

HUGO BOSS

Quartalsmitteilung zum Q3 2019

Metzingen, 5. November 2019

HUGO BOSS erwartet Umsatz- und Ergebniswachstum im vierten Quartal – strategische Initiativen weiter im Fokus

- **Konzernumsatz im dritten Quartal währungsbereinigt stabil**
- **Umsatzwachstum im Onlinegeschäft beschleunigt sich in Q3 auf 36 %**
- **Herausforderndes Marktumfeld in Nordamerika und Hongkong belastet
Ergebnisentwicklung im dritten Quartal**
- **Deutlicher Ergebnisanstieg im vierten Quartal erwartet**

„Das herausfordernde Marktumfeld zeigt, wie wichtig die Konzentration auf die Umsetzung unserer strategischen Prioritäten ist“, sagt **Mark Langer, Vorstandsvorsitzender der HUGO BOSS AG**. „Gerade im eigenen Onlinevertrieb sowie im wichtigen Wachstumsmarkt China sehen wir die Erfolge bereits heute. Zudem arbeiten wir daran, unsere Profitabilität strukturell deutlich zu verbessern. Im wichtigen Schlussquartal wollen wir das operative Ergebnis wieder deutlich steigern.“

Wie bereits im Oktober kommuniziert, belasteten die anhaltenden gesamtwirtschaftlichen Unsicherheiten die Umsatzentwicklung von HUGO BOSS im dritten Quartal. So lag der Konzernumsatz währungsbereinigt auf Höhe des Vorjahres. In Konzernwährung stieg der Umsatz um 1 % auf 720 Mio. EUR. Insbesondere in Nordamerika trübte sich das Marktumfeld weiter ein. Neben einer geringeren lokalen Nachfrage gingen dort auch die Umsätze zurück, die mit Touristen erzielt werden. Insgesamt lag der währungsbereinigte Umsatz in Amerika um 8 % unter dem Vorjahr. In Asien/Pazifik stieg der Umsatz währungsbereinigt um 2 %. Während HUGO BOSS auf dem chinesischen Festland flächen- und währungsbereinigt erneut zweistellige Zuwächse verzeichnete, wird das Geschäft in Hongkong seit Beginn der politischen Unruhen und Demonstrationen erheblich beeinträchtigt. Auch in Europa stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 2 %, jedoch zeigten sich auch hier deutliche Unter-

HUGO BOSS

schiede in den Einzelmärkten. Während sich die Umsätze in Großbritannien weiterhin positiv entwickelten, verzeichnete das Deutschlandgeschäft einen Umsatzrückgang.

Der eigene Einzelhandel verzeichnete im dritten Quartal einen währungsbereinigten Umsatzzanstieg von 3 %. Auf vergleichbarer Fläche und währungsbereinigt stiegen die Einzelhandelsumsätze um 2 %. Während sich das Wachstum im eigenen Onlinegeschäft auf 36 % beschleunigte, lagen die Großhandelsumsätze unter dem Vorjahreswert.

Das operative Ergebnis (EBIT) verringerte sich im dritten Quartal um 13 % auf 80 Mio. EUR (ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16) und blieb damit hinter den Erwartungen zurück. Neben dem geringer als erwartet ausgefallenen Umsatzwachstum trugen hierzu auch höhere operative Aufwendungen bei.

In Summe erzielte HUGO BOSS in den ersten neun Monaten des Jahres 2019 ein währungsbereinigtes Umsatzplus von 1 %. Dies entspricht einem Anstieg von 2 % in Konzernwährung auf 2.059 Mio. EUR. Das EBIT lag mit 211 Mio. EUR um 10 % unter dem Vorjahreswert (ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16).

Jahresprognose 2019 im Oktober angepasst – Umsatz- und Ergebnisanstieg im Q4 erwartet

Vor dem Hintergrund des anhaltend schwierigen Marktumfelds hat HUGO BOSS bereits im Oktober seinen Finanzausblick für das laufende Jahr angepasst. Das Management geht davon aus, dass der Konzernumsatz im Gesamtjahr 2019 auf währungsbereinigter Basis im niedrigen einstelligen Prozentbereich steigen wird. Darüber hinaus rechnet das Unternehmen damit, auf Gesamtjahressicht ein EBIT in Höhe von 330 Mio. EUR bis 340 Mio. EUR erzielen zu können (ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16; Vorjahr: 347 Mio. EUR).

Für das vierte Quartal erwartet HUGO BOSS neben Umsatzwachstum folglich auch einen deutlichen Anstieg des operativen Ergebnisses. Dazu soll insbesondere der eigene Einzelhandel beitragen. Hier erwartet das Management im Schlussquartal vor allem

HUGO BOSS

positive Effekte aus der Intensivierung von Partnerschaften mit Onlinehändlern im Konzessionsmodell sowie aus der fortlaufenden Modernisierung des Storenetzwerks.

Fokus auf erfolgreicher Umsetzung der strategischen Initiativen






Ungeachtet der gestiegenen gesamtwirtschaftlichen Unsicherheiten, mit denen sich der Konzern kurzfristig konfrontiert sieht, macht HUGO BOSS weiter deutliche Fortschritte bei der Umsetzung seiner strategischen Initiativen. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der kontinuierlichen Optimierung des weltweiten Einzelhandelsnetzwerks. So präsentiert sich seit Anfang Oktober auch der weltweit größte BOSS Flagship Store auf den Pariser Champs-Élysées im neuesten Storekonzept. Auf rund 1.200 m² können Kunden fortan die kompletten BOSS Menswear und Womenswear Kollektionen im neuen Ambiente erleben. Die nahtlose Integration moderner architektonischer Elemente und einer Vielzahl digitaler Services wertet das Einkaufserlebnis für den Kunden deutlich auf. Abgerundet wird das vielfältige Sortiment von den personalisierten Angeboten „BOSS Made to Measure“ und „BOSS Made for Me“.

Bereits im September hat HUGO BOSS zudem das neue Outlet am Firmensitz in Metzingen eröffnet. In dem weltweit größten Outlet des Unternehmens werden Menswear, Womenswear sowie Schuhe und Accessoires der Marken BOSS und HUGO angeboten. Die durchdachte Gebäudestruktur zeichnet sich durch klar strukturierte Markenflächen aus und garantiert eine schnelle und effiziente Warenversorgung.

In den vergangenen Wochen sorgte BOSS zudem mit zwei Fashion Shows in Mailand und Shanghai international für Aufsehen. Ende September präsentierten die BOSS Menswear und BOSS Womenswear ihre Frühjahr/Sommer-2020-Kollektion in einer gemeinsamen Show in der Modemetropole Mailand. Im Oktober war BOSS erstmals seit 2013 wieder mit einer Fashion Show in Shanghai vertreten und unterstrich damit die Bedeutung des strategischen Wachstumsmarkts China für das Unternehmen. Insgesamt war die Resonanz auf beide Fashion Shows sowie die begleitenden Social-Media-Kampagnen – auch dank der engen Einbindung internationaler Blogger und Influencer – überaus positiv.

HUGO BOSS

Q3 Umsatzentwicklung nach Segmenten

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Europa	 471	↗ +2	↗ +2
Amerika	 135	↘ -5	↘ -8
Asien/Pazifik	 91	↗ +5	↗ +2
Lizenzen	 22	↗ +14	↗ +14
Konzern	 720	↗ +1	→ 0

- Der Konzernumsatz lag im dritten Quartal 2019 währungsbereinigt auf Höhe des Vorjahres. In Nordamerika trübte sich das Marktumfeld weiter ein. Die Umsätze in der Region Amerika entwickelten sich folglich rückläufig. In Europa stieg der Umsatz hingegen leicht. Auch Asien verzeichnete Zuwächse. Jedoch ist das Geschäft in Hongkong seit Beginn der politischen Unruhen und Demonstrationen erheblich beeinträchtigt, was sich negativ auf die Umsatzentwicklung der Region auswirkte.
- In **Europa** legten die Umsätze im eigenen Einzelhandel im mittleren einstelligen Bereich zu. Das Großhandelsgeschäft entwickelte sich hingegen leicht rückläufig. Während die Umsätze in Großbritannien insgesamt um 5 % zulegten, verzeichnete Deutschland vor dem Hintergrund eines unverändert schwierigen Marktumfelds einen Rückgang von 5 %. Dabei erzielten beide Vertriebskanäle geringere Umsätze als im Vorjahr. Auch in Frankreich und den Beneluxstaaten lagen die Umsätze um 4 % beziehungsweise 5 % unter dem Vorjahreswert. In beiden Märkten konnten leichte Zuwächse im eigenen Einzelhandel ein rückläufiges Großhandelsgeschäft nur teilweise kompensieren.
- Das schwierige Marktumfeld in den USA und Kanada belastete die Umsatzentwicklung in der Region **Amerika**. Neben einer geringeren lokalen Nachfrage entwickelten sich auch die mit Touristen erzielten Umsätze in Nordamerika rückläufig. Während die eigenen Einzelhandelsumsätze in den USA geringfügig unter dem Vorjahr lagen, fiel der Umsatzrückgang im Großhandelsgeschäft zweistellig aus. Insgesamt ging der Umsatz in den USA währungsbereinigt um





H U G O B O S S

10 %, in Kanada um 7 % zurück. Lateinamerika verzeichnete im dritten Quartal einen Umsatzrückgang von 1 %.

- Die Umsatzentwicklung in **Asien/Pazifik** wurde von den politischen Unruhen und Demonstrationen in Hongkong beeinträchtigt. Ein deutlich zweistelliger Umsatzrückgang auf diesem Markt konnte durch eine anhaltend starke Dynamik auf dem chinesischen Festland nur teilweise kompensiert werden. Flächen- und währungsbereinigt erzielte das Unternehmen auf dem chinesischen Festland erneut zweistelliges Umsatzwachstum. Insgesamt lagen die Umsätze in China somit währungsbereinigt um 1 % unter dem Vorjahr. In Japan und Südostasien legten die währungsbereinigten Umsätze hingegen um 7 % beziehungsweise 3 % zu.

HUGO BOSS

Q3 Umsatzentwicklung nach Vertriebskanälen

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Konzerneigener Einzelhandel 	433	↗ +4	↗ +3
Großhandel 	265	↘ -4	↘ -5
Lizenzen 	22	↗ +14	↗ +14
Konzern 	720	↗ +1	→ 0

- Die Umsätze im **eigenen Einzelhandel** (inklusive Shop-in-Shops, Outlets und Onlinestores) stiegen im dritten Quartal währungsbereinigt um 3 %.
 - Flächen- und währungsbereinigt belief sich das Umsatzwachstum auf 2 %. Während HUGO BOSS die flächen- und währungsbereinigten Umsätze in Asien/Pazifik im mittleren einstelligen Prozentbereich steigern konnte, verzeichnete der Konzern in Europa Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich. In Amerika entwickelten sich die Umsätze flächen- und währungsbereinigt stabil.
 - Insgesamt stiegen die Umsätze im eigenen Einzelhandel in Europa währungsbereinigt um 4 % auf 257 Mio. EUR (Q3 2018: 246 Mio. EUR). Die Umsätze in Amerika beliefen sich auf 93 Mio. EUR (Q3 2018: 92 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Umsatzrückgang von 2 %. In der Region Asien/Pazifik erzielte das Unternehmen im eigenen Einzelhandel ein Umsatzplus von währungsbereinigt 3 % auf 82 Mio. EUR (Q3 2018: 77 Mio. EUR).
 - Das Umsatzwachstum im eigenen Onlinegeschäft beschleunigte sich im dritten Quartal und belief sich währungsbereinigt auf 36 %. Neben der Intensivierung von Partnerschaften im Konzessionsmodell trugen die weitere Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit des eigenen Onlinestores hugoboss.com sowie dessen Anbindung an die Märkte Skandinaviens und Irlands zum Wachstum des Onlinegeschäfts bei.
- Das **Großhandelsgeschäft** entwickelte sich im abgelaufenen Quartal rückläufig. Insbesondere das schwierige Marktumfeld in Nordamerika trug zu dieser Entwicklung bei. Daneben sorgte die Intensivierung von Online-Partnerschaften im

H U G O B O S S

Rahmen des dem eigenen Einzelhandel zuzurechnenden Konzessionsmodells für Rückgänge im Großhandelskanal.

- Der mit Großhandelspartnern erzielte Umsatz in Europa lag mit 214 Mio. EUR währungsbereinigt um 1 % unter dem Vorjahr (Q3 2018: 216 Mio. EUR). In Amerika ging der Umsatz währungsbereinigt um 20 % auf 42 Mio. EUR zurück (Q3 2018: 50 Mio. EUR). Die Region Asien/Pazifik verzeichnete einen währungsbereinigten Umsatzrückgang von 7 %. Hier summierte sich der Umsatz auf 9 Mio. EUR (Q3 2018: 9 Mio. EUR).
- Die Umsätze im **Lizenzgeschäft** entwickelten sich im dritten Quartal äußerst positiv. Hierzu trugen insbesondere Zuwächse bei den Produktgruppen Düfte und Brillen bei.

HUGO BOSS

Q3 Umsatzentwicklung nach Marken und Gender

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
BOSS <small>HUGO BOSS</small>	614	→ 0	↘ -1
HUGO <small>HUGO BOSS</small>	105	↗ +7	↗ +6
Konzern	720	↗ +1	→ 0

- Die Umsätze der Marken BOSS und HUGO entwickelten sich im dritten Quartal uneinheitlich. Während HUGO deutliche Zuwächse verzeichnete, gingen die Umsätze bei BOSS währungsbereinigt leicht zurück.
 - Die Umsätze der **BOSS** Businesswear lagen währungsbereinigt auf dem Niveau des Vorjahres. Hingegen verzeichneten die Casualwear und Athleisurewear jeweils leichte Umsatzrückgänge.
 - HUGO** profitierte von erneut deutlich zweistelligen Zuwächsen in der Casualwear. Rückläufige Umsätze in der Businesswear wurden dadurch mehr als ausgeglichen.

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Menswear	650	↗ +2	→ 0
Womenswear	69	↘ -1	↘ -2
Konzern	720	↗ +1	→ 0

- Die Umsätze der **Menswear** entwickelten sich währungsbereinigt stabil. Zuwächse in der Casualwear glichen leicht rückläufige Umsätze in der Businesswear aus.
- Der Umsatzrückgang der **Womenswear** ist auf geringere Umsätze der Businesswear zurückzuführen und steht hauptsächlich im Zusammenhang mit der Reduzierung von Einzelhandelsflächen der Marke BOSS in freistehenden Geschäften im Jahr 2018. Zuwächse in der Casualwear kompensierten dies nur teilweise.

HUGO BOSS

Q3 Ergebnisentwicklung

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung
(in Mio. EUR)

	Q3 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	Q3 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	Q3 2018	Veränderung in % unter Berücksichtigung des IFRS 16	Veränderung in % ohne Berücksichtigung des IFRS 16
Umsatzerlöse	720	0	720	710	1	1
Umsatzkosten	-264	0	-264	-266	1	1
Rohhertrag	456	0	456	444	3	3
In % vom Umsatz	63,3	0	63,3	62,5	80 bp	80 bp
Operative Aufwendungen	-373	3	-375	-351	-6	-7
In % vom Umsatz	-51,8	40 bp	-52,1	-49,5	-230 bp	-260 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-306	3	-308	-281	-9	-10
davon Verwaltungsaufwendungen	-67	0	-67	-68	1	1
davon sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-	-	-	-3	-	-
Operatives Ergebnis (EBIT)	83	3	80	92	-10	-13
In % vom Umsatz	11,5	40 bp	11,2	13,0	-150 bp	-180 bp
Finanzergebnis	-8	-6	-2	-3	<-100	47
Ergebnis vor Ertragsteuern	75	-3	79	89	-15	-12
Ertragsteuern	-20	1	-20	-23	15	12
Konzernergebnis	56	-3	58	66	-15	-12
Ertragsteuerquote in %	26		26	26		

- Der Anstieg der **Rohhertragsmarge** im dritten Quartal ist im Wesentlichen auf positive Effekte aus der Bestandsbewertung zurückzuführen. Zudem ergaben sich auch positive Effekte aus dem gestiegenen Umsatzanteil des eigenen Einzelhandels. Dem gegenüber standen Währungseffekte, die sich weiterhin negativ auf die Rohhertragsmarge auswirkten.
- Die **operativen Aufwendungen** lagen sowohl absolut als auch im Verhältnis zum Umsatz über dem Vorjahresniveau.
 - Der Anstieg der **Vertriebs- und Marketingaufwendungen** im dritten Quartal ist vor allem auf Investitionen in den eigenen Einzelhandel zurückzuführen. Neben der Modernisierung und dem selektiven Ausbau des Storenetzwerks in den vergangenen zwölf Monaten trug auch die im gleichen Zeitraum erfolgte Ausweitung des Konzessionsmodells im Onlinebereich zu dem Anstieg bei. Zudem wirkten sich gestiegene Marketinginvestitionen sowie Wechselkurseffekte negativ auf die Vertriebs- und Marketingaufwendungen aus.
 - Die **Verwaltungsaufwendungen** lagen leicht unter dem Wert des Vorjahres. Höhere Aufwendungen im Zusammenhang mit Veränderungen im

H U G O B O S S

Management des Konzerns konnten durch eine hohe Kostendisziplin in der allgemeinen Verwaltung kompensiert werden.

- Der Rückgang des **operativen Ergebnisses (EBIT)** im dritten Quartal steht im Zusammenhang mit dem geringer als erwartet ausgefallenen Umsatzwachstum sowie den höheren operativen Aufwendungen. Zudem hatten Wechselkursveränderungen im abgelaufenen Quartal einen negativen Einfluss auf die Ergebnisentwicklung. Auch die **EBIT-Marge** entwickelte sich folglich rückläufig.
- Höhere Zinsaufwendungen infolge der Erstanwendung des IFRS 16 führten auch im dritten Quartal zu einem deutlichen Anstieg des **Finanzergebnisses**, definiert als Nettoaufwand der Positionen Zinsergebnis und übrige Finanzposten. Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 lag das Finanzergebnis hingegen unter dem Vorjahresniveau.
- Sowohl unter Einbezug der Auswirkungen des IFRS 16 als auch ohne dessen Berücksichtigung entwickelte sich auch das **Konzernergebnis** rückläufig.

HUGO BOSS

Q3 Ergebnisentwicklung der Geschäftssegmente

Segmentergebnis	in Mio. EUR	Veränderung in %
Europa	128	↘ -3
Amerika	13	↘ -17
Asien/Pazifik	11	↗ +1
Lizenzen	18	↗ +10

- Ab dem Geschäftsjahr 2019 ersetzt das **EBIT** die vom Konzern bis einschließlich 2018 verwendete Ergebnisgröße EBITDA vor Sondereffekten als eine der zentralen Steuerungsgrößen. In diesem Zusammenhang wird ab diesem Jahr auch bei der Darstellung der Segmentergebnisse auf das EBIT abgestellt. Die dargestellten Vorjahreswerte weichen deshalb von den im Vorjahr berichteten Werten ab.
- Das Segmentergebnis in der Region **Europa** lag im dritten Quartal unter dem Vorjahresniveau. Die höheren Umsätze konnten negative Währungseffekte sowie einen Anstieg der operativen Aufwendungen nur teilweise kompensieren. Die EBIT-Marge reduzierte sich folglich um 130 Basispunkte auf 27,2 % (Q3 2018: 28,5 %). Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 verringerte sich das EBIT um 4 % auf 127 Mio. EUR. Dies entspricht einer EBIT-Marge von 26,9 %.
- In der Region **Amerika** führten die rückläufige Umsatzentwicklung sowie ein Anstieg der operativen Aufwendungen zu einem Rückgang des Segmentergebnisses. Mit 9,9 % lag die EBIT-Marge um 150 Basispunkte unter dem Vorjahr (Q3 2018: 11,3 %). Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 lag das EBIT mit 13 Mio. EUR um 20 % unter dem Vorjahreswert. Die entsprechende EBIT-Marge betrug 9,4 %.
- Das Segmentergebnis der Region **Asien/Pazifik** lag leicht über dem Vorjahreswert. Dabei wurde der Umsatzanstieg durch höhere operative Aufwendungen teilweise kompensiert. Mit 12,2 % lag die EBIT-Marge um 40 Basispunkte unter dem Vorjahreswert (Q3 2018: 12,6 %). Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 reduzierte sich das EBIT um 5 % auf 10 Mio. EUR. Dies entspricht einer EBIT-Marge von 11,4 %.

HUGO BOSS

- Das Ergebnis des Segments **Lizenzen** lag aufgrund des erzielten Umsatzzanstiegs deutlich über dem Niveau des Vorjahres. Die Erstanwendung des IFRS 16 hatte keine Auswirkung auf die Höhe des Segmentergebnisses.

Vermögens- und Finanzlage

30. September 2019	in Mio. EUR	Veränderung in % ¹	Währungsbereinigte Veränderung in % ¹
TNWC	624	↗ +2	→ 0
Vorräte	650	↗ +4	↗ +1
Nettoverschuldung	1.222	↗ >100	

¹ Veränderung gegenüber 30. September 2018.

- Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** lag zum Ende des dritten Quartals währungsbereinigt auf Höhe des Vorjahres. Dabei konnte das Unternehmen in Bezug auf den Anstieg der **Vorräte** eine weitere Normalisierung und somit eine deutliche Verbesserung verglichen mit dem Jahresende 2018 erzielen.
- Die Erstanwendung des IFRS 16 führte aufgrund der erstmaligen Einbeziehung von Leasingverbindlichkeiten zu einem deutlichen Anstieg der **Nettoverschuldung**. Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 lag die Nettoverschuldung bei 201 Mio. EUR und damit 13 % über dem Niveau des Vorjahres. Dies ist im Wesentlichen auf die Free-Cashflow-Entwicklung der vergangenen zwölf Monate zurückzuführen.

Juli – Sep. 2019	in Mio. EUR	Veränderung in % ¹
Investitionen	52	↗ +19
Free Cashflow	63	↗ >100

¹ Veränderung gegenüber Q3 2018.

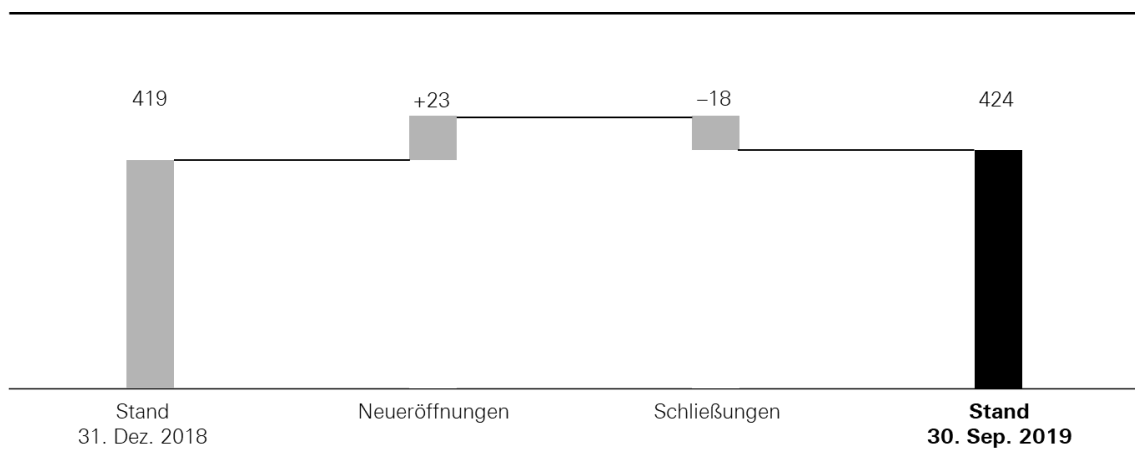
- Der Schwerpunkt der **Investitionstätigkeit** lag auch im vergangenen Quartal auf der weiteren Optimierung und Modernisierung des eigenen Storenetzwerks.

HUGO BOSS

Neben der Fertigstellung des neu errichteten Outlets am Firmensitz in Metzingen fand in den vergangenen Wochen unter anderem die Wiederöffnung des weltweit größten BOSS Flagship Stores auf den Pariser Champs-Élysées im neusten Store-konzept statt.

- Unter Berücksichtigung des IFRS 16 belief sich der **Free Cashflow** im dritten Quartal auf 63 Mio. EUR. Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 lag der Free Cashflow auf Quartalsbasis hingegen bei 0 Mio. EUR (Q3 2018: –18 Mio. EUR). Ein höherer operativer Cashflow infolge der erzielten Verbesserungen im kurzfristigen operativen Nettovermögen wurde durch das höhere Investitionsvolumen im dritten Quartal vollständig kompensiert.

Netzwerk freistehender Einzelhandelsgeschäfte



- Die Anzahl der eigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** erhöhte sich in den ersten neun Monaten netto um fünf auf 424 (31. Dezember 2018: 419).
 - 19 neu eröffneten **BOSS Stores**, hauptsächlich in Asien, standen 17 Schließungen von Stores mit auslaufenden Mietverträgen gegenüber.
 - Vier neu eröffneten **HUGO Stores** mit eigenem Möbelkonzept stand die Schließung eines Stores mit auslaufendem Mietvertrag gegenüber.

HUGO BOSS

Prognoseveränderungsbericht

	Bisherige Prognose 2019	Angepasste Prognose 2019
Konzernumsatz (währungsbereinigt)	Unteres Ende eines Anstiegs im mittleren einstelligen Prozentbereich	Anstieg im niedrigen einstelligen Prozentbereich
Umsatzentwicklung nach Regionen (währungsbereinigt)		
Europa	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich
Amerika	Leichter Rückgang	Rückgang im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich
Asien/Pazifik	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich	Anstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich
Umsatzentwicklung nach Vertriebskanälen (währungsbereinigt)		
Konzerner eigener Einzelhandel	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich
Großhandel	Geringfügig unter dem Vorjahr	Rückgang im niedrigen einstelligen Prozentbereich
Lizenzen	Anstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich	Anstieg im hohen einstelligen Prozentbereich
Rohermargine	Anstieg um bis zu 50 Basispunkte	Ungefähr stabile Entwicklung
Operatives Ergebnis (EBIT) ¹	Unteres Ende eines Anstiegs im hohen einstelligen Prozentbereich	Rückgang auf einen Betrag zwischen 330 Mio. EUR und 340 Mio. EUR
Konzernergebnis ¹	Anstieg im hohen einstelligen Prozentbereich	Rückgang im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich
Kurzfristiges operatives Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz	Rückgang um 50 bis 100 Basispunkte	Anstieg um bis zu 50 Basispunkte
Investitionen	170 Mio. EUR bis 190 Mio. EUR	180 Mio. EUR bis 190 Mio. EUR
Free Cashflow ¹	210 Mio. EUR bis 260 Mio. EUR	160 Mio. EUR bis 180 Mio. EUR

¹ Ohne Berücksichtigung der voraussichtlichen Auswirkungen des IFRS 16.

- Mit der Bekanntgabe der vorläufigen Ergebnisse des dritten Quartals am 10. Oktober 2019 hat HUGO BOSS seinen Finanzausblick für das Gesamtjahr 2019 angepasst. Anlass dazu gaben die im Jahresverlauf gestiegenen gesamtwirtschaftlichen Unsicherheiten, die insbesondere das Geschäft in Nordamerika und Hongkong belasten.
 - So geht das Management seither davon aus, dass der **Konzernumsatz** im Gesamtjahr 2019 auf währungsbereinigter Basis im niedrigen einstelligen Prozentbereich steigen wird.

HUGO BOSS

- Zudem rechnet HUGO BOSS nun damit, auf Gesamtjahressicht ein **operatives Ergebnis (EBIT)** in Höhe von 330 Mio. EUR bis 340 Mio. EUR erzielen zu können (ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16; Vorjahr: 347 Mio. EUR).
- Für das **Konzernergebnis** wird fortan von einem Rückgang im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich ausgegangen. Neben dem niedrigeren operativen Ergebnis reflektiert diese Prognose die Annahme einer Steuerquote auf Gesamtjahressicht von ungefähr 32 %.
- Das Unternehmen prognostiziert zudem fortan, auf Gesamtjahressicht einen **Free Cashflow** in Höhe von 160 Mio. EUR bis 180 Mio. EUR (ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16) erzielen zu können. Neben dem erwarteten Ergebnismrückgang ist die Anpassung der Prognose auch auf aktualisierte Erwartungen hinsichtlich des kurzfristigen operativen Nettovermögens sowie des Investitionsvolumens zurückzuführen.
 - So wird fortan erwartet, dass das **kurzfristige operative Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz** im Jahr 2019 um bis zu 50 Basispunkte über dem Vorjahresniveau liegen wird. Dabei rechnet das Unternehmen damit, dass das Vorratsvermögen zum Ende des Jahres in etwa auf Vorjahresniveau liegen wird.
 - Die **Investitionen** sollten sich im Gesamtjahr 2019 auf 180 Mio. EUR bis 190 Mio. EUR summieren.
- Zur besseren Vergleichbarkeit sind die **Auswirkungen des IFRS 16** in den Prognoseaussagen für das Geschäftsjahr 2019 unberücksichtigt. Basierend auf den Leasingverträgen zum Stand 30. September 2019 geht der Konzern fortan davon aus, dass sich das operative Ergebnis (EBIT) aufgrund der Erstanwendung des IFRS 16 im Geschäftsjahr 2019 um einen Betrag von rund 10 Mio. EUR erhöhen wird (bisherige Annahme: Verringerung um einen niedrigen einstelligen Millionen-Euro-Betrag). Gleichzeitig sollte sich das Konzernergebnis um einen Betrag in Höhe von rund 7 Mio. EUR verringern (bisherige Annahme: Verringerung um einen niedrigen zweistelligen Millionen-Euro-Betrag).

H U G O B O S S

Finanzkalender und Kontakte

5. März 2020

Ergebnisse des Geschäftsjahres 2019

5. Mai 2020

Ergebnisse des ersten Quartals 2020

7. Mai 2020

Hauptversammlung

4. August 2020

Ergebnisse des zweiten Quartals 2020 & Halbjahresfinanzbericht 2020

3. November 2020

Ergebnisse des dritten Quartals 2020

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Hjördis Kettenbach

Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 7123 94-83377

E-Mail: hjoerdis_kettenbach@hugoboss.com

Christian Stöhr

Leiter Investor Relations

Telefon: +49 7123 94-87563

E-Mail: christian_stoehr@hugoboss.com

FINANZINFORMATIONEN

zu Q3 und Jan. – Sep. 2019

Es ist möglich, dass sich einzelne Zahlen aufgrund von Rundungen nicht genau zur angegebenen Summe addieren.

HUGO BOSS

Umsatzkennzahlen – Quartal

(in Mio. EUR)

	Q3 2019	Q3 2018	Veränderung in %	Veränderung in % ¹
Konzernumsatz	720	710	1	0
Umsatz nach Segmenten				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	471	462	2	2
Amerika	135	142	-5	-8
Asien/Pazifik	91	87	5	2
Lizenzen	22	19	14	14
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Eigener Einzelhandel	433	415	4	3 ²
Großhandel	265	276	-4	-5
Lizenzen	22	19	14	14
Umsatz nach Marken				
BOSS	614	612	0	-1
HUGO	105	98	7	6
Umsatz nach Gender				
Menswear	650	640	2	0
Womenswear	69	70	-1	-2

¹ währungsbereinigt.

² auf flächenbereinigter Basis 2 %.

HUGO BOSS

Weitere Konzernkennzahlen – Quartal

	Q3 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	Q3 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	Q3 2018	Veränderung in % unter Berücksichtigung des IFRS 16	Veränderung in % ohne Berücksichtigung des IFRS 16
Ertragslage (in Mio. EUR)						
Umsatz	720	0	720	710	1	1
Rohertrag	456	0	456	444	3	3
Rohertragsmarge in %	63,3	0	63,3	62,5	80 bp	80 bp
EBIT	83	3	80	92	-10	-13
EBIT-Marge in % ¹	11,5	40 bp	11,2	13,0	-150 bp	-180 bp
EBITDA	173	61	112	123	41	-9
EBITDA-Marge in % ²	24,0	850 bp	15,6	17,3	670 bp	-180 bp
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	56	-3	58	66	-15	-12
Finanzlage (in Mio. EUR)						
Investitionen	52	0	52	44	19	19
Free Cashflow	63	63	0	-18	>100	-
Abschreibungen	90	58	32	31	>100	3
Weitere Erfolgsfaktoren (in Mio. EUR)						
Personalaufwand	160	0	160	150	7	7
Aktien (in EUR)						
Ergebnis je Aktie	0,81	-0,04	0,84	0,96	-15	-12
Schlusskurs (zum 30. Sep.)	49,15	0	49,15	66,32	-26	-26
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Sep.)	70.400.000	0	70.400.000	70.400.000	0	0

¹ EBIT/Umsatz.

² EBITDA/Umsatz.

HUGO BOSS

Umsatzkennzahlen – neun Monate

(in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2019	Jan. – Sep. 2018	Veränderung in %	Veränderung in % ¹
Konzernumsatz	2.059	2.013	2	1
Umsatz nach Segmenten				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	1.304	1.278	2	2
Amerika	390	397	-2	-7
Asien/Pazifik	307	286	7	5
Lizenzen	58	52	10	10
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Eigener Einzelhandel	1.290	1.235	4	3 ²
Großhandel	711	726	-2	-3
Lizenzen	58	52	10	10
Umsatz nach Marken				
BOSS	1.772	1.742	2	0
HUGO	286	271	6	4
Umsatz nach Gender				
Menswear	1.861	1.809	3	1
Womenswear	198	204	-3	-4

¹ währungsbereinigt.

² auf flächenbereinigter Basis 3 %.

HUGO BOSS

Weitere Konzernkennzahlen – neun Monate

	Jan. - Sep. 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16 ¹	Auswirkung IFRS 16 ¹	Jan. - Sep. 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	Jan. – Sep. 2018	Veränderung in % unter Berücksichtigung des IFRS 16	Veränderung in % ohne Berücksichtigung des IFRS 16
Ertragslage (in Mio. EUR)						
Umsatz	2.059	0	2.059	2.013	2	2
Rohertrag	1.325	0	1.325	1.297	2	2
Rohertragsmarge in %	64,3	0	64,3	64,4	-10 bp	-10 bp
EBIT	220	9	211	235	-6	-10
EBIT-Marge in % ²	10,7	50 bp	10,2	11,7	-100 bp	-150 bp
EBITDA	481	180	301	327	47	-8
EBITDA-Marge in % ³	23,3	870 bp	14,6	16,2	710 bp	-160 bp
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	145	-6	150	169	-14	-11
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 30. Sep. (in Mio. EUR)						
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	624	0	624	609	2	0
Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % vom Umsatz ⁴	20,5	0	20,5	19,4	110 bp	110 bp
Langfristige Vermögenswerte	1.686	944	742	668	>100	11
Eigenkapital	947	-5	952	912	4	4
Eigenkapitalquote in %	33,2	-1.670 bp	49,9	51,1	-1.790 bp	-130 bp
Bilanzsumme	2.853	946	1.907	1.784	60	7
Finanzlage (in Mio. EUR)						
Investitionen	131	0	131	95	37	37
Free Cashflow	198	186	12	14	> 100	-9
Abschreibungen	260	170	90	92	> 100	-1
Nettoverschuldung (zum 30. Sep.)	1.222	1.021	201	178	> 100	13
Finanzierungsstärke (zum 30. Sep.) ⁵	n.a.	n.a.	0,4	0,4	n.a.	19
Weitere Erfolgsfaktoren						
Mitarbeiter (zum 30. Sep.)	14.436	0	14.436	14.261	1	1
Personalaufwand (in Mio. EUR)	496	0	496	465	7	7
Aktien (in EUR)						
Ergebnis je Aktie	2,10	-0,08	2,18	2,45	-14	-11
Schlusskurs (zum 30. Sep.)	49,15	0	49,15	66,32	-26	-26
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Sep.)	70.400.000	0	70.400.000	70.400.000	0	0

¹ Die Auswirkungen des IFRS 16 auf die Finanzkennzahlen für den Zeitraum Januar bis Juni 2019 wurden im Jahresverlauf angepasst.

² EBIT/Umsatz.

³ EBITDA/Umsatz.

⁴ Gleitender Durchschnitt der letzten vier Quartale.

⁵ Nettoverschuldung/EBITDA vor Sondereffekten der letzten 12 Monate.

HUGO BOSS

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung – Quartal

(in Mio. EUR)

	Q3 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16		Auswirkung IFRS 16	Q3 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16		Q3 2018	Veränderung in %	Veränderung in %
							unter Berücksichtigung des IFRS 16	ohne Berücksichtigung des IFRS 16
Umsatzerlöse	720	0		720	710		1	1
Umsatzkosten	-264	0		-264	-266		1	1
Rohertrag	456	0		456	444		3	3
In % vom Umsatz	63,3	0		63,3	62,5		80 bp	80 bp
Operative Aufwendungen	-373	3		-375	-351		-6	-7
In % vom Umsatz	-51,8	40 bp		-52,1	-49,5		-230 bp	-260 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-306	3		-308	-281		-9	-10
davon Verwaltungsaufwendungen	-67	0		-67	-68		1	1
davon sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-	-		-	-3		-	-
Operatives Ergebnis (EBIT)	83	3		80	92		-10	-13
In % vom Umsatz	11,5	40 bp		11,2	13,0		-150 bp	-180 bp
Finanzergebnis	-8	-6		-2	-3		<-100	47
Ergebnis vor Ertragsteuern	75	-3		79	89		-15	-12
Ertragsteuern	-20	1		-20	-23		15	12
Konzernergebnis	56	-3		58	66		-15	-12
Ergebnis je Aktie (in EUR)¹	0,81	-0,04		0,84	0,96		-15	-12
Ertragsteuerquote in %	26			26	26			

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBIT und EBITDA – Quartal

(in Mio. EUR)

	Q3 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16		Auswirkung IFRS 16	Q3 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16		Q3 2018	Veränderung in %	Veränderung in %
							unter Berücksichtigung des IFRS 16	ohne Berücksichtigung des IFRS 16
EBIT	83	3		80	92		-10	-13
In % vom Umsatz	11,5	40 bp		11,2	13,0		-150 bp	-180 bp
Abschreibungen	-90	-58		-32	-31		<-100	-3
EBITDA	173	61		112	123		41	-9
In % vom Umsatz	24,0	850 bp		15,6	17,3		670 bp	-180 bp

HUGO BOSS

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung – neun Monate

(in Mio. EUR)						
	Jan. - Sep. 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16 ¹	Auswirkung IFRS 16 ¹	Jan. - Sep. 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	Jan. - Sep. 2018	Veränderung in % unter Berücksichtigung des IFRS 16	Veränderung in % ohne Berücksichtigung des IFRS 16
Umsatzerlöse	2.059	0	2.059	2.013	2	2
Umsatzkosten	-734	0	-734	-716	-2	-2
Rohertrag	1.325	0	1.325	1.297	2	2
In % vom Umsatz	64,3	0	64,3	64,4	-10 bp	-10 bp
Operative Aufwendungen	-1.105	9	-1.114	-1.062	-4	-5
In % vom Umsatz	-53,6	50 bp	-54,1	-52,7	-90 bp	-140 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-885	10	-895	-843	-5	-6
davon Verwaltungsaufwendungen	-219	0	-219	-215	-2	-2
davon sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-	-	-	-4	-	-
Operatives Ergebnis (EBIT)	220	9	211	235	-6	-10
In % vom Umsatz	10,7	50 bp	10,2	11,7	-100 bp	-150 bp
Finanzergebnis	-24	-17	-7	-7	< -100	-6
Ergebnis vor Ertragsteuern	196	-7	203	228	-14	-11
Ertragsteuern	-51	2	-53	-59	14	11
Konzernergebnis	145	-6	150	169	-14	-11
Ergebnis je Aktie (in EUR)²	2,10	-0,08	2,18	2,45	-14	-11
Ertragsteuerquote in %	26		26	26		

¹ Die Auswirkungen des IFRS 16 auf die Finanzkennzahlen für den Zeitraum Januar bis Juni 2019 wurden im Jahresverlauf angepasst.

² Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBIT und EBITDA – neun Monate

(in Mio. EUR)						
	Jan. - Sep. 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16 ¹	Auswirkung IFRS 16 ¹	Jan. - Sep. 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	Jan. - Sep. 2018	Veränderung in % unter Berücksichtigung des IFRS 16	Veränderung in % ohne Berücksichtigung des IFRS 16
EBIT	220	9	211	235	-6	-10
In % vom Umsatz	10,7	50 bp	10,2	11,7	-100 bp	-150 bp
Abschreibungen	-260	-170	-90	-92	< -100	1
EBITDA	481	180	301	327	47	-8
In % vom Umsatz	23,3	870 bp	14,6	16,2	710 bp	-160 bp

¹ Die Auswirkungen des IFRS 16 auf die Finanzkennzahlen für den Zeitraum Januar bis Juni 2019 wurden im Jahresverlauf angepasst.

HUGO BOSS

Konzernbilanz – Aktiva

(in Mio. EUR)

	30. Sep. 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	30. Sep. 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	30. Sep. 2018	31. Dezember 2018
Sachanlagen	428	0	428	373	389
Immaterielle Vermögenswerte	193	0	193	179	185
Nutzungsrechte an Leasingobjekten	941	941	0	0	0
Aktive latente Steuern	100	3	97	95	90
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	22	0	22	19	19
Langfristige Ertragsteuerforderungen	0	0	0	1	0
Sonstige langfristige Vermögenswerte	2	0	2	1	3
Langfristige Vermögenswerte	1.686	944	742	668	686
Vorräte	650	0	650	625	618
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	223	0	223	219	214
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	39	0	39	45	39
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	22	0	22	27	32
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	133	2	131	113	123
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	100	0	100	87	147
Kurzfristige Vermögenswerte	1.167	2	1.165	1.116	1.172
GESAMT	2.853	946	1.907	1.784	1.858

HUGO BOSS

Konzernbilanz – Passiva

(in Mio. EUR)

	30. Sep. 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	30. Sep. 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	30. Sep. 2018	31. Dezember 2018
Gezeichnetes Kapital	70	0	70	70	70
Eigene Aktien	-42	0	-42	-42	-42
Kapitalrücklage	0	0	0	0	0
Gewinnrücklagen	873	-3	876	859	926
Kumuliertes übriges Eigenkapital	46	-2	48	25	26
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	947	-5	952	912	981
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	0	0	0	0	0
Konzerneigenkapital	947	-5	952	912	981
Langfristige Rückstellungen	89	0	89	72	69
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	145	0	145	167	79
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	809	806	3	4	3
Passive latente Steuern	12	-1	13	12	13
Sonstige langfristige Schulden	1	-60	60	55	61
Langfristige Schulden	1.056	745	310	310	225
Kurzfristige Rückstellungen	99	0	99	92	98
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	153	0	153	108	93
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	216	216	1	0	0
Ertragsteuerschulden	33	0	33	24	44
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	249	0	249	235	295
Sonstige kurzfristige Schulden	100	-9	109	103	123
Kurzfristige Schulden	850	206	644	562	653
GESAMT	2.853	946	1.907	1.784	1.858

Kurzfristiges operatives Nettovermögen (TNWC)

(in Mio. EUR)

	30. Sep. 2019	30. Sep. 2018	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Vorräte	650	625	4	1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	223	219	2	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-249	-235	6	4
TNWC	624	609	2	0

HUGO BOSS

Konzernkapitalflussrechnung

(in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16 ¹	Auswirkung IFRS 16 ¹	Jan. – Sep. 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	Jan. – Sep. 2018
Konzernergebnis	145	-6	150	169
Abschreibungen/Zuschreibungen	260	170	90	91
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	-4	0	-4	12
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	1	0	1	2
Ertragsteueraufwand/-ertrag	51	-2	53	59
Zinserträge und -aufwendungen	18	17	2	1
Veränderung der Vorräte	-19	0	-19	-83
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	-3	0	-3	-6
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-64	6	-71	-63
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	-1	0	-1	0
Veränderung Pensionsrückstellungen	6	0	6	-3
Veränderung übrige Rückstellungen	4	0	4	-12
Gezahlte Ertragsteuern	-65	0	-65	-62
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	329	186	143	107
Investitionen in Sachanlagen	-106	0	-106	-76
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-24	0	-24	-19
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	0	0	0	2
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-131	0	-131	-93
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	-186	0	-186	-183
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	62	0	62	34
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	72	0	72	110
Tilgung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-7	0	-7	-2
Tilgung von kurz- und langfristigen Leasingverbindlichkeiten	-169	-169	0	0
Gezahlte Zinsen	-19	-17	-2	-1
Erhaltene Zinsen	1	0	1	1
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-247	-186	-61	-40
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1	0	1	-1
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-47	0	-47	-29
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	147	0	147	116
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	100	0	100	87

¹ Die Auswirkungen des IFRS 16 auf die Finanzkennzahlen für den Zeitraum Januar bis Juni 2019 wurden im Jahresverlauf angepasst.

HUGO BOSS

Free Cashflow

(in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16 ¹	Auswirkung IFRS 16 ¹	Jan. – Sep. 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	Jan. – Sep. 2018
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	329	186	143	107
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-131	0	-131	-93
Free Cashflow	198	186	12	14

¹ Die Auswirkungen des IFRS 16 auf die Finanzkennzahlen für den Zeitraum Januar bis Juni 2019 wurden im Jahresverlauf angepasst.

HUGO BOSS

Segmentergebnis¹ – Quartal

(in Mio. EUR)

	Q3 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	In % vom Umsatz unter Berücksichtigung des IFRS 16	Q3 2018 ¹	In % vom Umsatz ¹	Veränderung in %
Europa	128	27,2	132	28,5	-3
Amerika	13	9,9	16	11,3	-17
Asien/Pazifik	11	12,2	11	12,6	1
Lizenzen	18	83,6	17	86,8	10
Ergebnis der operativen Segmente	171	23,7	174	24,5	-2
Corporate Units / Konsolidierung	-88		-82		-7
EBIT	83	11,5	92	13,0	-10

¹ Ab dem Geschäftsjahr 2019 ersetzt das EBIT die vom Konzern bis einschließlich 2018 verwendete Ergebnisgröße EBITDA vor Sondereffekten als eine der zentralen Steuerungsgrößen. In diesem Zusammenhang wird fortan auch bei der Darstellung der Segmentergebnisse auf das EBIT abgestellt. Die dargestellten Vorjahreswerte weichen deshalb von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

Segmentergebnis¹ – neun Monate

(in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16 ²	In % vom Umsatz unter Berücksichtigung des IFRS 16 ²	Jan. – Sep. 2018 ¹	In % vom Umsatz ¹	Veränderung in %
Europa	344	26,4	358	28,0	-5
Amerika	34	8,7	41	10,3	-17
Asien/Pazifik	65	21,2	53	18,4	23
Lizenzen	48	82,6	44	83,2	10
Ergebnis der operativen Segmente	491	23,8	496	24,6	-2
Corporate Units / Konsolidierung	-271		-261		-4
EBIT	220	10,7	235	11,7	-6

¹ Ab dem Geschäftsjahr 2019 ersetzt das EBIT die vom Konzern bis einschließlich 2018 verwendete Ergebnisgröße EBITDA vor Sondereffekten als eine der zentralen Steuerungsgrößen. In diesem Zusammenhang wird fortan auch bei der Darstellung der Segmentergebnisse auf das EBIT abgestellt. Die dargestellten Vorjahreswerte weichen deshalb von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

² Die Auswirkungen des IFRS 16 auf die Finanzkennzahlen für den Zeitraum Januar bis Juni 2019 wurden im Jahresverlauf angepasst.

Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte

	Freistehende Geschäfte	Shop-in-Shops	Outlets	GESAMT
30. Sep. 2019				
Europa	200	312	68	580
Amerika	93	84	50	227
Asien/Pazifik	131	108	57	296
GESAMT	424	504	175	1.103
31. Dez. 2018¹				
Europa	200	303	67	570
Amerika	89	85	52	226
Asien/Pazifik	130	112	54	296
GESAMT	419	500	173	1.092

¹ Die Vorjahreswerte wurden rückwirkend zum 31. Dezember 2018 angepasst. Im Zuge einer Neudefinition der Kriterien zur Unterscheidung von freistehenden Geschäften und Shop-in-Shops wurden vor allem mehrere bisher als freistehende Geschäfte ausgewiesene Verkaufspunkte innerhalb der Region Asien/Pazifik zu Shop-in-Shops reklassifiziert. Hauptsächlich in den Regionen Europa und Amerika wurden zudem im Zuge der Zweimarkenstrategie einzelne Verkaufsflächen der Marke BOSS innerhalb eines Department Stores numerisch zu jeweils einem Shop-in-Shop zusammengefasst. Beide Maßnahmen haben keine Auswirkungen auf die Gesamtverkaufsfläche des Unternehmens.