



H U G O B O S S

**BERICHT ZUM ERSTEN QUARTAL
JANUAR - MÄRZ 2016**

INHALT

1

AN UNSERE AKTIONÄRE

Brief des Vorstands **S. 4**
Konzernkennzahlen **S. 6**

2

KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT

Gesamtwirtschaftliche Lage und Branchenentwicklung **S. 8**

- Gesamtwirtschaftliche Lage **S. 8**
- Branchenentwicklung **S. 9**

Konzernertragslage **S. 10**

- Umsatzlage **S. 10**
- Ertragslage **S. 14**
- Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente **S. 16**

Vermögenslage **S. 20**

Finanzlage **S. 23**

Risiko- und Chancenbericht **S. 25**

Nachtrags- und Prognosebericht **S. 26**

- Nachtragsbericht **S. 26**
- Prognosebericht **S. 26**

Zusammenfassende Aussage über die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage **S. 32**

3

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung **S. 34**
Konzerngesamtergebnisrechnung **S. 35**
Konzernbilanz **S. 36**
Eigenkapitalveränderungsrechnung **S. 37**
Kapitalflussrechnung **S. 38**
Verkürzter Konzernanhang **S. 39**

4

WEITERE ANGABEN

Zukunftsgerichtete Aussagen **S. 56**
Finanzkalender **S. 57**
Kontakte **S. 57**

**AN UNSERE
AKTIONÄRE**



BRIEF DES VORSTANDS

**Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren,**

für die Premiumbekleidungsbranche war der Start in das Jahr 2016 sehr herausfordernd. In vielen Märkten profitiert die Bekleidungsindustrie nicht von der positiven Entwicklung des Konsumklimas. So verzeichnete beispielsweise der deutsche Bekleidungseinzelhandel nach Schätzungen der Fachzeitschrift Textilwirtschaft in den ersten drei Monaten des Jahres einen Umsatzrückgang von 2%, obwohl der private Konsum in Deutschland deutlich wächst. Das auch auf globaler Ebene sehr schwierige Marktumfeld sowie unternehmensspezifische Herausforderungen haben die Umsatz- und Ergebnisentwicklung von HUGO BOSS im ersten Quartal stark belastet. Der Umsatz des Unternehmens sank ohne Währungseffekte um 3%. Das operative Ergebnis (EBITDA vor Sondereffekten) ging um 29% zurück.

Der Konzern begegnet dieser Entwicklung auf verschiedenen Ebenen: In den letzten Wochen wurden umfangreiche Maßnahmen ergriffen, um die Kosteneffizienz zu verbessern und den Free Cash Flow trotz des erwarteten Ergebnisrückgangs zu steigern. Über die Nachverhandlung von Mietverträgen im eigenen Einzelhandel, striktes Kostenmanagement in der Verwaltung und die Fokussierung unserer Marketingaktivitäten auf solche Maßnahmen, welche die Kundenfrequenz im eigenen Einzelhandel unmittelbar unterstützen, wollen wir in diesem Jahr Kosteneinsparungen von rund 50 Millionen Euro gegenüber der ursprünglichen Planung erzielen. Zusätzlich analysieren wir die Performance der Stores im eigenen Einzelhandel. Über mögliche Schließungen von Stores, die unsere Zielvorgaben nicht erfüllen, werden wir in den nächsten Monaten entscheiden. Durch die Verringerung des Expansionsstempos im eigenen Einzelhandel und die strikte Begrenzung des Projektportfolios wird außerdem das Investitionsvolumen im Jahr 2016 deutlich gegenüber dem Vorjahr sinken.

Gleichzeitig stellen wir die Weichen für die Rückkehr zu profitablen Wachstum: Im US-Markt verändern wir unsere Distribution im Großhandelskanal sehr umfangreich, um die Präsentation und damit die Wahrnehmung unserer Kernmarke BOSS durch den Konsumenten zu verbessern. Dafür nehmen wir in einem ohnehin rückläufigen Gesamtmarkt Umsatzeinbußen in Kauf. In China hat sich unser Geschäft deutlich belebt, seit wir am Jahresanfang die Preise angepasst und die digitalen Kommunikationsaktivitäten intensiviert haben. Dies stimmt uns mit Blick auf den langfristigen Ausblick für diesen Markt zuversichtlich.

Die Digitalisierung des Geschäftsmodells wird ohne Zweifel die Zukunft von HUGO BOSS prägen. In den letzten Wochen haben wir weitere wichtige Schritte unternommen, um unseren Kunden online und offline ein integriertes Einkaufs- und Markenerlebnis bieten zu können. Nach umfangreichen Tests haben wir Anfang Mai die komplette Auftragsabwicklung unseres europäischen Online-Geschäfts von unserem bisherigen Partner übernommen. Jedes Produkt, das unsere Kunden in Europa über die Website hugoboss.com bestellen, wird also zukünftig direkt von uns geliefert. Dies ist eine wichtige Voraussetzung für den im zweiten Halbjahr in Europa geplanten Ausbau von Omnichannel-Angeboten wie Click & Collect.

Das Jahr 2016 ist für HUGO BOSS ein Jahr der Veränderungen – nicht nur mit Blick auf die dargestellten strategischen Maßnahmen, sondern auch personell. Der bisherige Vorstandsvorsitzende Claus-Dietrich Lahrs sowie der Marken- und Produktionsvorstand Christoph Auhagen sind aus dem Unternehmen ausgeschieden. Bernd Hake, der auf Basis seiner fast zwanzigjährigen Erfahrung bei HUGO BOSS die Verantwortung für die Bereiche Retail und Sales unmittelbar von Claus-Dietrich Lahrs übernommen hat, und Ingo Wilts, der zukünftig das Marken- und Kreativmanagement leiten wird, sind neben dem Finanzvorstand Mark Langer neu in den Vorstand berufen worden. Die Schaffung eines eigenständigen Vorstandsressorts für das Marken- und Kreativmanagement unterstreicht dabei die Bedeutung, die wir diesem Bereich beimessen.

Ungeachtet der kurzfristigen Herausforderungen werden wir uns darauf konzentrieren, die Attraktivität der Marke HUGO BOSS langfristig zu sichern und weiter zu steigern. Diese Aufgabe wird uns und dem gesamten Unternehmen in den nächsten Monaten viel Arbeit abverlangen. In manchen Bereichen wird es seine Zeit brauchen, bis die Verbesserungen sichtbar werden. Die Entschlossenheit und Energie, mit der die gesamte Organisation diese Aufgabe annimmt, stimmen uns aber zuversichtlich, dass wir HUGO BOSS bald wieder auf einen nachhaltigen und profitablen Wachstumskurs zurückführen können.

Ihr

HUGO BOSS Vorstand

KONZERNKENNZAHLEN

	Jan. – März 2016	Jan. – März 2015	Veränderung in %
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	642,6	667,5	-4
Umsatz nach Segmenten			
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	402,4	409,7	-2
Amerika	129,8	143,2	-9
Asien/Pazifik	94,7	100,9	-6
Lizenzen	15,7	13,7	14
Umsatz nach Vertriebskanälen			
Konzerneigener Einzelhandel	370,4	370,1	0
Großhandel	256,5	283,7	-10
Lizenzen	15,7	13,7	14
Ertragslage (in Mio. EUR)			
Rohhertrag	411,9	436,9	-6
Rohhertragsmarge in %	64,1	65,5	-140 bp
EBITDA	86,4	130,1	-34
EBITDA vor Sondereffekten	93,5	131,5	-29
Bereinigte EBITDA-Marge in % ¹	14,5	19,7	-520 bp
EBIT	53,7	102,8	-48
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	38,5	75,6	-49
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 31. März (in Mio. EUR)			
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	542,1	565,5	-4
Langfristige Vermögenswerte	756,0	708,9	7
Eigenkapital	981,4	954,3	3
Eigenkapitalquote in %	57,8	54,1	
Bilanzsumme	1.698,1	1.762,7	-4
Finanzlage (in Mio. EUR)			
Free Cashflow	-4,9	-7,6	36
Nettoverschuldung (zum 31. März)	88,6	43,3	> 100
Investitionen	37,6	39,6	-5
Abschreibungen	32,7	27,3	20
Finanzierungsstärke (zum 31. März) ²	0,2	0,1	
Weitere Erfolgsfaktoren			
Mitarbeiter (zum 31. März)	15.374	14.560	6
Personalaufwand (in Mio. EUR)	157,6	144,2	9
Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte	1.128	1.060	
Aktien (in EUR)			
Ergebnis je Aktie	0,56	1,10	-49
Schlusskurs (zum 31. März)	57,64	113,25	-49
Aktienanzahl in Stück (zum 31. März)	70.400.000	70.400.000	

¹ EBITDA vor Sondereffekten/Umsatz.

² Nettoverschuldung/EBITDA vor Sondereffekten der letzten 12 Monate.

**KONZERNZWISCHEN-
LAGEBERICHT**

2

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE UND BRANCHENENTWICKLUNG

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE

Wachstumsabschwächung erhöht Risiken für die Weltwirtschaft

Zu Beginn des Jahres 2016 schwächten sich viele Konjunkturindikatoren weiter ab. Dies galt nicht nur für die Schwellenländer sondern auch für die Industrieländer. Im März hingegen deuteten einige Konjunkturdaten in Europa und Asien auf eine Stabilisierung der Wirtschaftsentwicklung hin.

Geldpolitische Maßnahmen unterstützen europäische Wirtschaft

Die **europäische Wirtschaft** entwickelte sich im ersten Quartal uneinheitlich. Im Januar und Februar sanken wichtige Frühindikatoren wie der Einkaufsmanagerindex und der IFO Geschäftsklimaindex in Deutschland auf Mehrjahrestiefstwerte. Enttäuschende Konjunkturdaten aus China, die die Aussichten der Exportindustrie eintrübten, belasteten die Entwicklung zusätzlich. Im März hingegen deuteten einige Indikatoren darauf hin, dass der Abwärtstrend von Januar und Februar gestoppt sein könnte. Des Weiteren entschied die EZB, die expansive Geld- und Fiskalpolitik auszuweiten und damit die Wirtschaftsentwicklung in der Eurozone zu unterstützen.

US Konjunkturdaten sorgen für Enttäuschung

Die **US amerikanische Konjunktur** entwickelte sich im ersten Quartal nur stabil und damit leicht unter den Erwartungen. Einige US Konjunkturdaten enttäuschten, wie die Einzelhandelsumsätze und die Industrieproduktion. Eine Abwertung des US-Dollars gegenüber den Währungen wichtiger Handelspartner sowie ein zuletzt steigender Ölpreis unterstützten die Entwicklung. Die Wirtschaft in **Lateinamerika** entwickelte sich im gleichen Zeitraum weiterhin schwach. Die Rezession in Brasilien belastete zusätzlich.

Mögliche Stabilisierung der Konjunktur in China

In **Asien** entwickelte sich die Wirtschaft uneinheitlich. Sorgen im Januar noch Börsenturbulenzen am Aktienmarkt in China sowie schwache Konjunkturdaten für Verunsicherung, überraschten stabile Indikatoren im März positiv. Der chinesische Einkaufsmanagerindex für das verarbeitende Gewerbe und den Dienstleistungssektor verbesserte sich zuletzt wieder. In Japan weitete die Notenbank die expansive Geldpolitik weiter aus, um die Wirtschaftsentwicklung zu unterstützen.

BRANCHENENTWICKLUNG

Branchenentwicklung leidet unter herausforderndem Marktumfeld

Die Verlangsamung des Wachstums der globalen Premium- und Luxusgüterbranche setzte sich im ersten Quartal des Jahres 2016 fort. Branchenanalysten im Bankenbereich erwarteten für die im Sektor tätigen Unternehmen nur moderate Umsatzanstiege, die vielfach allein von der Ausweitung des Storenetzes getragen werden sollten. Auf vergleichbarer Fläche wurden hingegen größtenteils Rückgänge prognostiziert, was auch die Profitabilität der Unternehmen belasten sollte. Die Nachfrage von Touristen schwächte sich den Erwartungen nach insgesamt ab, sorgte aber weiter für eine regionale Verschiebung der Umsätze.

In **Europa** belastete vor allem die gegenüber dem Vorjahr schwächere Nachfrage asiatischer Touristen die Umsatzentwicklung. Dies wurde ausgelöst von der zunehmenden Harmonisierung der Preisarchitektur zwischen Europa und Asien, ungünstigen Wechselkursentwicklungen sowie der wachsenden Sorge vor Terroranschlägen. Auch in **Amerika** hatte ein schwächerer Tourismus einen negativen Einfluss auf die Umsatzentwicklung. Neben Unsicherheiten im Zusammenhang mit der volatilen Aktienmarktentwicklung und der anstehenden Präsidentenwahl belasteten auch Veränderungen im Ausgabenverhalten der Konsumenten die Branchenentwicklung. Freizeitaktivitäten und Reisen wurden deutlich gegenüber Ausgaben für Bekleidung bevorzugt. Die Wachstumsdynamik in den Märkten Südamerikas ließ im Rahmen der allgemein schwierigen wirtschaftlichen Situation in der Region nach. In **Asien** entwickelte sich die Branche im ersten Quartal uneinheitlich. Während vor allem auf dem wichtigen chinesischen Markt eine Stabilisierung zu beobachten war, setzten sich insbesondere in Hongkong die negativen Umsatzrends aus dem Vorjahr fort. Japan und Südkorea profitierten weiter von der Nachfrage von Touristen aus anderen Teilen der Region, obwohl die Aufwertung des Yen diesbezüglich einen dämpfenden Effekt hatte.

KONZERNERTRAGSLAGE

UMSATZLAGE

Schwierige Marktlage in den USA und China prägt die Umsatzentwicklung

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 erzielte der HUGO BOSS Konzern einen **Konzernumsatz** in Höhe von 643 Mio. EUR. Damit lag der Umsatz in Konzernwährung um 4% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 668 Mio. EUR). Währungseffekte hatten dabei im Berichtszeitraum einen negativen Einfluss auf die Konzernumsatzentwicklung. So verzeichnete HUGO BOSS auf währungsbereinigter Basis einen Umsatzrückgang von 3%. Haupttreiber für die rückläufige Umsatzentwicklung waren die schwierige Marktlage und unternehmensspezifische Herausforderungen in den USA und China.

UMSATZ NACH REGIONEN (in Mio. EUR)

	Jan. – März 2016	In % des Umsatzes	Jan. – März 2015	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Europa ¹	402,4	62,6	409,7	61,4	-2	-1
Amerika	129,8	20,2	143,2	21,5	-9	-8
Asien/Pazifik	94,7	14,7	100,9	15,1	-6	-5
Lizenzen	15,7	2,5	13,7	2,0	14	14
GESAMT	642,6	100,0	667,5	100,0	-4	-3

¹ Inklusive Naher Osten und Afrika.

Alle Regionen verzeichnen währungsbereinigten Umsatzrückgang

Der Umsatz in der **Region Europa** inklusive Naher Osten und Afrika ging in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 in Berichtswährung um 2% auf 402 Mio. EUR zurück (Vorjahr: 410 Mio. EUR), in lokalen Währungen um 1%. Wesentlicher Einflussfaktor waren Umsatzrückgänge auf der iberischen Halbinsel, in den Beneluxstaaten und Deutschland. Die **Region Amerika** verzeichnete einen Umsatzrückgang im gleichen Zeitraum um 9% auf 130 Mio. EUR (Vorjahr: 143 Mio. EUR). Insbesondere die negative Umsatzentwicklung in den USA trug zu einem Rückgang von 8% in lokalen Währungen bei. Der Umsatz in der **Region Asien/Pazifik** lag in Berichtswährung mit 95 Mio. EUR um 6% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 101 Mio. EUR). Das uneinheitliche Marktumfeld in China, das die Entwicklung von HUGO BOSS in diesem Markt belastete, führte zu einem Umsatzrückgang von 5% in lokalen Währungen.

UMSATZ NACH VERTRIEBSKANÄLEN (in Mio. EUR)

	Jan. – März 2016	In % des Umsatzes	Jan. – März 2015	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Konzerneigener Einzelhandel	370,4	57,6	370,1	55,5	0	1
DOS	242,1	37,7	242,7	36,4	0	2
Outlet	106,9	16,6	106,5	16,0	0	1
Online	21,4	3,3	20,9	3,1	2	2
Großhandel	256,5	39,9	283,7	42,5	-10	-9
Lizenzen	15,7	2,5	13,7	2,0	14	14
GESAMT	642,6	100,0	667,5	100,0	-4	-3

Umsatzrückgang von 6% auf vergleichbarer Fläche

Der **konzerneigene Einzelhandel (Retail)** entwickelte sich in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 stabil. Der Umsatz in diesem Vertriebskanal lag wie im Vorjahr bei 370 Mio. EUR (Vorjahr: 370 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Umsatzwachstum in Höhe von 1%. Auf vergleichbarer Fläche lagen die Umsätze im konzerneigenen Einzelhandel in Konzernwährung 7% unter dem Niveau der Vergleichsperiode. Währungsbereinigt belief sich der Rückgang auf 6%. Der Anteil des konzerneigenen Einzelhandels am Konzernumsatz stieg weiter und lag im Berichtszeitraum bei 58% (Vorjahr: 56%).

Währungsbereinigtes Umsatzwachstum der konzerneigenen Einzelhandelsflächen (DOS)

Der Umsatz über **konzerneigene Einzelhandelsflächen (DOS)** lag im Dreimonatszeitraum mit 242 Mio. EUR leicht unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 243 Mio. EUR), konnte aber währungsbereinigt um 2% gesteigert werden. Darin enthalten sind die Umsätze der eigenen freistehenden Einzelhandelsgeschäfte sowie die mit Konzessionspartnern erwirtschafteten Umsätze. Im Konzessionsmodell bewirtschaftet der Konzern eigenständig HUGO BOSS Shop-in-Shops auf der Fläche des Partners. Der Umsatz in den **Outletgeschäften** lag unverändert zum Vorjahr bei 107 Mio. EUR (Vorjahr: 107 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Anstieg von 1%. Der konzerneigene **Online-Einzelhandel** verzeichnete im Dreimonatszeitraum ein Umsatzwachstum in Konzernwährung wie auch in lokalen Währungen von 2% auf 21 Mio. EUR (Vorjahr: 21 Mio. EUR).

Währungsbereinigter Umsatzrückgang im Großhandelskanal

Die Umsätze im **Großhandelskanal** entwickelten sich in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 um 10% rückläufig und beliefen sich auf 257 Mio. EUR (Vorjahr: 284 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis ging der Umsatz um 9% zurück. Maßgeblich für diese Entwicklung waren, neben der global verhaltenen Nachfrage der Handelspartner, Übernahmen bisher durch Großhandelspartner geführter Verkaufsflächen, die für eine Umsatzverschiebung vom Großhandelsgeschäft hin zum konzerneigenen Einzelhandel sorgten. Das Replenishment, mit dem HUGO BOSS auf kurzfristige Nachfrigesteigerungen der Handelspartner reagieren kann, entwickelte sich in den ersten drei Monaten negativ. Der Anteil des Großhandelskanals am Konzernumsatz verminderte sich von 43% in der Vergleichsperiode auf 40% im Berichtszeitraum.

Lizenzgeschäft mit zweistelligen Umsatzzuwächsen

Der Umsatz im **Lizenzgeschäft** erhöhte sich im Dreimonatszeitraum um 14% auf 16 Mio. EUR (Vorjahr: 14 Mio. EUR). Auch währungsbereinigt konnte ein Anstieg von 14% erzielt werden. Die von Partnern hergestellten Produkte umfassen unter anderem Düfte, Brillen und Uhren. So konnten insbesondere bei den Lizenzannahmen für Düfte zweistellige Umsatzsteigerungen verzeichnet werden. Der Anteil des Lizenzgeschäfts am Konzernumsatz erhöhte sich auf 3% (Vorjahr: 2 %).

HUGO und BOSS Green mit hohen zweistelligen Umsatzzuwächsen

Die in der Region Europa im Geschäftsjahr 2015 erfolgreich vollzogene Umstellung des Kategoriegeschäfts im Großhandelskanal führte in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 zu einer Umsatzverschiebung von der Kernmarke BOSS hin zu der Markenlinie BOSS Green sowie zu HUGO. So verzeichnete die Kernmarke **BOSS** einen Umsatzrückgang von 12% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf 429 Mio. EUR (Vorjahr: 489 Mio. EUR). Währungsbereinigt entspricht dies einem Rückgang von 11%. Die Markenlinie **BOSS Green** konnte den Umsatz im selben Zeitraum um 23% auf 73 Mio. EUR (Vorjahr: 60 Mio. EUR) steigern, in lokalen Währungen um 25%. Die Umsätze der Markenlinie **BOSS Orange** lagen mit 57 Mio. EUR um 7% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 61 Mio. EUR), währungsbereinigt um 6%. Im Gegensatz dazu wies die Marke **HUGO** mit 83 Mio. EUR ein Umsatzwachstum von 43% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf (Vorjahr: 58 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis wurde bei HUGO ein Anstieg von 45% verzeichnet.

Rückläufige Umsatzentwicklung sowohl bei Herrenmode als auch Damenmode

Der Umsatz mit **Herrenmode** lag im Berichtszeitraum um 4% unter dem Niveau der Vergleichsperiode und summierte sich auf 571 Mio. EUR (Vorjahr: 592 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis wurde ein Umsatzrückgang von 2% verzeichnet. Der Anteil der Herrenmode am Gesamtumsatz entspricht weiterhin 89%. Der Umsatz mit **Damenmode** ging in Berichtswährung um 5%, in lokalen Währungen um 4% zurück und lag bei 72 Mio. EUR (Vorjahr: 75 Mio. EUR). Der Anteil der Damenmode am Gesamtumsatz belief sich weiterhin auf 11%.

Netzwerk freistehender Einzelhandelsgeschäfte wächst um netto acht Geschäfte

Im Dreimonatszeitraum erhöhte sich die Anzahl der konzernerneigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** um netto acht auf 438 (31. Dezember 2015: 430).

Zur Flächenexpansion trug neben zwölf organischen **Neueröffnungen** auch die **Übernahme** von vier bisher von Franchisepartnern betriebenen freistehenden Einzelhandelsgeschäften bei. Dem gegenüber stehen acht Schließungen von freistehenden Einzelhandelsgeschäften. Dabei handelt es sich hauptsächlich um solche Geschäfte, die einen verwässernden Effekt auf die operative Marge und das Markenimage haben.

ANZAHL KONZERNEIGENER EINZELHANDELSGESCHÄFTE NACH REGIONEN

31. März 2016	Freistehende Geschäfte	Shop-in-Shops	Outlets	GESAMT
Europa	191	358	56	605
Amerika	92	96	48	236
Asien/Pazifik	155	101	31	287
GESAMT	438	555	135	1.128

31. Dez. 2015

Europa	183	363	57	603
Amerika	92	86	48	226
Asien/Pazifik	155	100	29	284
GESAMT	430	549	134	1.113

Unter Einbezug von Shop-in-Shops und Outlets erhöhte sich die Gesamtzahl der weltweit durch HUGO BOSS betriebenen **Einzelhandelsgeschäfte** um netto 15 auf 1.128 (31. Dezember 2015: 1.113).

Stärkung der Markenpräsenz in Europa

In der **Region Europa** erhöhte sich die Anzahl der freistehenden Einzelhandelsgeschäfte um netto acht auf 191 Geschäfte. Dabei konnte der Konzern vor allem seine Präsenz in Großbritannien, Italien, Polen und den Niederlanden durch die Eröffnung insgesamt elf neuer Stores ausbauen. Drei freistehende Einzelhandelsgeschäfte wurden im Berichtszeitraum geschlossen. Unter Berücksichtigung von Shop-in-Shops und Outlets ergab sich in der Region Europa ein Nettoanstieg um zwei auf nunmehr 605 eigene Einzelhandelsgeschäfte (31. Dezember 2015: 603).

Anzahl freistehender Einzelhandelsgeschäfte in der Region Amerika unverändert

In der **Region Amerika** blieb die Anzahl der freistehenden Einzelhandelsgeschäfte unverändert. Einer Neueröffnung in den USA steht hierbei eine Schließung im gleichen Zeitraum gegenüber. Insbesondere durch die Übernahme von neun BOSS Shop-in-Shops bei dem U.S.-amerikanischen Department Store Macy's erhöhte sich die Gesamtzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte um zehn auf insgesamt 236 (31. Dezember 2015: 226).

Übernahmen in Malaysia stärken Markenpräsenz in der Region Asien/Pazifik

Die Anzahl freistehender Einzelhandelsgeschäfte in der **Region Asien/Pazifik** blieb mit 155 auf dem Niveau vom 31. Dezember 2015. So wurden im Zuge der Expansion drei freistehende Geschäfte in Malaysia übernommen. Ergänzend konnte das Storenetz durch eine Neueröffnung in Neuseeland gestärkt werden. Demgegenüber standen vier Schließungen. Unter Einbezug aller Shop-in-Shops und Outlets ergibt sich ein Nettoanstieg von drei auf nunmehr 287 eigene Einzelhandelsgeschäfte in dieser Region (31. Dezember 2015: 284).

ERTRAGSLAGE

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (in Mio. EUR)

	Jan. – März 2016	In % des Umsatzes	Jan. – März 2015	In % des Umsatzes	Veränderung in %
Umsatzerlöse	642,6	100,0	667,5	100,0	-4
Umsatzkosten	-230,7	-35,9	-230,6	-34,5	0
Rohertrag	411,9	64,1	436,9	65,5	-6
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-278,5	-43,3	-264,3	-39,6	-5
Verwaltungsaufwendungen	-72,6	-11,3	-68,4	-10,2	-6
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-7,1	-1,1	-1,4	-0,2	<-100
EBIT	53,7	8,4	102,8	15,4	-48
Zinsergebnis	-0,7	-0,1	-0,9	-0,1	22
Übrige Finanzposten	-2,4	-0,4	-3,7	-0,6	35
Finanzergebnis	-3,1	-0,5	-4,6	-0,7	33
Ergebnis vor Ertragsteuern	50,6	7,9	98,2	14,7	-48
Ertragsteuern	-12,1	-1,9	-22,6	-3,4	46
Konzernergebnis	38,5	6,0	75,6	11,3	-49
Davon entfallen auf:					
Anteilseigner des Mutterunternehmens	38,5	6,0	75,6	11,3	-49
Nicht beherrschende Anteile	0,0	0,0	0,0	0,0	
Ergebnis je Aktie (in EUR)¹	0,56		1,10		-49
EBITDA	86,4	13,4	130,1	19,5	-34
Sondereffekte	-7,1	-1,1	-1,4	-0,2	<-100
EBITDA vor Sondereffekten	93,5	14,5	131,5	19,7	-29
Ertragsteuerquote in %	24		23		

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

Rohertragsmarge mit 64,1% unter dem Vorjahreswert

Der **Rohertrag** lag nach Ablauf der ersten drei Monate des Geschäftsjahrs 2016 mit 412 Mio. EUR um 6% unter dem Vorjahreswert (Vorjahr: 437 Mio. EUR). Die **Rohertragsmarge** lag mit 64,1% um 140 Basispunkte unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 65,5%). Positive Effekte aufgrund des steigenden Umsatzanteils im konzerneigenen Einzelhandel, in dem HUGO BOSS eine höhere Rohertragsmarge als im Großhandelskanal erzielt, wurden durch negative Effekte aus der Bestandsbewertung, eine erhöhte Rabattintensität, sowie die mit der Frühjahrskollektion 2016 vorgenommene Preisanpassung in Asien kompensiert.

Ausbau des eigenen Einzelhandels bedingt höhere Vertriebsaufwendungen

Die **Vertriebs- und Marketingaufwendungen** lagen in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahrs 2016 mit 279 Mio. EUR um 5% über dem Wert des Vorjahres (Vorjahr: 264 Mio. EUR). In Relation zum Umsatz erhöhten sich die Vertriebs- und Marketingaufwendungen von 39,6% auf 43,3%. Insbesondere aufgrund des weltweiten Ausbaus des konzerneigenen Einzelhandels stiegen die Vertriebsaufwendungen im Berichtszeitraum um 8% und lagen im Verhältnis zum Umsatz bei 33,3% (Vorjahr: 29,8%). Die Umsatzentwicklung der ersten drei Monate konnte den Anstieg der Vertriebsaufwendungen nicht kompensieren. Die Marketingaufwendungen verringerten sich im Vorjahresvergleich um 5% und lagen im Verhältnis zum Umsatz bei 6,9% (Vorjahr: 7,0%). Die Aufwendungen für Logistik stiegen im Vorjahresvergleich um 9% und lagen relativ zum

Umsatz mit 3,0% über dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 2,7 %). Ursächlich hierfür sind im Wesentlichen Aufwendungen im Zusammenhang mit dem für den Frühsommer geplanten Insourcing der Auftragsabwicklung im europäischen Online-Geschäft.

Verwaltungsaufwand steigt im Verhältnis zum Umsatz

Die **Verwaltungsaufwendungen** lagen in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 mit 73 Mio. EUR um 6% über dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 68 Mio. EUR). In Relation zum Umsatz beliefen sich die Verwaltungsaufwendungen auf 11,3% (Vorjahr: 10,2 %). Die Aufwendungen der allgemeinen Verwaltung erhöhten sich hierbei um 8% und lagen im Verhältnis zum Umsatz mit 8,7% über dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 7,8 %). Die im Rahmen der Kollektionserstellung anfallenden Forschungs- und Entwicklungskosten stiegen im Vorjahresvergleich um 1% und lagen im Verhältnis zum Umsatz mit 2,6% leicht über dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 2,4 %).

Sondereffekte mit Einfluss auf das Konzernergebnis

Der sich in den ersten drei Monaten aus den **sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge** ergebende Nettoaufwand betrug 7 Mio. EUR (Vorjahr: Nettoaufwand in Höhe von 1 Mio. EUR). Wesentliche Sondereffekte ergaben sich dabei aus der Veränderung im Vorstand sowie aus organisatorischen Veränderungen in der Region Amerika. Ein im Zusammenhang mit der Veräußerung eines Showrooms in Frankreich erzielter Ertrag kompensierte die Aufwendungen aus Sondereffekten teilweise.

Rückgang des EBITDA vor Sondereffekten

Die interne Steuerungsgröße **EBITDA vor Sondereffekten** lag mit 93 Mio. EUR um 29% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 132 Mio. EUR). Die bereinigte EBITDA-Marge lag mit 14,5% um 520 Basispunkte unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 19,7%). Dies ist im Wesentlichen auf den rückläufigen Rohertrag und den Anstieg der operativen Aufwendungen zurückzuführen. Die **Abschreibungen** lagen aufgrund der höheren Investitionstätigkeit im Vorjahr mit 33 Mio. EUR um 20% über dem Niveau des Vergleichsperiode (Vorjahr: 27 Mio. EUR). Das **Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)** lag somit nach Ablauf der ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2016 mit 54 Mio. EUR um 48% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 103 Mio. EUR).

Geringere Wechselkurseffekte entlasten das Finanzergebnis

Das **Finanzergebnis** als Nettoaufwand der Positionen Zinsergebnis und übrige Finanzposten verminderte sich in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 auf 3 Mio. EUR (Vorjahr: 5 Mio. EUR). Dies ist im Wesentlichen auf geringere Wechselkurseffekte zurückzuführen. Zudem führten die verbesserten Konditionen des im vierten Quartal des Geschäftsjahres 2015 refinanzierten Konsortialkredits zu Einsparungen im Zinsaufwand.

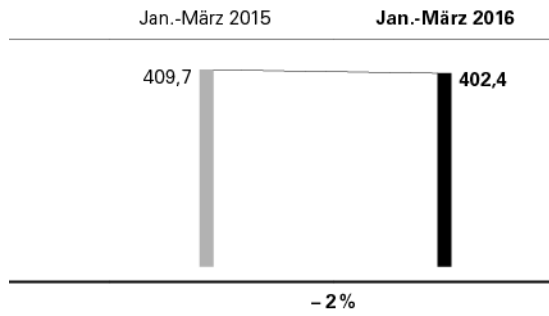
Konzernergebnis unter Vorjahresniveau

Das **Ergebnis vor Steuern** lag nach Ablauf des Dreimonatszeitraums mit 51 Mio. EUR um 48% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 98 Mio. EUR). Die Konzernsteuerquote lag mit 24 % leicht über dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 23 %). Das **Konzernergebnis** verringerte sich nach Ablauf der ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 somit um 49% auf 39 Mio. EUR (Vorjahr: 76 Mio. EUR). Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn verringerte sich dabei ebenfalls um 49% auf 39 Mio. EUR (Vorjahr: 76 Mio. EUR). Dementsprechend verringerte sich das **Ergebnis je Aktie** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 49% auf 0,56 EUR (Vorjahr: 1,10 EUR).

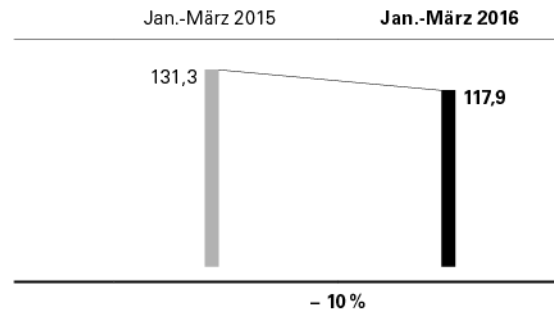
UMSATZ- UND ERTRAGSENTWICKLUNG DER GESCHÄFTSSEGMENTE

EUROPA

02|01 UMSATZENTWICKLUNG EUROPA
(in Mio. EUR)



02|02 ERGEBNISENTWICKLUNG EUROPA
(in Mio. EUR)



Währungsbereinigter Umsatzrückgang von 1%

Der **Umsatz** in der **Region Europa** inklusive Naher Osten und Afrika verringerte sich in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 in Berichtswährung um 2% auf 402 Mio. EUR (Vorjahr: 410 Mio. EUR). Dies entspricht einem Rückgang in lokalen Währungen von 1%.

Konzerneigener Einzelhandel prägt Umsatzentwicklung in der Region

Die Umsätze im **konzerneigenen Einzelhandel** stiegen in der Region Europa im Berichtszeitraum um 2% auf 210 Mio. EUR (Vorjahr: 206 Mio. EUR). In lokalen Währungen konnte ein Anstieg von 3% verzeichnet werden. Der Umsatz mit Kunden des **Großhandels** sank im gleichen Zeitraum in Berichtswährung um 5% auf 193 Mio. EUR (Vorjahr: 204 Mio. EUR), in lokaler Währung um 4%.

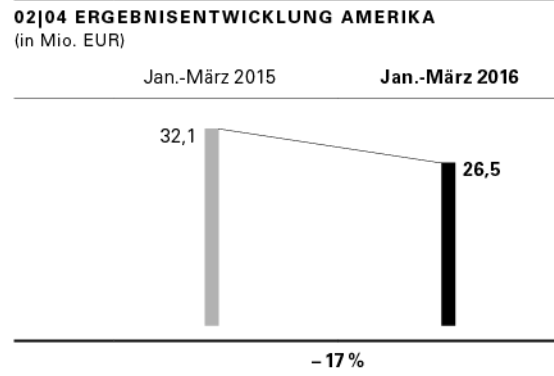
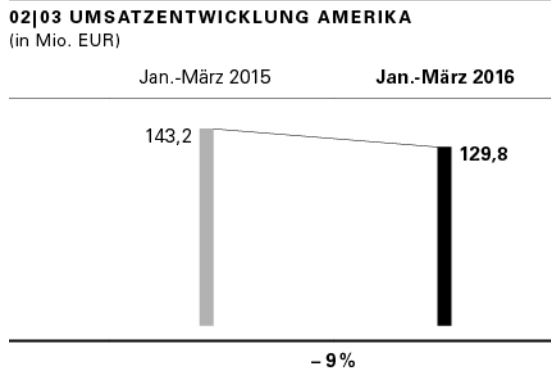
Großbritannien weiterhin auf Wachstumskurs

Der Umsatz in **Deutschland** lag mit 109 Mio. EUR 2% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 111 Mio. EUR). Maßgeblich hierfür war die rückläufige Umsatzentwicklung im konzerneigenen Einzelhandel. Der Umsatz im Großhandelskanal entwickelte sich hingegen positiv. In **Großbritannien** lag der Umsatz in Berichtswährung mit 68 Mio. EUR um 1% über dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 67 Mio. EUR). In lokaler Währung entspricht dies einem Umsatzanstieg von 4%. Ein hohes einstelliges Wachstum im konzerneigenen Einzelhandel konnte eine rückläufige Entwicklung im Großhandel kompensieren. In **Frankreich** konnte das Wachstum im konzerneigenen Einzelhandel die rückläufige Entwicklung im Großhandel nicht kompensieren. So lag der Umsatz mit 47 Mio. EUR um 3% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 49 Mio. EUR). Bedingt durch die fortgesetzte Konsolidierung im Großhandelskanal lagen die Umsätze in den **Beneluxstaaten** mit 34 Mio. EUR 8% unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums (Vorjahr: 37 Mio. EUR). Auch der konzerneigene Einzelhandel entwickelte sich im Berichtszeitraum in diesem Markt negativ.

Segmentergebnis unter Vorjahresniveau

Das **Segmentergebnis** der Region Europa lag mit 118 Mio. EUR um 10% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 131 Mio. EUR). Die rückläufige Umsatzentwicklung, negative Wechselkursentwicklungen sowie höhere Vertriebs- und Marketingaufwendungen durch den Ausbau des eigenen Einzelhandels belasteten die Ergebnisentwicklung in dieser Region. Die bereinigte EBITDA-Marge verringerte sich um 270 Basispunkte auf 29,3% (Vorjahr: 32,0%).

AMERIKA



Umsatzrückgang in der Region

Die **Region Amerika** verzeichnete in Berichtswährung einen Umsatzrückgang um 9% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf 130 Mio. EUR (Vorjahr: 143 Mio. EUR). Währungsbereinigt sank der Umsatz in dieser Region um 8%.

Währungsbereinigter Umsatzrückgang im konzerneigenen Einzelhandel

Der Umsatz im **konzerneigenen Einzelhandel** sank in Berichtswährung um 5% und belief sich in den ersten drei Monaten auf 76 Mio. EUR (Vorjahr: 80 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Rückgang von 3%. Im **Großhandelskanal** wurden in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 54 Mio. EUR umgesetzt (Vorjahr: 63 Mio. EUR). Der Umsatz in diesem Absatzkanal reduzierte sich in Konzernwährung um 15% und in lokalen Währungen um 14%.

Uneinheitliche Umsatzentwicklung in den Märkten der Region

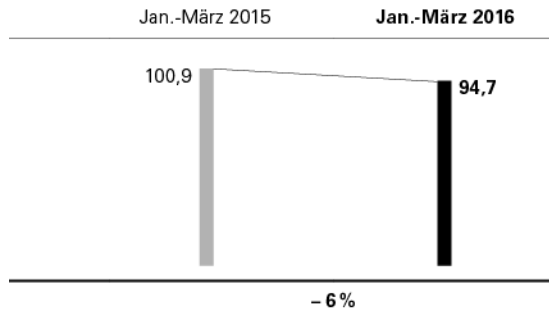
In den **USA** sank der Umsatz in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 in Berichtswährung um 14% auf 99 Mio. EUR (Vorjahr: 115 Mio. EUR). In lokaler Währung wurde ein Umsatzrückgang von 16% verzeichnet. In **Kanada** erhöhte sich der Umsatz in Berichtswährung um 5% auf 16 Mio. EUR (Vorjahr: 16 Mio. EUR). Währungsbereinigt konnte ein Umsatzanstieg von 14% verzeichnet werden. Trotz einer allgemein nachlassenden Wachstumsdynamik in den Märkten **Mittel- und Südamerika** stiegen die Umsätze um 17% in Berichtswährung auf 15 Mio. EUR (Vorjahr: 13 Mio. EUR). In lokaler Währung konnte ein Umsatzanstieg in Höhe von 42% erzielt werden. Diese positive Entwicklung wurde maßgeblich durch Übernahmen im Zuge der Expansion des konzerneigenen Einzelhandels im Geschäftsjahr 2015 gestützt.

Umsatzentwicklung in den USA belastet das Segmentergebnis

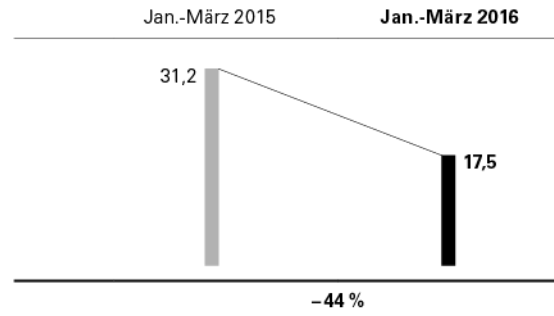
Das **Segmentergebnis** der Region Amerika lag mit 26 Mio. EUR um 17 % unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 32 Mio. EUR). Ursächlich hierfür waren die rückläufige Umsatzentwicklung in den USA sowie eine erhöhte Rabattintensität. Nach Ablauf der ersten drei Monate lag die bereinigte EBITDA-Marge mit 20,4% um 200 Basispunkte unter dem Vorjahr (Vorjahr: 22,4%).

ASIEN/PAZIFIK

02|05 UMSATZENTWICKLUNG ASIEN/PAZIFIK
 (in Mio. EUR)



02|06 ERGEBNISENTWICKLUNG ASIEN/PAZIFIK
 (in Mio. EUR)



Herausforderndes Marktumfeld in China belastet Umsatzentwicklung der Region

Der **Umsatz** in der **Region Asien/Pazifik** lag in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 in Berichtswährung mit 95 Mio. EUR um 6% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 101 Mio. EUR). Das herausfordernde Marktumfeld in China, insbesondere in Hongkong und Macau, belastete die Entwicklung von HUGO BOSS in diesem Markt und führte zu einem Umsatzrückgang von 5% in lokalen Währungen.

Leicht positive Umsatzentwicklung im konzerneigenen Einzelhandel

Im **konzerneigenen Einzelhandel** verzeichnete die Region einen Umsatzzuwachs in Berichtswährung von 1% auf 84 Mio. EUR (Vorjahr: 84 Mio. EUR). In lokalen Währungen entspricht dies einem Wachstum von 2% gegenüber dem Vergleichszeitraum. Hingegen lag der Umsatz mit Kunden des **Großhandels** in Konzernwährung sowie in lokalen Währungen mit 11 Mio. EUR um 39% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 17 Mio. EUR). Übernahmen bisher durch Großhandelspartner geführter Verkaufsflächen trugen wesentlich zu dieser Entwicklung bei.

Uneinheitliche Umsatzentwicklung der Einzelmärkte

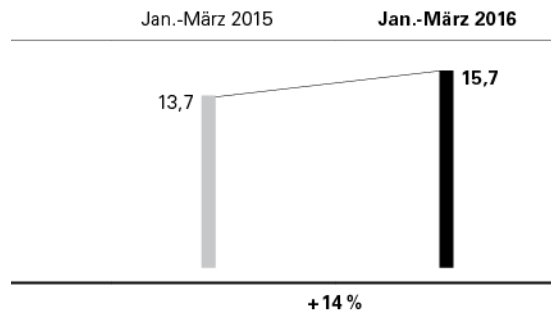
Die Umsätze in **China** summierten sich auf 54 Mio. EUR und lagen in Berichtswährung um 12% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 62 Mio. EUR). Vor dem Hintergrund des herausfordernden Marktumfelds ergibt sich ein währungsbereinigter Umsatzrückgang von 11%. Hingegen entwickelten sich die Umsätze in **Japan** positiv. So lag der Umsatz hier mit 12 Mio. EUR 10% über dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 11 Mio. EUR), was einem währungsbereinigten Umsatzzuwachs von 4% entspricht. Der Umsatz in **Ozeanien** lag mit 13 Mio. EUR um 6% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 14 Mio. EUR). Währungsbereinigt entwickelte sich der Umsatz stabil.

Rückgang des Segmentergebnisses

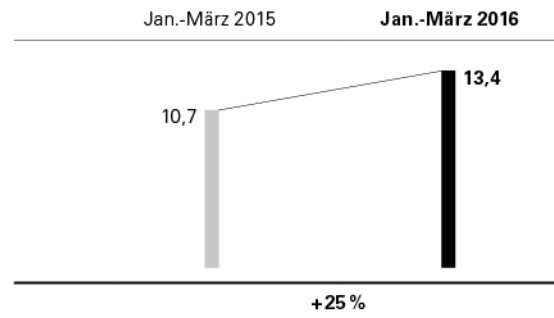
Das **Segmentergebnis** in der Region Asien/Pazifik lag mit 17 Mio. EUR um 44% unter dem Niveau der Vergleichsperiode (Vorjahr: 31 Mio. EUR). Die mit der Frühjahrskollektion 2016 vorgenommene Preisanpassung in Asien, negative Effekte aus der Bestandsbewertung, sowie ein Anstieg der Vertriebs- und Marketingaufwendungen, insbesondere im Zuge der Expansion des konzerneigenen Einzelhandels, trugen maßgeblich zu dieser Entwicklung bei. So lag die bereinigte EBITDA-Marge mit 18,4% deutlich unter dem Vorjahreswert (Vorjahr: 31,0%).

LIZENZEN

02|07 UMSATZENTWICKLUNG LIZENZEN (in Mio. EUR)



02|08 ERGEBNISENTWICKLUNG LIZENZEN (in Mio. EUR)



Lizenzgeschäft wächst um 14%

Der **Umsatz** im **Lizenzgeschäft** erhöhte sich im Dreimonatszeitraum um 14% auf 16 Mio. EUR (Vorjahr: 14 Mio. EUR). Auch währungsbereinigt konnte ein Anstieg von 14% erzielt werden. Die von Partnern hergestellten Produkte umfassen unter anderem Düfte, Brillen und Uhren. So konnten insbesondere bei den Lizenzentnahmen für Düfte zweistellige Umsatzsteigerungen verzeichnet werden.

Das **Ergebnis des Segments** Lizenzen lag mit 13 Mio. EUR um 25 % über dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 11 Mio. EUR).

VERMÖGENSLAGE

02|09 BILANZSTRUKTUR (in %)

AKTIVA	31. März 2015	31. März 2016
Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	32	36
Vorräte	31	31
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	14	12
Sonstige Vermögenswerte	16	17
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7	4
GESAMT	100	100
Aktiva (in Mio. EUR)	1.762,7	1.698,1

Bilanzsumme um 4% unter Vorjahreswert

Die **Bilanzsumme** lag zum Ende des ersten Quartals 2016 mit 1.698 Mio. EUR um 4% unter dem Wert der Vergleichsperiode (31. März 2015: 1.763 Mio. EUR). Diese Veränderung war insbesondere auf einen Rückgang des Zahlungsmittelbestands aufgrund der rückläufigen Entwicklung des Free Cashflows in den vergangenen zwölf Monaten zurückzuführen. Der **Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte** lag mit 55% unter dem Niveau des Vorjahres (31. März 2015: 60%). Entsprechend belief sich der **Anteil der langfristigen Vermögenswerte** zum 31. März 2016 auf 45% (31. März 2015: 40%).

Das **Anlagevermögen** lag zum Ende des Berichtszeitraums mit 619 Mio. EUR um 9% über dem Vorjahresniveau (31. März 2015: 567 Mio. EUR). Ursächlich hierfür war insbesondere das erhöhte Investitionsvolumen im Geschäftsjahr 2015.

Währungsbereinigter Anstieg des Vorratsvermögens von 1%

Die **Vorräte** verringerten sich zum 31. März 2016 um 2% auf 528 Mio. EUR (31. März 2015: 539 Mio. EUR). Das strikte Management dieses Postens begrenzte den währungsbereinigten Anstieg auf 1%.

Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** sanken im Vergleich zum Vorjahr um 15% auf 207 Mio. EUR (31. März 2015: 244 Mio. EUR). Bereinigt um Wechselkurseffekte entspricht dies einem Rückgang von 14%. Maßgeblich für diese Entwicklung war neben dem rückläufigen Umsatz im Großhandelsgeschäft in der Berichtsperiode auch das strikte Forderungsmanagement.

Die **sonstigen Vermögenswerte** erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 1% auf 283 Mio. EUR (31. März 2015: 280 Mio. EUR).

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** lagen mit 62 Mio. EUR um 54% unter dem Vorjahr (31. März 2015: 132 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf die rückläufige Entwicklung des Free Cashflows in den vergangenen zwölf Monaten zurückzuführen.

02|10 BILANZSTRUKTUR (in %)

PASSIVA	31. März 2015	31. März 2016
Eigenkapital	54	58
Rückstellungen und latente Steuern	12	10
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	12	11
Sonstige Verbindlichkeiten	12	11
Finanzverbindlichkeiten	10	10
GESAMT	100	100
Passiva (in Mio. EUR)	1.762,7	1.698,1

Eigenkapitalquote steigt auf 58%

Das **Eigenkapital** erhöhte sich zum Bilanzstichtag um 3% auf 981 Mio. EUR (31. März 2015: 954 Mio. EUR). Somit lag die **Eigenkapitalquote** bei 58% (31. März 2015: 54%).

Die **Rückstellungen und latenten Steuern** lagen mit 166 Mio. EUR um 18% unter dem Vorjahresniveau (31. März 2015: 202 Mio. EUR). Darin enthalten sind Rückstellungen für Pensionen und andere Personalaufwendungen in Höhe von 85 Mio. EUR (31. März 2015: 100 Mio. EUR). Sonstige Rückstellungen sind mit 74 Mio. EUR (31. März 2015: 94 Mio. EUR) und passive latente Steuern mit 7 Mio. EUR (31. März 2015: 9 Mio. EUR) enthalten. Der Rückgang der Rückstellungen für Pensionen und andere Personalaufwendungen ergibt sich im Wesentlichen aufgrund gesunkener Pensionsrückstellungen infolge der Entwicklung des Parameters Rechnungszins für Deutschland und die Schweiz. Der Rückgang der sonstigen Rückstellungen im Vergleich zum 31. März 2015 ergibt sich im Wesentlichen aus dem Verbrauch der Rückstellung für die vorzeitige Vertragsauflösung mit einem Handelsagenten im Nahen Osten in der zweiten Jahreshälfte 2015 sowie der Auflösung der Rückstellung im Zuge des Verkaufs des Produktionsstandorts in Cleveland, Ohio, im zweiten Quartal 2015.

Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** verminderten sich im Vergleich zum Vorjahr hauptsächlich aufgrund zeitlicher Verschiebungen im Wareneinkauf um 12% auf 192 Mio. EUR (31. März 2015: 218 Mio. EUR). Währungsbereinigt betrug der Rückgang 10%.

Die **sonstigen Verbindlichkeiten** verringerten sich im Vergleich zum Vorjahr um 4% auf 195 Mio. EUR (31. März 2015: 204 Mio. EUR) und enthalten neben Umsatzsteuerschulden und ausstehenden Sozialversicherungsbeiträgen im Wesentlichen abgegrenzte Schulden aus Mietverpflichtungen für den konzerneigenen Einzelhandel sowie für Urlaubsansprüche, Löhne und Gehälter. Die Veränderung zum Vorjahr ergibt sich hauptsächlich aus der Reduzierung kurzfristiger Steuerverbindlichkeiten.

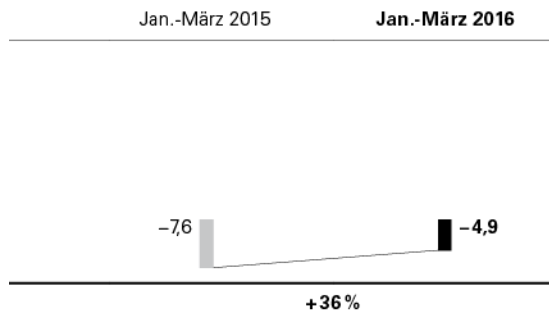
Die Summe der **kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** verringerte sich zum Bilanzstichtag um 11% auf 164 Mio. EUR (31. März 2015: 185 Mio. EUR). Wesentlicher Treiber dieser Entwicklung war die Rückführung der festen Tranche im Zusammenhang mit der im Oktober 2015 durchgeführten Refinanzierung des Konsortialkredits. Aufgrund günstiger Zinskonditionen wurden zum Bilanzstichtag neben der Inanspruchnahme des Konsortialkredits in Höhe von 29 Mio. EUR (31. März 2015: 100 Mio. EUR) vermehrt auch kurzfristige, bilaterale Kreditlinien zur Finanzierung herangezogen.

Rückläufige Entwicklung des kurzfristigen operativen Nettovermögens

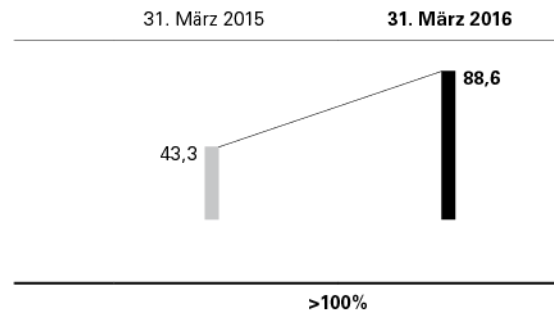
Das **kurzfristige operative Nettovermögen (Trade Net Working Capital)** stellt die zentrale Steuerungsgröße des HUGO BOSS Konzerns zur Messung eines effizienten Kapitaleinsatzes dar. Als Komponenten gehen dabei ausschließlich die drei operativen Bestandsgrößen Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in die Berechnung dieser Kennzahl ein. Im Vergleich zum Vorjahr verringerte sich das kurzfristige operative Nettovermögen um 4% auf 542 Mio. EUR (31. März 2015: 566 Mio. EUR). Dies entspricht einem Rückgang in lokalen Währungen von 1%. Der Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wurde dabei durch die leichte Erhöhung des Vorratsvermögens sowie die reduzierten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen größtenteils kompensiert. Der gleitende Durchschnitt des **kurzfristigen operativen Nettovermögens im Verhältnis zum Umsatz** auf Basis der letzten vier Quartale lag mit 19,5 % um 20 Basispunkte unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 19,7 %).

FINANZLAGE

02|11 FREE CASHFLOW (in Mio. EUR)



02|12 NETTOVERSCHULDUNG (in Mio. EUR)



Negativer Free Cashflow im ersten Quartal

Der **Free Cashflow**, der sich aus dem Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit und aus dem Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit ermittelt, summierte sich im Berichtszeitraum auf -5 Mio. EUR (Vorjahr: -8 Mio. EUR).

Der **Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit** lag mit 31 Mio. EUR auf dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 31 Mio. EUR). Ein im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verringerter Mittelabfluss aus dem kurzfristigen Nettovermögen wurde dabei durch das rückläufige Konzernergebnis kompensiert. Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit** lag mit 36 Mio. EUR um 7% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 39 Mio. EUR). Schwerpunkt der Investitionen war auch im ersten Quartal der konzerneigene Einzelhandel. Ein Mittelabfluss von 3 Mio. EUR entfällt auf Anlage- und Umlaufvermögen, das im Rahmen des Erwerbs einer sonstigen Geschäftseinheit in Malaysia akquiriert wurde.

Der **Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit** summierte sich in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 auf insgesamt 14 Mio. EUR (Vorjahr: 8 Mio. EUR).

Durch die währungsbereinigte Darstellung im Cashflow lassen sich diese Werte nicht aus der Bilanz ableiten.

Der **Zahlungsmittelbestand** belief sich zum Bilanzstichtag auf 62 Mio. EUR (31. März 2015: 132 Mio. EUR).

Free Cashflow Entwicklung bedingt Anstieg der Nettoverschuldung

Die **Nettoverschuldung** als Summe aller Finanzverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten abzüglich der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erhöhte sich im Vergleich zu den ersten drei Monaten des Vorjahres auf 89 Mio. EUR (Vorjahr: 43 Mio. EUR). Maßgeblich war hierbei vor allem die Entwicklung des Free Cashflows der vergangenen zwölf Monate.

INVESTITIONEN

Eigener Einzelhandel bildet Schwerpunkt der Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände des HUGO BOSS Konzerns betrugen in den ersten drei Monaten 2016 38 Mio. EUR und lagen damit 5 % unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 40 Mio. EUR).

Mit einem Anteil von 77 % am Gesamtinvestitionsvolumen bildete die **weltweite Expansion und Modernisierung des konzerneigenen Einzelhandels** weiterhin den Schwerpunkt der Investitionstätigkeit im Berichtszeitraum (Vorjahr: 75%). Dies entspricht einer im Vergleich zum Vorjahr unveränderten Investitionssumme von 29 Mio. EUR (Vorjahr: 29 Mio. EUR). Die Investitionen in **Neueröffnungen** konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte beliefen sich in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 auf 17 Mio. EUR (Vorjahr: 19 Mio. EUR). Zusätzlich wurden im Berichtszeitraum 12 Mio. EUR in die **Renovierung und Modernisierung** bestehender Einzelhandelsstandorte investiert (Vorjahr: 10 Mio. EUR). Die Investitionen entfielen insbesondere auf die Region Europa. Hier stand die Modernisierung von Stores in London, Rom und Hamburg im Vordergrund.

Investitionen in die **Produktions-, Logistik- und Vertriebsstruktur** sowie in den **Forschungs- und Entwicklungsbereich** beliefen sich auf 4 Mio. EUR (Vorjahr: 6 Mio. EUR). Die Investitionen in den **Verwaltungsbereich** lagen in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016, wie im Vorjahr, bei 5 Mio. EUR (Vorjahr: 5 Mio. EUR) und enthalten im Wesentlichen Investitionen in den Ausbau der IT-Infrastruktur, insbesondere im Zusammenhang mit der für den Frühsommer 2016 geplanten Übernahme wesentlicher Teile der E-Commerce Wertschöpfungskette in Europa.

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

HUGO BOSS verfügt über ein umfassendes Risikomanagement-System, das es dem Management ermöglicht, Chancen und Risiken frühzeitig zu erkennen, zu analysieren und entsprechende Maßnahmen zu ergreifen. Die Risikolage hat sich gegenüber dem Berichtsjahr 2015 nicht wesentlich verändert. Eine detaillierte Darstellung der Risiken und Chancen von HUGO BOSS kann dem Geschäftsbericht 2015 entnommen werden. Die dort getroffenen Aussagen zu den Risiken und Chancen gelten weiterhin.

NACHTRAGS- UND PROGNOSEBERICHT

HUGO BOSS erwartet im Jahr 2016 seinen Wachstumskurs fortsetzen und den Umsatz moderat steigern zu können. Die weitere Umsetzung der Konzernstrategie und der daraus abgeleiteten Initiativen werden das profitable Wachstum des Unternehmens mittel- und langfristig sichern. Im Jahr 2016 soll der Konzernumsatz aufgrund von Zuwächsen in der Region Europa zulegen. Das herausfordernde Marktumfeld vor allem in China und den USA und fortgesetzte Investitionen in die Wachstumspotenziale des Konzerns werden allerdings die Ertragslage belasten.

NACHTRAGSBERICHT

Veränderungen im Vorstand der HUGO BOSS AG

Am 22. April 2016 schied Christoph Auhagen, Vorstand für die Bereiche Marken- und Kreativmanagement sowie Beschaffung und Produktion, im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat der Gesellschaft aus dem Vorstand der HUGO BOSS AG aus. Gleichzeitig wurde Ingo Wilts, der momentan noch als globaler Kreativdirektor bei einem anderen Unternehmen in der Branche tätig ist, zum ordentlichen Vorstandsmitglied bestellt. Ingo Wilts wird spätestens ab 1. November 2016 seine Tätigkeit als Chief Brand Officer, zuständig für den Bereich Marken- und Kreativmanagement, aufnehmen. Bis auf weiteres werden die in die Zuständigkeit von Christoph Auhagen fallenden Geschäfte von den Vorstandsmitgliedern Mark Langer und Bernd Hake wahrgenommen.

Keine weiteren berichtspflichtigen Ereignisse

Zwischen dem Ende des ersten Quartals 2016 und der Veröffentlichung dieses Berichts gab es keine weiteren wesentlichen gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, branchenbezogenen oder unternehmensspezifischen Veränderungen, die sich nach den Erwartungen des Managements maßgeblich auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Unternehmens auswirken könnten.

PROGNOSEBERICHT

Zukunftsbezogene Aussagen

Der folgende Bericht gibt die Prognosen des HUGO BOSS Managements hinsichtlich des künftigen Geschäftsverlaufs wieder und beschreibt die erwartete Entwicklung der maßgeblichen volkswirtschaftlichen und branchenbezogenen Rahmenbedingungen. Er entspricht dem Kenntnisstand des Managements zum Zeitpunkt der Berichterstellung. Hierbei wird berücksichtigt, dass die tatsächliche Entwicklung aufgrund des Eintretens von Risiken und Chancen, wie im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2015 beschrieben, positiv wie negativ wesentlich von diesen Prognosen abweichen kann. Der HUGO BOSS Konzern übernimmt außerhalb der gesetzlich vorgeschriebenen Veröffentlichungsvorschriften keine Verpflichtung, die in diesem Bericht enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.

Geschäftsentwicklung unterliegt äußeren Einflüssen

Konjunkturelle und branchenspezifische Entwicklungen beeinflussen maßgeblich die operative und finanzwirtschaftliche Entwicklung von HUGO BOSS. Der Konzern muss dementsprechend seine Prognosen zum erwarteten Geschäftsverlauf auf Annahmen hinsichtlich der Entwicklung von Weltwirtschaft und Branche basieren. Diese Annahmen sind im Folgenden dargestellt. Im Jahresverlauf überwacht der Konzern fortlaufend die Entwicklung dieser Rahmenbedingungen, um möglichst schnell und umfassend auf eventuelle Veränderungen reagieren zu können.

IWF reduziert die Prognose für das Wachstum der Weltwirtschaft auf 3,2%

Im April 2016 reduzierte der IWF seine Prognose für das Wachstum der **Weltwirtschaft** für das Gesamtjahr 2016 bereits zum zweiten Mal auf nun 3,2 %. Die reduzierte Prognose basiert vor allem auf der Annahme einer Verlangsamung des Wachstums der Schwellenländer und eines schwächeren Ausblicks für die USA. Der IWF prognostiziert für die **europäische Wirtschaft** ein Wachstum von 1,5 % im Jahr 2016 trotz der Rezession in Russland, die auch einen negativen Einfluss auf weitere Länder der Region haben sollte. Niedrige Energiepreise sowie eine expansive Geld- und Fiskalpolitik sollten eine schwächere Auslandsnachfrage überkompensieren. Für die **USA** erwartet der IWF ein Wachstum von 2,4 % und damit nicht länger eine Beschleunigung des Wachstums gegenüber 2015. Der starke Dollar sowie niedrigere Investitionen im Ölsektor sind dafür die Hauptfaktoren. Für **Lateinamerika** erwartet der IWF ein Schrumpfen der Wirtschaft um 0,5 %. Besonders der südliche Teil der Region leidet unter dem niedrigen Ölpreis und die anhaltende Rezession in Brasilien belastet die gesamte Region. Das Wachstum der **asiatischen Wirtschaft** wird sich laut dem IWF im Jahr 2016 leicht auf 6,4 % verlangsamen. Das Wachstum in China sollte weiter nachlassen, vor allem getrieben von einem Rückgang der Produktion im Industriesektor. Der Dienstleistungssektor sollte hingegen stabiles Wachstum zeigen. In Japan wird mit einem moderaten Wachstum gerechnet. Die Aufwertung des Yen sowie eine schwächere Nachfrage aus den Schwellenländern sollten allerdings das Wirtschaftswachstum belasten. Die Ausweitung der expansiven Geldpolitik sowie niedrigere Energiepreise sollten die negativen Effekte dämpfen. Indien und kleinere aufstrebende Länder Asiens werden voraussichtlich weiterhin von einer starken Inlandsnachfrage profitieren und kräftig wachsen

Weiterhin schwierige Branchenentwicklung in 2016 erwartet

Branchenanalysten im Bankenbereich erwarten im Durchschnitt ein bestenfalls verhaltenes Wachstum der Umsätze in der Premium- und Luxusgüterbranche im Jahr 2016. Insgesamt ist der Ausblick aber mit großen Unsicherheiten behaftet und hat sich im ersten Quartal weiter eingetrübt. Die Unternehmen im Sektor reduzieren die Expansion eigener Einzelhandelsflächen und passen sich damit den niedrigeren Wachstumsraten im Sektor an. Der Ausbau von Online-Angeboten und deren Verknüpfung mit dem stationären Handel wird eine wichtigere Rolle spielen. Im Großhandelskanal wird sich die im vergangenen Jahr zu beobachtende hohe Rabattintensität vor dem Hintergrund erhöhter Lagerbestände voraussichtlich weiter fortsetzen. Das nur geringe Umsatzwachstum, Investitionen in den Ausbau von Onlineangeboten und die zunehmende Harmonisierung globaler Preisarchitekturen dürften sich belastend auf die Margenentwicklung in der Branche auswirken.

In der Region **Europa** ist die Branchenentwicklung im Jahr 2016 von hohen Unsicherheiten geprägt. Insbesondere die Effekte aus einer Verschiebung der Touristenströme von Europa nach Asien sowie die gestiegene Angst vor Terrorismus belasten die Branche. In der Region **Amerika** dürfte das Branchenwachstum im Jahr 2016 auf unverändert niedrigem Niveau bleiben. In den USA wird die Nachfrage voraussichtlich weiter schwach bleiben und die hohe Rabattintensität im Großhandelsbereich die Branche belasten. Die volatilen Aktienmärkte, Unsicherheiten im Zusammenhang mit der anstehenden Präsidentenwahl und der starke US-Dollar werden die Branchenentwicklung den Erwartungen nach weiter dämpfen. Die lateinamerikanischen Märkte werden aufgrund der gesamtwirtschaftlichen Herausforderungen voraussichtlich nur einen geringen Beitrag zum Branchenwachstum leisten. Der **asiatische Premium- und Luxusgütermarkt** sollte im weiteren Jahresverlauf nicht weiter zurückgehen. Die Harmonisierung der Preisarchitektur in der Region an das Niveau in Europa und den USA sollte einen positiven Effekt auf die Nachfrage haben. Insbesondere Japan und Südkorea sollten von zunehmendem Tourismus profitieren. In Hongkong werden allerdings weiter deutliche Rückgänge erwartet.

Moderater Anstieg des Konzernumsatzes erwartet

HUGO BOSS erwartet, dass die in vielen Märkten herausfordernde konjunkturelle und branchenspezifische Lage die Geschäftsentwicklung des Konzerns negativ beeinflussen wird. Unter Einbezug der beschriebenen Annahmen für die Entwicklung der Gesamtwirtschaft und der Branche im Jahr 2016 erwartet der Konzern eine Umsatzsteigerung im niedrigen einstelligen Prozentbereich auf währungsbereinigter Basis. Damit sollte das Unternehmenswachstum den Steigerungsraten der Weltwirtschaft und der Entwicklung der Branche insgesamt ungefähr entsprechen.

AUSBLICK 2016

UMSATZENTWICKLUNG (WÄHRUNGSBEREINIGT)	Anstieg gegenüber Vorjahr im niedrigen einstelligen Prozentbereich
ENTWICKLUNG DES EBITDA VOR SONDEREFFEKTEN	Rückgang gegenüber Vorjahr im niedrigen zweistelligen Prozentbereich
INVESTITIONEN	160 Mio. EUR bis 180 Mio. EUR
FREE CASHFLOW	Anstieg gegenüber Vorjahr

Region Europa trägt Wachstum des Konzerns

Im Jahr 2016 wird der Konzernumsatz voraussichtlich aufgrund von weiterhin soliden Zuwächsen in der größten Region des Konzerns, Europa, steigen. In Europa werden Umsatzanstiege in allen wichtigen Märkten erwartet, die von der zunehmenden Ausrichtung der Region auf den eigenen Einzelhandel und der Digitalisierung des Geschäftsmodells getragen werden sollten. Für die Region Amerika wird hingegen eine leicht negative Umsatzentwicklung prognostiziert. Dies reflektiert die schwierige, von einer hohen Rabattintensität geprägte Marktlage, die HUGO BOSS vor allem mit einer Veränderung seiner Distributionsstrategie im Großhandelsgeschäft adressiert. Diese beinhaltet insbesondere die Limitierung des Vertriebs der BOSS Kernmarke in diesem Distributionskanal. In Asien wird sich der Umsatz voraussichtlich aufgrund der Herausforderungen im chinesischen Markt leicht negativ entwickeln. Im Zuge der Angleichung seiner globalen Preisarchitektur passt HUGO BOSS im Jahr 2016 die Verkaufspreise in Asien weitgehender als bislang an die Niveaus in Europa und Amerika an. Trotz der erwarteten Stärkung der Nachfrage wird sich dies kurzfristig negativ in der Umsatzentwicklung niederschlagen. Der Umsatz im Segment Lizenzen sollte sich hingegen leicht positiv entwickeln.

Management des eigenen Einzelhandels zielt auf Produktivitätssteigerungen ab

Der Umsatz im eigenen Einzelhandel wird sich im Jahr 2016 im Vergleich zum Gesamtkonzern voraussichtlich überdurchschnittlich positiv entwickeln. Die enge Verzahnung des stationären Einzelhandelsgeschäfts mit den digitalen Angeboten des Konzerns bildet einen wichtigen Schwerpunkt im Einzelhandelsmanagement, um den Konsumenten ein nahtloses, integriertes Einkaufserlebnis zu bieten. Insbesondere wird der Konzern wesentliche Teile der eCommerce-Wertschöpfungskette in Europa übernehmen, um zukünftig Omnichannel-Services anbieten zu können. Darüber hinaus bilden die Intensivierung des Kundenbeziehungsmanagements, die nachfrageorientierte Optimierung des Warenangebots und die Verbesserung von Systemen und Prozessen im Einzelhandelsmanagement Potenziale, um die Flächenproduktivität zu steigern.

Optimierung des konzernweiten Store-Netzes

Außerdem wird der Konzern sein Store-Netz durch Renovierungen und die Schließung solcher Stores optimieren, die einen verwässernden Effekt auf die operative Marge und das Markenimage haben. Selektive Neueröffnungen werden sich auf solche Projekte konzentrieren, die mit hoher Wahrscheinlichkeit einen unmittelbaren positiven Margeneffekt generieren werden. Darüber hinaus weitet der Konzern seine Kontrolle über die Distribution der BOSS Kernmarke im amerikanischen Großhandelsgeschäft durch die Übernahme von Shop-in-Shops bei Handelspartnern aus. Insgesamt sollten der Ausbau des eigenen Store-Netzes und Übernahmen einen Wachstumsbeitrag zur Umsatzentwicklung im konzerneigenen Einzelhandel im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich leisten. Ein wesentlicher Teil davon steht dabei im Zusammenhang mit Ganzjahreseffekten aus der Eröffnung neuer Stores und Übernahmen im Vorjahr.

Rückläufige Umsatzentwicklung im Großhandelsbereich erwartet

Für den Großhandelsbereich wird ein Umsatzrückgang im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich prognostiziert. Dies ist eine Folge der Veränderung der Distributionsstrategie im US-Markt, der global verhaltenen Nachfrage der Handelspartner, die angesichts des eingetrübten Marktausblicks und hoher Vorratsbestände ihre Ordertätigkeit reduzieren, sowie von Übernahmen. Der in übernommenen Verkaufspunkten erzielte Umsatz wird statt dem Großhandelsbereich dem Einzelhandelsbereich zugerechnet.

Stabile Entwicklung der Rohertragsmarge erwartet

Der wachsende Umsatzanteil des eigenen Einzelhandels wird die Entwicklung der Konzernrohertragsmarge im Jahr 2016 voraussichtlich unterstützen. Die in diesem Vertriebskanal erwirtschaftete Rohertragsmarge liegt über der des Großhandelsgeschäfts. Die geplanten Preisanpassungen in Asien werden diesen Effekt allerdings kompensieren, so dass der Konzern von einer insgesamt stabilen Rohertragsmargenentwicklung im Gesamtjahr ausgeht.

Anstieg der operativen Aufwendungen trotz Verbesserung der Kosteneffizienz

Die fortgesetzte Transformation zu einem konsequent kundenorientierten Geschäftsmodell wird die Entwicklung der operativen Aufwendungen im Jahr 2016 beeinflussen. HUGO BOSS investiert in diesem Zusammenhang in die Qualität seiner Systeme und Prozesse im eigenen Einzelhandel. Insbesondere schafft der Konzern die IT- und logistikbezogenen Voraussetzungen, um sein Online-Geschäft in Europa zukünftig selbst abzuwickeln. Darüber hinaus wird HUGO BOSS seine Markenkommunikationsaktivitäten entsprechend der Umsatzentwicklung weiter ausbauen, um die Kundennachfrage zu verstärken. Gleichzeitig hat der Konzern ein Programm initiiert, um seine Kosteneffizienz zu verbessern. Die Maßnahmen beinhalten insbesondere die Analyse unrentabler Stores, um Performanceverbesserungen zu erreichen oder aber nachhaltig verlustbringende Standorte zu schließen, die Nachverhandlung von Mietverträgen im eigenen Einzelhandel und die Überprüfung von Kostenstrukturen in den einzelnen Regionen, Märkten und Zentralfunktionen.

Rückläufige Entwicklung des EBITDA vor Sondereffekten erwartet

Das operative Ergebnis (EBITDA vor Sondereffekten) wird im Jahr 2016 voraussichtlich im niedrigen zweistelligen Prozentbereich zurückgehen. Effekte aus der stärkeren Angleichung regional unterschiedlicher Preisarchitekturen und der Transformation des Geschäftsmodells werden dabei den positiven Einfluss des erwarteten Umsatzwachstums überkompensieren. Diese Prognose basiert auf der Annahme einer ungefähr stabilen Umsatzentwicklung auf vergleichbarer Fläche im eigenen Einzelhandel. Der Abschreibungsaufwand wird infolge der höheren Investitionstätigkeit im Vorjahr deutlich steigen. Das Finanzergebnis sollte sich jedoch aufgrund geringerer Währungseffekte, die im Vorjahr einen wesentlichen, negativen Effekt hatten, verbessern. Aufgrund Sondereffekte im Zusammenhang mit dem laufenden Programm zur Verbesserung der Kosteneffizienz, dessen finanzielle Auswirkungen noch nicht vollumfänglich abschätzbar sind, wird die Entwicklung des Konzernergebnisses und des Ergebnisses je Aktie voraussichtlich schwächer als die Entwicklung des EBITDA vor Sondereffekten ausfallen.

Kurzfristiges operatives Nettovermögen soll im Verhältnis zum Umsatz sinken

Das strikte Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens (Trade Net Working Capital) genießt hohe Priorität, um Verbesserungen des operativen Cashflows zu unterstützen. Im Jahr 2016 strebt der Konzern an, das kurzfristige operative Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz zu reduzieren. Verbesserungspotenzial wird insbesondere bei der Verringerung der Vorratsreichweite gesehen. Eine optimierte Planung des Warenbedarfs sowie die erhöhte Flexibilität und Geschwindigkeit in der Warensteuerung werden eine Verringerung der Vorratsreichweite vor allem im eigenen Einzelhandel unterstützen.

Verringerung der Investitionstätigkeit gegenüber Vorjahr

Der Konzern strebt im Jahr 2016 eine Verringerung seiner Investitionsaufwendungen gegenüber dem Vorjahr an ohne dabei seine mittel- und langfristigen Wachstumsaussichten zu beeinträchtigen. Der eigene Einzelhandel wird auch im Jahr 2016 den Schwerpunkt der Investitionstätigkeit des Konzerns bilden. Die Renovierung bestehender Einzelhandelsgeschäfte wird dabei im Vordergrund stehen. Darüber hinaus wird der Konzern seine operative Infrastruktur vor allem in den Bereichen IT und Logistik stärken. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Umsetzung von Maßnahmen zur Einführung von Omnichannel-Services. Aufgrund des Wegfalls von Kosten im Zusammenhang mit einmaligen Investitionsaufwendungen im Vorjahr, einer im Vergleich zu den Vorjahren geringeren Expansion des eigenen Einzelhandels und der strikten Fokussierung auf Projekte mit dem größten positiven Beitrag zum Unternehmenswert wird das Investitionsvolumen aber im Jahr 2016 auf 160 Mio. EUR bis 180 Mio. EUR sinken.

Anstieg des Free Cashflow gegenüber Vorjahr erwartet

Im Jahr 2016 erwartet der Konzern den Free Cashflow gegenüber dem Vorjahr zu steigern. Positive Effekte aus dem strikten Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens und der Verringerung der Investitionen werden dabei den Ergebnismrückgang voraussichtlich mehr als kompensieren. Der Free Cashflow soll im Wesentlichen zur Finanzierung der Dividendenausschüttung verwendet werden. Der Konzern geht dementsprechend davon aus, dass die Nettofinanzverbindlichkeiten zum Jahresende auf Vorjahreshöhe oder darunter liegen werden. Vor dem Hintergrund seiner starken Innenfinanzierungskraft und der im Jahr 2015 erfolgten Refinanzierung des Konsortialkredits, der den Liquiditätsbedarf des Unternehmens langfristig zu vorteilhaften Konditionen sichert, plant der Konzern keine wesentlichen Finanzierungsaktivitäten im Jahr 2016.

Dividendenvorschlag sieht unveränderte Dividende je Aktie vor

HUGO BOSS verfolgt eine ertragsorientierte Ausschüttungspolitik, die die Aktionäre angemessen an der Gewinnentwicklung des Konzerns beteiligt. Es sollen regelmäßig zwischen 60 % und 80 % des Konzerngewinns an die Aktionäre ausgeschüttet werden. Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 19. Mai 2016 eine gegenüber dem Vorjahr unveränderte Dividende von 3,62 EUR je Aktie für das Geschäftsjahr 2015 vorschlagen (2014: 3,62 EUR). Der Vorschlag entspricht einer Ausschüttungsquote von 78 % des auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallenden Konzernergebnisses im Jahr 2015 (2014: 75 %). Er spiegelt die bilanzielle Stärke der Gesellschaft und ihre positiven Wachstumsaussichten für die nächsten Jahre wider. Sofern die Aktionäre dem Vorschlag zustimmen, wird die Dividende am Folgetag der Hauptversammlung, dem 20. Mai 2016, ausgezahlt. Basierend auf der Anzahl der am Jahresende ausstehenden Aktien wird die Ausschüttungssumme 250 Mio. EUR betragen (2014: 250 Mio. EUR).

Konzern plant Rückkehr zu nachhaltigem profitablen Wachstum

Der Konzern plant, auch über das Jahr 2016 hinaus seinen Umsatz zu steigern. Auch die bereinigte operative Marge (EBITDA vor Sondereffekten) soll mittelfristig wieder verbessert werden. Fortgesetzt ungünstige gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Marktentwicklungen in wichtigen Absatzmärkten, Kosteninflation in den Beschaffungsprozessen und unerwartete Nachfrageschwankungen im eigenen Einzelhandel könnten negative finanzielle Auswirkungen nach sich ziehen, aufgrund derer die tatsächliche Entwicklung der Finanzergebnisse von der Prognose abweichen könnte. Der Konzern hat Vorkehrungen getroffen, um die Wahrscheinlichkeit und die Auswirkungen eines Eintritts dieser und weiterer Risiken zu begrenzen. Einzelheiten sind dem Risikobericht des Geschäftsberichts 2015 zu entnehmen.

ZUSAMMENFASSENDEN AUSSAGE ÜBER DIE ERTRAGS-, VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

Zusammengefasst zeigt die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage, dass sich der HUGO BOSS Konzern zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichts für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2016 weiterhin in einer soliden wirtschaftlichen Lage befand.

Metzingen, den 20. April 2016

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Mark Langer
Bernd Hake

3

**KONZERNZWISCHEN-
ABSCHLUSS**

KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2016

KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (in Mio. EUR)

	2016	2015
Umsatzerlöse	642,6	667,5
Umsatzkosten	-230,7	-230,6
Rohhertrag	411,9	436,9
In % vom Umsatz	64,1	65,5
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-278,5	-264,3
Verwaltungsaufwendungen	-72,6	-68,4
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-7,1	-1,4
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit	53,7	102,8
Zinsergebnis	-0,7	-0,9
Übrige Finanzposten	-2,4	-3,7
Finanzergebnis	-3,1	-4,6
Ergebnis vor Ertragsteuern	50,6	98,2
Ertragsteuern	-12,1	-22,6
Konzernergebnis	38,5	75,6
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	38,5	75,6
Nicht beherrschende Anteile	0,0	0,0
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	0,56	1,10

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2016

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG (in Mio. EUR)

	2016	2015
Konzernergebnis	38,5	75,6
Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-0,5	-12,2
Posten, die anschließend in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-13,2	46,8
Netto-(Verluste) /-Gewinne aus Marktbewertung von Sicherungsgeschäften	0,2	0,2
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	-13,5	34,8
Gesamtergebnis	25,0	110,4
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	25,0	110,4
Nicht beherrschende Anteile	0,0	0,0
Gesamtergebnis	25,0	110,4

KONZERNBILANZ

DES HUGO BOSS KONZERNS ZUM 31. MÄRZ 2016

KONZERNBILANZ (in Mio. EUR)

Aktiva	31. März 2016	31. März 2015	31. Dez. 2015
Immaterielle Vermögenswerte	179,4	161,3	182,6
Sachanlagen	439,5	405,6	439,8
Aktive latente Steuern	110,9	110,1	115,2
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	21,9	22,4	22,4
Langfristige Ertragsteuerforderungen	0,7	1,2	0,7
Sonstige langfristige Vermögenswerte	3,6	8,3	3,9
Langfristige Vermögenswerte	756,0	708,9	764,6
Vorräte	527,8	539,3	559,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	206,6	244,0	239,6
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	29,2	17,0	21,1
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	16,8	15,8	29,0
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	100,2	104,1	104,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	61,5	132,3	81,4
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	0,0	1,3	0,5
Kurzfristige Vermögenswerte	942,1	1.053,8	1.035,7
GESAMT	1.698,1	1.762,7	1.800,3
Passiva	31. März 2016	31. März 2015	31. Dez. 2015
Gezeichnetes Kapital	70,4	70,4	70,4
Eigene Aktien	-42,3	-42,3	-42,3
Kapitalrücklage	0,4	0,4	0,4
Gewinnrücklagen	910,5	864,7	873,2
Kumuliertes übriges Eigenkapital	41,6	61,6	54,6
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	980,6	954,8	956,3
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	0,8	-0,5	-0,6
Konzerneigenkapital	981,4	954,3	955,7
Langfristige Rückstellungen	72,4	91,7	72,1
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	87,7	154,2	135,0
Passive latente Steuern	6,9	8,7	7,8
Sonstige langfristige Schulden	41,7	44,3	42,2
Langfristige Schulden	208,7	298,9	257,1
Kurzfristige Rückstellungen	86,7	102,0	102,8
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	76,1	30,4	41,5
Ertragsteuerschulden	39,6	54,2	46,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	192,4	217,8	271,5
Sonstige kurzfristige Schulden	113,2	105,1	125,4
Kurzfristige Schulden	508,0	509,5	587,5
GESAMT	1.698,1	1.762,7	1.800,3

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR 31. MÄRZ 2016

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG (in Mio. EUR)

	Gewinnrücklagen					Kumuliertes übriges Eigenkapital		Konzerneigenkapital		
	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Kapitalrücklage	Gesetzliche Rücklage	Sonstige Gewinnrücklagen	Unterschiede aus der Währungsumrechnung	Marktbeurteilung Sicherungsgeschäfte	Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	Konzern-eigenkapital
1. Januar 2015	70,4	-42,3	0,4	6,6	794,7	15,3	-0,7	844,4	-0,5	843,9
Konzernergebnis					75,6			75,6	0,0	75,6
Sonstiges Ergebnis					-12,2	46,8	0,2	34,8	0,0	34,8
Gesamtergebnis					63,4	46,8	0,2	110,4	0,0	110,4
Veränderung Konsolidierungskreis										
31. März 2015	70,4	-42,3	0,4	6,6	858,1	62,1	-0,5	954,8	-0,5	954,3
1. Januar 2016	70,4	-42,3	0,4	6,6	866,5	54,4	0,2	956,2	-0,5	955,7
Konzernergebnis					38,5			38,5	0,0	38,5
Sonstiges Ergebnis					-0,5	-13,2	0,2	-13,5	0,0	-13,5
Gesamtergebnis					38,0	-13,2	0,2	25,0	0,0	25,0
Veränderung Konsolidierungskreis					-0,6			-0,6	1,3	0,7
31. März 2016	70,4	-42,3	0,4	6,6	903,9	41,2	0,4	980,6	0,8	981,4

KAPITALFLUSSRECHNUNG

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2016

KAPITALFLUSSRECHNUNG (in Mio. EUR)

	2016	2015
Konzernergebnis	38,5	75,6
Abschreibungen/Zuschreibungen	32,7	27,3
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	1,7	-4,0
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	5,6	4,1
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	12,1	22,6
Zinserträge und -aufwendungen	0,7	0,9
Veränderung der Vorräte	25,0	1,9
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	42,2	3,8
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-85,2	-40,6
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	-2,1	0,0
Veränderung Pensionsrückstellungen	0,3	2,9
Veränderung übrige Rückstellungen	-15,5	-19,7
Gezahlte Ertragsteuern	-24,4	-43,2
Operativer Mittelzufluss	31,6	31,6
Gezahlte Zinsen	-0,5	-1,0
Erhaltene Zinsen	0,2	0,4
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	31,3	31,0
Investitionen in Sachanlagen	-32,4	-25,8
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-3,2	-4,0
Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Geschäftseinheiten abzüglich erworbener flüssiger Mittel	-2,7	-9,6
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	2,2	0,8
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-36,1	-38,6
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	0,0	0,0
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	33,6	8,7
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	28,5	0,0
Tilgung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-76,1	-1,1
Erwerb von zusätzlichen Anteilen an Tochterunternehmen	0,0	0,0
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-14,0	7,6
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1,1	3,7
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-19,9	3,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	81,4	128,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	61,5	132,3

VERKÜRZTER KONZERNANHANG

1 // ALLGEMEINE ANGABEN

Der Zwischenabschluss der HUGO BOSS AG zum 31. März 2016 wurde gemäß § 37w WpHG in Übereinstimmung mit den zum Stichtag gültigen International Financial Reporting Standards (IFRS) und deren Interpretationen aufgestellt. Insbesondere die Regelungen des IAS 34 zur Zwischenberichterstattung wurden angewendet.

Der vorliegende Zwischenlagebericht und der verkürzte Abschluss wurden weder entsprechend § 317 HGB geprüft noch einer prüferischen Durchsicht durch eine zur Abschlussprüfung befähigte Person unterzogen. Durch Beschluss vom 20. April 2016 wurden der verkürzte Zwischenabschluss und der Zwischenlagebericht durch den Vorstand zur Weiterleitung an den Aufsichtsrat freigegeben. Vor seiner Veröffentlichung wurden der Zwischenlagebericht und der verkürzte Zwischenabschluss außerdem mit dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats erörtert.

2 // BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Alle Zwischenabschlüsse der in den Konzernzwischenabschluss einbezogenen Unternehmen wurden nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen aufgestellt. Eine detaillierte Beschreibung der angewandten Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsmethoden ist im Anhang des Konzernabschlusses 2015 zu finden.

GEÄNDERTE RECHNUNGSLEGUNGSVORSCHRIFTEN

Der Konzernzwischenabschluss wurde in Übereinstimmung mit den am Abschlussstichtag gültigen IFRS, wie sie vom IASB veröffentlicht wurden und in der EU anzuwenden sind, aufgestellt.

Die Anwendung der Neuerungen der Standards IFRS 10 „Konzernabschlüsse“, IFRS 11 „Gemeinsame Vereinbarungen“, IFRS 12 „Angaben zu Beteiligungen an anderen Unternehmen“, IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“, IAS 16 „Sachanlagen“, IAS 27 „Einzelabschlüsse“, IAS 28 „Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen“, sowie IAS 38 „Immaterielle Vermögenswerte“ führten zu keinen Änderungen in der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Die im Rahmen der jährlichen Verbesserungen an den IFRS vorgenommenen Änderungen, die den Zyklus 2012 - 2014 betreffen, sind ab dem 1. Januar 2016 verpflichtend anzuwenden. Betroffen sind die Standards IFRS 5 „Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche“, IFRS 7 „Finanzinstrumente: Angaben“, IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer“ und IAS 34 „Zwischenberichterstattung“. Es ergeben sich hierdurch keine Änderungen auf den Dreimonatsbericht.

3 // WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Die wichtigsten, im Zwischenabschluss angewandten Kurse haben sich in Relation zum Euro wie folgt entwickelt:

Land	Währung	Durchschnittskurs			Bilanzstichtagskurs		
		März 2016	März 2015	Dez. 2015	31. März 2016	31. März 2015	31. Dez. 2015
Australien	AUD	1,4840	1,4005	1,5025	1,4766	1,4158	1,4897
China	CNY	7,2206	6,7751	7,0179	7,3366	6,7324	7,0608
Großbritannien	GBP	0,7805	0,7236	0,7253	0,7858	0,7328	0,7340
Hongkong	HKD	8,6103	8,4214	8,4311	8,7810	8,4100	8,4376
Japan	JPY	125,2719	130,5561	132,3842	127,3700	130,0200	131,0700
Schweiz	CHF	1,0914	1,0611	1,0826	1,0913	1,0439	1,0835
USA	USD	1,1093	1,0854	1,0878	1,1324	1,0845	1,0887

4 // KONJUNKTURELLE UND SAISONALE EINFLÜSSE

Als weltweit tätiges Unternehmen ist der HUGO BOSS Konzern unterschiedlichen konjunkturellen Entwicklungen ausgesetzt. Branchenbedingte saisonale Schwankungen sind bei HUGO BOSS üblich. Jedoch hat sich das Geschäft von HUGO BOSS in den vergangenen Jahren grundlegend geändert. Das ehemals von zwei Vorordersaisons (Frühjahr/Sommer und Herbst/Winter) dominierte Geschäft mit einer entsprechend früh vorliegenden Auftragslage ist zunehmend komplexer geworden. So werden nunmehr pro Jahr vier Saison-Vorverkäufe durchgeführt. Darüber hinaus verringert sich die Bedeutung saisonaler Einflüsse durch den weltweiten Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten. Zudem ist HUGO BOSS bestrebt, die Effizienz zu erhöhen, indem die weniger modeabhängigen Artikel stärker aus dem Lagergeschäft bedient werden. Auch die Zahl monatlicher themenorientierter Auslieferungen steigt kontinuierlich an. Aufgrund dieser Einflüsse nimmt die Saisonalität im Geschäftsverlauf von HUGO BOSS stetig ab.

5 // KONSOLIDIERUNGSKREIS

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. März 2016 erhöhte sich die Anzahl der konsolidierten Gesellschaften gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015 von 57 auf 60.

Im ersten Quartal wurde die HUGO BOSS Malaysia Sdn. Bhd., Kuala Lumpur, Malaysia, als 100 % Tochtergesellschaft erstmalig konsolidiert.

Zum 1. Januar 2016 wurde die HUGO BOSS Middle East FZ-LLC, Dubai, V.A.E., als 100 % Tochtergesellschaft erstmalig konsolidiert.

Zudem erfolgte zum 1. Januar 2016 die erstmalige Vollkonsolidierung der im vierten Quartal 2015 zusammen mit der AL-FUTTAIM Group in Dubai gegründeten HUGO BOSS ALFUTTAIM UAE TRADING L.L.C., Dubai, V.A.E., an der die HUGO BOSS Middle East FZ-LLC, Dubai, V.A.E. 49 % der Anteile hält. Die HUGO BOSS AG beherrscht die HUGO BOSS ALFUTTAIM UAE TRADING L.L.C., Dubai, V.A.E., da sie Entscheidungsgewalt aufgrund spezieller Rechte über das Tochterunternehmen besitzt, an den positiven und negativen Rückflüssen partizipiert und diese Rückflüsse durch ihre Entscheidungsgewalt beeinflussen kann.

Unverändert zum 31. Dezember 2015 werden zum 31. März 2016 zwei Unternehmen, bei denen HUGO BOSS und eine weitere Partei gemeinschaftlich die Führung ausüben, nach der Equity-Methode bilanziert.

6 // UNTERNEHMENSERWERBE/ERWERBE VON SONSTIGEN GESCHÄFTS-EINHEITEN

Im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2016 hat der HUGO BOSS Konzern insgesamt drei Stores und die damit verbundenen Anlagewerte und Vorräte im Rahmen eines Asset Deals von einem ehemaligen Franchise-Partner in Malaysia übernommen. Der Erwerb der Stores zum 1. Januar 2016 erfolgte über die im Geschäftsjahr 2015 gegründete und in 2016 erstmalig konsolidierte HUGO BOSS Malaysia Sdn. Bhd., Kuala Lumpur, Malaysia. Der Erwerb dient dem Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels in der Region Asien/Pazifik.

Folgende Übersicht zeigt die vorläufige Allokation des Kaufpreises auf das übernommene Nettovermögen sowie den sich daraus ergebenden Geschäfts- oder Firmenwert:

(in Mio. EUR)		31. März 2016
Übertragene Gegenleistung		
Vereinbarter Kaufpreis		2,7
Übernommene Schulden		0,0
Summe Kaufpreiszahlung		2,7
Beizulegende Zeitwerte der übernommenen Vermögenswerte und Schulden		
Immaterielle Vermögenswerte		0,0
Sachanlagen		0,7
Vorräte		0,7
Summe Vermögenswerte		1,4
Summe Verbindlichkeiten		0,0
Geschäfts- oder Firmenwerte		1,3

Die Beherrschung über die Vermögenswerte wird durch die Zahlung des vereinbarten Kaufpreises erlangt. Die Geschäfts- oder Firmenwerte entfallen auf das Segment Asien/Pazifik und enthalten nicht separierbare immaterielle Vermögenswerte und erwartete Synergieeffekte. Sie unterliegen gemäß IAS 36 einem jährlichen Impairmenttest und werden daher nicht planmäßig abgeschrieben. Es entstanden Transaktionskosten in unwesentlicher Höhe, welche sofort erfolgswirksam in der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung erfasst wurden.

Der durch die Übernahmen zusätzlich generierte Konzernumsatz in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahrs 2016 betrug 0,8 Mio. EUR.

Für die im Geschäftsjahr 2015 von einem ehemaligen Franchisenehmer erworbenen Stores in China erfolgte die Übernahme auf Basis einer zunächst vorläufigen Kaufpreisallokation, da im Geschäftsjahr 2015 noch nicht alle für eine vollständige Bilanzierung des Unternehmenserwerb notwendigen Informationen vorlagen. Die Kaufpreisallokation wurde im ersten Quartal des Geschäftsjahrs 2016 und damit innerhalb von zwölf Monaten nach dem Erwerbszeitpunkt abgeschlossen. Die Finalisierung der Kaufpreisallokation wirkte sich nur unwesentlich auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des HUGO BOSS Konzerns im ersten Quartal 2016 wie auch im Geschäftsjahr 2015 aus.

7 // AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

UMSATZKOSTEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – März 2016	Jan. – März 2015
Anschaffungskosten für bezogene Waren	200,9	199,3
Herstellungskosten für Eigenfertigung	29,8	31,3
GESAMT	230,7	230,6

Die Anschaffungskosten enthalten den Materialaufwand, der dem Betrag der Vorräte entspricht, der im Geschäftsjahr als Aufwand erfasst wurde. Daneben enthält der Posten im Wesentlichen Eingangsfracht- und Zollkosten.

Die den Herstellungskosten zugeordneten aktivierten Gemeinkosten enthalten die Kosten der technischen Produktentwicklung in der dritten Phase der Kollektionserstellung sowie die Gemeinkosten der Produktumsetzung- und Beschaffungsphase.

VERTRIEBS- UND MARKETINGAUFWENDUNGEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – März 2016	Jan. – März 2015
Aufwendungen für konzerneigenen Einzelhandel, Vertriebs- und Marketingorganisation	214,8	199,8
Marketingaufwendungen	44,3	46,7
Aufwendungen für Logistik	19,4	17,8
GESAMT	278,5	264,3

Die Aufwendungen für den konzerneigenen Einzelhandel, die Vertriebs- und Marketingorganisation umfassen im Wesentlichen Personal- und Mietaufwendungen für den Groß- und Einzelhandelsvertrieb. Ferner sind in den Vertriebskosten umsatzabhängige Provisionen, Ausgangsfracht- und Zollkosten, Kreditkartengebühren sowie Wertberichtigungen auf Forderungen enthalten.

VERWALTUNGSaufWENDUNGEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – März 2016	Jan. – März 2015
Verwaltungsaufwand	56,2	52,2
Forschungs- und Entwicklungskosten	16,4	16,2
GESAMT	72,6	68,4

Der Verwaltungsaufwand besteht überwiegend aus Raummieten, Instandhaltungskosten, IT-Betriebskosten und Rechts- und Beratungskosten sowie dem Personalaufwand des Funktionsbereichs. Aufwendungen für Forschung und Entwicklung fallen im HUGO BOSS Konzern schwerpunktmäßig im Rahmen der Kollektionserstellung an.

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN UND ERTRÄGE

Der sich in den ersten drei Monaten aus den sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge ergebende Nettoaufwand betrug 7 Mio. EUR (Vorjahr: Nettoaufwand in Höhe von 1 Mio. EUR). Wesentliche Sondereffekte ergaben sich dabei aus der Veränderung im Vorstand sowie aus organisatorischen Veränderungen in der Region Amerika. Ein im Zusammenhang mit der Veräußerung eines Showrooms in Frankreich erzielter Ertrag kompensierte die Aufwendungen aus Sondereffekten teilweise.

PERSONALAUFWAND

(in Mio. EUR)

	Jan. – März 2016	Jan. – März 2015
Löhne und Gehälter	134,6	122,0
Soziale Abgaben	21,0	20,3
Aufwendungen und Erträge für Altersversorgung und für Unterstützung	2,0	1,9
GESAMT	157,6	144,2

MITARBEITER

	31. März 2016	31. Dez. 2015
Gewerbliche Arbeitnehmer	5.059	5.043
Kaufmännische Arbeitnehmer	10.315	10.263
GESAMT	15.374	15.306

ABSCHREIBUNGEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – März 2016	Jan. – März 2015
Anlagevermögen		
Davon Sachanlagen	26,6	23,0
Davon immaterielle Vermögenswerte	6,1	4,3
GESAMT	32,7	27,3

MATERIALAUFWAND

In den ersten drei Monaten 2016 betrug der Materialaufwand 182 Mio. EUR (2015: 178 Mio. EUR).

8 // ERGEBNIS JE AKTIE

	Jan. – März 2016	Jan. – März 2015
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis (in Mio. EUR)	38,5	75,6
Durchschnittliche Zahl der ausgegebenen Aktien ¹	69.016.167	69.016.167
Ergebnis je Aktie (in EUR) ²	0,56	1,10

¹ Ohne Berücksichtigung eigener Anteile.

² Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

Das Ergebnis je Aktie wird nach IAS 33 als Quotient aus dem den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzuordnenden Ergebnis und dem gewichteten Durchschnitt der während der Berichtsperiode im Umlauf befindlichen Aktienzahl ermittelt. Weder zum 31. März 2016 noch zum 31. März 2015 standen Aktien aus, die das Ergebnis je Aktie verwässerten.

9 // ZUR VERÄUSSERUNG GEHALTENE LANGFRISTIGE VERMÖGENS- WERTE

Im dritten Quartal 2015 hat HUGO BOSS die Schließung des Showrooms in Aix-en-Provence, Frankreich beschlossen und kommuniziert. Zum 31. Dezember 2015 wurde Anlagevermögen in Zusammenhang mit Grundstücken und Bauten sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung in Höhe von 0,5 Mio. EUR der HUGO BOSS France SAS, Paris, Frankreich aufgrund der Veräußerungsabsicht als „Zur Veräußerung gehaltenen langfristiger Vermögenswert“ eingestuft. Der Verkauf ist im ersten Quartal 2016 erfolgt.

10 // EIGENE AKTIEN

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 hat die HUGO BOSS AG keine eigenen Aktien zurückgekauft. Damit hält die HUGO BOSS AG weiterhin insgesamt 1.383.833 Stück Stammaktien. Dies entspricht einem Anteil von 1,97 % bzw. 1.383.833 EUR am Grundkapital.

11 // KUMULIERTES ÜBRIGES EIGENKAPITAL

Im kumulierten übrigen Eigenkapital sind die Differenzen aus der erfolgsneutralen Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen in Höhe von 41,2 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 54,4 Mio. EUR) und die Effekte aus der erfolgsneutralen Bewertung von Cashflow-Hedges nach Steuern ausgewiesen. Die erfolgsneutral verrechneten latenten Steuern auf die Bewertung von Cashflow-Hedges betragen 0 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 0 Mio. EUR).

Hinsichtlich der direkt im Eigenkapital erfassten Erträge und Aufwendungen wird auf die Konzerngesamtergebnisrechnung verwiesen.

12 // RÜCKSTELLUNGEN FÜR PENSIONEN UND ÄHNLICHE VERPFLICHTUNGEN

Die Rückstellungen für Pensionen erhöhten sich von 39 Mio. EUR zum 31. Dezember 2015 auf 40 Mio. EUR zum 31. März 2016. Für die Ermittlung des Barwerts der Pensionsverpflichtungen werden neben dem Dienstzeitaufwand sowie dem Nettozinsaufwand auch relevante sonstige Einflussgrößen in die versicherungsmathematischen Berechnungen mit einbezogen.

VERSICHERUNGSMATHEMATISCHE ANNAHMEN ZUR ERMITTLUNG DES BARWERTS DER PENSIONSVERPFLICHTUNGEN ZUM 31. MÄRZ 2016

Folgende Prämissen wurden zugrunde gelegt:

Parameter	31. März 2016	31. Dez. 2015
Rechnungszins		
Deutschland	2,25%	2,50%
Schweiz	0,45%	0,90%
Türkei	10,00%	10,00%
Rententrend		
Deutschland	1,75%	1,75%
Schweiz	0,00%	0,00%
Türkei	0,00%	0,00%
Gehaltssteigerungstrend		
Deutschland	2,50%	2,50%
Schweiz	3,00%	3,00%
Türkei	5,00%	5,00%

Im Vergleich zum 31. Dezember 2015 ist der Parameter Rechnungszins in Deutschland und der Schweiz gesunken. Die Parameter Rententrend und Gehaltssteigerungstrend blieben in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016 unverändert.

ZUSAMMENSETZUNG DER PENSIONS-AUFWENDUNGEN DER PERIODE

(in Mio. EUR)

	Jan. – März 2016	Jan. – März 2015
Dienstzeitaufwand der Periode	1,3	1,8
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	0,0	0,0
Nettozinsaufwand	0,3	0,3
In der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Pensionsaufwendungen	1,6	2,1
Ertrag aus Fondsvermögen (ohne Zinseffekt aus Fondsvermögen)	1,7	0,0
Erfasste versicherungsmathematische (Gewinne)/Verluste	0,5	16,4
Asset Ceiling (ohne Zinseffekt aus Asset Ceiling)	0,0	0,0
In der Konzerngesamtergebnisrechnung erfasste Neubewertungen	2,2	16,4

13 // ZUSÄTZLICHE ANGABEN ZU FINANZINSTRUMENTEN

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte sämtlicher im Konzernabschluss erfasster Finanzinstrumente.

BUCHWERTE UND BEIZULEGENDE ZEITWERTE NACH KLASSEN VON FINANZINSTRUMENTEN

(in Mio. EUR)

Aktiva	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	31. März 2016		31. Dez. 2015	
		Buchwert	Beizulegender Zeitwert	Buchwert	Beizulegender Zeitwert
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	LaR	61,5	61,5	81,4	81,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	206,6	206,6	239,6	239,6
Sonstige finanzielle Vermögenswerte		38,7	38,7	51,4	51,4
Davon:					
Available-for-sale	AfS	0,0	0,0	0,5	0,5
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FAHFT	2,2	2,2	5,9	5,9
Derivate mit Hedge-Beziehung	n.a.	0,8	0,8	0,7	0,7
Übrige finanzielle Vermögenswerte	LaR	35,7	35,7	44,3	44,3
Passiva					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	FLAC	150,1	153,2	163,6	165,5
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	192,4	192,4	271,5	271,5
Sonstige Finanzverbindlichkeiten		13,6	13,6	12,8	12,8
Davon:					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FLHFT	4,9	4,9	3,3	3,3
Derivate mit Hedge-Beziehung	n.a.	0,3	0,3	0,5	0,5
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen	n.a.	8,4	8,4	9,0	9,0
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	0,0	0,0	0,0	0,0
Summe pro Bewertungskategorie nach IAS 39:					
Loans and Receivables	LaR	303,8	303,8	365,3	365,3
Available-for-Sale	AfS	0,0	0,0	0,5	0,5
Financial Assets Held for Trading	FAHFT	2,2	2,2	5,9	5,9
Financial Liabilities Measured at Amortised Cost	FLAC	342,5	345,6	435,1	437,0
Financial Liabilities Held for Trading	FLHFT	4,9	4,9	3,3	3,3

Der beizulegende Zeitwert der finanziellen Vermögenswerte und finanziellen Verbindlichkeiten ist mit dem Betrag angegeben, zu dem das betreffende Instrument in einer gegenwärtigen Transaktion zwischen vertragswilligen Geschäftspartnern getauscht werden könnte. Die zur Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte angewandten Methoden und Annahmen stellen sich wie folgt dar:

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, sonstige finanzielle Vermögenswerte, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige kurzfristige

Verbindlichkeiten kommen hauptsächlich aufgrund der kurzen Laufzeiten dieser Instrumente ihrem Buchwert sehr nahe.

Der beizulegende Zeitwert von Bankdarlehen und sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten, Verpflichtungen aus Finanzierungsleasingverhältnissen sowie sonstigen langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten wird durch Diskontierung der künftigen Cashflows unter Verwendung von derzeit für Fremdkapital zu vergleichbaren Konditionen, Kreditrisiken und Restlaufzeiten verfügbaren Zinssätzen ermittelt.

Der Konzern schließt derivative Finanzinstrumente mit verschiedenen Parteien ab, mehrheitlich mit Finanzinstituten mit sehr guter bis guter Bonität (Investment Grade). Finanzgeschäfte mit Parteien niedrigerer Bonität bedürfen der Genehmigung des Vorstands und werden nur begrenzt abgeschlossen. Unter Anwendung eines Bewertungsverfahrens mit am Markt beobachtbaren Input-Parametern bewertete Derivate sind hauptsächlich Zinsswaps und Devisenterminkontrakte. Zu den am häufigsten angewandten Bewertungsverfahren gehören die Forward-Preis- und Swap-Modelle unter Verwendung von Barwertberechnungen. Die Modelle beziehen verschiedene Größen mit ein, wie zum Beispiel die Bonität der Geschäftspartner, Devisen-Kassa- und Termin-Kurse, Zinsstrukturkurven und Forward-Sätze der zugrunde liegenden Basiswerte.

Zum 31. März 2016 versteht sich die zum Marktwert bewertete Derivatposition (Mark-to-Market) exklusive der Bonitätswertberichtigung, die auf das Ausfallrisiko der Gegenseite des Derivats zurückzuführen ist. Das Ausfallrisiko der Gegenseite brachte keine wesentlichen Effekte mit sich.

HIERARCHIE BEIZULEGENDER ZEITWERTE

Der Konzern verwendet folgende Hierarchie zur Bestimmung und zum Ausweis beizulegender Zeitwerte von Finanzinstrumenten je Bewertungsverfahren:

Stufe 1: Notierte (unangepasste) Preise auf aktiven Märkten für gleichartige Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten

Stufe 2: Verfahren, bei denen sämtliche Input-Parameter, die sich wesentlich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert auswirken, entweder direkt oder indirekt beobachtbar sind

Stufe 3: Verfahren, die Input-Parameter verwenden, die sich wesentlich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert auswirken und nicht auf beobachteten Marktdaten basieren

Zum 31. März 2016 sind wie im Vorjahr alle zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente der Kategorien FAHFT, FLHFT sowie die Derivate mit Hedge-Beziehungen der Stufe 2 zuzuordnen. Während der ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2016 gab es keine Transfers zwischen Level 1 und Level 2 sowie aus Level 3 heraus. Die zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente bestanden aus Devisentermingeschäften, Devisenswaps und Zinsderivaten. Sie waren den Kategorien FAHFT, FLHFT sowie den Derivaten mit Hedge-Beziehung zuzuordnen. Die Vermögenswerte beliefen sich auf 3,0 Mio. EUR, die Verbindlichkeiten auf 5,2 Mio. EUR. Bei Finanzinstrumenten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten in der Bilanz geführt werden, ist die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte ebenfalls über das Verfahren der Stufe 2 erfolgt.

ABSICHERUNG VON ZINS- UND WÄHRUNGSRIKISSEN

Zur Absicherung gegen Zins- und Währungsrisiken setzt der HUGO BOSS Konzern teilweise Sicherungsgeschäfte zur Reduzierung des Risikos ein. Zum Bilanzstichtag waren 10 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 10 Mio. EUR) variabel verzinste Finanzverbindlichkeiten abgesichert. Davon waren 0 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 0 Mio. EUR) in eine wirksame Sicherungsbeziehung eingebunden. Des Weiteren waren zum Bilanzstichtag zukünftige Zahlungsströme in Fremdwährung in Höhe von 27 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 24 Mio. EUR) abgesichert und in vollem Umfang in eine wirksame Sicherungsbeziehung eingebunden. Die Veränderung der unrealisierten Gewinne aus der Marktbewertung von Sicherungsgeschäften im sonstigen Gesamtergebnis belief sich auf 0,2 Mio. EUR (31. März 2015: unrealisierte Gewinne in Höhe von 0,2 Mio. EUR).

14 // SALDIERUNG VON FINANZINSTRUMENTEN

(in Mio. EUR)

	Angesetzte Bruttobe- träge Aktiva	Saldierte Brutto- beträge Passiva	Ausge- wiesene Netto- beträge Aktiva in der Bilanz	Nicht in der Bilanz saldierte Passiva	Nicht in der Bilanz saldierte erhaltene Barsicher- heiten	Netto- beträge
31. März 2016						
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	61,5	0,0	61,5	0,0	0,0	61,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	225,6	-19,0	206,6	0,0	0,0	206,6
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	38,7	0,0	38,7	-1,6	0,0	37,1
Available-for-sale	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Davon Derivate	3,0	0,0	3,0	-1,6	0,0	1,4
Davon übrige finanzielle Vermögenswerte	35,7	0,0	35,7	0,0	0,0	35,7
GESAMT	325,8	-19,0	306,8	-1,6	0,0	305,2
31. Dez. 2015						
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	81,4	0,0	81,4	0,0	0,0	81,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	252,9	-13,3	239,6	0,0	0,0	239,6
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	51,4	0,0	51,4	-0,9	0,0	50,5
Available-for-sale	0,5	0,0	0,5	0,0	0,0	0,5
Davon Derivate	6,6	0,0	6,6	-0,9	0,0	5,7
Davon übrige finanzielle Vermögenswerte	44,3	0,0	44,3	0,0	0,0	44,3
GESAMT	385,7	-13,3	372,4	-0,9	0,0	371,5

(in Mio. EUR)

	Angesetzte Bruttobe- träge Passiva	Saldierte Brutto- beträge Aktiva	Ausge- wiesene Netto- beträge Passiva in der Bilanz	Nicht in der Bilanz saldierte Aktiva	Nicht in der Bilanz saldierte erhaltene Barsicher- heiten	Netto- beträge
31. März 2016						
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	150,1	0,0	150,1	0,0	0,0	150,1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	207,6	-15,2	192,4	0,0	0,0	192,4
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	13,6	0,0	13,6	-1,6	0,0	12,0
Davon Derivate	5,2	0,0	5,2	-1,6	0,0	3,6
Davon übrige finanzielle Verbindlichkeiten	8,4	0,0	8,4	0,0	0,0	8,4
GESAMT	371,3	-15,2	356,1	-1,6	0,0	354,5
31. Dez. 2015						
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	163,6	0,0	163,6	0,0	0,0	163,6
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	277,9	-6,4	271,5	0,0	0,0	271,5
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	12,8	0,0	12,8	-0,9	0,0	11,9
Davon Derivate	3,8	0,0	3,8	-0,9	0,0	2,9
Davon übrige finanzielle Verbindlichkeiten	9,0	0,0	9,0	0,0	0,0	9,0
GESAMT	454,3	-6,4	447,9	-0,9	0,0	447,0

Die in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen saldierten Passiva in Höhe von 19,0 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 13,3 Mio. EUR) stellen zum Bilanzstichtag offene Gutschriften an Kunden dar. Die saldierten Aktiva innerhalb der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind Forderungen in Form von Gutschriften des HUGO BOSS Konzerns an Lieferanten. Sie betragen 15,2 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 6,4 Mio. EUR).

Für die Saldierung der Derivate bestehen Standardrahmenverträge für Finanztermingeschäfte zwischen dem HUGO BOSS Konzern und seinen Kontrahenten. In ihnen ist definiert, dass derivative Vermögenswerte und Verbindlichkeiten mit einem Kontrahenten zu einer einheitlichen Ausgleichsforderung zusammengefasst werden können.

15 // EVENTUALVERBINDLICHKEITEN UND EVENTUALFORDERUNGEN

Gegenüber dem 31. Dezember 2015 haben sich keine Veränderungen der Eventualverbindlichkeiten ergeben.

16 // ERLÄUTERUNGEN ZUR KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung des HUGO BOSS Konzerns zeigt anhand zahlungswirksamer Vorgänge die Veränderung der flüssigen Mittel im Laufe der Berichtsperiode. Gemäß IAS 7 werden die Zahlungsströme getrennt ausgewiesen nach Herkunft und Verwendung aus dem operativen Bereich sowie aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit. Die Mittelzu- und -abflüsse aus laufender Geschäftstätigkeit werden, ausgehend vom Jahresüberschuss des Konzerns, indirekt abgeleitet. Die Zahlungsströme aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit werden demgegenüber direkt aus Ein- und Auszahlungen ermittelt. Die Veränderungen der Bilanzpositionen, die in der Kapitalflussrechnung dargestellt werden, lassen sich aufgrund von Wechselkursrechnungen nicht unmittelbar aus der Bilanz ableiten.

17 // SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

(in Mio. EUR)

	Europa ¹	Amerika	Asien/Pazifik	Lizenzen	Gesamt berichtspflichtige Segmente
Jan. – März 2016					
Gesamtumsatz	402,4	129,8	94,7	15,7	642,6
Segmentergebnis	117,9	26,5	17,5	13,4	175,3
In % des Umsatzes	29,3	20,4	18,4	85,3	27,3
Segmentvermögen	252,8	217,4	87,5	13,1	570,8
Investitionen	17,3	6,8	6,8	0,0	30,9
Wertminderungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Davon Sachanlagevermögen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Davon immaterielle Vermögenswerte	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Abschreibungen	-10,2	-6,1	-6,4	0,0	-22,7

¹ Inklusive Naher Osten und Afrika.

(in Mio. EUR)

	Europa ¹	Amerika	Asien/Pazifik	Lizenzen	Gesamt berichtspflichtige Segmente
Jan. – März 2015					
Gesamtumsatz	409,7	143,2	100,9	13,7	667,5
Segmentergebnis	131,3	32,1	31,2	10,7	205,3
In % des Umsatzes	32,0	22,4	31,0	78,0	30,8
Segmentvermögen	253,8	228,2	115,6	12,5	610,1
Investitionen	12,1	7,6	14,8	0,0	34,5
Wertminderungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Davon Sachanlagevermögen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Davon immaterielle Vermögenswerte	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Abschreibungen	-8,7	-5,5	-5,5	0,0	-19,7

¹ Inklusive Naher Osten und Afrika.

ÜBERLEITUNGSRECHNUNGEN

UMSATZ

(in Mio. EUR)

	Jan. – März 2016	Jan. – März 2015
Umsatz - berichtspflichtige Segmente	642,6	667,5
Corporate Units	0,0	0,0
Konsolidierung	0,0	0,0
GESAMT	642,6	667,5

ERGEBNIS DER BETRIEBLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

(in Mio. EUR)

	Jan. – März 2016	Jan. – März 2015
Segmentergebnis – berichtspflichtige Segmente	175,3	205,3
Abschreibungen – berichtspflichtige Segmente	-22,7	-19,7
Wertminderungen – berichtspflichtige Segmente	0,0	0,0
Sondereffekte – berichtspflichtige Segmente	0,2	-0,5
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit – berichtspflichtige Segmente	152,8	185,1
Corporate Units	-99,0	-82,1
Konsolidierung	-0,1	-0,2
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit HUGO BOSS Konzern	53,7	102,8
Zinsergebnis	-0,7	-0,9
Übrige Finanzpositionen	-2,4	-3,7
Ergebnis vor Ertragsteuern HUGO BOSS Konzern	50,6	98,2

SEGMENTVERMÖGEN

(in Mio. EUR)

	31. März 2016	31. März 2015	31. Dez. 2015
Segmentvermögen – berichtspflichtige Segmente	570,8	610,1	631,5
Corporate Units	163,6	173,2	167,6
Konsolidierung	0,0	0,0	0,0
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	29,2	17,0	21,1
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	16,8	15,8	29,0
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	100,2	104,1	104,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	61,5	132,3	81,4
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	0,0	1,3	0,5
Kurzfristige Vermögenswerte HUGO BOSS Konzern	942,1	1.053,8	1.035,7
Langfristige Vermögenswerte	756,0	708,9	764,6
Aktiva, gesamt HUGO BOSS Konzern	1.698,1	1.762,7	1.800,3

INVESTITIONEN

(in Mio. EUR)

	31. März 2016	31. März 2015	31. Dez. 2015
Investitionen - berichtspflichtige Segmente	30,9	34,5	154,0
Corporate Units	6,7	5,1	66,4
Konsolidierung	0,0	0,0	0,0
GESAMT	37,6	39,6	220,4

WERTMINDERUNGEN/WERTAUFHOLUNGEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – März 2016	Jan. – März 2015
Wertminderungen - berichtspflichtige Segmente	0,0	0,0
Corporate Units	0,0	0,0
Konsolidierung	0,0	0,0
GESAMT	0,0	0,0

ABSCHREIBUNGEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – März 2016	Jan. – März 2015
Abschreibungen - berichtspflichtige Segmente	22,7	19,7
Corporate Units	10,0	7,6
Konsolidierung	0,0	0,0
GESAMT	32,7	27,3

GEOGRAFISCHE INFORMATIONEN

(in Mio. EUR)

	Umsatzerlöse mit Dritten		Langfristige Vermögenswerte	
	Jan. – März 2016	Jan. – März 2015	31. März 2016	31. Dez. 2015
Deutschland	109,0	111,3	200,7	203,8
Andere europäische Märkte	293,3	298,4	221,6	218,3
USA	98,7	115,0	67,6	68,9
Andere Märkte Nord- und Lateinamerika	31,1	28,2	17,7	18,4
China	54,3	61,7	38,1	42,0
Andere asiatische Märkte	40,5	39,2	62,5	61,1
Lizenzen	15,7	13,7	15,0	15,0
GESAMT	642,6	667,5	623,2	627,5

18 // EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Veränderungen im Vorstand der HUGO BOSS AG

Am 22. April 2016 schied Christoph Auhagen, Vorstand für die Bereiche Marken- und Kreativmanagement sowie Beschaffung und Produktion, im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat der Gesellschaft aus dem Vorstand der HUGO BOSS AG aus. Gleichzeitig wurde Ingo Wilts, der momentan noch als globaler Kreativdirektor bei einem anderen Unternehmen in der Branche tätig ist, zum ordentlichen Vorstandsmitglied bestellt. Ingo Wilts wird spätestens ab 1. November 2016 seine Tätigkeit als Chief Brand Officer, zuständig für den Bereich Marken- und Kreativmanagement, aufnehmen. Bis auf weiteres werden die in die Zuständigkeit von Christoph Auhagen fallenden Geschäfte von den Vorstandsmitgliedern Mark Langer und Bernd Hake wahrgenommen.

Keine weiteren berichtspflichtigen Ereignisse

Zwischen dem Ende des ersten Quartals 2016 und der Veröffentlichung dieses Berichts gab es keine weiteren wesentlichen gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, branchenbezogenen oder unternehmensspezifischen Veränderungen, die sich nach den Erwartungen des Managements maßgeblich auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Unternehmens auswirken könnten.

Metzingen, den 20. April 2016

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Mark Langer
Bernd Hake

**WEITERE
ANGABEN**

4

ZUKUNFTSGERICHTETE AUSSAGEN

Dieses Dokument enthält vorausschauende Aussagen über zukünftige Entwicklungen, die auf aktuellen Einschätzungen des Managements beruhen. Wörter wie „antizipieren“, „annehmen“, „glauben“, „einschätzen“, „erwarten“, „beabsichtigen“, „können/könnten“, „planen“, „projizieren“, „sollten“ und ähnliche Begriffe kennzeichnen solche vorausschauenden Aussagen. Solche Aussagen sind gewissen Risiken und Unsicherheiten unterworfen. Sollte einer dieser Unsicherheitsfaktoren oder andere Unwägbarkeiten eintreten oder sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen genannten oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Wir haben weder die Absicht noch übernehmen wir eine Verpflichtung, vorausschauende Aussagen laufend zu aktualisieren, da diese ausschließlich von den Umständen am Tag ihrer Veröffentlichung ausgehen.

FINANZKALENDER

19. MAI 2016

Hauptversammlung

5. AUGUST 2016

Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2016

2. NOVEMBER 2016

Veröffentlichung des Neunmonatsberichts 2016

KONTAKTE

INVESTOR RELATIONS

Telefon +49 7123 94 - 80903

E-Mail investor-relations@hugoboss.com

DENNIS WEBER

Leiter Investor Relations

Telefon +49 7123 94 - 86267

Fax +49 7123 94 - 886267

DR. HJÖRDIS KETTENBACH

Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon +49 7123 94 - 83375

Fax +49 7123 94 - 80237

BESTELLSERVICE FÜR GESCHÄFTSBERICHTE

Bestellservice.hugoboss.com

