

HUGO BOSS

Quartalsmitteilung zum Q2 2018

Metzingen, 2. August 2018

HUGO BOSS erzielt robustes Umsatzwachstum im zweiten Quartal und bestätigt Prognose für das Gesamtjahr

- **Umsatz steigt im zweiten Quartal währungsbereinigt um 6 %**
- **Retailumsatz steigt auf vergleichbarer Fläche um 5 %**
- **Onlinegeschäft wächst weiter stark zweistellig**
- **Europa erzielt Umsatzplus in Höhe von 9 %**
- **EBITDA vor Sondereffekten nahezu auf Vorjahresniveau**

„Unsere strategische Neuausrichtung greift, wir sind voll auf Kurs“, sagt **Mark Langer, Vorstandsvorsitzender der HUGO BOSS AG**. „Die Umsatzzahlen des zweiten Quartals sprechen für sich: In Europa sind wir nahezu zweistellig gewachsen. Und auch im schwierigen deutschen Markt konnten wir weiter aufholen. Unsere Kollektionen kommen bei unseren Kunden im In- und Ausland sehr gut an. Dies spiegelt sich sowohl in den positiven Reaktionen des Großhandels, als auch in der anhaltenden Dynamik des eigenen Einzelhandels wider. Besonders erfreulich entwickelt sich dabei unser Onlinegeschäft. Ich bin daher sehr zuversichtlich, dass wir unsere Ziele für das Gesamtjahr erreichen werden.“

HUGO BOSS erzielte auch im zweiten Quartal 2018 robuste Umsatzzuwächse. Der Konzernumsatz stieg in lokalen Währungen um 6 % auf 653 Mio. EUR. Der eigene Einzelhandel bewies erneut Stärke. Dank Zuwächsen in allen Regionen und Vertriebsformaten legte er auf vergleichbarer Fläche um 5 % zu. Der Umsatz im eigenen Onlinegeschäft wuchs um 47 %. Auch im Großhandelsgeschäft zogen die Umsätze deutlich an und legten um 10 % zu. Regional betrachtet zeigte Europa dank Zuwächsen in allen großen Märkten mit einem währungsbereinigten Plus von 9 % die höchste Wachstumsdynamik.

HUGO BOSS

Das EBITDA vor Sondereffekten erreichte mit 106 Mio. EUR nahezu das Niveau des Vorjahres. Anhaltende Investitionen in die Produktqualität, die digitale Transformation des Geschäftsmodells und negative Währungseinflüsse bremsen die Ergebnisentwicklung.






In Summe verzeichnete HUGO BOSS in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2018 ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum in Höhe von 5 %. Das EBITDA vor Sondereffekten lag mit 205 Mio. EUR auf Vorjahresniveau. Auf Basis dieser Ergebnisse bestätigt HUGO BOSS seine Prognose für das Gesamtjahr. Der Konzern erwartet nach wie vor einen währungsbereinigten Umsatzzanstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich. Zudem soll die Entwicklung des EBITDA vor Sondereffekten innerhalb einer Spanne von -2 % bis +2 % gegenüber dem Vorjahr liegen.

Darüber hinaus verzeichnete HUGO BOSS weitere Fortschritte bei der konsequenten Umsetzung seiner strategischen Initiativen, allen voran der Zweimarkenstrategie rund um BOSS und HUGO. So feierte das Unternehmen die Wiedereröffnung weiterer BOSS Geschäfte mit neuem Storekonzept. Seither können Kunden in Metropolen wie London, Singapur und München die BOSS Kollektionen im neuen Ambiente erleben. Moderne architektonische Elemente und eine Vielzahl digitaler Services steigern dort das Einkaufserlebnis. Zudem hat Anfang Juni in Amsterdam der erste HUGO Store mit eigenem Storekonzept eröffnet. Mit unkonventionellen Einrichtungen und der engen Einbindung von Social-Media-Angeboten trägt das Konzept dem modisch progressiven HUGO Kunden Rechnung. In der zweiten Jahreshälfte werden weitere HUGO Stores in ausgewählten europäischen Metropolen eröffnet, darunter Paris und London.

Anfang Juli präsentierte HUGO im Rahmen der Berlin Fashion Week die Frühjahr/Sommer 2019 Kollektion. Unter dem Motto „Mixmasters“ reflektierte HUGO mit auffälligen Neonfarben, leichten Stoffen und kontrastreichen Details den modernen Streetstyle und die Clubszene Berlins. Die Show wurde per Livestream auf der Webseite und in den sozialen Medien übertragen. Bereits nächsten Monat stellt BOSS die neue Kollektion für Frühjahr/Sommer 2019 im Rahmen der New York Fashion Week vor. Dabei werden sich die BOSS Menswear und BOSS Womenswear erstmals wieder in einer gemeinsamen Show präsentieren.

HUGO BOSS

Q2 Umsatzentwicklung nach Segmenten

		in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Europa		399	↗ +7	↗ +9
Amerika		137	↘ -8	→ 0
Asien/Pazifik		100	↗ +2	↗ +7
Lizenzen		17	↘ -6	↘ -6
Konzern		653	↗ +3	↗ +6

- Die Umsatzentwicklung in **Europa** profitierte im zweiten Quartal von mittleren einstelligen Zuwächsen im eigenen Einzelhandel sowie zweistelligen Wachstumsraten im Großhandelsgeschäft. Letzteres wurde durch Verschiebungen von Auslieferungen im Vergleich zum Vorjahr begünstigt. Alle Kernmärkte verzeichneten Umsatzzuwächse. In Großbritannien legten die Umsätze in beiden Vertriebskanälen jeweils zweistellig zu. Insgesamt stiegen die Umsätze dort um 12 %. Die Umsätze in den Beneluxstaaten legten um 11 % zu, vor allem aufgrund zweistelligen Wachstums des konzerneigenen Einzelhandels. In Deutschland und Frankreich lagen die Umsätze mit 2 % beziehungsweise 5 % ebenfalls über dem Vorjahr.
- Die Umsätze in der Region **Amerika** entwickelten sich währungsbereinigt stabil. Im US-amerikanischen Markt konnten Umsatzzuwächse im konzerneigenen Einzelhandel die Rückgänge im Großhandelsgeschäft nicht vollständig kompensieren. Infolgedessen ging der Umsatz in den USA insgesamt um 1 % zurück. Hingegen verzeichnete der Konzern in Kanada und Lateinamerika Umsatzzuwächse im niedrigen beziehungsweise mittleren einstelligen Bereich.
- Im zweiten Quartal profitierte die Region **Asien/Pazifik** von weiteren Zuwächsen im chinesischen Markt. Dort stiegen die Umsätze um 8 %. Dabei legten die Umsätze auf dem chinesischen Festland flächenbereinigt hoch einstellig zu. Mit zweistelligen Wachstumsraten entwickelten sich Hongkong und Macau weiterhin äußerst positiv. Auch in Japan legten die Umsätze zu.

HUGO BOSS

Q2 Umsatzentwicklung nach Vertriebskanälen

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Konzerneigener Einzelhandel	442	↗ +1	↗ +5
Großhandel	194	↗ +7	↗ +10
Lizenzen	17	↘ -6	↘ -6
Konzern	653	↗ +3	↗ +6

- Der **eigene Einzelhandel** (inklusive Outlets und Online-Stores) verzeichnete auch im zweiten Quartal robuste Umsatzzuwächse. Währungsbereinigt legte der Umsatz um 5 % zu.
 - Auf flächen- und währungsbereinigter Basis stieg der Umsatz um 5 %. Alle Vertriebsformate und Regionen verzeichneten Wachstum. Die freistehenden Geschäfte und vor allem das Onlinegeschäft entwickelten sich dabei besser als das Outletgeschäft. In Asien/Pazifik stiegen die Umsätze im hohen einstelligen Bereich. In Europa und Amerika legten die Umsätze flächen- und währungsbereinigt im mittleren beziehungsweise niedrigen einstelligen Bereich zu.
 - Insgesamt stiegen die Umsätze im eigenen Einzelhandel in Europa währungsbereinigt um 5 % auf 256 Mio. EUR (Q2 2017: 246 Mio. EUR). Die Umsätze in Amerika beliefen sich auf 94 Mio. EUR (Q2 2017: 100 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Umsatzanstieg von 3 %. In Asien konnte ein Umsatzanstieg in lokalen Währungen von 7 % auf 93 Mio. EUR (Q2 2017: 90 Mio. EUR) erzielt werden.
 - Die über freistehende Geschäfte und Shop-in-Shops erzielten Umsätze stiegen währungsbereinigt um 3 %. Die Outletumsätze legten um 4 % zu. Im eigenen Onlinegeschäft erzielte HUGO BOSS einen Umsatzanstieg von 47 %. Eine wachsende Kundenbasis, Verbesserungen in der Nutzerfreundlichkeit der hugoboss.com-Website und deren konsequentere Ausrichtung auf BOSS und HUGO unterstützten diese Entwicklung.
- Im **Großhandelsgeschäft** wirkten sich Verschiebungen von Auslieferungen im Vergleich zum Vorjahr positiv auf die Umsatzentwicklung aus. Auch das

HUGO BOSS

Replenishment, mit dem HUGO BOSS auf kurzfristige Nachfragesteigerungen der Handelspartner reagiert, trug zum Umsatzwachstum bei.

- Der mit Großhandelspartnern erzielte Umsatz in Europa lag mit 144 Mio. EUR währungsbereinigt um 17 % über dem Vorjahr (Q2 2017: 126 Mio. EUR). In der Region Amerika ging der Umsatz währungsbereinigt um 5 % zurück. In Euro summierte er sich auf 43 Mio. EUR (Q2 2017: 49 Mio. EUR). Die Region Asien/Pazifik verzeichnete einen währungsbereinigten Umsatzzuwachs von 2 %. Hier summierte sich der Umsatz wie im Vorjahr auf 7 Mio. EUR (Q2 2017: 7 Mio. EUR).
- Die Umsätze im **Lizenzgeschäft** entwickelten sich im zweiten Quartal aufgrund zeitlicher Verschiebungen von Lizenzeinnahmen rückläufig. Es wird erwartet, dass die Lizenzumsätze in der zweiten Jahreshälfte zulegen werden.

Q2 Umsatzentwicklung nach Marken und Gender

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
BOSS <small>HUGO BOSS</small>	568	↗ +4	↗ +8
HUGO <small>HUGO BOSS</small>	85	↘ -6	↘ -4
Konzern	653	↗ +3	↗ +6

- Fortgeführte Veränderungen in der Vertriebsstrategie prägten die Umsatzentwicklung der Marken BOSS und HUGO im zweiten Quartal. Der Konzern hat sich dazu entschieden, sowohl für bestimmte Produktkategorien im Großhandelskanal als auch in ausgewählten eigenen Stores Flächen von HUGO auf BOSS zu übertragen. Zudem wird die Präsenz von HUGO im Outletkanal weiter reduziert. Diese Maßnahmen dienen der Schärfung der Markenbotschaft von HUGO.
 - Folglich entwickelten sich die Umsätze der Marke **HUGO** im zweiten Quartal rückläufig. Zweistellige Zuwächse in der Casualwear konnten die Rückgänge in der Businesswear nicht kompensieren.
 - Die Umsatzentwicklung von **BOSS** profitierte insbesondere von zweistelligen Zuwächsen in der Casualwear. Hier sorgten anhaltende Investitionen in die

HUGO BOSS

Qualität der Kollektionen für eine höhere Begehrlichkeit. Die Umsätze der Businesswear verzeichneten ebenfalls deutliche Zuwächse. Auch das Athleisure-Angebot legte gegenüber dem Vorjahr leicht zu.

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Menswear	588	↗ +4	↗ +7
Womenswear	65	↘ -5	↘ -2
Konzern	653	↗ +3	↗ +6

- Die Umsatzentwicklung der **Menswear** profitierte vor allem von zweistelligen Zuwächsen in der Casualwear.
- Der Umsatzrückgang der **Womenswear** ist auf die Marke BOSS zurückzuführen und steht im Zusammenhang mit der Reduzierung von Einzelhandelsflächen in freistehenden Geschäften. Zuwächse bei HUGO konnten dies nicht kompensieren.

HUGO BOSS

Q2 Ergebnisentwicklung

Verkürzte Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung (in Mio. EUR)			
	Q2 2018	Q2 2017	Veränderung in %
Umsatzerlöse	653	636	3
Umsatzkosten	-216	-206	-5
Rohertrag	437	430	2
In % vom Umsatz	66,9	67,7	-80 bp
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-289	-286	-1
Verwaltungsaufwendungen	-73	-69	-7
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-1	6	<-100
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)	74	81	-8
Finanzergebnis	-2	-5	71
Ergebnis vor Ertragsteuern	72	76	-5
Ertragsteuern	-18	-18	-3
Konzernergebnis	54	58	-7
EBITDA vor Sondereffekten	106	108	-1
In % vom Umsatz	16,2	16,9	-70 bp
Ertragsteuerquote in %	26	24	

- Der im Vergleich zum Vorjahr gesunkene Umsatzanteil des eigenen Einzelhandels im zweiten Quartal war maßgeblich für den Rückgang der **Rohertragsmarge**. Zudem trugen weitere Investitionen in die Produktqualität von BOSS und HUGO zu der Entwicklung bei.
- Die **operativen Aufwendungen** lagen geringfügig über dem Vorjahresniveau.
 - Die verringerte Expansionstätigkeit sowie positive Effekte aus der Nachverhandlung von Mietverträgen im eigenen Einzelhandel limitierten den Anstieg der **Vertriebs- und Marketingaufwendungen**. Auch Wechselkursveränderungen wirkten sich positiv aus. Die Marketingaufwendungen lagen auf dem Niveau der Vergleichsperiode.
 - Der Anstieg der **Verwaltungsaufwendungen** ergab sich aus weiteren Investitionen in die digitale Transformation des Geschäftsmodells. Hierdurch verspricht sich HUGO BOSS wichtige Umsatzimpulse sowie die Beschleunigung betrieblicher Prozesse.
- Das **EBIT** lag unter dem Niveau des Vorjahres. Dazu trug vor allem der Wegfall im Vorjahr angefallener einmaliger sonstiger betrieblicher Erträge bei. Der Rückgang des **Konzernergebnisses** fiel aufgrund eines verbesserten Finanzergebnisses geringer aus.

HUGO BOSS

- Das **EBITDA vor Sondereffekten** lag leicht unter dem Niveau der Vergleichsperiode. Der höhere Rohertrag konnte die gestiegenen operativen Aufwendungen nicht vollständig kompensieren. Wechselkursveränderungen hatten einen insgesamt negativen Effekt auf die Ergebnisentwicklung. Dieser resultierte vor allem aus der Abwertung von Währungen außerhalb der Eurozone, in denen HUGO BOSS deutlich mehr Umsatz als Kosten generiert.




Q2 Ergebnisentwicklung der Geschäftssegmente

Segmentergebnis	in Mio. EUR	Veränderung in %
Europa	126	↗ +18
Amerika	23	↘ -35
Asien/Pazifik	22	↘ -3
Lizenzen	14	↗ +7

- In der Region **Europa** konnten die höheren Umsätze einen leichten Anstieg der operativen Aufwendungen mehr als ausgleichen. Die bereinigte EBITDA-Marge erhöhte sich um 280 Basispunkte auf 31,4 % (Q2 2017: 28,6 %).
- In der Region **Amerika** führten vor allem negative Währungseffekte zu einem deutlichen Rückgang des Segmentergebnisses. Die bereinigte EBITDA-Marge lag mit 17,0 % um 700 Basispunkte unter dem Vorjahr (Q2 2017: 24,0 %).
- Das Segmentergebnis der Region **Asien/Pazifik** lag leicht unter dem Vorjahreswert. Die positive Umsatzentwicklung kompensierte einen Anstieg der Vertriebs- und Marketingaufwendungen nur teilweise. Auch in dieser Region belasteten negative Währungseffekte das Segmentergebnis. Die bereinigte EBITDA-Marge lag mit 22,2 % um 110 Basispunkte unter dem Vorjahreswert (Q2 2017: 23,3 %).
- Das Ergebnis des Segments **Lizenzen** lag über dem Niveau des Vorjahres.



HUGO BOSS

Vermögens- und Finanzlage

30. Juni 2018		in Mio. EUR	Veränderung in % ¹	Währungsbereinigte Veränderung in % ¹
TNWC		535	↗ +11	↗ +12
Vorräte		615	↗ +13	↗ +16
Netto- verschuldung		158	↘ -4	

¹ Veränderung gegenüber 30. Juni 2017.

- Die Entwicklung des **kurzfristigen operativen Nettovermögens (TNWC)** reflektiert vor allem den Anstieg der Vorräte. Die Erhöhung des **Vorratsbestands** soll der Unterstützung der Umsatzdynamik insbesondere im eigenen Einzelhandel dienen.
- Die Free-Cashflow-Entwicklung der vergangenen zwölf Monate bedingte einen leichten Rückgang der **Nettoverschuldung**.

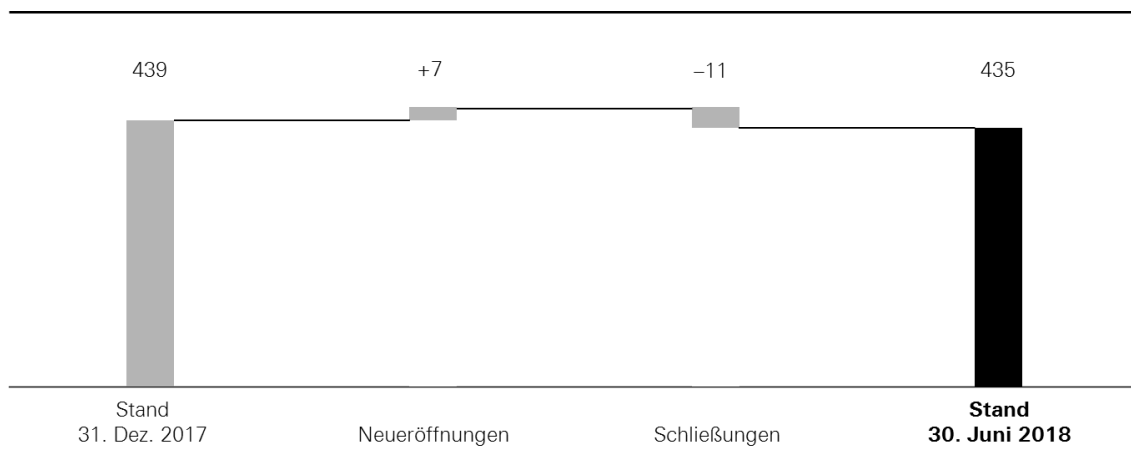
Drei Monate		in Mio. EUR	Veränderung in % ¹
Investitionen		33	→ 0
Free Cashflow		79	↘ -37

¹ Veränderung gegenüber Q2 2017.

- Der Schwerpunkt der **Investitionstätigkeit** im zweiten Quartal lag auf der Renovierung bestehender Einzelhandelsgeschäfte und der kanalübergreifenden Integration und Digitalisierung der eigenen Einzelhandelsaktivitäten.
- Die **Free-Cashflow-Entwicklung** spiegelt einen erhöhten Mittelabfluss aus der Veränderung des kurzfristigen operativen Nettovermögens wider.

HUGO BOSS

Netzwerk freistehender Einzelhandelsgeschäfte



- Die Anzahl der konzerneigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** lag zum Ende des zweiten Quartals leicht unter dem Niveau zum 31. Dezember 2017.
 - Sechs neu eröffneten **BOSS Stores** standen elf Schließungen von Stores mit auslaufenden Mietverträgen gegenüber. Darin enthalten ist die Verlagerung von zwei Standorten innerhalb der jeweils gleichen Metropolregion.
 - Im zweiten Quartal eröffnete in Amsterdam der erste **HUGO Store** mit neuem Storekonzept. Weitere Eröffnungen in ausgewählten europäischen Metropolen sind für die zweite Jahreshälfte geplant.
- Unter Einbezug von Shop-in-Shops und Outlets reduzierte sich die **Gesamtverkaufsfläche** der eigenen Einzelhandelsgeschäfte um 2 % auf rund 153.500 Quadratmeter (31. Dezember 2017: 156.500 Quadratmeter).
- Die **Flächenproduktivität** im konzerneigenen Einzelhandel erhöhte sich in den vergangenen zwölf Monaten um 2 % auf rund 11.300 EUR pro Quadratmeter (Januar bis Dezember 2017: 11.100 EUR pro Quadratmeter).

HUGO BOSS

Ausblick 2018

	Prognose 2018	Veränderung gegenüber bisheriger Prognose
Konzernumsatz (währungsbereinigt)	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich	→
Rohtragsmarge	Ungefähr stabile Entwicklung	→
EBITDA vor Sondereffekten	Veränderung zwischen -2 % und +2 %	→
Konzernergebnis	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich	→
Investitionen	170 Mio. EUR bis 190 Mio. EUR	→
Free Cashflow	150 Mio. EUR bis 200 Mio. EUR	→

- Das Management bestätigt den Ausblick für das Gesamtjahr.
- Eine detaillierte Darstellung der Prognose von HUGO BOSS für das Jahr 2018 kann dem Geschäftsbericht 2017 entnommen werden.

H U G O B O S S

Finanzkalender und Kontakte

6. November 2018

Ergebnisse des dritten Quartals 2018

15. November 2018

Investorentag 2018 in London

7. März 2019

Ergebnisse des Geschäftsjahres 2018

2. Mai 2019

Ergebnisse des ersten Quartals 2019

16. Mai 2019

Hauptversammlung

1. August 2019

Ergebnisse des zweiten Quartals 2019 & Halbjahresfinanzbericht 2019

5. November 2019

Ergebnisse des dritten Quartals 2019

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Hjördis Kettenbach

Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 7123 94-83377

E-Mail: hjoerdis_kettenbach@hugoboss.com

Christian Stöhr

Leiter Investor Relations

Telefon: +49 7123 94-87563

E-Mail: christian_stoehr@hugoboss.com

H U G O B O S S

FINANZINFORMATIONEN

zu Q2 2018 und Jan. – Juni 2018

HUGO BOSS

Konzernkennzahlen – Quartal

	Q2 2018	Q2 2017	Veränderung in %	Veränderung in % ¹
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	653	636	3	6
Umsatz nach Segmenten				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	399	372	7	9
Amerika	137	148	-8	0
Asien/Pazifik	100	98	2	7
Lizenzen	17	18	-6	-6
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Konzernerzeuger Einzelhandel	442	436	1	5 ²
Großhandel	194	182	7	10
Lizenzen	17	18	-6	-6
Umsatz nach Marken				
BOSS	568	545	4	8
HUGO	85	91	-6	-4
Umsatz nach Gender				
Menswear	588	568	4	7
Womenswear	65	68	-5	-2
Ertragslage (in Mio. EUR)				
Rohhertrag	437	430	2	
Rohhertragsmarge in %	66,9	67,7	-80 bp	
EBITDA	105	114	-7	
EBITDA vor Sondereffekten	106	108	-1	
Bereinigte EBITDA-Marge in % ³	16,2	16,9	-70 bp	
EBIT	74	81	-8	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	54	58	-7	
Finanzlage (in Mio. EUR)				
Investitionen	33	33	0	
Free Cashflow	79	125	-37	
Abschreibungen	31	33	-5	
Weitere Erfolgsfaktoren				
Personalaufwand (in Mio. EUR)	159	152	5	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	0,77	0,83	-7	
Schlusskurs (zum 30. Juni)	77,76	61,30	27	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Juni)	70.400.000	70.400.000	0	

¹ währungsbereinigt.

² auf flächenbereinigter Basis 5 %.

³ EBITDA vor Sondereffekten/Umsatz.

HUGO BOSS

Konzernkennzahlen – sechs Monate

	Jan. – Juni 2018	Jan. – Juni 2017	Veränderung in %	Veränderung in % ¹
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	1.303	1.287	1	5
Umsatz nach Segmenten				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	816	784	4	6
Amerika	254	274	-7	3
Asien/Pazifik	200	195	2	9
Lizenzen	33	34	-4	-4
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Konzernerzeuger Einzelhandel	820	808	2	6 ²
Großhandel	450	445	1	5
Lizenzen	33	34	-4	-4
Umsatz nach Marken				
BOSS	1.130	1.100	3	7
HUGO	173	187	-8	-5
Umsatz nach Gender				
Menswear	1.170	1.145	2	7
Womenswear	133	142	-6	-3
Ertragslage (in Mio. EUR)				
Rohhertrag	853	849	0	
Rohhertragsmarge in %	65,5	66,0	-50 bp	
EBITDA	204	212	-4	
EBITDA vor Sondereffekten	205	205	0	
Bereinigte EBITDA-Marge in % ³	15,7	15,9	-20 bp	
EBIT	143	145	-1	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	103	106	-2	
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 30. Juni (in Mio. EUR)				
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	535	484	11	12
Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % vom Umsatz ⁴	18,8	19,2	-40 bp	
Langfristige Vermögenswerte	656	719	-9	
Eigenkapital	843	802	5	
Eigenkapitalquote in %	48,5	47,7	80 bp	
Bilanzsumme	1.739	1.679	4	
Finanzlage (in Mio. EUR)				
Investitionen	51	57	-10	
Free Cashflow	32	132	-76	
Abschreibungen	61	67	-9	
Nettoverschuldung (zum 30. Juni)	158	166	-4	
Finanzierungsstärke (zum 30. Juni) ⁵	0,3	0,3		
Weitere Erfolgsfaktoren				
Mitarbeiter (zum 30. Juni)	14.201	13.539	5	
Personalaufwand (in Mio. EUR)	315	303	4	
Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte	1.090	1.128	-3	
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	435	438	-1	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	1,49	1,53	-2	
Schlusskurs (zum 30. Juni)	77,76	61,30	27	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Juni)	70.400.000	70.400.000	0	

¹ währungsbereinigt.

² auf flächenbereinigter Basis 6 %.

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)	Q2 2018	Q2 2017	Veränderung in %
Umsatzerlöse	653	636	3
Umsatzkosten	-216	-206	-5
Rohhertrag	437	430	2
In % vom Umsatz	66,9	67,7	-80 bp
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-289	-286	-1
Verwaltungsaufwendungen	-73	-69	-7
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-1	6	<-100
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)	74	81	-8
In % vom Umsatz	11,3	12,7	-140 bp
Finanzergebnis	-2	-5	71
Ergebnis vor Ertragsteuern	72	76	-5
Ertragsteuern	-18	-18	-3
Konzernergebnis	54	58	-7
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	0,77	0,83	-7
Ertragsteuerquote in %	26	24	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBITDA vor Sondereffekten – Quartal

(in Mio. EUR)	Q2 2018	Q2 2017	Veränderung in %
EBIT	74	81	-8
Abschreibungen	-31	-33	5
EBITDA	105	114	-7
EBITDA-relevante Sondereffekte	-1	6	<-100
EBITDA vor Sondereffekten	106	108	-1
In % vom Umsatz	16,2	16,9	-70 bp

HUGO BOSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung – sechs Monate

(in Mio. EUR)			
	Jan. - Juni 2018	Jan. - Juni 2017	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.303	1.287	1
Umsatzkosten	-450	-438	-3
Rohertrag	853	849	0
In % vom Umsatz	65,5	66,0	-50 bp
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-562	-570	1
Verwaltungsaufwendungen	-147	-141	-4
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-1	7	<-100
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)	143	145	-1
In % vom Umsatz	11,0	11,3	-30 bp
Finanzergebnis	-4	-6	35
Ergebnis vor Ertragsteuern	139	139	0
Ertragsteuern	-36	-33	-9
Konzernergebnis	103	106	-2
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	1,49	1,53	-2
Ertragsteuerquote in %	26	24	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBITDA vor Sondereffekten – sechs Monate

(in Mio. EUR)			
	Jan. - Juni 2018	Jan. - Juni 2017	Veränderung in %
EBIT	143	145	-1
Abschreibungen	-61	-67	9
EBITDA	204	212	-4
EBITDA-relevante Sondereffekte	-1	7	<-100
EBITDA vor Sondereffekten	205	205	0
In % vom Umsatz	15,7	15,9	-20 bp

HUGO BOSS

Konzernbilanz

(in Mio. EUR)

	30. Juni 2018	30. Juni 2017	31. Dezember 2017
Aktiva			
Immaterielle Vermögenswerte	180	186	183
Sachanlagen	359	393	366
Aktive latente Steuern	98	118	94
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	18	20	18
Langfristige Ertragsteuerforderungen	0	0	0
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1	2	1
Langfristige Vermögenswerte	656	719	662
Vorräte	615	541	537
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	190	188	208
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	45	38	49
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	30	19	39
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	104	81	109
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	99	93	116
Kurzfristige Vermögenswerte	1.083	960	1.058
GESAMT	1.739	1.679	1.720
Passiva			
Gezeichnetes Kapital	70	70	70
Eigene Aktien	-42	-42	-42
Kapitalrücklage	0	0	0
Gewinnrücklagen	791	743	869
Kumuliertes übriges Eigenkapital	24	31	18
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	843	802	915
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	0	0	0
Konzerneigenkapital	843	802	915
Langfristige Rückstellungen	71	77	70
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	158	189	63
Passive latente Steuern	13	10	11
Sonstige langfristige Schulden	55	47	55
Langfristige Schulden	297	323	199
Kurzfristige Rückstellungen	96	116	107
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	108	81	69
Ertragsteuerschulden	19	10	32
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	270	245	286
Sonstige kurzfristige Schulden	106	102	112
Kurzfristige Schulden	599	554	606
GESAMT	1.739	1.679	1.720

Kurzfristiges operatives Nettovermögen (TNWC)

(in Mio. EUR)

	30. Juni 2018	30. Juni 2017	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Vorräte	615	541	13	16
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	190	188	1	1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-270	-245	10	12
TNWC	535	484	11	12

HUGO BOSS

Kapitalflussrechnung

(in Mio. EUR)	Jan. – Juni 2018	Jan. – Juni 2017
Konzernergebnis	103	106
Abschreibungen/Zuschreibungen	61	67
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	7	13
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	0	0
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	36	33
Zinserträge und -aufwendungen	1	1
Veränderung der Vorräte	-77	10
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	32	61
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-26	-31
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	0	0
Veränderung Pensionsrückstellungen	-1	-3
Veränderung übrige Rückstellungen	-9	-24
Gezahlte Ertragsteuern	-45	-43
Operativer Mittelzufluss	82	190
Gezahlte Zinsen	-1	-1
Erhaltene Zinsen	1	1
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	82	190
Investitionen in Sachanlagen	-40	-41
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-11	-9
Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Geschäftseinheiten abzüglich erworbener flüssiger Mittel	0	-7
Effekt aus der Veränderung des Konsolidierungskreises	0	-1
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	1	0
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-50	-58
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	-183	-179
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	38	6
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	96	56
Tilgung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-1	0
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-50	-117
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus Änderungen des Konsolidierungskreises	0	-2
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1	-3
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-17	10
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	116	83
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	99	93

Free Cashflow

(in Mio. EUR)	Jan. – Juni 2018	Jan. – Juni 2017
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	82	190
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-50	-58
Free Cashflow	32	132

HUGO BOSS

Segmentergebnis – Quartal

(in Mio. EUR)					
	Q2 2018	In % vom Umsatz	Q2 2017	In % vom Umsatz	Veränderung in %
Europa	126	31,4	106	28,6	18
Amerika	23	17,0	36	24,0	-35
Asien/Pazifik	22	22,2	23	23,3	-3
Lizenzen	14	82,5	13	72,1	7
Ergebnis der operativen Segmente	185	28,3	178	27,9	4
Corporate Units / Konsolidierung	-79		-70		13
EBITDA vor Sondereffekten	106	16,2	108	17,0	-1

Segmentergebnis – sechs Monate

(in Mio. EUR)					
	Jan. – Juni 2018	In % vom Umsatz	Jan. – Juni 2017	In % vom Umsatz	Veränderung in %
Europa	249	30,4	233	29,8	7
Amerika	35	13,8	51	18,6	-31
Asien/Pazifik	50	25,1	48	24,3	6
Lizenzen	27	82,8	27	78,2	2
Ergebnis der operativen Segmente	361	27,7	359	27,9	1
Corporate Units / Konsolidierung	-156		-154		1
EBITDA vor Sondereffekten	205	15,7	205	15,9	0

Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte

	Freistehende Geschäfte			Shop-in-Shops	Outlets	GESAMT
30. Juni 2018						
Europa	191		314		64	569
Amerika	88		93		49	230
Asien/Pazifik	156		88		47	291
GESAMT	435		495		160	1.090
31. Dez. 2017						
Europa	192		351		65	608
Amerika	90		99		50	239
Asien/Pazifik	157		88		47	292
GESAMT	439		538		162	1.139