45,4	6,0		-2,7	73,4	-7,0	-3,2	-7,7		2,6	-15,3	58,1	17,7
	865,7	-73,4	411,2		-26,3	1.177,2	-146,7	16,5	-186,4		17,1	-299,6	877,6	719,0
IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE														
Geschäfts- und Firmenwerte	294,6	-6,3				288,3	-44,9		-1,9			-46,8	241,4	249,7
Immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer	144,2	-10,6				133,6	-17,7					-17,7	115,9	126,5
Andere Immaterielle Vermögenswerte	216,1	-3,9	34,8		-6,4	240,6	-137,8	3,0	-24,4		4,7	-154,6	86,1	78,3
	654,9	-20,8	34,8		-6,4	662,5	-200,4	3,0	-26,3		4,7	-219,1	443,4	454,5

1) Im Geschäftsjahr 2020 gab es keine Wertminderungsaufwendungen für Sachanlagevermögen (Vj: € 0,0 Mio., siehe Textziffer 9), Wertminderungsaufwendungen für Nutzungsrechte in Höhe von € 16,1 Mio. (Vj: € 0,0 Mio., siehe Textziffer 10) und Wertminderungsaufwendungen für Immaterielle Vermögenswerte in Höhe von € 1,9 Mio. (Vj: € 0,0 Mio., siehe Textziffer 11).

**↗ T.74 ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS 2021 (in € Mio.)**

	Anschaffungs- oder Herstellungskosten						Kumulierte Abschreibungen						Buchwerte	
	Stand 1.1.2021	Währungs- und sonstige Veränderungen	Zugänge/ Umbuchungen	Veränderung im Konsolidierungskreis	Abgänge	Stand 31.12.2021	Stand 1.1.2021	Währungs- und sonstige Veränderungen	Zugänge/ Umbuchungen ¹⁾	Veränderung im Konsolidierungskreis	Abgänge	Stand 31.12.2021	Stand 31.12.2021	Stand 31.12.2020
SACHANLAGEN														
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	190,3	5,8	6,3		-33,8	168,6	-58,3	-0,3	-6,4		18,0	-47,0	121,6	131,9
Technische Anlagen und Maschinen	21,1	89,5	35,3		-0,8	145,2	-12,8	-1,2	-6,1		0,6	-19,5	125,7	8,4
Andere Anlagen, Betriebs- und Ge- schäftsausstattung	494,9	36,6	78,5		-35,9	574,1	-340,3	-14,7	-70,7		34,6	-391,1	183,0	154,6
Anlagen im Bau	112,0	-108,3	40,5		-2,1	42,1							42,1	112,0
	818,3	23,7	160,6		-72,6	930,0	-411,4	-16,2	-83,2		53,3	-457,6	472,4	406,9



	Anschaffungs- oder Herstellungskosten						Kumulierte Abschreibungen						Buchwerte	
	Stand 1.1.2021	Währungs- und sonstige Verände- rungen	Zugänge/ Umbuchun- gen	Verände- rung im Konsolidie- rungskreis	Abgänge	Stand 31.12.2021	Stand 1.1.2021	Währungs- und sonstige Verände- rungen	Zugänge/ Umbuchun- gen ¹⁾	Verände- rung im Konsolidie- rungskreis	Abgänge	Stand 31.12.2021	Stand 31.12.2021	Stand 31.12.2020
NUTZUNGSRECHTE														
Grundstücke und Gebäude – Einzelhandelsgeschäfte	537,2	26,5	130,9		-41,1	653,5	-182,0	-8,6	-115,1		35,1	-270,6	382,9	355,2
Grundstücke und Gebäude – Lager & Büros	566,5	18,6	100,7		-18,8	667,0	-102,2	-4,1	-70,3		15,4	-161,2	505,8	464,3
Sonstige (Technische Anlagen und Maschinen und Kraftfahrzeuge)	73,4	4,1	10,3		-18,8	69,1	-15,3	-0,5	-9,3		7,9	-17,2	51,9	58,1
	1.177,2	49,2	241,9		-78,7	1.389,5	-299,6	-13,2	-194,7		58,5	-449,0	940,5	877,6
IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE														
Geschäfts- und Firmenwerte	288,3	3,2				291,5	-46,8					-46,8	244,7	241,4
Immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer	133,6	9,7				143,3	-17,7					-17,7	125,6	115,9
Andere Immaterielle Vermögenswerte	240,6	4,0	46,9		-15,0	276,5	-154,6	-0,8	-27,8		8,1	-175,1	101,6	86,1
	662,5	16,9	46,9		-15,0	711,4	-219,1	-0,8	-27,8		8,1	-239,6	471,9	443,4

1) Im Geschäftsjahr 2021 gab es keine Wertminderungsaufwendungen für Sachanlagevermögen (Vj: € 0,0 Mio., siehe Textziffer 9), Wertminderungsaufwendungen für Nutzungsrechte in Höhe von € 18,5 Mio. (Vj: € 16,1 Mio., siehe Textziffer 10) und Wertminderungsaufwendungen für Immaterielle Vermögenswerte in Höhe von € 0,0 Mio. (Vj: € 1,9 Mio., siehe Textziffer 11).



ANLAGE 2 ZUM KONZERNANHANG

ZUSAMMENSETZUNG UND MANDATE DES VORSTANDS UND DES AUFSICHTSRATS STAND: 31.12.2021

MITGLIEDER DES VORSTANDS UND MANDATE DER VORSTANDSMITGLIEDER

Bjørn Gulden

Chief Executive Officer (CEO)

Mitgliedschaft in anderen Aufsichtsräten und Kontrollgremien:

- Salling Group A/S, Brabrand/Dänemark (Vorsitzender)
- Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA, Dortmund
- Tchibo GmbH, Hamburg

Michael Lämmermann (bis 31. Mai 2021)

Chief Financial Officer (CFO)

Hubert Hinterseher (seit 1. Juni 2021)

Chief Financial Officer (CFO)

Anne-Laure Descours

Chief Sourcing Officer (CSO)

Arne Freundt (seit 1. Juni 2021)

Chief Commercial Officer (CCO)

MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS UND MANDATE DER AUFSICHTSRATSMITGLIEDER

Jean-François Palus (seit 16. Juni 2007)

(Vorsitzender)

Paris, Frankreich

Group Managing Director und Mitglied des Verwaltungsrats von Kering S.A., Paris/Frankreich,
zuständig für Strategie, Betrieb und Organisation

Mitgliedschaft in anderen Aufsichtsräten und Kontrollgremien¹⁾

- Kering Americas, Inc., New York/USA
- Kering Tokyo Investment Ltd., Tokio/Japan
- Sowind Group S.A., La Chaux-de-Fonds/Schweiz
- Guccio Gucci S.p.A., Florenz/Italien
- Gucci America, Inc., New York/USA
- Kering Eyewear S.p.A., Padua/Italien
- Yugen Kaisha Gucci LLC, Tokio/Japan
- Birdswan Solutions Ltd., Haywards Heath/West Sussex/Vereinigtes Königreich
- Paintgate Ltd., Haywards Heath/West Sussex/Vereinigtes Königreich
- Kering Asia Pacific Ltd., Hongkong/China
- Kering South East Asia Pte Ltd., Singapur
- Boucheron S.A.S., Paris/Frankreich
- Kering Beauté SAS, Paris/Frankreich
- Kering Canada Services Inc, Vancouver/Kanada
- Vestiaire Collective SA, Paris/Frankreich

1) Alle Mandate von Herrn Palus sind Mandate innerhalb der Kering-Gruppe. Kering S.A. ist eine börsennotierte Gesellschaft.
Alle anderen Gesellschaften innerhalb der Kering-Gruppe sind nicht börsennotiert.



Thore Ohlsson (seit 21. Mai 1993)
(Stellvertretender Vorsitzender)
Falsterbo, Schweden

Präsident der Elimexo AB, Falsterbo/Schweden

Mitgliedschaft in anderen Aufsichtsräten und Kontrollgremien:

- Elite Hotels AB, Stockholm/Schweden
- Tomas Frick AB, Vellinge/Schweden
- Dofab AB, Malmö/Schweden
- Orrefors Kosta Boda AB, Kosta/Schweden
- Infinitive AB, Malmö/Schweden

Héloïse Temple-Boyer (seit 18. April 2019)

Paris, Frankreich

Stellvertretende Vorstandsvorsitzende von ARTÉMIS S.A.S., Paris/Frankreich

Mitgliedschaft in anderen Aufsichtsräten und Kontrollgremien¹⁾:

- Kering S.A., Paris/Frankreich
- Giambattista Valli S.A.S., Paris/Frankreich
- Société d'exploitation de l'hebdomadaire le Point S.A., Paris/Frankreich
- Royalement Vôtre Editions S.A.S., Paris/Frankreich
- ACHP Plc, London/Vereinigtes Königreich
- Christie's International Plc, London/Vereinigtes Königreich
- Palazzo Grassi S.p.A., Venedig/Italien
- Compagnie du Ponant S.A.S., Marseille/Frankreich

Fiona May (seit 18. April 2019)

Calenzano, Italien

Unabhängige Unternehmensberaterin

Mitgliedschaft in anderen Aufsichtsräten und Kontrollgremien:

- R.C.S. Media Group Active Team Srl, Mailand/Italien

Martin Köppel (seit 25. Juli 2011)
(Arbeitnehmervertreter)
Weisendorf, Deutschland

Vorsitzender des Betriebsrats der PUMA SE

Bernd Illig (seit 9. Juli 2018)
(Arbeitnehmervertreter)
Bechhofen, Deutschland

Senior Administrator IT-Systems der PUMA SE

1) Alle Mandate sind Mandate innerhalb der ARTÉMIS-Gruppe. Kering S.A. ist eine börsennotierte Gesellschaft.



AUSSCHÜSSE DES AUFSICHTSRATS

Personalausschuss

- Jean-François Palus (Vorsitzender)
- Fiona May
- Martin Köppel

Prüfungsausschuss

- Thore Ohlsson (Vorsitzender)
- Héloïse Temple-Boyer
- Bernd Illig

Nominierungsausschuss

- Jean-François Palus (Vorsitzender)
- Héloïse Temple-Boyer
- Fiona May

Nachhaltigkeitsausschuss (seit 26. Oktober 2021)

- Fiona May (Vorsitzende)
- Héloïse Temple-Boyer
- Martin Köppel



VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht, der mit dem Lagebericht der PUMA SE für das Geschäftsjahr 2021 zusammengefasst ist, 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 des Konzerns beschrieben sind.

Herzogenaurach, den 1. Februar 2022

Der Vorstand

   
Gulden Descours Freundt Hinterseher



BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN ABSCHLUSSPRÜFERS

An die PUMA SE, Herzogenaurach

VERMERK ÜBER DIE PRÜFUNG DES KONZERNABSCHLUSSES UND DES ZUSAMMENGEFASSTEN LAGEBERICHTS

PRÜFUNGSURTEILE

Wir haben den Konzernabschluss der PUMA SE, Herzogenaurach, und ihrer Tochtergesellschaften („PUMA“ oder „der Konzern“) – bestehend aus der Konzernbilanz zum 31. Dezember 2021, der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, der Konzern-Gesamtergebnisrechnung, der Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung und der Konzern-Kapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 sowie dem Konzernanhang, einschließlich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den mit dem Lagebericht des Mutterunternehmens zusammengefassten Konzernlagebericht („zusammengefasster Lagebericht“) der PUMA SE, Herzogenaurach, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 geprüft. Die im Abschnitt „Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f und § 315d HGB“ des zusammengefassten Lageberichts enthaltene Konzernerklärung zur Unternehmensführung haben wir in Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigelegte Konzernabschluss in allen wesentlichen Belangen den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2021 sowie seiner Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 und
- vermittelt der beigelegte zusammengefasste Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns. In allen wesentlichen Belangen steht dieser zusammengefasste Lagebericht in Einklang mit dem Konzernabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Prüfungsurteil zum zusammengefassten Lagebericht erstreckt sich nicht auf den Inhalt der im Abschnitt „Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f und § 315d HGB“ des zusammengefassten Lageberichts enthaltenen Konzernerklärung zur Unternehmensführung.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts geführt hat.

GRUNDLAGE FÜR DIE PRÜFUNGSURTEILE

Wir haben unsere Prüfung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-Abschlussprüferverordnung (Nr. 537/2014; im Folgenden „EU-APrVO“) unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von den Konzernunternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den europarechtlichen sowie den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und



haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Darüber hinaus erklären wir gemäß Artikel 10 Abs. 2 Buchst. f) EU-APrVO, dass wir keine verbotenen Nichtprüfungsleistungen nach Artikel 5 Abs. 1 EU-APrVO erbracht haben. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum zusammengefassten Lagebericht zu dienen.

BESONDERS WICHTIGE PRÜFUNGSSACHVERHALTE IN DER PRÜFUNG DES KONZERNABSCHLUSSES

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen am bedeutsamsten in unserer Prüfung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung des Konzernabschlusses als Ganzem und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt; wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.

Nachfolgend stellen wir die aus unserer Sicht besonders wichtigen Prüfungssachverhalte dar:

1. Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte
2. Werthaltigkeit der Marke Cobra

Unsere Darstellung dieser besonders wichtigen Prüfungssachverhalte haben wir wie folgt strukturiert:

- a) Sachverhaltsbeschreibung (einschließlich Verweis auf zugehörige Angaben im Konzernabschluss)
- b) Prüferisches Vorgehen

1. WERTHALTIGKEIT DER GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE

- a) Im Konzernabschluss der PUMA SE werden Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von Mio. EUR 244,7 ausgewiesen, dies entspricht rd. 4,3% der Konzernbilanzsumme bzw. 10,7% des Konzerneigenkapitals.

Die Geschäfts- oder Firmenwerte werden jeweils innerhalb des Geschäftsjahres oder anlassbezogen Werthaltigkeitstests (Impairment Tests) durch die PUMA SE unterzogen. Die Werthaltigkeitstests werden mittels Unternehmensbewertungen nach der „Discounted-Cashflow-Methode“ durchgeführt. Grundlage der Bewertungen bilden die Barwerte der künftigen Cashflows, die auf der im Zeitpunkt der Durchführung der Impairment Tests gültigen Dreijahresplanung (Detailplanungszeitraum) beruhen. Dieser Detailplanungszeitraum wird danach unter Annahme von langfristigen Wachstumsraten fortgeschrieben. Die Abzinsung erfolgt mittels der gewichteten Kapitalkosten (WACC – Weighted Average Cost of Capital). Der erzielbare Betrag wird dabei auf Basis des Nutzungswertes (value in use) ermittelt, und es wird durch den Abgleich mit dem Buchwert ermittelt, ob sich hieraus ein Abwertungsbedarf ergibt.

Das Ergebnis dieser Bewertung ist in hohem Maße von der Einschätzung der gesetzlichen Vertreter über die künftigen Zahlungsmittelzuflüsse, die langfristigen Wachstumsraten sowie die zur Diskontierung verwendeten WACC-Sätze abhängig und daher mit Unsicherheiten und Ermessensspielräumen behaftet. Vor diesem Hintergrund haben wir die Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte im Rahmen unserer Prüfung als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt klassifiziert.

Die Angaben der gesetzlichen Vertreter zu den Geschäfts- oder Firmenwerten sind im Konzernanhang in Kapitel 2 „Wesentliche Konsolidierungs-, Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“ sowie in Kapitel 11 „Immaterielle Vermögenswerte“ enthalten.



- b) Im Rahmen unseres risikoorientierten Prüfungsansatzes haben wir insbesondere das methodische Vorgehen zur Durchführung der Impairment Tests nachvollzogen. Wir haben uns davon überzeugt, dass das verwendete Bewertungsmodell die konzeptionellen Anforderungen der relevanten Standards sachgerecht abbildet, ob die erforderlichen Inputdaten vollständig und sachgerecht ermittelt und übernommen werden, sowie ob die Berechnungen in dem Modell korrekt erfolgen. Ob die bei der Berechnung verwendeten künftigen Zahlungsmittelzuflüsse eine sachgerechte Grundlage bilden, haben wir insbesondere durch deren Abgleich mit der aktuellen Dreijahresplanung sowie durch Befragung der gesetzlichen Vertreter oder von ihnen benannter Personen zu den wesentlichen Annahmen dieser Planung überprüft. Darüber hinaus haben wir die Planungsprämissen unter Berücksichtigung allgemeiner und branchenspezifischer Markterwartungen kritisch gewürdigt.

Da ein bedeutender Teil des jeweiligen Nutzungswerts aus prognostizierten Zahlungsmittelzuflüssen für die Zeit nach dem Detailplanungszeitraum resultiert (Phase der ewigen Rente), haben wir insbesondere die für die Phase der ewigen Rente angesetzte nachhaltige Wachstumsrate anhand von allgemeinen und branchenspezifischen Markterwartungen kritisch gewürdigt. Da bereits relativ kleine Veränderungen des verwendeten Diskontierungssatzes wesentliche Auswirkungen auf die Höhe des erzielbaren Betrags haben können, haben wir auch die bei der Bestimmung des zur Diskontierung verwendeten WACC-Satzes herangezogenen Parameter unter Einbindung von internen Spezialisten aus dem Bereich Financial Advisory validiert und das Berechnungsschema nachvollzogen.

Aufgrund der möglichen materiellen Bedeutung und aufgrund der Tatsache, dass die Bewertung der Geschäfts- oder Firmenwerte auch von volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen abhängt, die außerhalb der Einflussmöglichkeit des Konzerns liegen, haben wir ergänzend die von der PUMA SE durchgeführten Sensitivitätsanalysen für die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten (CGUs) mit geringer Überdeckung kritisch durchgesehen, um ein mögliches Wertminderungsrisiko bei einer Änderung wesentlicher Bewertungsparameter einschätzen zu können.

2. WERTHALTIGKEIT DER MARKE COBRA

- a) Im Konzernabschluss der PUMA SE wird für die Marke Cobra ein Markenwert in Höhe von Mio. EUR 125,6 mit unbestimmter Nutzungsdauer ausgewiesen, dies entspricht rd. 2,2% der Konzernbilanzsumme bzw. 5,5% des Konzerneigenkapitals.

Die Marke Cobra wird von der PUMA SE innerhalb des Geschäftsjahres oder anlassbezogen einem Werthaltigkeitstest (Impairment Test) unterzogen. Der Werthaltigkeitstest wird von der PUMA SE nach der Lizenzpreisanalogiemethode (Relief-from-Royalty-Method) durchgeführt. Nach diesem Verfahren ergibt sich der Wert einer Marke aus zukünftigen Lizenzzahlungen, die zu entrichten wären, wenn die Marke von einem Dritten lizenziert werden müsste. Dem Bewertungsmodell liegen prognostizierte Umsatzerlöse der Marke Cobra zugrunde, die auf der im Zeitpunkt der Durchführung des Impairment Tests gültigen Dreijahresplanung (Detailplanungszeitraum) beruhen. Dieser Detailplanungszeitraum wird danach unter Annahme von langfristigen Wachstumsraten fortgeschrieben. Die Abzinsung erfolgt mittels der gewichteten Kapitalkosten (WACC – Weighted Average Cost of Capital). Der erzielbare Betrag wird dabei auf Basis des Nutzungswertes (value in use) ermittelt, und es wird durch den Vergleich mit dem Buchwert ermittelt, ob sich hieraus ein Abwertungsbedarf ergibt. Bei Vorliegen von Anhaltspunkten für eine Wertminderung der eigengenutzten Marke wird die Werthaltigkeit der Marke über den erzielbaren Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheit beurteilt, welcher die Marke zuzurechnen ist.

Das Ergebnis dieser Bewertung ist in hohem Maße von der Einschätzung der gesetzlichen Vertreter über die künftigen Umsatzerlöse der Marke Cobra, die anzusetzende Lizenzrate, die langfristige Wachstumsrate sowie den zur Diskontierung verwendeten WACC-Satz abhängig und daher mit Unsicherheiten und Ermessensspielräumen behaftet. Vor diesem Hintergrund wurde die Werthaltigkeit der Marke Cobra im Rahmen unserer Prüfung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt klassifiziert.



Die Angaben der gesetzlichen Vertreter zur Marke Cobra sind im Konzernanhang in Kapitel 2 „Wesentliche Konsolidierungs-, Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“ sowie in Kapitel 11 „Immaterielle Vermögenswerte“ enthalten.

- b) Zunächst haben wir unter Anwendung unseres risikoorientierten Prüfungsansatzes die Systematik des Vorstands zur Bewertung der Marke Cobra anhand der uns vorliegenden Informationen und in Gesprächen mit den gesetzlichen Vertretern und mit von ihnen benannten Personen untersucht und beurteilt, dass keine Anhaltspunkte für eine Wertminderung der eigengenutzten Marke vorliegen und die Werthaltigkeit der Marke einzeln anhand der Lizenzpreisanalogiemethode im Rahmen des Impairment Tests beurteilt werden kann. Wir haben das methodische Vorgehen zur Durchführung des Impairment Tests über die Lizenzpreisanalogiemethode nachvollzogen. Diesbezüglich haben wir analysiert, ob das Bewertungsmodell die konzeptionellen Anforderungen der relevanten Standards sachgerecht abbildet, ob die erforderlichen Inputdaten vollständig und sachgerecht ermittelt und übernommen werden und ob die Berechnungen in dem Modell korrekt erfolgen. Ob die bei der Berechnung verwendeten künftig zu erwartenden Umsatzerlöse (Cobra branded sales) eine sachgerechte Grundlage bilden, haben wir insbesondere durch deren Abgleich mit der aktuellen Dreijahresplanung sowie durch Befragung der gesetzlichen Vertreter und mit von ihnen benannten Personen zu den wesentlichen Planungsannahmen auf Plausibilität untersucht. Darüber hinaus haben wir die Planung unter Berücksichtigung allgemeiner und branchenspezifischer Markterwartungen kritisch gewürdigt. Da ein bedeutender Teil des Nutzungswerts aus prognostizierten Umsatzerlösen für die Zeit nach der Dreijahresplanung resultiert (Phase der ewigen Rente), haben wir vor allem die in der Phase der ewigen Rente angesetzte nachhaltige Wachstumsrate anhand von allgemeinen und branchenspezifischen Markterwartungen plausibilisiert. Da bereits relativ kleine Veränderungen der erwarteten Lizenzrate sowie des verwendeten Diskontierungssatzes wesentliche Auswirkungen auf die Höhe des Nutzungswerts haben können, haben wir auch die bei der erwarteten Lizenzrate und bei der Bestimmung des verwendeten Diskontierungszinssatzes herangezogenen Parameter unter Einbeziehung von internen Bewertungsspezialisten aus dem Bereich Financial Advisory beurteilt und das Berechnungsschema validiert. Die verwendete Lizenzrate wurde von uns zusätzlich anhand branchenüblicher Durchschnittswerte auf Grundlage allgemein zugänglicher Brancheninformationen kritisch gewürdigt.

Aufgrund der möglichen materiellen Bedeutung und aufgrund der Tatsache, dass die Bewertung der Marke auch von volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen abhängt, die außerhalb der Einflussmöglichkeit des Konzerns liegen, haben wir ergänzend die von der PUMA SE durchgeführten Sensitivitätsanalysen für die Marke Cobra kritisch gewürdigt, um ein mögliches Wertminderungsrisiko bei einer Änderung wesentlicher Bewertungsparameter einschätzen zu können.

SONSTIGE INFORMATIONEN

Die gesetzlichen Vertreter bzw. der Aufsichtsrat sind für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen:

- den Bericht des Aufsichtsrats,
- die im Abschnitt „Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f und § 315d HGB“ des zusammengefassten Lageberichts enthaltene Konzernerklärung zur Unternehmensführung,
- den gesonderten zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht, auf den im zusammengefassten Lagebericht Bezug genommen und der uns voraussichtlich nach dem Datum dieses Bestätigungsvermerks zur Verfügung gestellt wird,
- die Versicherungen der gesetzlichen Vertreter nach § 297 Abs. 2 Satz 4 HGB zum Konzernabschluss bzw. nach § 315 Abs. 1 Satz 5 HGB zum zusammengefassten Lagebericht und
- alle übrigen Teile des Geschäftsberichts, der nach Erteilung dieses Bestätigungsvermerks veröffentlicht wird,
- aber nicht den Konzernabschluss, nicht die inhaltlich geprüften Angaben im zusammengefassten Lagebericht und nicht unseren dazugehörigen Bestätigungsvermerk.



Der Aufsichtsrat ist für den Bericht des Aufsichtsrats verantwortlich. Für die Erklärung nach § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex, die Bestandteil der im Abschnitt „Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f und § 315d HGB“ des zusammengefassten Lageberichts enthaltenen Konzernerkklärung zur Unternehmensführung ist, sind die gesetzlichen Vertreter und der Aufsichtsrat verantwortlich. Im Übrigen sind die gesetzlichen Vertreter für die sonstigen Informationen verantwortlich.

Unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum zusammengefassten Lagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Prüfung haben wir die Verantwortung, die oben genannten sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Konzernabschluss, zu den inhaltlich geprüften Angaben im zusammengefassten Lagebericht oder zu unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER UND DES AUFSICHTSRATS FÜR DEN KONZERNABSCHLUSS UND DEN ZUSAMMENGEFASSTEN LAGEBERICHT

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Konzernabschlusses, der den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Konzernabschluss unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Konzernabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmensaktivität zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte im Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmensaktivität, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmensaktivität zu bilanzieren, es sei denn, es besteht die Absicht, den Konzern zu liquidieren oder der Einstellung des Geschäftsbetriebs, oder es besteht keine realistische Alternative dazu.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des zusammengefassten Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines zusammengefassten Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im zusammengefassten Lagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses des Konzerns zur Aufstellung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts.



VERANTWORTUNG DES ABSCHLUSSPRÜFERS FÜR DIE PRÜFUNG DES KONZERNABSCHLUSSES UND DES ZUSAMMENGEFASSTEN LAGEBERICHTS

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Konzernabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der zusammengefasste Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum zusammengefassten Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-APrVO unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Konzernabschlusses und zusammengefassten Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Konzernabschluss und im zusammengefassten Lagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Konzernabschlusses relevanten internen Kontrollsysten und den für die Prüfung des zusammengefassten Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme abzugeben.
- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmensaktivität sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmensaktivität aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Konzernabschluss und im zusammengefassten Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass der Konzern seine Unternehmensaktivität nicht mehr fortführen kann.
- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Konzernabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Konzernabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Konzernabschluss unter Beachtung der IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt.



- holen wir ausreichende geeignete Prüfungsnachweise für die Rechnungslegungsinformationen der Unternehmen oder Geschäftstätigkeiten innerhalb des Konzerns ein, um Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum zusammengefassten Lagebericht abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Überwachung und Durchführung der Konzernabschlussprüfung. Wir tragen die alleinige Verantwortung für unsere Prüfungsurteile.
- beurteilen wir den Einklang des zusammengefassten Lageberichts mit dem Konzernabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage des Konzerns.
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im zusammengefassten Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsysteem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Wir geben gegenüber den für die Überwachung Verantwortlichen eine Erklärung ab, dass wir die relevanten Unabhängigkeitsanforderungen eingehalten haben, und erörtern mit ihnen alle Beziehungen und sonstigen Sachverhalte, von denen vernünftigerweise angenommen werden kann, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, und die hierzu getroffenen Schutzmaßnahmen.

Wir bestimmen von den Sachverhalten, die wir mit den für die Überwachung Verantwortlichen erörtert haben, diejenigen Sachverhalte, die in der Prüfung des Konzernabschlusses für den aktuellen Berichtszeitraum am bedeutsamsten waren und daher die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte sind. Wir beschreiben diese Sachverhalte im Bestätigungsvermerk, es sei denn, Gesetze oder andere Rechtsvorschriften schließen die öffentliche Angabe des Sachverhalts aus.

SONSTIGE GESETZLICHE UND ANDERE RECHTLICHE ANFORDERUNGEN

VERMERK ÜBER DIE PRÜFUNG DER FÜR ZWECKE DER OFFENLEGUNG ERSTELLTEN ELEKTRONISCHEN WIEDERGABEN DES KONZERNABSCHLUSSES UND DES ZUSAMMENGEFASSTEN LAGEBERICHTS NACH § 317 ABS. 3A HGB

PRÜFUNGSURTEIL

Wir haben gemäß § 317 Abs. 3a HGB eine Prüfung mit hinreichender Sicherheit durchgeführt, ob die in der bereitgestellten Datei, die den SHA-256-Wert 6682208690E515B6958422383E9C78A7F585F6F7D64E36E2C2DCC 02B864AC646 aufweist, enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts (im Folgenden auch als „ESEF-Unterlagen“ bezeichnet) den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat („ESEF-Format“) in allen wesentlichen Belangen entsprechen. In Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften erstreckt sich diese Prüfung nur auf die Überführung der Informationen des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts in das ESEF-Format und daher weder auf die in diesen Wiedergaben enthaltenen noch auf andere in der oben genannten Datei enthaltene Informationen.

Nach unserer Beurteilung entsprechen die in der oben genannten bereitgestellten Datei enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts in allen wesentlichen Belangen den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat. Über dieses Prüfungsurteil sowie unsere im voranstehenden „Vermerk über die Prüfung



des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts“ enthaltenen Prüfungsurteile zum beigefügten Konzernabschluss und zum beigefügten zusammengefassten Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 hinaus geben wir keinerlei Prüfungsurteil zu den in diesen Wiedergaben enthaltenen Informationen sowie zu den anderen in der oben genannten Datei enthaltenen Informationen ab.

GRUNDLAGE FÜR DAS PRÜFUNGSURTEIL

Wir haben unsere Prüfung der in der oben genannten bereitgestellten Datei enthaltenen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 Abs. 3a HGB unter Beachtung des IDW Prüfungsstandards: Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben von Abschlüssen und Lageberichten nach § 317 Abs. 3a HGB (IDW PS 410 (10.2021)) durchgeführt. Unsere Verantwortung danach ist im Abschnitt „Verantwortung des Konzernabschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen“ weitergehend beschrieben. Unsere Wirtschaftsprüferpraxis hat die Anforderungen an das Qualitätssicherungssystem des IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1) angewendet.

VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER UND DES AUFSICHTSRATS FÜR DIE ESEF-UNTERLAGEN

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Erstellung der ESEF-Unterlagen mit den elektronischen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 1 HGB und für die Auszeichnung des Konzernabschlusses nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 2 HGB.

Ferner sind die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Erstellung der ESEF-Unterlagen zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat sind.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Prozesses der Erstellung der ESEF-Unterlagen als Teil des Rechnungslegungsprozesses.

VERANTWORTUNG DES KONZERNABSCHLUSSPRÜFERS FÜR DIE PRÜFUNG DER ESEF-UNTERLAGEN

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die ESEF-Unterlagen frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB sind. Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – Verstöße gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.
- gewinnen wir ein Verständnis von den für die Prüfung der ESEF-Unterlagen relevanten internen Kontrollen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Kontrollen abzugeben.
- beurteilen wir die technische Gültigkeit der ESEF-Unterlagen, d.h. ob die die ESEF-Unterlagen enthaltende bereitgestellte Datei die Vorgaben der Delegierten Verordnung (EU) 2019/815 in der zum Abschlussstichtag geltenden Fassung an die technische Spezifikation für diese Datei erfüllt.
- beurteilen wir, ob die ESEF-Unterlagen eine inhaltsgleiche XHTML-Wiedergabe des geprüften Konzernabschlusses und des geprüften zusammengefassten Lageberichts ermöglichen.
- beurteilen wir, ob die Auszeichnung der ESEF-Unterlagen mit Inline XBRL-Technologie (iXBRL) nach Maßgabe der Artikel 4 und 6 der Delegierten Verordnung (EU) 2019/815 in der zum Abschlussstichtag



geltenden Fassung eine angemessene und vollständige maschinenlesbare XBRL-Kopie der XHTML-Wiedergabe ermöglicht.

ÜBRIGE ANGABEN GEMÄß ARTIKEL 10 EU-APRVO

Wir wurden von der Hauptversammlung am 5. Mai 2021 als Konzernabschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 26. Mai 2021 vom Aufsichtsrat beauftragt. Wir sind ununterbrochen seit dem Geschäftsjahr 2012 als Konzernabschlussprüfer der PUMA SE, Herzogenaurach, tätig.

Wir erklären, dass die in diesem Bestätigungsvermerk enthaltenen Prüfungsurteile mit dem zusätzlichen Bericht an den Prüfungsausschuss nach Artikel 11 EU-APrVO (Prüfungsbericht) in Einklang stehen.

SONSTIGER SACHVERHALT – VERWENDUNG DES BESTÄTIGUNGSVERMERKS

Unser Bestätigungsvermerk ist stets im Zusammenhang mit dem geprüften Konzernabschluss und dem geprüften zusammengefassten Lagebericht sowie den geprüften ESEF-Unterlagen zu lesen. Der in das ESEF-Format überführte Konzernabschluss und zusammengefasste Lagebericht – auch die im Bundesanzeiger bekanntzumachenden Fassungen – sind lediglich elektronische Wiedergaben des geprüften Konzernabschlusses und des geprüften zusammengefassten Lageberichts und treten nicht an deren Stelle. Insbesondere ist der ESEF-Vermerk und unser darin enthaltenes Prüfungsurteil nur in Verbindung mit den in elektronischer Form bereitgestellten geprüften ESEF-Unterlagen verwendbar.

VERANTWORTLICHER WIRTSCHAFTSPRÜFER

Der für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüfer ist Dr. Thomas Reitmayer.

München, den 2. Februar 2022

Deloitte GmbH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

(Dr. Thomas Reitmayer)

Wirtschaftsprüfer

(Stefan Otto)

Wirtschaftsprüfer



ZUSÄTZLICHE INFORMATIONEN

- 324 Die PUMA-Aktie
- 326 PUMA im Jahresvergleich
- 328 Entwicklung PUMA Konzern
- 331 Impressum





DIE PUMA-AKTIE

Die PUMA-Aktie verzeichnete im Geschäftsjahr 2021 eine sehr positive Kursentwicklung. Der Schlusskurs der PUMA-Aktie lag am letzten Handelstag im Jahr 2021 (30. Dezember) bei € 107,50 und somit um 16,5% höher als der Schlusskurs des Vorjahrs. Die Marktkapitalisierung des PUMA-Konzerns erhöhte sich entsprechend von € 13,8 Milliarden am Ende des Jahres 2020 auf € 16,1 Milliarden zum Jahresende 2021. Die PUMA-Aktie startete mit einem Kurs von € 92,28 in das Jahr 2021 und bewegte sich in den folgenden zwölf Monaten in einem Bereich zwischen € 80,42 (27. Januar 2021 / -12,8%) und € 114,70 (19. November 2021 / +24,3%). Das tägliche Handelsvolumen der PUMA-Aktie verringerte sich von durchschnittlich 423 Tausend Stücken im Vorjahr auf durchschnittlich 281 Tausend Stücke im Geschäftsjahr 2021. Im Vergleich zum MDAX, welcher im Jahr 2021 einen Kursanstieg von 13,5% verzeichnete, konnte die PUMA-Aktie eine bessere Kursentwicklung aufweisen. Im Zuge der Erweiterung des DAX von 30 auf 40 Mitglieder ist die PUMA-Aktie seit September 2021 in den Börsenindex der größten Unternehmen des deutschen Aktienmarktes aufgestiegen.

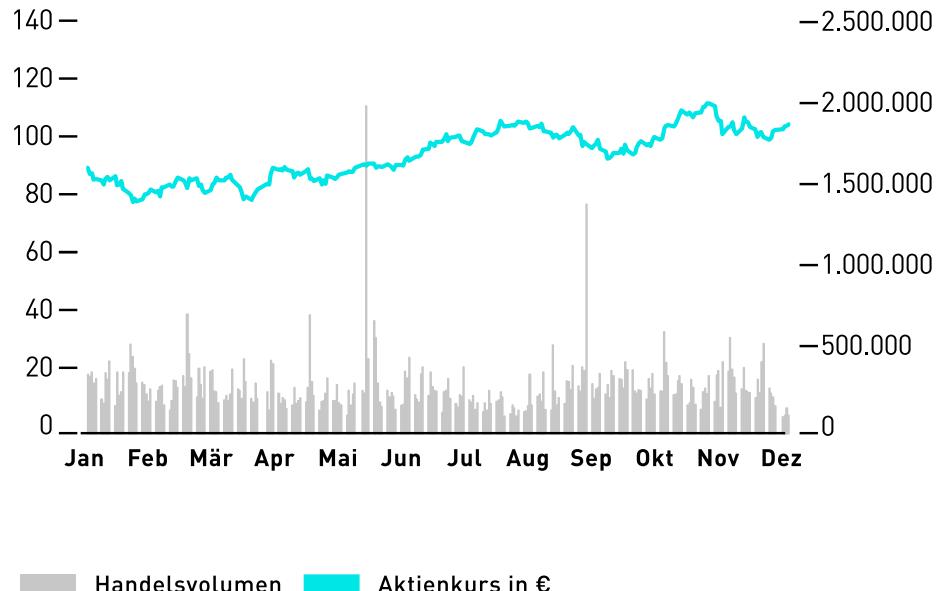
↗ T.01 KENNZAHLEN JE AKTIE*

		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Jahresschlusskurs	€	107,50	92,28	68,35	42,70	36,30	24,97	19,87
Höchstkurs	€	114,70	92,28	72,95	52,50	39,14	24,97	21,29
Tiefstkurs	€	80,42	42,14	43,00	31,70	24,35	16,82	14,19
Tägliches Handelsvolumen (Ø)	Stück in Tausend	281	423	387	444	67	34	94
Ergebnis je Aktie	€	2,07	0,53	1,76	1,25	9,09	4,17	2,48
Brutto Cashflow je Aktie	€	5,49	3,50	4,71	2,66	2,21	1,22	0,90
Free Cashflow (vor Akquisitionen) je Aktie	€	1,85	1,85	2,22	1,00	0,86	0,38	-0,66
Eigenkapital je Aktie	€	15,23	11,79	12,84	11,52	11,09	11,53	10,84
Dividende je Aktie	€	0,72	0,16	0,50	0,35	1,25**	0,08	0,05

* Die Angaben für die Vorjahre wurden rückwirkend an den Aktiensplit, der im 2. Quartal 2019 durchgeführt wurde, im Verhältnis 1:10 angepasst

** einmalige Sonderdividende



↗ G.01 ENTWICKLUNG PUMA AKTIE / HANDELSVOLUMEN

■ Handelsvolumen ■ Aktienkurs in €

↗ G.02 JAHRESVERGLEICH KURSVERLAUF – INDIZIERT

Die PUMA-Aktie ist seit 1986 zum regulierten Markt der deutschen Wertpapierbörsen zugelassen. Sie notiert im Prime Standard Segment und gehört dem Large-Cap-Index DAX der Deutschen Börse an. Darüber hinaus wurde erneut die Mitgliedschaft in dem FTSE4Good Index bestätigt.



PUMA IM JAHRESVERGLEICH

↗ T.02 PUMA IM JAHRESVERGLEICH (in € Mio.)

	2021	2020	Veränderung
Umsatz			
Konsolidierte Umsätze	6.805,4	5.234,4	30,0%
- Schuhe	3.163,6	2.367,6	33,6%
- Textilien	2.517,3	1.974,1	27,5%
- Accessoires	1.124,5	892,7	26,0%
Operative Indikatoren			
Rohertrag	3.257,8	2.458,0	32,5%
Operatives Ergebnis (EBIT)	557,1	209,2	166,3%
Gewinn vor Steuern (EBT)	505,3	162,3	211,2%
Konzernergebnis	309,6	78,9	292,4%
Profitabilität und Rentabilität			
Rohertragsmarge	47,9%	47,0%	0,9%pt
Umsatzrendite, brutto (Gewinn vor Steuern, EBT)	7,4%	3,1%	4,3%pt
Umsatzrendite, netto (Konzernergebnis)	4,5%	1,5%	3,0%pt
Return on capital employed (ROCE)	31,9%	15,1%	16,8%pt
Return on equity (ROE)	13,6%	4,5%	9,1%pt
Bilanzkennzahlen			
Eigenkapital	2.278,5	1.763,9	29,2%
- Eigenkapitalquote	39,8%	37,7%	2,1%pt
Nettoumlaufvermögen (Working Capital)	727,9	465,8	56,3%
- in % vom konsolidierten Umsatz	10,7%	8,9%	1,8%pt
Kapitalfluss und Investitionen			
Brutto Cashflow	821,2	522,8	57,1%
Freier Cashflow	276,2	276,0	0,1%
Investitionen (vor Akquisition)	202,4	151,0	34,1%
Mittelverwendung für Akquisition	0,0	0,0	-



	2021	2020	Veränderung
Mitarbeiter			
Anzahl (Jahresdurchschnitt)	14.846	13.016	14,1%
Umsatz pro Mitarbeiter (T€)	458,4	402,2	14,0%
PUMA Aktie			
Aktienkurs (in €)	107,50	92,28	16,5%
Durchschn. ausstehende Aktien (Mio. Stück)	149,59	149,56	0,0%
Anzahl der ausstehenden Aktien zum 31.12. (in Mio. Stück)	149,61	149,58	0,0%
Gewinn je Aktie (in €)	2,07	0,53	292,3%
Marktkapitalisierung	16.083	13.804	16,5%
Durchschnittl. Handelsvolumen (Stück pro Tag)	281.047	422.629	-33,5%



ENTWICKLUNG PUMA KONZERN

↗ T.03 ENTWICKLUNG PUMA KONZERN (in € Mio.)

	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
Umsatz										
Konsolidierte Umsätze	6.805,4	5.234,4	5.502,2	4.648,3	4.135,9	3.626,7	3.387,4	2.972,0	2.985,3	3.270,7
- Veränderung in %	30,0%	-4,9%	18,4%	12,4%	14,0%	7,1%	14,0%	-0,4%	-8,7%	8,7%
- Schuhe	3.163,6	2.367,6	2.552,5	2.184,7	1.974,5	1.627,0	1.506,1	1.282,7	1.372,1	1.595,2
- Textilien	2.517,3	1.974,1	2.068,7	1.687,5	1.441,4	1.333,2	1.244,8	1.103,1	1.063,8	1.151,9
- Accessoires	1.124,5	892,7	881,1	776,1	719,9	666,5	636,4	586,3	549,4	523,6
Operative Indikatoren										
Rohertrag	3.257,8	2.458,0	2.686,4	2.249,4	1.954,3	1.656,4	1.540,2	1.385,4	1.387,5	1.579,0
- Rohertragsmarge	47,9%	47,0%	48,8%	48,4%	47,3%	45,7%	45,5%	46,6%	46,5%	48,3%
Lizenz- und Provisionserlöse	23,9	16,1	25,1	16,3	15,8	15,7	16,5	19,4	20,8	19,2
Operatives Ergebnis (EBIT) ⁱⁱ	557,1	209,2	440,2	337,4	244,6	127,6	96,3	128,0	191,4	290,7
- EBIT Marge	8,2%	4,0%	8,0%	7,3%	5,9%	3,5%	2,8%	4,3%	6,4%	8,9%
Gewinn vor Steuern (EBT)	505,3	162,3	417,6	313,4	231,2	118,9	85,0	121,8	53,7	112,3
- EBT Marge (Umsatzrendite, brutto)	7,4%	3,1%	7,6%	6,7%	5,6%	3,3%	2,5%	4,1%	1,8%	3,4%
Konzernergebnis	309,6	78,9	262,4	187,4	135,8	62,4	37,1	64,1	5,3	70,2
- Marge (Umsatzrendite, netto)	4,5%	1,5%	4,8%	4,0%	3,3%	1,7%	1,1%	2,2%	0,2%	2,1%



	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
Aufwand										
Marketing/Retail	1.309,1	1.050,2	1.112,1	931,2	822,9	732,3	697,6	599,7	544,1	609,3
Personal	712,4	583,7	640,5	553,8	549,1	493,1	483,8	425,3	415,7	438,8
Bilanzkennzahlen										
Bilanzsumme	5.728,3	4.684,1	4.378,2	3.207,2	2.853,8	2.765,1	2.620,3	2.549,9	2.308,5	2.530,3
Eigenkapital	2.278,5	1.763,9	1.902,3	1.722,2	1.656,7	1.722,2	1.619,3	1.618,3	1.497,3	1.597,4
- Eigenkapitalquote	39,8%	37,7%	43,4%	53,7%	58,1%	62,3%	61,8%	63,5%	64,9%	63,1%
Nettoumlaufvermögen (Working Capital)	727,9	465,8	549,4	503,9	493,9	536,6	532,9	455,7	528,4	623,7
- davon Vorräte	1.492,2	1.138,0	1.110,2	915,1	778,5	718,9	657,0	571,5	521,3	552,5
Kapitalfluss										
Freier Cashflow	276,2	276,0	330,0	172,9	128,5	49,7	-98,9	39,3	29,2	-8,2
Investitionen (inkl. Akquisitionen)	202,4	151,0	218,4	130,2	122,9	91,1	79,5	96,4	76,3	172,9
Return-Kennzahlen										
Return on equity (ROE)	13,6%	4,5%	13,8%	10,9%	8,2%	3,6%	2,3%	4,0%	0,4%	4,4%
Return on capital employed (ROCE)	31,9%	15,1%	29,6%	25,8%	20,7%	10,3%	7,9%	11,5%	5,6%	8,6%
Weitere Informationen										
Anzahl der Mitarbeiter (Jahresende)	16.125	14.374	14.332	12.894	11.787	11.495	11.351	11.267	10.982	11.290
Anzahl der Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt)	14.846	13.016	13.348	12.192	11.389	11.128	10.988	10.830	10.750	10.935



	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
PUMA Aktie*										
Aktienkurs (in €)	107,50	92,28	68,35	42,70	36,30	24,97	19,87	17,26	23,50	22,49
Gewinn je Aktie (in €)	2,07	0,53	1,76	1,25	0,91	0,42	0,25	0,43	0,04	0,47
Durchschn. ausstehende Aktien (in Mio. Stück)	149,59	149,56	149,52	149,47	149,43	149,40	149,40	149,40	149,40	149,67
Anzahl der ausstehenden Aktien zum 31.12. (in Mio. Stück)	149,61	149,58	149,55	149,51	149,46	149,40	149,40	149,40	149,40	149,39
Marktkapitalisierung	16.083	13.804	10.222	6.384	5.426	3.730	2.968	2.578	3.511	3.359

1) EBIT vor Sondereffekten

* Die Angaben für die Vorjahre wurden rückwirkend an den Aktiensplit, der im 2. Quartal 2019 durchgeführt wurde, im Verhältnis 1:10 angepasst



IMPRESSUM

PUBLISHER

PUMA SE
PUMA Way 1
91074 Herzogenaurach
Germany
+49 (0)9132 81-0
www.about.puma.com

CORPORATE COMMUNICATIONS

Kerstin Neuber
Senior Head of Communications
kerstin.neuber@puma.com

INVESTOR RELATIONS

Gottfried Hoppe
Teamhead Investor Relations & Finance Strategy
gottfried.hoppe@puma.com

PEOPLE & ORGANIZATION

Dietmar Knoess
Global Director People & Organization
dietmar.knoess@puma.com

SUSTAINABILITY

Stefan Seidel
Head of Corporate Sustainability
stefan.seidel@puma.com

DESIGN AND REALISATION

3st kommunikation GmbH
www.3st.de