



ABOUT PERFORMANCE

An unsere Aktionäre



Bjørn Gulden, Chief Executive Officer (CEO)



CEO-LETTER



➔ **BJØRN GULDEN**
CHIEF EXECUTIVE OFFICER PUMA

LIEBE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

Es wäre sehr viel leichter gewesen, wenn ich dieses Vorwort vor drei Monaten hätte schreiben müssen. Zu der Zeit hatten wir gerade das beste Jahr in PUMAs Unternehmensgeschichte mit einem Umsatz von € 5,5 Milliarden und einem EBIT von € 440 Millionen beendet – das beste Ergebnis, das PUMA jemals erzielt hat. Alle Regionen und Produktbereiche wiesen ein zweistelliges Wachstum auf. Alle Geschäftsbereiche verbuchten Zuwachsraten und wir hatten das Gefühl, dass die Marke PUMA in allen Märkten der Welt sehr viel stärker geworden war. Unser Auftragsbestand für das Jahr 2020 war äußerst gut und deutete auf ein starkes und ausbalanciertes Wachstum in allen Regionen hin. Wir hatten uns sehr auf dieses Jahr gefreut.

Im Januar verzeichnete unser Großhandelsgeschäft sehr gute Zahlen, unser eCommerce-Geschäft entwickelte sich hervorragend und wir verbuchten Rekordumsätze in unseren eigenen Geschäften. Und dann – in den letzten beiden Januarwochen inmitten der chinesischen Neujahrsfeierlichkeiten – brach COVID-19 in der Stadt Wuhan in China aus. Der chinesische Markt wurde daraufhin praktisch komplett geschlossen. Dies betraf sowohl den Einzelhandel als auch die Produktion. In den darauffolgenden sechs Wochen existierte so gut wie kein Geschäft in China – außer dem Online-Handel. Die anderen asiatischen Länder, vor allem diejenigen, die normalerweise von vielen chinesischen Touristen profitieren, waren ebenfalls dramatisch betroffen. Unser Hauptaugenmerk lag vor allem darauf, unsere Mitarbeiter in China so gut wie möglich zu schützen, die Probleme in der Lieferkette zu beheben, indem wir Lieferungen aus anderen Ländern sicherstellten, und die finanziellen Auswirkungen durch die Schließung des Einzelhandels in China zu begrenzen. Unsere Umsätze in den restlichen Teilen der Welt waren sehr gut, und niemand von uns hatte erwartet, dass sich COVID-19 zu einer weltweiten Pandemie entwickeln würde. Wir lagen falsch.

Als sich China ab Mitte März zu erholen begann, verbreitete sich das Virus allmählich in der ganzen Welt. Am Ende des Monats waren im Grunde 80% unserer Geschäfte geschlossen – sowohl unsere eigenen als auch die unserer Geschäftspartner. Die meisten unserer Einzelhandelspartner hatten auch ihre Lager geschlossen und nahmen keine Waren mehr an. Der einzige Verkaufskanal, der weiterhin funktionierte, war der Online-Handel. Und obwohl unser eCommerce-Geschäft um fast 50% wächst, kann es nicht annähernd den Umsatzverlust aus dem stationären Handel auffangen, gerade weil es in normalen Zeiten lediglich 10% unseres Geschäfts ausmacht. COVID-19 traf PUMA in einem Quartal, das ohne diese Pandemie großartig ausgefallen wäre.

Diese Entwicklung setzte sich im April fort. Während sich der chinesische Markt im Moment erholt und einige andere asiatische Märkte, wie Südkorea und Japan, sich ebenfalls auf dem Wege der Besserung befinden, können hingegen im Rest der Welt Sport- und Sportlifestyle-Produkte noch immer nicht verkauft werden. Einige Geschäfte in den Niederlanden, Österreich und Deutschland sind zwar schon wieder geöffnet und in Schweden wurden sie nie geschlossen. Allerdings ist es derzeit noch zu früh, von einer Erholung zu sprechen. Unsere Industrie befindet sich nach wie vor in einer Krise, da rund 70% bis 80% aller Verkaufsflächen nach wie vor nicht geöffnet, fast alle sportlichen Aktivitäten untersagt und die Konsumenten weltweit um ihre Gesundheit besorgt sind.



Von Beginn an sind wir dieser schwierigen Situation mit dem Mantra begegnet, diese Krise kurzfristig zu bewältigen, ohne unser mittelfristiges Wachstum zu behindern. Das heißt, dass wir diese Phase der heftigen Umsatzeinbußen überleben und danach das sich erholende Geschäft in den wieder geöffneten Märkten und Kanälen stabilisieren werden. Schließlich werden wir PUMAs Dynamik nutzen, um 2021 wieder zu wachsen.

Um diese Krise zu bewältigen, arbeiten wir eng mit all unseren Partnern wie Einzelhändlern, Zulieferern, Vermietern, Banken und Behörden zusammen. Wir reduzieren Kosten und Auszahlungen, wo immer möglich, und sichern uns zusätzliche Finanzierung, damit wir gemeinsam mit unseren Partnern unsere Wertschöpfungskette in dieser Zeit aufrechterhalten können. Die Aussetzung der Dividende und der Verzicht des Vorstands auf 100% des Gehalts bzw. des gehobenen Managements auf 25% - 35% des Gehalts sind notwendige Maßnahmen, um unter diesen Umständen zusätzliche Finanzierung zu sichern.

Ich bin sehr beeindruckt davon, wie alle unsere Mitarbeiter und die meisten unserer Partner mit uns in diesen schwierigen Wochen kooperiert haben. Unser Ziel ist es, gemeinsam durch diese Krise zu kommen.

Derzeit erstellen wir sehr viel digitale Marketinginhalte und -materialien, um mit unseren Konsumenten in Verbindung zu bleiben. Dadurch konnten wir mehr Kunden zu unseren Online-Shops leiten. Wir stellen auch gerade die Kollektionen für Frühjahr/ Sommer 2021 fertig und wir garantieren allen Einzelhandelspartnern, dass wir die Kollektionen digital reinverkaufen können. Investitionen in Produktentwicklung haben wir nicht gekürzt und wir werden vollständige, neue Kollektionen in allen Produktkategorien und -bereichen für Frühjahr/ Sommer 2021 und Herbst/ Winter 2021 anbieten.

Ich bin überzeugt, dass unsere Industrie sehr stark aus dieser Krise hervorkommen wird. Die Menschen werden wahrscheinlich mehr Sport treiben als zuvor. Gesundheit und ein gesunder Lebensstil werden wichtiger sein und der Einfluss der globalen Sportmarken auf die Mode wird meiner Meinung nach größer sein als zuvor. Die Krise wird die Unternehmenlandschaft verändern, aber die Marken, die sie überleben werden, werden in einer stärkeren Position sein als jemals zuvor.

Und PUMA wird in einer solch starken Position sein. Das Jahr 2019 war das beste Jahr in PUMAs Firmengeschichte und dadurch sind wir nun in einer besseren Lage, diese Krise zu bewältigen. Alle Regionen und alle Produktbereiche haben mit zweistelligen Wachstumsraten zu unserem Erfolg beigetragen. Diese Entwicklung unterstreicht erneut PUMAs unglaubliches Potenzial und ist

Beleg dafür, dass wir unsere FOREVER FASTER Strategie erfolgreich umgesetzt haben.

Auf dem Weg, die schnellste Sportmarke der Welt zu werden, haben wir weitere strategische Prioritäten hinzugefügt. Neben Markenbekanntheit und Markenbegehrlichkeit, einer konkurrenzfähigen Produktpalette, einem starken Produktangebot für Frauen, einer verbesserten Vertriebsqualität, der Beschleunigung unserer Abläufe und Prozesse innerhalb der Organisation und einer höheren Glaubwürdigkeit als Sportmarke in den USA durch den Wiedereinstieg in den Basketballsport, haben wir die Kommunikation unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten und die Fokussierung auf lokal-relevante Sportarten als weitere strategische Ziele mitaufgenommen.

Nachhaltigkeit ist tief in PUMAs Wurzeln und in unserem Arbeitsalltag verankert. Seit jeher bildete Nachhaltigkeit die Grundlage für unsere Geschäftsprozesse, aber wir haben nicht genug darüber gesprochen. Jedoch wird Nachhaltigkeit für unsere Konsumentinnen und Konsumenten immer wichtiger, und deshalb werden wir unsere Aktivitäten in diesem Bereich verstärkt kommunizieren. 2019 haben wir bereits neun unserer 10FOR20-Nachhaltigkeitsziele erreicht und uns für 2025 bereits neue Ziele gesetzt, die wir in diesem Bericht zum ersten Mal veröffentlichen.

Im Februar haben wir gemeinsam mit dem Recycling-Unternehmen First Mile eine Sportkollektion aus recyceltem Plastik auf den Markt gebracht. Die Schuhe und Textilien sind aus einem Garn, das aus gesammelten Plastikflaschen hergestellt wird.

Lokal-relevante Sportarten sind in unserer Industrie nicht wegzudenken und werden von Tag zu Tag wichtiger. Unterschiedliche Länder favorisieren unterschiedliche Sportarten, die die Menschen dort verfolgen oder ausüben. Für uns ist es wichtig, überall auf der Welt ein Teil dieser Sportarten zu sein und dadurch einen Zugang zu unseren Konsumentinnen und Konsumenten herzustellen. Eines der besten Beispiele für lokal-relevante Sportarten ist Cricket in Indien und unsere Partnerschaft mit dem Kapitän des indischen Cricket-Teams Virat Kohli. Cricket ist bei weitem der wichtigste Sport in Indien, und durch unsere Zusammenarbeit mit Virat gewinnen wir Glaubwürdigkeit als Sportmarke im indischen Markt. Netball und Australian Rules Football sind relevante Sportarten in Australien und Neuseeland. Rugby spielt eine große Rolle in Südafrika und Handball ist in den meisten Teilen Europas beliebt.



In unserer ersten vollständigen NBA-Saison seit unserer Rückkehr in den Sport 2018 gewann PUMA-Athlet und Shooting Guard der Toronto Raptors Danny Green das erste Mal ein NBA-Finale seit Isiah Thomas im Jahr 1990. Mit der Unterstützung unseres Kreativdirektors für Basketball JAY-Z brachten wir weitere Performance-Schuhe für Basketball heraus, wie den UPROAR und den CLYDE HARDWOOD. Wir nahmen auch neue, äußerst talentierte Spieler unter Vertrag wie RJ Barrett (New York Knicks), Kyle Kuzma (Los Angeles Lakers) und Marcus Smart (Boston Celtics).

Im Jahr 2019 konnten wir unsere Markenbekanntheit und Markenbegehrlichkeit bei Konsumenten und Einzelhandelskunden verbessern. Wir haben weiterhin mit relevanten Influencern auf globaler als auch auf lokaler Ebene zusammengearbeitet und unsere Engagements im Sport erweitert, indem wir unter anderem die Fußballclubs Manchester City und Valencia CF unter Vertrag genommen haben.

Die Leichtathletik-Weltmeisterschaften in Doha waren ein bedeutendes Ereignis für unsere 115 Athleten und zwölf Nationalverbände, wobei der norwegische Hürdenläufer Karsten Warholm erfolgreich seinen WM-Titel über 400-Meter-Hürden verteidigte.

Im Motorsport haben wir unsere führende Position weiter ausgebaut. Mit Porsche haben wir einen langfristigen Vertrag unterzeichnet und durch eine separate Zusammenarbeit mit Porsche Design haben wir Lifestyle-Produkte im Premiumsegment kreiert.

Im Produktbereich haben wir einen neuen Bestseller hinzugefügt: den RALPH SAMPSON, eine klassische Basketball-Silhouette. Dies beweist, dass wir im Basketball Glaubwürdigkeit aufgebaut haben, die sich positiv auf andere Kategorien auswirkt. Der RS-X setzte seinen Erfolgskurs ebenfalls fort. Die von PUMA-Botschafterin Selena Gomez präsentierte CALI-Kollektion verkaufte sich in unserer Kategorie Women's Lifestyle weiterhin gut. Weitere wichtige Modelle waren unser Fußballschuh PUMA FUTURE sowie Lauf- und Trainingschuhe auf Basis der LQD CELL- und HYBRID-Technologie. Zum Jahresende brachten wir die Modelle RS-X3, CALI SPORT und RIDER auf den Markt, wobei der RIDER durch einen Joggingsschuh aus den 80er Jahren inspiriert wurde.

Eine unserer Prioritäten bleibt weiterhin, ein führendes Produktangebot für Frauen zu etablieren und von dem Wachstum dieses Segments im globalen Sportmarkt zu profitieren. Wir sehen weiterhin, dass mehr und mehr Frauen weltweit sportlich aktiv werden. Sportkleidung ist schon seit langem zur Alltagsmode geworden. „Where the gym meets the Runway“ bleibt weiterhin unser Leitthema für Initiativen in unserem Segment „Women's“.

Wir haben die Qualität unseres Vertriebs verbessert und unsere Präsenz bei wichtigen Sport- und Sportstyle-Kunden weltweit ausgeweitet. Wir sind für unsere wichtigsten Kunden weiterhin ein flexibler und serviceorientierter Geschäftspartner und haben dadurch unsere Beziehung zu ihnen weiter gestärkt. Wir haben zudem einige unserer eigenen Geschäfte modernisiert und im August unseren neuen Flagship Store in New York auf der Fifth Avenue eröffnet.

Wir haben weiter in unser Distributions- und Logistiknetzwerk investiert. Unser neues Multi-Channel-Distributionszentrum in Geiselwind ist nahezu fertiggestellt und derzeit wird die hochautomatisierte Intralogistikanlage installiert. Das Zentrum geht voraussichtlich Anfang 2021 in Betrieb. Darüber hinaus kündigte PUMA Nordamerika die Eröffnung eines neuen, hochautomatisierten Distributionszentrums in der Nähe von Indianapolis für dieses Jahr an.

Es besteht keine Frage, dass die Probleme und Unsicherheiten rund um die COVID-19-Pandemie PUMA vor riesige Herausforderungen stellen und diese kurzfristig unsere Geschäftsentwicklung beeinträchtigen werden. Nichtsdestotrotz wird es eine Zeit nach COVID-19 geben und wir glauben fest daran, dass die Zukunft für die Sportartikelindustrie und insbesondere für PUMA rosig ist. Grundlegende, positive Trends, wie die Tatsache, dass mehr und mehr Leute Sport treiben und legere Kleidung angesagt ist, sind weiterhin intakt oder werden sich vermutlich als eine Konsequenz dieser Krise verstärken.

Ich bin extrem stolz auf unsere Mitarbeiter und ihre Einstellung, mit der sie der Krise begegnen. Und ich sehe auch, dass es für Sie als Aktionäre eine schwere Zeit ist. Aus diesem Grund möchte ich Ihnen, unseren Anteilseignern, für ihre anhaltende Unterstützung, Ihre Zuversicht, und vor allem Ihr Vertrauen danken.

Bjørn Gulden
Chief Executive Officer PUMA



BERICHT DES AUFSICHTSRATS



➔ **JEAN-FRANÇOIS PALUS**
VORSITZENDER
DES
AUFSICHTSRAT

SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

PUMA schließt das Jahr 2019 mit einem Rekord Umsatz und wächst in vielen Bereichen stärker als die Märkte und die Wettbewerber. Die positive Entwicklung aller zentralen Finanzkennzahlen ist nicht nur vor dem Hintergrund wachsender globaler Unsicherheiten ein beachtlicher Erfolg. Das Geschäftsjahr 2019 hat mit einem Wechsel im Vorstand begonnen. Anne-Laure Descours wurde zum Chief Sourcing Officer ernannt. Gerade in Zeiten, in denen Produktionsstandorte ins Zentrum von Handelskriegen geraten, ist es für PUMA von großem Vorteil, mit Anne-Laure Descours eine erfahrene Expertin mit Sitz in Hong Kong zu haben, die die notwendigen Entscheidungen, wenn nötig in Abstimmung mit unseren Produktionspartnern, trifft. Einen Schwerpunkt der Arbeit des Aufsichtsrats bildete die Diskussion und Entscheidung über den Aktiensplit, der die PUMA-Aktie attraktiver für alle Investoren machen sollte.

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2019 sämtliche ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben wahrgenommen. Er hat sich inten-

siv mit der Lage und der Entwicklung von PUMA 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 sowie über alle für den Konzern wichtigen Entscheidungen beraten und Beschlüsse gefasst. Der Vorstand hat den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend in schriftlicher und mündlicher Form über alle bedeutenden Geschäftsvorgänge informiert. Darüber hinaus fanden im Jahr 2019 zwei außerordentliche und eine konstituierende Sitzung des Aufsichtsrats statt. Eilige Angelegenheiten wurden 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.

Aufsichtsratsplenium	Sitzungsanwesenheit (bezogen auf ordentliche und außerordentliche Sitzungen)	Anwesenheit in %
Jean-François Palus	7/7	100
Thore Ohlsson	7/7	100
Héloïse Temple-Boyer (seit 18.4.2019)	4/4	100
Fiona May (seit 18.4.2019)	4/4	100
Jean-Marc Duplaix (bis 18.4.2019)	3/3	100
Béatrice Lazat (bis 18.4.2019)	3/3	100
Martin Köppel	7/7	100
Bernd Illig	7/7	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 Planung hat der Vorstand dem Aufsichtsrat ausführlich schriftlich und mündlich erläutert. Alle 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 ist darüber hinaus 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.

BERATUNGSSCHWERPUNKTE

Im Geschäftsjahr 2019 standen im Wesentlichen die folgenden Themenkomplexe im Vordergrund: Wechsel im Vorstand mit der Niederlegung durch Lars Radoor Sørensen als Chief Operating Officer und Bestellung von Anne-Laure Descours als Chief Sourcing Officer, Prüfung und Billigung des Konzerns- und des Jahresabschlusses für das Geschäftsjahr 2018, Festlegung der Tagesordnung für die ordentliche Hauptversammlung am 18. April 2019, laufende Geschäfts- und Umsatzentwicklung, Finanzlage des Konzerns, Unternehmens- und Budgetplanung 2020 und Mittelfristplanung einschließlich Investitionen, weitere Verbesserung des Compliance Management- und internen Kontrollsystems sowie wesentliche Rechtsstreitigkeiten im Konzern, Vorschlag an die Hauptversammlung über die Wahl von Héloïse Temple-Boyer und Fiona May in den Aufsichtsrat der Gesellschaft.

Turnusgemäß legten der Personalausschuss und der Aufsichtsrat den Grad der Erreichung der Ziele für die Auszahlung der variablen Vorstandsvergütung für 2018 fest und beschlossen den Bonus für die Vorstandsmitglieder sowie die Ziele für die Vorstandsvergütung 2019.

Der Aktiensplit war zentrales Thema der Beratungen des Aufsichtsrats im ersten Quartal des Jahres 2019. Der Preis der PUMA-Aktien war in den letzten Jahren erheblich angestiegen und die PUMA-Aktie war für den Konsumenten von PUMA nicht mehr erschwinglich. Der Aktiensplit sollte eine Annäherung an andere Werte im MDAX schaffen und die Aktie für ein breiteres Anlegerpublikum attraktiver machen.

INTERESSENKONFLIKTE

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

AUSSCHÜSSE

Der Aufsichtsrat hat zur Wahrnehmung seiner Aufgaben drei Ausschüsse eingerichtet: den Personalausschuss, den Prüfungsausschuss und den Nominierungsausschuss. Dem Personalausschuss und dem Nominierungsausschuss 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 hat im Jahr 2019 dreimal getagt. Im Mittelpunkt der Beratungen standen Vorschläge zur Festsetzung der Bonuszahlungen für die Mitglieder des Vorstands. Darüber hinaus befasste sich der Personalausschuss mit der Festlegung der Ziele für 2019 und beriet die personelle Besetzung des Vorstands. Dem Aufsichtsrat wurden entsprechende Empfehlungen zur Beschlussfassung gegeben.

PRÜFUNGSAUSSCHUSS

Der Prüfungsausschuss tagte im Geschäftsjahr 2019 in vier ordentlichen Sitzungen. Der Prüfungsausschuss ist insbesondere zuständig für Fragen des Jahres- und Konzernabschlusses, der Quartalsmitteilungen sowie des Halbjahresfinanzberichts, der Rechnungslegung und Überwachung des Rechnungslegungsprozesses, der Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagements und des Risikomanagementsystems, der internen Revision, des Compliance Managements sowie der Abschlussprüfung, hier insbesondere der erforderlichen Feststellung der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers, der Erteilung des Prü-



fungsauftrags an den Abschlussprüfer, der Bestimmung der Prüfungsschwerpunkte, der vom Abschlussprüfer zusätzlich erbrachten Leistungen und der Honorarvereinbarung. Zu einzelnen Tagesordnungspunkten standen zusätzlich Leiter der Konzernfunktionen in den Ausschusssitzungen für Berichte und Fragen zur Verfügung.

NOMINIERUNGSAUSSCHUSS

Der Nominierungsausschuss hat die Aufgabe, dem Aufsichtsrat geeignete Kandidaten für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung zu nennen. Er ist im abgelaufenen Geschäftsjahr zu einer Sitzung zusammengekommen. Der Nominierungsausschuss empfahl dem Aufsichtsrat, Frau Héloïse Temple-Boyer (Group Managing Director der Artemis S.A.S., Paris/Frankreich) und Frau Fiona May (Unabhängige Unternehmensberaterin, Calenzano/Italien) der Hauptversammlung am 18. April 2019 zur Wahl in den Aufsichtsrat vorzuschlagen.

CORPORATE GOVERNANCE

Wie in den Vorjahren hat sich der Aufsichtsrat auch im Geschäftsjahr 2019 mit den aktuellen Entwicklungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (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 zugleich gemäß Ziffer 3.10 DCGK im Corporate Governance Bericht. Die Gesellschaft erfüllt mit wenigen Ausnahmen die Anforderungen des DCGK und bringt dies in der Entsprechenserklärung zum DCGK zum Ausdruck. Die Entsprechenserklärung vom 9. November 2019 ist unseren Aktionären dauerhaft auf der Homepage der Gesellschaft zugänglich unter <http://about.puma.com/de/investor-relations/corporate-governance/declaration-of-compliance/>.

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 zusam-

mengefasste Lagebericht für die PUMA SE und den PUMA-Konzern, jeweils für das Geschäftsjahr 2019, sind von dem durch die Hauptversammlung am 18. April 2019 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 die Einschätzung der Markt- und Beschaffungsrisiken, der finanzwirtschaftlichen Risiken einschließlich der Währungsrisiken 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 18. Februar 2020 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 2019. Der Jahresabschluss 2019 ist damit festgestellt.

Der Vorstand und der Aufsichtsrat beschlossen, der Hauptversammlung vorzuschlagen, für das Geschäftsjahr 2019 eine Dividende in Höhe von € 0,50 je dividendenberechtigter Stückaktie an die Aktionäre auszuschütten. In diesem Zusammenhang wurde die Liquiditätssituation der Gesellschaft, die Finanzierung und



die Auswirkungen auf den Kapitalmarkt erörtert. Insgesamt soll ein Betrag von ca. € 74,8 Mio. aus dem Bilanzgewinn der PUMA SE ausgeschüttet werden. Der verbleibende Bilanzgewinn von ca. € 85,9 Mio. soll auf neue Rechnung vorgetragen werden.

Schließlich wurde dem Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 18. Februar 2020 der erste Entwurf des nicht-finanziellen Bericht nach §§ 315c in Verbindung mit §§ 289c bis 289e HGB vorgelegt und der Stand der Datenerhebung wurde erörtert. Sobald der nicht-finanzielle Bericht finalisiert wird, wird er dem Aufsichtsrat zur Zustimmung vorgelegt und danach bis zum 30. April 2020 auf der Internetseite der Gesellschaft veröffentlicht.

PERSONELLE VERÄNDERUNGEN IM AUFSICHTSRAT

Herr Jean-Marc Duplaix (Chief Financial Officer (CFO) von Kering S.A., Paris/Frankreich) und Frau Béatrice Lazat (Human Resources Director, Kering S.A., Paris, Frankreich) legten jeweils ihr Amt als Mitglied des Aufsichtsrats der PUMA SE zum 18. April 2019 nieder. Die Hauptversammlung wählte am 18. April 2019 Frau Héloïse Temple-Boyer (Group Managing Director der Artemis S.A.S., Paris/Frankreich) und Frau Fiona May (Unabhängige Unternehmensberaterin, Calenzano/Italien) zu Mitgliedern des Aufsichtsrats der PUMA SE. Ihre Amtszeit endet – so wie diejenigen der anderen Mitglieder des Aufsichtsrats – mit Beendigung der Hauptversammlung, die über die Entlastung für das Geschäftsjahr 2022 beschließt.

PERSONELLE VERÄNDERUNGEN IM VORSTAND

Herr Lars Radoor Sørensen legte sein Amt als Mitglied des Vorstands der PUMA SE mit Wirkung zum 31. Januar 2019 nieder. Die Nachfolge von Herrn Radoor

Sørensen für die Bereiche IT und Logistik übernahm mit Wirkung zum 1. Februar 2019 der CFO der PUMA SE, Herr Michael Lämmermann. Zum Nachfolger von Herrn Radoor Sørensen für den Bereich Beschaffung wurde mit Wirkung zum 1. Februar 2019 Frau Anne-Laure Descours ernannt.

Allen ausgeschiedenen Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern danken wir ausdrücklich für ihre geleistete Arbeit.

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 abgelaufenen Geschäftsjahr aus.

Herzogenaurach, den 18. Februar 2020

Für den Aufsichtsrat

Jean-François Palus
Vorsitzender