

HUGO BOSS

Quartalsmitteilung zum Q3 2017

Metzingen, 2. November 2017

HUGO BOSS steigert Wachstumstempo im eigenen Einzelhandel

- **Umsatz steigt im dritten Quartal währungsbereinigt um 3 %**
- **Retailumsatz auf vergleichbarer Fläche 5 % über Vorjahr**
- **EBITDA vor Sondereffekten nahezu unverändert**
- **Für 2017 Umsatzzanstieg im niedrigen einstelligen Prozentbereich erwartet**
- **Stabiles Ergebnis vor Sondereffekten prognostiziert**

„Wir sind auf einem guten Weg, unsere Ziele für 2017 zu erreichen oder in Teilen sogar zu übertreffen“, sagt **Mark Langer, Vorstandsvorsitzender der HUGO BOSS AG**. „Vor allem die Entwicklung in unserem eigenen Einzelhandel ist überaus erfreulich. Die Repositionierung von BOSS und HUGO kommt gut voran. In wenigen Wochen können unsere Kunden die ersten Teile der Frühjahr/Sommer 2018 Kollektion in den Läden erwerben. Wir haben somit die Voraussetzungen für zukünftiges profitables Wachstum geschaffen.“

HUGO BOSS blickt auf ein gutes drittes Quartal mit einem soliden Umsatzzanstieg zurück. Das gilt vor allem für den eigenen Einzelhandel. Dort hat sich die Umsatzdynamik auf vergleichbarer Fläche weiter verbessert. Dazu trugen erneut insbesondere Großbritannien und China bei, erstmals seit zwei Jahren aber auch wieder der eigene Einzelhandel in den USA. Das eigene Online-Geschäft hat im abgelaufenen Quartal ebenfalls zugelegt. Im Großhandel ging der Umsatz hingegen erwartungsgemäß leicht zurück. Aufgrund intensiver Marketingaktivitäten rund um die Marken BOSS und HUGO, Investitionen in die digitale Transformation des Geschäftsmodells und negativer Währungseffekte lag das operative Ergebnis knapp unter dem Vorjahresniveau.

Vor dem Hintergrund der positiven Entwicklung im bisherigen Jahresverlauf hebt HUGO BOSS seine Umsatzprognose für das Gesamtjahr an. Für 2017 rechnet das

HUGO BOSS

Unternehmen mit einem Anstieg des Konzernumsatzes auf währungsbereinigter Basis im niedrigen einstelligen Prozentbereich. Zu dieser Entwicklung werden insbesondere die Regionen Europa und Asien/Pazifik beitragen. Im eigenen Einzelhandel erwartet HUGO BOSS nunmehr einen Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich, während für den Großhandel unverändert von einem Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich ausgegangen wird. Das Lizenzgeschäft wird voraussichtlich zweistellig wachsen. Darüber hinaus konkretisiert der Konzern seine Ergebnisprognose für das Gesamtjahr. Es wird mit einem ungefähr stabilen EBITDA vor Sondereffekten gerechnet.

Die Fortschritte in der strategischen Neuausrichtung sind in vielen Bereichen sichtbar. So markieren die Wiedereröffnungen der ersten BOSS-Geschäfte mit neuem Store-Konzept in Genf und Birmingham einen wichtigen Meilenstein. Das moderne, einladende Design sowie die Verknüpfung mit digitalen Services werten das Einkaufserlebnis deutlich auf. Auch im Großhandel treibt HUGO BOSS die Digitalisierung voran. Im Oktober hatten ausgewählte Handelspartner erstmals die Möglichkeit, die Herbst/Winter 2018 Kollektion von HUGO über einen eigens von HUGO BOSS entwickelten digitalen Showroom zu bestellen.

Ab Ende des Jahres werden erste Teile der Frühjahr/Sommer 2018 Kollektionen, die erstmals die Konzentration auf die Marken BOSS und HUGO reflektieren, im Handel erhältlich sein. Die Repositionierung beider Marken wurde in den vergangenen Monaten durch zahlreiche Events und Kampagnen begleitet – online wie offline. So stellten im Rahmen der globalen Social-Media-Kampagne „Own Your Journey“ Formel-1-Weltmeister Lewis Hamilton und Hollywood-Schauspieler James Marsden ihre persönlichen Lieblingsstücke der BOSS Menswear Kollektion vor. Die Resonanz der Endkunden auf die beworbenen Styles war äußerst positiv. Im Juli inszenierte die BOSS Womenswear ihre „Gallery Collection“ im Rahmen des Berliner Mode Salons mit einer außergewöhnlichen Präsentation. Auch in Zukunft sollen Kapselkollektionen beider Marken verstärkt Aufmerksamkeit generieren. Schließlich präsentierte sich HUGO Anfang September einem jungen, modeinteressierten Publikum im Rahmen der „Bread & Butter by Zalando“ in Berlin. Unter dem Motto „See Now, Buy Now“ waren sämtliche Styles unmittelbar nach der Show online erhältlich.

HUGO BOSS

Q3 Umsatzentwicklung nach Segmenten

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Europa	474	↗ + 4	↗ + 5
Amerika	136	↘ - 8	↘ - 4
Asien/Pazifik	81	↘ - 2	↗ + 4
Lizenzen	20	↗ + 24	↗ + 24
Konzern	711	↗ + 1	↗ + 3

- Das Umsatzwachstum in **Europa** wurde sowohl vom konzerneigenen Einzelhandel als auch vom Großhandelsgeschäft getragen. Großbritannien verzeichnete einen währungsbereinigten Umsatzanstieg von 9 % und konnte dabei unverändert von einer soliden lokalen Nachfrage und einem robusten Geschäft mit Touristen profitieren. Die Umsätze in Deutschland und den Beneluxstaaten legten um 5 % bzw. 4 % zu. Der Umsatz in Frankreich konnte um 1 % gesteigert werden. Zweistellige Zuwächse im konzerneigenen Einzelhandel kompensierten ein rückläufiges Großhandelsgeschäft in diesem Markt.
- In **Amerika** entwickelte sich das Geschäft uneinheitlich. Während der konzern-eigene Einzelhandel in den USA einen Umsatzanstieg auf vergleichbarer Fläche verzeichnete, führten Verschiebungen von Auslieferungen und das herausfordernde Marktumfeld zu einem Rückgang im Großhandelskanal. Insgesamt sanken die Umsätze in den USA um 9 %. In Kanada und Lateinamerika verzeichnete der Konzern solide Umsatzzuwächse.
- Auch im dritten Quartal profitierte die Umsatzentwicklung in der Region **Asien/ Pazifik** von dem fortgesetzten Aufschwung im chinesischen Markt. Dabei entwickelte sich das Geschäft auf dem chinesischen Festland mit hohen einstelligen Wachstumsraten auf vergleichbarer Fläche erneut deutlich besser als das in Hongkong und Macau. Insgesamt stiegen die Umsätze in China um 5 %. Unterstützt durch ein starkes Geschäft mit Touristen verzeichnete Japan ein zweistelliges Umsatzwachstum.

HUGO BOSS

Q3 Umsatzentwicklung nach Vertriebskanälen

		in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Retail		410	↗ +3	↗ +6
Großhandel		281	↘ -3	↘ -1
Lizenzen		20	↗ +24	↗ +24
Konzern		711	↗ +1	↗ +3

- Die Umsätze im **eigenen Einzelhandel** (inklusive Outlets und Online-Stores) entwickelten sich auch im dritten Quartal positiv.
 - Auf flächen- und währungsbereinigter Basis beschleunigte sich das Umsatzwachstum auf 5 %, wobei sich Stores und Shop-in-Shops besser entwickelten als das Outletgeschäft. Alle Regionen trugen hierzu bei. In Europa und Amerika konnten Anstiege im mittleren einstelligen Prozentbereich erzielt werden. In Asien/Pazifik legten die Umsätze flächen- und währungsbereinigt im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich zu.
 - Insgesamt stiegen die Umsätze im eigenen Einzelhandel in Europa um 5 % auf 244 Mio. EUR (Q3 2016: 235 Mio. EUR). Die Umsätze in Amerika beliefen sich auf 91 Mio. EUR (Q3 2016: 89 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Umsatzanstieg von 7 %. In Asien/Pazifik konnte ebenfalls ein Umsatzanstieg in lokalen Währungen von 7 % auf 74 Mio. EUR (Q3 2016: 74 Mio. EUR) erzielt werden.
 - Die über freistehende Geschäfte und Shop-in-Shops erzielten Umsätze lagen währungsbereinigt um 4 % bzw. um 9 % über dem Vorjahr. Die Outletumsätze legten um 6 % zu. Auch im eigenen Online-Geschäft erzielte HUGO BOSS einen Umsatzanstieg von 6 %.

H U G O B O S S

- Der Umsatz im **Großhandelsgeschäft** lag insgesamt leicht unter Vorjahr. Zeitliche Verschiebungen von Auslieferungen beeinflussten die Umsatzentwicklung positiv in Europa und negativ in Amerika. Beide Effekte glichen sich auf Konzernebene ungefähr aus.
 - Der mit Großhandelspartnern erzielte Umsatz in Europa lag mit 230 Mio. EUR um 4 % über dem Vorjahr (Q3 2016: 222 Mio. EUR). In der Region Amerika ging der Umsatz währungsbereinigt um 21 % auf 44 Mio. EUR zurück (Q3 2016: 58 Mio. EUR). Die Region Asien/Pazifik verzeichnete einen währungsbereinigten Umsatzrückgang von 17 % auf 7 Mio. EUR (Q3 2016: 9 Mio. EUR).
- Die Umsätze im **Lizenzgeschäft** entwickelten sich weiterhin deutlich positiv. So stieg der Umsatz insbesondere aufgrund höherer Lizenzeinnahmen für Düfte um 24 % auf 20 Mio. EUR (Q3 2016: 16 Mio. EUR).

HUGO BOSS

Q3 Umsatzentwicklung nach Marken und Gender

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
BOSS ¹	600	↗ +1	↗ +3
HUGO	111	↗ +3	↗ +4
Konzern	711	↗ +1	↗ +3

¹ Inklusiv BOSS Green und BOSS Orange.

- Die Umsatzentwicklung der Kernmarke **BOSS** profitierte insbesondere von zweistelligen Zuwächsen im Athleisure-Angebot, das im Jahr 2017 noch unter der Markenlinie BOSS Green vertrieben wird. Auch die Umsätze in der Businesswear und Casualwear konnten währungsbereinigt zulegen.
- **HUGO** konnte zweistellige Zuwächse in der Casualwear erzielen, während in der Businesswear ein leichter Rückgang verzeichnet wurde.

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Menswear	635	↗ +2	↗ +4
Womenswear	76	↘ -2	↘ -1
Konzern	711	↗ +1	↗ +3

- Die **Menswear** profitierte insbesondere von der positiven Entwicklung der Marke HUGO und der Markenlinie BOSS Green.
- Der Umsatzrückgang der **Womenswear** ist auf die Marke BOSS zurückzuführen. Zuwächse bei HUGO konnten dies nicht vollständig kompensieren.

HUGO BOSS

Q3 Ergebnisentwicklung

Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung (in Mio. EUR)				
	Q3 2017	Q3 2016	Veränderung in %	
Umsatzerlöse	710,7	703,0	1	
Umsatzkosten	-249,5	-248,4	0	
Rohhertrag	461,2	454,6	1	
In % vom Umsatz	64,9	64,7	20 bp	
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-283,9	-278,4	-2	
Verwaltungsaufwendungen	-67,2	-65,6	-2	
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	4,8	-1,1	> 100	
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)	114,9	109,5	5	
Finanzergebnis	-2,6	-3,4	23	
Ergebnis vor Ertragsteuern	112,3	106,1	6	
Ertragsteuern	-32,0	-25,5	-26	
Konzernergebnis	80,3	80,6	0	
EBITDA vor Sondereffekten	142,9	144,5	-1	
In % vom Umsatz	20,1	20,6	-50 bp	
Ertragsteuerquote in %	28,5	24,0		

- Der leichte Anstieg der **Rohhertragsmarge** resultierte aus positiven Effekten aufgrund des steigenden Umsatzanteils im konzerneigenen Einzelhandel. Negative Translationseffekte im Zusammenhang mit der Aufwertung des Euros kompensierten den Anstieg jedoch teilweise.
- Die unverändert hohe Kostendisziplin begrenzte den Anstieg der **operativen Aufwendungen**. Im Zusammenhang mit der positiven Umsatzentwicklung des eigenen Einzelhandels ergab sich ein leichter Anstieg umsatzabhängiger Mietaufwendungen. Die verringerte Expansionstätigkeit sowie positive Effekte aus der Nachverhandlung von Mietverträgen im eigenen Einzelhandel begrenzten jedoch den Anstieg der Vertriebsaufwendungen. Intensivierte Markenkommunikationsaktivitäten führten zu einem Anstieg der Marketingaufwendungen um 4 %. Der Anstieg der Verwaltungsaufwendungen ist auf höhere Abschreibungen im Zusammenhang mit im Vorjahr getätigten Investitionen in die IT-Infrastruktur sowie höhere Personalaufwendungen zurückzuführen.

H U G O B O S S

- Der sich aus den **sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträgen** ergebende Nettoertrag steht im Zusammenhang mit Storeschließungen, die im Vorjahr beschlossen worden waren. Das Unternehmen konnte im Vergleich zur ursprünglichen Planung günstigere Konditionen bei der vorzeitigen Beendigung von Mietverträgen erzielen. Daneben konnten die Mietkonditionen einzelner Stores im Rahmen der Schließungsverhandlungen so verbessert werden, dass diese Stores entgegen der ursprünglichen Planung weiterbetrieben werden. Der Konzern geht davon aus, dass sich die Profitabilität dieser Stores aufgrund der Mietentlastungen und weiterer operativer Veränderungen zukünftig deutlich verbessern wird. Die im zweiten Quartal 2016 gebildete Rückstellung konnte im Berichtszeitraum somit weiter reduziert werden.
- Das **EBIT** lag folglich über dem Vorjahresniveau.
- Der Anstieg der **Steuerquote** resultierte aus der Erwartung einer höheren Steuerquote im Gesamtjahr, auf die im dritten Quartal entsprechend abgegrenzt wurde.
- Das **Konzernergebnis** lag somit leicht unter dem Niveau des Vorjahrs.
- Auch das **EBITDA vor Sondereffekten** lag leicht unter dem Niveau der Vergleichsperiode. Der Anstieg des Rohertrags konnte die höheren operativen Aufwendungen nicht vollständig kompensieren. Währungseffekte wirkten sich dabei insgesamt negativ aus.

HUGO BOSS

Q3 Ergebnisentwicklung der Geschäftssegmente

Segmentergebnis	in Mio. EUR	Veränderung in %
Europa	160	↗ + 8
Amerika	29	↘ - 17
Asien/Pazifik	11	↘ - 14
Lizenzen	17	↗ + 23

- Der Anstieg des Segmentergebnisses in der Region **Europa** ist auf die höheren Umsätze sowie eine stabile Entwicklung der operativen Aufwendungen zurückzuführen. Die bereinigte EBITDA-Marge erhöhte sich um 140 Basispunkte auf 33,8 % (Q3 2016: 32,4 %).
- Niedrigere Umsätze im Großhandelsgeschäft sorgten für einen Rückgang des Segmentergebnisses in der Region **Amerika**. Die operativen Aufwendungen lagen auf dem Niveau des Vorjahres. Mit 21,3 % lag die bereinigte EBITDA-Marge um 250 Basispunkte unter dem Vorjahr (Q3 2016: 23,8 %).
- In der Region **Asien/Pazifik** konnten positive Effekte aus einer geringeren Rabattintensität einen Anstieg der Vertriebs- und Marketingaufwendungen nur teilweise kompensieren. Dies führte zu einem Rückgang des Segmentergebnisses. Die bereinigte EBITDA-Marge lag mit 13,8 % um 200 Basispunkte unter dem Vorjahreswert (Q3 2016: 15,8 %).
- Dank der positiven Umsatzentwicklung lag das Ergebnis des Segments **Lizenzen** deutlich über dem Niveau des Vorjahres.

HUGO BOSS

Vermögens- und Finanzlage

30. September 2017	in Mio. EUR	Veränderung in % ¹	Währungsbereinigte Veränderung in % ¹
TNWC	551	↗ + 3	↗ + 5
Vorräte	522	↘ - 3	→ 0
Nettoverschuldung	163	↘ - 29	

¹ Veränderung gegenüber 30. September 2016.

- Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr. Während sich die **Vorräte** stabil entwickelten, sorgten zeitliche Verschiebungen bei Zahlungseingängen für einen Anstieg des Forderungsbestands zum Quartalsende.
- Der Anstieg des Free Cashflows in den vergangenen zwölf Monaten bedingte einen Rückgang der **Nettoverschuldung** gegenüber dem Vorjahr.

Drei Monate	in Mio. EUR	Veränderung in % ¹
Investitionen	28	↘ - 29
Free Cashflow	4	↘ - 92

¹ Veränderung gegenüber Q3 2016.

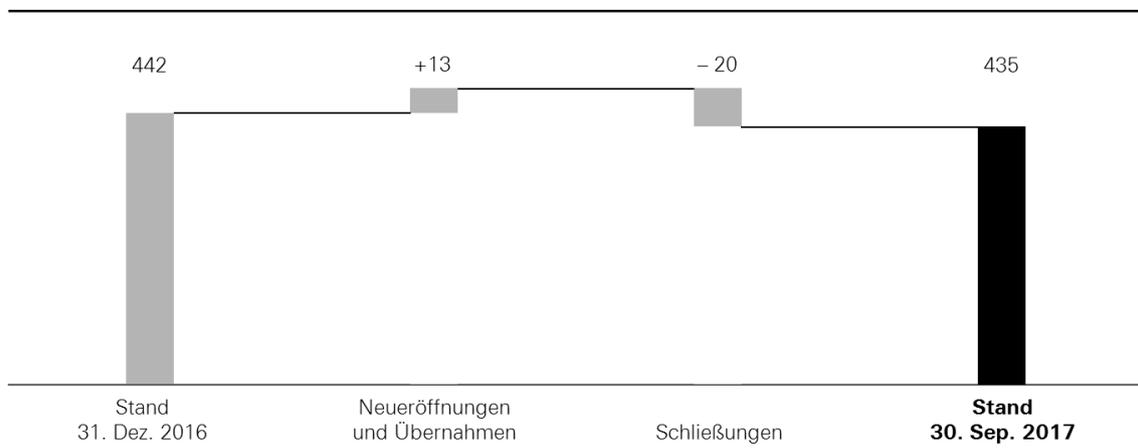
- Die Modernisierung des eigenen Einzelhandelsnetzwerks, Investitionen in selektive Neueröffnungen sowie der Ausbau der IT-Infrastruktur bildeten auch im abgelaufenen Quartal die Schwerpunkte der **Investitionstätigkeit**. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ergibt sich vor allem aus einer abweichenden zeitlichen Verteilung des Investitionsbudgets über das Gesamtjahr. Im Zuge der Einführung eines neuen Store-Konzepts hat der Konzern zudem einen Teil der ursprünglich für 2017 geplanten Renovierungen auf das kommende Jahr verschoben.
- Der Rückgang des **Free Cashflows** ist einerseits auf einmalige zeitliche Verschiebungen von Zahlungseingängen zurückzuführen. Dieser Effekt sollte keinen Einfluss auf die Entwicklung im Geschäftsjahr haben. Daneben ergaben sich entsprechend der ursprünglichen Erwartung einmalige Zahlungsmittelabflüsse

HUGO BOSS

im Zusammenhang mit der bereits im Vorjahr beschlossenen vorzeitigen Beendigung von Mietverträgen im eigenen Einzelhandel.

- HUGO BOSS sichert seine finanzielle Flexibilität durch einen revolvingenden **Konsortialkredit** in Höhe von 450 Mio. EUR. Der Konzern hat im abgelaufenen Quartal auch die zweite Verlängerungsoption dieses Kredits ausgeübt und sich die vorteilhaften Konditionen somit bis Oktober 2022 gesichert.

Netzwerk freistehender Einzelhandelsgeschäfte



- Die Anzahl der konzerneigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** reduzierte sich in den ersten neun Monaten netto um sieben auf 435 (31. Dezember 2016: 442).
- In **Europa** wurden unter anderem in Moskau und Newcastle neue Stores eröffnet. Insgesamt vier neuen Stores standen acht Schließungen gegenüber. In den meisten Fällen nutzte der Konzern dabei auslaufende Mietverträge.
- In der Region **Amerika** reduzierte sich seit Jahresbeginn die Anzahl der freistehenden Einzelhandelsgeschäfte aufgrund von vier Schließungen in den USA. Demgegenüber stand eine Neueröffnung in Mexiko.
- Die Größe des Storenetzwerks in der Region **Asien/Pazifik** blieb hingegen unverändert. Acht selektiven Neueröffnungen unter anderem in Korea, China und Singapur standen Schließungen im gleichen Umfang in diversen Märkten gegenüber.

HUGO BOSS

Prognoseveränderungsbericht

	Prognose 2017	Veränderung gegenüber bisheriger Prognose
Konzernumsatz (währungsbereinigt)	Anstieg im niedrigen einstelligen Prozentbereich	↗
Rohermargine	Leichter Anstieg	→
EBITDA vor Sondereffekten	Stabile Entwicklung	Präzisierung
Konzernergebnis	Steigerung im niedrig zweistelligen Prozentbereich	→
Investitionen	130 Mio. EUR bis 150 Mio. EUR	→
Free Cashflow	Anstieg auf rund 250 Mio. EUR	→

- Für das Geschäftsjahr 2017 geht HUGO BOSS fortan von einer Steigerung des **Konzernumsatzes** auf währungsbereinigter Basis im niedrigen einstelligen Prozentbereich aus (vorher: weitgehend stabile Entwicklung). In Euro wird die Entwicklung aufgrund negativer Wechselkurseffekte schwächer ausfallen.
 - Für **Europa** rechnet der Konzern mit einem währungsbereinigten Umsatzanstieg im niedrigen einstelligen Prozentbereich (vorher: stabile Entwicklung). In **Amerika** sollten sich die Umsätze auf währungsbereinigter Basis ungefähr stabil entwickeln (vorher: leichter Rückgang). In der Region **Asien/Pazifik** wird der währungsbereinigte Umsatz voraussichtlich im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich zulegen (vorher: leichter Anstieg).
 - Für den Umsatz im **eigenen Einzelhandel** rechnet HUGO BOSS auf währungsbereinigter Basis mit einem Anstieg für das Gesamtjahr im mittleren einstelligen Prozentbereich (vorher: Anstieg im maximal mittleren einstelligen Prozentbereich). Dabei werden die Umsätze auf vergleichbarer Fläche voraussichtlich im niedrigen einstelligen Prozentbereich zulegen (vorher: Veränderung zwischen -3 % und 3 %). Für den **Großhandelskanal** geht der Konzern unverändert von einem Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich aus. Der **Lizenzumsatz** sollte hingegen zweistellig wachsen (vorher: solides Wachstum).

H U G O B O S S

- Das **EBITDA vor Sondereffekten** wird sich im Geschäftsjahr 2017 voraussichtlich ungefähr stabil entwickeln (vorher: Veränderung zwischen -3 % und 3 %). Diese Prognose berücksichtigt Effekte aus der Aufwertung des Euros, die sich voraussichtlich negativ auf die Ergebnisentwicklung auswirken werden.
- Der Konzern geht für das Gesamtjahr fortan von einer **Steuerquote** von rund 26 % aus (2016: 24 %). Der Anstieg ist vor allem auf steuergesetzliche Änderungen in Deutschland zurückzuführen.
- Eine detaillierte Darstellung der Prognose von HUGO BOSS für das Jahr 2017 kann dem Geschäftsbericht 2016 entnommen werden.

H U G O B O S S

Finanzkalender und Kontakte

8. März 2018

Ergebnisse des Geschäftsjahres 2017 & Bilanzpresse- und Analystenkonferenz

2. Mai 2018

Ergebnisse des ersten Quartals 2018

3. Mai 2018

Hauptversammlung

2. August 2018

Ergebnisse des zweiten Quartals 2018 & Halbjahresfinanzbericht 2018

6. November 2018

Ergebnisse des dritten Quartals 2018

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Hjördis Kettenbach

Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 7123 94-83377

Fax: +49 7123 94-80237

Dennis Weber

Leiter Investor Relations

Telefon: +49 7123 94-86267

Fax: +49 7123 94-886267

H U G O B O S S

FINANZINFORMATIONEN

zu Q3 2017 und Jan. – Sep. 2017

HUGO BOSS

Konzernkennzahlen – Quartal

	Q3 2017	Q3 2016	Veränderung in %	Veränderung in % ¹
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	710,7	703,0	1	3
Umsatz nach Segmenten				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	474,1	457,3	4	5
Amerika	135,6	147,2	-8	-4
Asien/Pazifik	81,2	82,5	-2	4
Lizenzen	19,8	16,0	24	24
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Konzernerzeuger Einzelhandel	409,7	397,9	3	6 ²
Großhandel	281,2	289,1	-3	-1
Lizenzen	19,8	16,0	24	24
Umsatz nach Marken				
BOSS	599,9	594,9	1	3
HUGO	110,8	108,1	3	4
Umsatz nach Gender				
Menswear	634,9	625,2	2	4
Womenswear	75,8	77,8	-2	-1
Ertragslage (in Mio. EUR)				
Rohertrag	461,2	454,6	1	
Rohertragsmarge in %	64,9	64,7	20 bp	
EBITDA	147,7	143,0	3	
EBITDA vor Sondereffekten	142,9	144,5	-1	
Bereinigte EBITDA-Marge in % ³	20,1	20,6	-50 bp	
EBIT	114,9	109,5	5	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	80,3	80,6	0	
Finanzlage (in Mio. EUR)				
Investitionen	27,9	39,5	-29	
Free Cashflow	4,3	51,8	-92	
Abschreibungen	32,8	33,5	-2	
Weitere Erfolgsfaktoren				
Personalaufwand (in Mio. EUR)	147,1	146,2	1	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	1,16	1,17	-1	
Schlusskurs (zum 30. Sep.)	74,59	49,23	52	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Sep.)	70.400.000	70.400.000	0	

¹ währungsbereinigt.

² auf flächenbereinigter Basis 5 %.

³ EBITDA vor Sondereffekten/Umsatz.

HUGO BOSS

Konzernkennzahlen – neun Monate

	Jan. – Sep. 2017	Jan. – Sep. 2016	Veränderung in %	Veränderung in % ¹
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	1.997,7	1.967,7	2	2
Umsatz nach Segmenten				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	1.257,8	1.238,1	2	3
Amerika	409,4	418,5	-2	-3
Asien/Pazifik	276,3	265,3	4	5
Lizenzen	54,2	45,8	18	18
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Konzernerzeuger Einzelhandel	1.217,3	1.183,2	3	4 ²
Großhandel	726,2	738,7	-2	-1
Lizenzen	54,2	45,8	18	18
Umsatz nach Marken				
BOSS	1.699,6	1.691,1	1	1
HUGO	298,1	276,6	8	8
Umsatz nach Gender				
Menswear	1.779,6	1.747,5	2	3
Womenswear	218,1	220,2	-1	-1
Ertragslage (in Mio. EUR)				
Rohertrag	1.310,6	1.286,8	2	
Rohertragsmarge in %	65,6	65,4	20 bp	
EBITDA	359,3	285,9	26	
EBITDA vor Sondereffekten	348,0	345,7	1	
Bereinigte EBITDA-Marge in % ³	17,4	17,6	-20 bp	
EBIT	259,9	178,6	46	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	185,9	130,2	43	
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 30. Sep. (in Mio. EUR)				
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	551,2	535,5	3	5
Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % vom Umsatz ⁴	19,3	19,7	-40 bp	
Langfristige Vermögenswerte	700,7	776,1	-10	
Eigenkapital	875,0	806,9	8	
Eigenkapitalquote in %	51,6	46,3	530 bp	
Bilanzsumme	1.694,9	1.741,3	-3	
Finanzlage (in Mio. EUR)				
Investitionen	84,6	118,6	-29	
Free Cashflow	136,2	105,6	29	
Abschreibungen	99,4	107,3	-7	
Nettoverschuldung (zum 30. Sep.)	163,1	229,7	-29	
Finanzierungsstärke (zum 30. Sep.) ⁵	0,3	0,4		
Weitere Erfolgsfaktoren				
Mitarbeiter (zum 30. Sep.)	13.577	13.539	0	
Personalaufwand (in Mio. EUR)	450,3	455,2	-1	
Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte	1.118	1.119	0	
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	435	444	-2	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	2,69	1,89	43	
Schlusskurs (zum 30. Sep.)	74,59	49,23	52	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Sep.)	70.400.000	70.400.000	0	

¹ währungsbereinigt.

² auf flächenbereinigter Basis 2 %.

³ EBITDA vor Sondereffekten/Umsatz.

⁴ gleitender Durchschnitt der letzten vier Quartale.

⁵ Nettoverschuldung/EBITDA vor Sondereffekten der letzten 12 Monate.

HUGO BOSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung – Quartal

(in Mio. EUR)	Q3 2017	Q3 2016	Veränderung in %
Umsatzerlöse	710,7	703,0	1
Umsatzkosten	-249,5	-248,4	0
Rohertrag	461,2	454,6	1
In % vom Umsatz	64,9	64,7	20 bp
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-283,9	-278,4	-2
Verwaltungsaufwendungen	-67,2	-65,6	-2
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	4,8	-1,1	> 100
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)	114,9	109,5	5
In % vom Umsatz	16,2	15,6	60 bp
Finanzergebnis	-2,6	-3,4	23
Ergebnis vor Ertragsteuern	112,3	106,1	6
Ertragsteuern	-32,0	-25,5	-26
Konzernergebnis	80,3	80,6	0
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	1,16	1,17	-1
Ertragsteuerquote in %	28,5	24,0	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBITDA vor Sondereffekten – Quartal

(in Mio. EUR)	Q3 2017	Q3 2016	Veränderung in %
EBIT	114,9	109,5	5
Abschreibungen	-32,8	-33,5	-2
EBITDA	147,7	143,0	3
EBITDA-relevante Sondereffekte	4,8	-1,5	> 100
EBITDA vor Sondereffekten	142,9	144,5	-1
In % vom Umsatz	20,1	20,6	-50 bp

HUGO BOSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung – neun Monate

(in Mio. EUR)	Jan. - Sep. 2017	Jan. - Sep. 2016	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.997,7	1.967,7	2
Umsatzkosten	-687,1	-680,9	-1
Rohertrag	1.310,6	1.286,8	2
In % vom Umsatz	65,6	65,4	20 bp
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-853,5	-838,7	-2
Verwaltungsaufwendungen	-208,5	-203,8	-2
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	11,3	-65,7	> 100
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)	259,9	178,6	46
In % vom Umsatz	13,0	9,1	390 bp
Finanzergebnis	-8,6	-7,3	-18
Ergebnis vor Ertragsteuern	251,3	171,3	47
Ertragsteuern	-65,4	-41,1	-59
Konzernergebnis	185,9	130,2	43
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	2,69	1,89	43
Ertragsteuerquote in %	26,0	24,0	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBITDA vor Sondereffekten – neun Monate

(in Mio. EUR)	Jan. - Sep. 2017	Jan. - Sep. 2016	Veränderung in %
EBIT	259,9	178,6	46
Abschreibungen	-99,4	-107,3	7
EBITDA	359,3	285,9	26
EBITDA-relevante Sondereffekte	11,3	-59,8	> 100
EBITDA vor Sondereffekten	348,0	345,7	1
In % vom Umsatz	17,4	17,6	-20 bp

HUGO BOSS

Konzernbilanz

(in Mio. EUR)

	30. Sep. 2017	30. Sep. 2016	31. Dez. 2016
Aktiva			
Immaterielle Vermögenswerte	184,0	183,2	185,4
Sachanlagen	383,6	436,1	416,3
Aktive latente Steuern	112,2	129,5	124,7
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	19,3	23,9	21,0
Langfristige Ertragsteuerforderungen	0,0	0,1	0,1
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1,6	3,3	4,2
Langfristige Vermögenswerte	700,7	776,1	751,7
Vorräte	521,6	536,9	568,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	244,1	210,7	228,2
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	36,5	25,4	42,6
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	22,3	19,3	28,3
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	89,5	105,9	96,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	80,2	67,0	83,5
Kurzfristige Vermögenswerte	994,2	965,2	1.046,9
GESAMT	1.694,9	1.741,3	1.798,6
Passiva			
Gezeichnetes Kapital	70,4	70,4	70,4
Eigene Aktien	-42,3	-42,3	-42,3
Kapitalrücklage	0,4	0,4	0,4
Gewinnrücklagen	822,6	745,1	813,3
Kumuliertes übriges Eigenkapital	24,3	32,5	44,8
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	875,4	806,1	886,6
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	-0,4	0,8	1,0
Konzerneigenkapital	875,0	806,9	887,6
Langfristige Rückstellungen	71,1	84,7	78,6
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	115,4	175,0	134,1
Passive latente Steuern	6,9	7,7	9,2
Sonstige langfristige Schulden	42,4	43,1	49,3
Langfristige Schulden	235,8	310,5	271,2
Kurzfristige Rückstellungen	103,3	139,1	148,6
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	137,7	133,3	77,1
Ertragsteuerschulden	22,6	29,6	27,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	214,5	212,1	271,7
Sonstige kurzfristige Schulden	106,0	109,8	115,1
Kurzfristige Schulden	584,1	623,9	639,8
GESAMT	1.694,9	1.741,3	1.798,6

Kurzfristiges operatives Nettovermögen (TNWC)

(in Mio. EUR)

	30. Sep. 2017	30. Sep. 2016	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Vorräte	521,6	536,9	-3	0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	244,1	210,7	16	18
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-214,5	-212,1	1	3
TNWC	551,2	535,5	3	5

HUGO BOSS

Kapitalflussrechnung

(in Mio. EUR)	Jan. – Sep. 2017	Jan. – Sep. 2016
Konzernergebnis	185,9	130,2
Abschreibungen/Zuschreibungen	99,4	107,3
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	16,0	-3,2
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	-0,5	5,4
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	65,4	41,1
Zinserträge und -aufwendungen	1,8	1,8
Veränderung der Vorräte	22,4	15,6
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	-8,4	23,0
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-54,7	-62,6
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	-0,5	-2,2
Veränderung Pensionsrückstellungen	-3,8	2,2
Veränderung übrige Rückstellungen	-41,3	37,6
Gezahlte Ertragsteuern	-60,1	-73,8
Operativer Mittelzufluss	221,6	222,4
Gezahlte Zinsen	-1,8	-1,7
Erhaltene Zinsen	1,3	0,8
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	221,1	221,5
Investitionen in Sachanlagen	-60,5	-96,6
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-16,4	-19,1
Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Geschäftseinheiten abzüglich erworbener flüssiger Mittel	-7,3	-2,9
Effekt aus der Veränderung des Konsolidierungskreises	-1,1	0,0
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	0,4	2,7
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-84,9	-115,9
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	-179,4	-249,8
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	63,1	92,2
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	0,0	41,8
Tilgung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-16,7	-3,1
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-133,0	-118,9
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus Änderungen des Konsolidierungskreises	-1,6	0,0
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-4,9	-1,1
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-3,3	-14,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	83,5	81,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	80,2	67,0

Free Cashflow

(in Mio. EUR)	Jan. – Sep. 2017	Jan. – Sep. 2016
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	221,1	221,5
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-84,9	-115,9
Free Cashflow	136,2	105,6

HUGO BOSS

Segmentergebnis – Quartal

(in Mio. EUR)					
	Q3 2017	In % vom Umsatz	Q3 2016	In % vom Umsatz	Veränderung in %
Europa	160,1	33,8	148,2	32,4	8
Amerika	28,9	21,3	35,0	23,8	-17
Asien/Pazifik	11,2	13,8	13,1	15,8	-14
Lizenzen	16,7	84,5	13,6	85,0	23
Ergebnis der operativen Segmente	216,9	30,5	209,9	29,9	3
Corporate Units / Konsolidierung	-74,0		-65,4		13
EBITDA vor Sondereffekten	142,9	20,1	144,5	20,6	-1

Segmentergebnis – neun Monate

(in Mio. EUR)					
	Jan. – Sep. 2017	In % vom Umsatz	Jan. – Sep. 2016	In % vom Umsatz	Veränderung in %
Europa	393,3	31,3	379,5	30,7	4
Amerika	80,0	19,5	95,1	22,7	-16
Asien/Pazifik	58,7	21,2	48,0	18,1	22
Lizenzen	43,6	80,5	38,3	83,6	14
Ergebnis der operativen Segmente	575,6	28,8	560,9	28,5	3
Corporate Units / Konsolidierung	-227,6		-215,2		6
EBITDA vor Sondereffekten	348,0	17,4	345,7	17,6	1

Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte

	Freistehende Geschäfte	Shop-in-Shops	Outlets	GESAMT
30. Sep. 2017				
Europa	187	342	62	591
Amerika	91	99	49	239
Asien/Pazifik	157	87	44	288
GESAMT	435	528	155	1.118
31. Dez. 2016				
Europa	191	354	63	608
Amerika	94	89	49	232
Asien/Pazifik	157	90	37	284
GESAMT	442	533	149	1.124