

HUGO BOSS

Quartalsmitteilung zum Q3 2018

Metzingen, 6. November 2018

HUGO BOSS verzeichnet solides Umsatzwachstum im dritten Quartal – Umsatz- und Ergebnisprognose für das Gesamtjahr bestätigt

- **Umsatz steigt im dritten Quartal währungsbereinigt um 1 %**
- **Retailumsatz wächst auf vergleichbarer Fläche um 3 %**
- **Onlinegeschäft wächst erneut stark zweistellig**
- **Herausforderndes Marktumfeld führt zu Rückgang der Rohertragsmarge**
- **EBITDA vor Sondereffekten um 12 % unter Vorjahresniveau**
- **Deutliches Umsatz- und Ergebniswachstum im vierten Quartal erwartet**
- **Enge Zusammenarbeit mit Zalando vereinbart**

„Das dritte Quartal war angesichts eines herausfordernden Marktumfelds nicht einfach. Vor allem der lange und heiße Sommer in Europa hat unser Geschäft beeinträchtigt“, sagt **Mark Langer, Vorstandsvorsitzender der HUGO BOSS AG**.

„Für das vierte Quartal erwarten wir wieder eine deutlich dynamischere Entwicklung von Umsatz und Ergebnis. Wir sind daher sehr zuversichtlich, dass wir unsere Gesamtjahresziele erreichen werden. Entsprechend verfolgen wir unsere strategischen Initiativen konsequent weiter. Ich bin fest davon überzeugt, dass wir bereits im kommenden Jahr zu nachhaltig profitablen Wachstum zurückkehren.“

HUGO BOSS konnte den Umsatz im dritten Quartal währungsbereinigt um 1 % auf 710 Mio. EUR steigern. Robuste Zuwächse in Amerika und Asien glichen einen leichten Umsatzrückgang in Europa aus. Insbesondere in Deutschland und Frankreich belastete der außergewöhnlich heiße und lange Sommer sowie der damit verbundene verspätete Start der Herbst/Winter-Saison das Geschäft. Der eigene Einzelhandel legte im dritten Quartal flächen- und währungsbereinigt um 3 % zu. Dabei wuchs der Umsatz im eigenen Onlinegeschäft mit 38 % erneut deutlich zweistellig. Die Umsätze im Großhandelsgeschäft gingen hingegen wie erwartet leicht zurück. Grund hierfür waren zeitliche Verschiebungen von Auslieferungen im Vergleich zum Vorjahr.

HUGO BOSS

Aufgrund des herausfordernden Marktumfelds sah sich der Konzern während des dritten Quartals einer erhöhten Rabattintensität ausgesetzt. Dies sorgte maßgeblich für einen Rückgang der Rohertragsmarge in Höhe von 240 Basispunkten. Infolgedessen lag das EBITDA vor Sondereffekten mit 126 Mio. EUR um 12 % unter dem Niveau des Vorjahres. Negative Währungseffekte in Höhe von 5 Mio. EUR trugen auch zu diesem Rückgang bei.

In Summe verzeichnete HUGO BOSS in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2018 ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum in Höhe von 4 %. Wesentlicher Treiber war der Umsatzanstieg im eigenen Einzelhandel auf vergleichbarer Fläche in Höhe von 5 %. Das EBITDA vor Sondereffekten lag mit 331 Mio. EUR um 5 % unter dem Vorjahresniveau.

Trotz des herausfordernden Marktumfelds im dritten Quartal bestätigt HUGO BOSS seine Umsatz- und Ergebnisprognose für das Gesamtjahr 2018. Das Unternehmen rechnet weiterhin mit einem Anstieg des Konzernumsatzes im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich. Die Entwicklung des EBITDA vor Sondereffekten wird voraussichtlich innerhalb einer Spanne von –2 % und +2 % gegenüber dem Vorjahr liegen. Für das vierte Quartal rechnet HUGO BOSS mit einer deutlichen Verbesserung von Umsatz und Ergebnis. Das Unternehmen erwartet robuste Zuwächse im eigenen Einzelhandel, für den das vierte Quartal das umsatzstärkste Quartal darstellt. Diese Annahme wird durch die gute Einzelhandelsentwicklung im Oktober bekräftigt. Darüber hinaus werden die verbesserte Entwicklung der Rohertragsmarge im Vergleich zum bisherigen Jahresverlauf sowie der unverändert starke Fokus auf das Kostenmanagement für einen deutlichen Ergebnisanstieg im vierten Quartal sorgen.

Auch im dritten Quartal konnte HUGO BOSS auf einige wichtige Meilensteine bei der Implementierung seiner strategischen Initiativen zurückblicken. Unter dem Motto „California Breeze“ präsentierten BOSS Menswear und BOSS Womenswear im Rahmen der New York Fashion Show die neuen Frühjahr/Sommer-2019-Kollektionen. Begleitet wurde die Fashion Show von einer interaktiven Kampagne in den sozialen Medien. Vor Ort und über die Livestreams auf der Website verfolgte ein breites Publikum die Show. Zudem eröffnete das Unternehmen im dritten Quartal weitere

H U G O B O S S

HUGO Stores in europäischen Metropolen, unter anderem in London und Paris. Mit unkonventionellen Einrichtungen und der engen Einbindung von Social-Media-Angeboten trägt das Konzept dem modisch progressiven HUGO Kunden Rechnung.

Zur Stärkung des digitalen Vertriebs hat HUGO BOSS Anfang Oktober seine Partnerschaft mit dem renommierten Onlineanbieter Zalando intensiviert und das Produktsortiment der Marke BOSS ausgebaut. Im Mittelpunkt des neuen Kooperationsmodells steht die Nutzung der Zalando Partnerprogramm-Plattform durch HUGO BOSS, um die Kundenwünsche künftig noch besser zu bedienen. Im Rahmen der Partnerschaft steuert HUGO BOSS eigenständig die Präsentation und den Vertrieb der BOSS Businesswear, die erstmalig bei Zalando erhältlich ist.

Am 15. November wird HUGO BOSS im Rahmen eines Investorentages in London über den Fortschritt seiner strategischen Maßnahmen informieren sowie einen mittelfristigen Finanzausblick präsentieren.

HUGO BOSS

Q3 Umsatzentwicklung nach Segmenten

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Europa	462	↘ -3	↘ -2
Amerika	142	↗ +5	↗ +5
Asien/Pazifik	87	↗ +6	↗ +7
Lizenzen	19	↘ -2	↘ -2
Konzern	710	→ 0	↗ +1

- Im dritten Quartal entwickelten sich die Umsätze regional unterschiedlich. Während Amerika und Asien/Pazifik einen robusten Anstieg verzeichneten, belastete das herausfordernde Marktumfeld das Geschäft in Europa.
 - In **Europa** konnten niedrige einstellige Umsatzzuwächse im eigenen Einzelhandel einen mittleren einstelligen Rückgang im Großhandelsgeschäft nicht kompensieren. Letzteres wurde durch zeitliche Verschiebungen von Auslieferungen im Vergleich zum Vorjahr belastet. Mit einem währungsbereinigten Umsatzzuwachs von 11 % war Großbritannien erneut der stärkste Einzelmarkt. Der Umsatz in den Beneluxstaaten entwickelte sich stabil. In Deutschland und Frankreich gingen die Umsätze um 13 % beziehungsweise 8 % zurück. Hier belastete vor allem der außergewöhnlich heiße und lange Sommer sowie der damit verbundene verspätete Start der Herbst/Winter-Saison das Geschäft.
 - In **Amerika** trugen alle Märkte zum Umsatzwachstum bei. Zweistellige Zuwächse im Großhandelsgeschäft sowie eine stabile Entwicklung des eigenen Einzelhandels sorgten in den USA für einen Umsatzzuwachs von insgesamt 5 %. In Kanada und Lateinamerika verzeichnete der Konzern ein niedrig einstelliges beziehungsweise niedrig zweistelliges Wachstum.
 - In der Region **Asien/Pazifik** setzte sich das Wachstum auch im dritten Quartal fort. Mit zweistelligen Wachstumsraten auf vergleichbarer Fläche entwickelte sich insbesondere das Geschäft auf dem chinesischen Festland weiterhin äußerst positiv. Auch die Umsätze in Hongkong und Macau legten zu. Insgesamt stiegen die Umsätze in China um 7 %. Japan erzielte ein hoch einstelliges Umsatzwachstum.

HUGO BOSS

Q3 Umsatzentwicklung nach Vertriebskanälen

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Konzerneigener Einzelhandel	415	↗ +1	↗ +2
Großhandel	276	↘ -2	↘ -2
Lizenzen	19	↘ -2	↘ -2
Konzern	710	→ 0	↗ +1

- Die Umsätze im **eigenen Einzelhandel** (inklusive Outlets und Online-Stores) legten im dritten Quartal währungsbereinigt um 2 % zu.
 - Auf flächen- und währungsbereinigter Basis stieg der Umsatz um 3 %, wobei sich das Onlinegeschäft besser als der stationäre Handel entwickelte. Asien/Pazifik erzielte einen hohen einstelligen Zuwachs. In Europa und Amerika stieg der flächen- und währungsbereinigte Umsatz im niedrigen einstelligen Bereich.
 - Insgesamt stiegen die Umsätze im eigenen Einzelhandel in Europa währungsbereinigt um 2 % auf 246 Mio. EUR (Q3 2017: 244 Mio. EUR). Die Umsätze in Amerika beliefen sich auf 92 Mio. EUR (Q3 2017: 91 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Umsatzanstieg von 2 %. In Asien/Pazifik konnte ein Umsatzanstieg in lokalen Währungen von 5 % auf 77 Mio. EUR (Q3 2017: 74 Mio. EUR) erzielt werden.
 - Die über freistehende Geschäfte und Shop-in-Shops erzielten Umsätze entwickelten sich währungsbereinigt stabil. Die Outletumsätze legten um 3 % zu. Im eigenen Onlinegeschäft erzielte HUGO BOSS einen deutlichen Umsatzanstieg von 38 %.
- Im **Großhandelsgeschäft** wirkten sich zeitliche Verschiebungen von Auslieferungen im Vergleich zum Vorjahr negativ auf die Umsatzentwicklung aus. So war der Umsatz in diesem Vertriebskanal trotz zweistelliger Zuwächse im Replenishment-Geschäft, mit dem HUGO BOSS auf kurzfristige Nachfragesteigerungen der Handelspartner reagiert, leicht rückläufig.

HUGO BOSS

- Der mit Großhandelspartnern erzielte Umsatz in Europa lag mit 216 Mio. EUR um 6 % unter dem Vorjahr (Q3 2017: 230 Mio. EUR). Die Region Amerika verzeichnete hingegen einen währungsbereinigten Umsatzanstieg von 13 %. Die Umsätze summierten sich auf 50 Mio. EUR (Q3 2017: 44 Mio. EUR). Die Großhandelsumsätze in Asien/Pazifik legten währungsbereinigt um 34 % auf 9 Mio. EUR zu (Q3 2017: 7 Mio. EUR).
- Die Umsätze im **Lizenzgeschäft** entwickelten sich leicht rückläufig. So lag der Umsatz bei 19 Mio. EUR und damit um 2 % unter dem Vorjahresniveau (Q3 2017: 20 Mio. EUR).

Q3 Umsatzentwicklung nach Marken und Gender

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
BOSS <small>HUGO BOSS</small>	612	↗ +2	↗ +3
HUGO <small>HUGO BOSS</small>	98	↘ -11	↘ -11
Konzern	710	→ 0	↗ +1

- Fortgeführte Veränderungen in der Vertriebsstrategie prägten die Umsatzentwicklung der Marken BOSS und HUGO im dritten Quartal. Der Konzern hat sich dazu entschieden, sowohl für bestimmte Produktkategorien im Großhandelskanal als auch in ausgewählten eigenen Stores Flächen von HUGO auf BOSS zu übertragen. Zudem wird die Präsenz von HUGO im Outletkanal weiter reduziert. Diese Maßnahmen dienen der Schärfung der Markenbotschaft von HUGO.
 - Folglich entwickelten sich die Umsätze der Marke **HUGO** im dritten Quartal erwartungsgemäß rückläufig. Zweistellige Zuwächse in der Casualwear konnten die Rückgänge in der Businesswear nur teilweise kompensieren.
 - Die Umsatzentwicklung von **BOSS** profitierte von Zuwächsen der Businesswear und der Casualwear. Hingegen gingen die Umsätze der Athleisurewear leicht zurück.

HUGO BOSS

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Menswear	640	↗ +1	↗ +1
Womenswear	70	↘ -8	↘ -7
Konzern	710	→ 0	↗ +1

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

HUGO BOSS

Q3 Ergebnisentwicklung

Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung (in Mio. EUR)				
	Q3 2018	Q3 2017	Veränderung in %	
Umsatzerlöse	710	711	0	
Umsatzkosten	-266	-250	-7	
Rohhertrag	444	461	-4	
In % vom Umsatz	62,5	64,9	-240 bp	
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-281	-284	1	
Verwaltungsaufwendungen	-68	-67	-1	
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-3	5	<-100	
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)	92	115	-20	
In % vom Umsatz	13,0	16,2	-320 bp	
Finanzergebnis	-3	-3	-19	
Ergebnis vor Ertragsteuern	89	112	-21	
Ertragsteuern	-23	-32	28	
Konzernergebnis	66	80	-18	
EBITDA vor Sondereffekten	126	143	-12	
In % vom Umsatz	17,8	20,1	-230 bp	
Ertragsteuerquote in %	26	29		

- Der deutliche Rückgang der **Rohhertragsmarge** im dritten Quartal ist auf negative Effekte aus der Bestandsbewertung, eine höhere Rabattintensität im eigenen Einzelhandel, anhaltende Investitionen in die Produktqualität sowie negative Währungseffekte zurückzuführen.
- Die **operativen Aufwendungen** lagen geringfügig unter dem Vorjahresniveau.
 - Vor allem die verringerte Expansionstätigkeit sowie positive Effekte aus der Nachverhandlung von Mietverträgen im eigenen Einzelhandel führten zu einem Rückgang der **Vertriebs- und Marketingaufwendungen**. Auch Wechselkursveränderungen wirkten sich positiv aus. Die Marketingaufwendungen lagen dagegen leicht über dem Niveau der Vergleichsperiode.
 - Ein konsequentes Kostenmanagement begrenzte den Anstieg der **Verwaltungsaufwendungen**. Dieser ist vor allem auf Investitionen in die digitale Transformation des Geschäftsmodells zurückzuführen. Hierdurch verspricht sich HUGO BOSS wichtige Umsatzimpulse sowie die Beschleunigung betrieblicher Prozesse.
- Der sich aus den **sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträgen** ergebende Nettoaufwand steht vor allem im Zusammenhang mit organisatorischen Änderungen in der Region Europa.

H U G O B O S S

- Das **EBIT** lag unter dem Niveau des Vorjahres. Demzufolge entwickelte sich auch die **EBIT-Marge** rückläufig. Dazu trug neben der geringeren Rohertragsmarge auch der Wegfall im Vorjahr angefallener einmaliger sonstiger betrieblicher Erträge bei. Auch das **Konzernergebnis** lag unter dem Wert des Vorjahres.
- Der Rückgang des **EBITDA vor Sondereffekten** ist auf den geringeren Rohertrag zurückzuführen. Die gesunkenen operativen Aufwendungen konnten dies nur teilweise kompensieren. Wechselkursveränderungen hatten einen insgesamt negativen Effekt auf die Ergebnisentwicklung. Dieser resultierte vor allem aus der Abwertung von Währungen außerhalb der Eurozone, in denen HUGO BOSS mehr Umsatz als Kosten generiert.

HUGO BOSS

Q3 Ergebnisentwicklung der Geschäftssegmente

Segmentergebnis	in Mio. EUR	Veränderung in %
Europa	143	↘ -11
Amerika	21	↘ -28
Asien/Pazifik	15	↗ +37
Lizenzen	16	↘ -3

- Der Rückgang des Segmentergebnisses in der Region **Europa** ist vor allem auf die rückläufige Umsatzentwicklung im Großhandelsgeschäft sowie einen leichten Anstieg der operativen Aufwendungen zurückzuführen. Die bereinigte EBITDA-Marge reduzierte sich um 300 Basispunkte auf 30,8 % (Q3 2017: 33,8 %).
- In der Region **Amerika**, in der das allgemeine Marktumfeld von verstärkten Rabatten geprägt war, führten vor allem eine erhöhte Rabattintensität sowie negative Effekte aus der Bestandsbewertung zu einem deutlichen Rückgang des Segmentergebnisses. Auch Währungseffekte wirkten sich negativ aus. Die operativen Aufwendungen lagen auf dem Niveau des Vorjahres. Mit 14,7 % lag die bereinigte EBITDA-Marge um 660 Basispunkte unter dem Vorjahr (Q3 2017: 21,3 %).
- Der deutliche Anstieg des Segmentergebnisses der Region **Asien/Pazifik** ist auf die positive Umsatzentwicklung und einen leichten Rückgang der operativen Aufwendungen zurückzuführen. Negative Währungseffekte belasteten jedoch auch hier das Segmentergebnis. Ohne diese wäre der Ergebnisanstieg noch höher ausgefallen. Die bereinigte EBITDA-Marge lag mit 17,8 % um 400 Basispunkte über dem Vorjahreswert (Q3 2017: 13,8 %).
- Das Ergebnis des Segments **Lizenzen** lag leicht unter dem Niveau des Vorjahres.

Vermögens- und Finanzlage

30. Sep. 2018		in Mio. EUR	Veränderung in % ¹	Währungsbereinigte Veränderung in % ¹
TNWC		609	↗ +11	↗ +11
Vorräte		625	↗ +20	↗ +20
Netto- verschuldung		178	↗ +9	

¹ Veränderung gegenüber 30. September 2017.

- Die Entwicklung des **kurzfristigen operativen Nettovermögens (TNWC)** reflektiert vor allem den Anstieg der Vorräte. Die Erhöhung des **Vorratsbestands** dient der temporären Unterstützung der Umsatzdynamik insbesondere im eigenen Einzelhandel. Für die kommenden Monate rechnet das Unternehmen jedoch mit einer schrittweisen Normalisierung der Vorratsentwicklung.
- Die Free-Cashflow-Entwicklung der vergangenen zwölf Monate bedingte einen moderaten Anstieg der **Nettoverschuldung**.

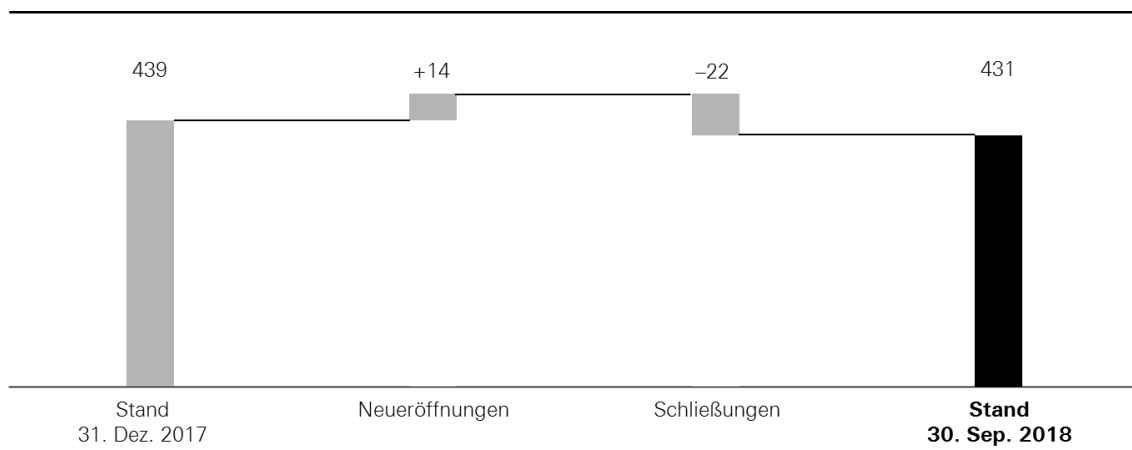
Drei Monate		in Mio. EUR	Veränderung in % ¹
Investitionen		44	↗ +57
Free Cashflow	-19		↘ <-100

¹ Veränderung gegenüber Q3 2017.

- Der Schwerpunkt der **Investitionstätigkeit** im dritten Quartal lag auf der Modernisierung des eigenen Einzelhandelsnetzwerks, Investitionen in selektive Neueröffnungen und der kanalübergreifenden Integration und Digitalisierung der eigenen Einzelhandelsaktivitäten.
- Die **Free-Cashflow-Entwicklung** im dritten Quartal reflektiert den erhöhten Mittelabfluss aus der Veränderung des Vorratsvermögens sowie das höhere Investitionsvolumen.

HUGO BOSS

Netzwerk freistehender Einzelhandelsgeschäfte



- Die Anzahl der konzerneigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** reduzierte sich in den ersten neun Monaten netto um acht auf 431 (31. Dezember 2017: 439).
 - Acht neu eröffneten **BOSS Stores** standen 22 Schließungen von Stores mit auslaufenden Mietverträgen gegenüber. Darin enthalten ist die Verlagerung von zwei Standorten innerhalb der jeweils gleichen Metropolregion.
 - Im dritten Quartal eröffneten in wichtigen europäischen Städten, darunter London und Paris, weitere **HUGO Stores** mit eigenem Storekonzept. Insgesamt wurden seit Jahresbeginn sechs HUGO Stores in ausgewählten Metropolen eröffnet.

HUGO BOSS

Prognoseveränderungsbericht

	Prognose 2018	Veränderung gegenüber bisheriger Prognose
Konzernumsatz (währungsbereinigt)	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich	→
Rohhertragsmarge	Rückgang um 50 bis 100 Basispunkte	↘
EBITDA vor Sondereffekten	Veränderung zwischen -2 % und +2 %	→
Konzernergebnis	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich	→
Investitionen	150 Mio. EUR bis 170 Mio. EUR	↘
Free Cashflow	150 Mio. EUR bis 200 Mio. EUR	→

- Das Management bestätigt den **Umsatz- und Ergebnisausblick** für das Gesamtjahr.
- Für die **Rohhertragsmarge** geht das Unternehmen fortan von einem Rückgang von 50 bis 100 Basispunkten gegenüber dem Vorjahr aus (vorher: ungefähr stabile Entwicklung). Dies reflektiert den Rückgang der Rohhertragsmarge im dritten Quartal.
- Infolge des starken Fokus auf das Kostenmanagement geht das Management nach wie vor davon aus, dass sich das **EBITDA vor Sondereffekten** innerhalb einer Spanne von -2 % und +2 % gegenüber dem Vorjahr entwickeln wird.
- Der **Investitionsaufwand** wird sich im Jahr 2018 voraussichtlich auf einen Wert zwischen 150 Mio. EUR und 170 Mio. EUR belaufen (vorher: 170 Mio. EUR bis 190 Mio. EUR). Der leichte Rückgang gegenüber der ursprünglichen Prognose ist vor allem auf eine abweichende zeitliche Verteilung der Investitionsausgaben zurückzuführen.
- Für den **Free Cashflow** rechnet das Unternehmen unverändert mit einem Wert zwischen 150 Mio. EUR und 200 Mio. EUR.
- Eine detaillierte Darstellung der Prognose von HUGO BOSS für das Jahr 2018 kann dem [Geschäftsbericht 2017](#) entnommen werden.

H U G O B O S S

Finanzkalender und Kontakte

15. November 2018

Investorentag 2018 in London

7. März 2019

Ergebnisse des Geschäftsjahres 2018

2. Mai 2019

Ergebnisse des ersten Quartals 2019

16. Mai 2019

Hauptversammlung

1. August 2019

Ergebnisse des zweiten Quartals 2019 & Halbjahresfinanzbericht 2019

5. November 2019

Ergebnisse des dritten Quartals 2019

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Hjördis Kettenbach

Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 7123 94-83377

E-Mail: hjoerdis_kettenbach@hugoboss.com

Christian Stöhr

Leiter Investor Relations

Telefon: +49 7123 94-87563

E-Mail: christian_stoehr@hugoboss.com

H U G O B O S S

FINANZINFORMATIONEN

zu Q3 2018 und Jan. – Sep. 2018

HUGO BOSS

Konzernkennzahlen – Quartal

	Q3 2018	Q3 2017	Veränderung in %	Veränderung in % ¹
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	710	711	0	1
Umsatz nach Segmenten				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	462	474	-3	-2
Amerika	142	136	5	5
Asien/Pazifik	87	81	6	7
Lizenzen	19	20	-2	-2
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Konzerneigener Einzelhandel	415	410	1	2 ²
Großhandel	276	281	-2	-2
Lizenzen	19	20	-2	-2
Umsatz nach Marken				
BOSS	612	600	2	3
HUGO	98	111	-11	-11
Umsatz nach Gender				
Menswear	640	635	1	1
Womenswear	70	76	-8	-7
Ertragslage (in Mio. EUR)				
Rohhertrag	444	461	-4	
Rohhertragsmarge in %	62,5	64,9	-240 bp	
EBITDA	123	148	-17	
EBITDA vor Sondereffekten	126	143	-12	
Bereinigte EBITDA-Marge in % ³	17,8	20,1	-230 bp	
EBIT	92	115	-20	
EBIT-Marge	13,0	16,2	-320 bp	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	66	80	-18	
Finanzlage (in Mio. EUR)				
Investitionen	44	28	57	
Free Cashflow	-19	4	<-100	
Abschreibungen	31	33	-6	
Weitere Erfolgsfaktoren				
Personalaufwand (in Mio. EUR)	150	147	2	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	0,96	1,16	-17	
Schlusskurs (zum 30. Sep.)	66,32	74,59	-11	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Sep.)	70.400.000	70.400.000	0	

¹ währungsbereinigt.

² auf flächenbereinigter Basis 3 %.

³ EBITDA vor Sondereffekten/Umsatz.

HUGO BOSS

Konzernkennzahlen – neun Monate

	Jan. – Sep. 2018	Jan. – Sep. 2017	Veränderung in %	Veränderung in % ¹
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	2.013	1.998	1	4
Umsatz nach Segmenten				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	1.278	1.258	2	3
Amerika	397	410	-3	4
Asien/Pazifik	286	276	4	9
Lizenzen	52	54	-3	-3
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Konzernerzeuger Einzelhandel	1.235	1.218	1	5 ²
Großhandel	726	726	0	2
Lizenzen	52	54	-3	-3
Umsatz nach Marken				
BOSS	1.742	1.700	2	6
HUGO	271	298	-9	-7
Umsatz nach Gender				
Menswear	1.809	1.780	2	5
Womenswear	204	218	-7	-4
Ertragslage (in Mio. EUR)				
Rohhertrag	1.297	1.311	-1	
Rohhertragsmarge in %	64,4	65,6	-120 bp	
EBITDA	327	359	-9	
EBITDA vor Sondereffekten	331	348	-5	
Bereinigte EBITDA-Marge in % ³	16,4	17,4	-100 bp	
EBIT	235	260	-9	
EBIT-Marge in %	11,7	13,0	-130 bp	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	169	186	-9	
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 30. Sep. (in Mio. EUR)				
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	609	551	11	11
Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % vom Umsatz ⁴	19,4	19,3	10 bp	
Langfristige Vermögenswerte	668	701	-5	
Eigenkapital	912	875	4	
Eigenkapitalquote in %	51,1	51,6	-50 bp	
Bilanzsumme	1.784	1.695	5	
Finanzlage (in Mio. EUR)				
Investitionen	95	85	12	
Free Cashflow	13	136	-90	
Abschreibungen	92	99	-8	
Nettoverschuldung (zum 30. Sep.)	178	163	9	
Finanzierungsstärke (zum 30. Sep.) ⁵	0,4	0,3		
Weitere Erfolgsfaktoren				
Mitarbeiter (zum 30. Sep.)	14.261	13.577	5	
Personalaufwand (in Mio. EUR)	465	450	3	
Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte	1.096	1.118	-2	
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	431	435	-1	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	2,45	2,69	-9	
Schlusskurs (zum 30. Sep.)	66,32	74,59	-11	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Sep.)	70.400.000	70.400.000	0	

¹ währungsbereinigt.

² auf flächenbereinigter Basis 5 %.

³ EBITDA vor Sondereffekten/Umsatz.

⁴ gleitender Durchschnitt der letzten vier Quartale.

⁵ Nettoverschuldung/EBITDA vor Sondereffekten der letzten 12 Monate.

HUGO BOSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung – Quartal

(in Mio. EUR)	Q3 2018	Q3 2017	Veränderung in %
Umsatzerlöse	710	711	0
Umsatzkosten	-266	-250	-7
Rohertrag	444	461	-4
In % vom Umsatz	62,5	64,9	-240 bp
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-281	-284	1
Verwaltungsaufwendungen	-68	-67	-1
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-3	5	<-100
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)	92	115	-20
In % vom Umsatz	13,0	16,2	-320 bp
Finanzergebnis	-3	-3	-19
Ergebnis vor Ertragsteuern	89	112	-21
Ertragsteuern	-23	-32	28
Konzernergebnis	66	80	-18
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	0,96	1,16	-17
Ertragsteuerquote in %	26	29	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBITDA vor Sondereffekten – Quartal

(in Mio. EUR)	Q3 2018	Q3 2017	Veränderung in %
EBIT	92	115	-20
Abschreibungen	-31	-33	6
EBITDA	123	148	-17
EBITDA-relevante Sondereffekte	-3	5	<-100
EBITDA vor Sondereffekten	126	143	-12
In % vom Umsatz	17,8	20,1	-230 bp

HUGO BOSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung – neun Monate

(in Mio. EUR)	Jan. - Sep. 2018	Jan. - Sep. 2017	Veränderung in %
Umsatzerlöse	2.013	1.998	1
Umsatzkosten	-716	-687	-4
Rohhertrag	1.297	1.311	-1
In % vom Umsatz	64,4	65,6	-120 bp
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-843	-854	1
Verwaltungsaufwendungen	-215	-208	-3
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-4	11	<-100
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)	235	260	-9
In % vom Umsatz	11,7	13,0	-130 bp
Finanzergebnis	-7	-9	19
Ergebnis vor Ertragsteuern	228	251	-9
Ertragsteuern	-59	-65	9
Konzernergebnis	169	186	-9
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	2,45	2,69	-9
Ertragsteuerquote in %	26	26	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBITDA vor Sondereffekten – neun Monate

(in Mio. EUR)	Jan. - Sep. 2018	Jan. - Sep. 2017	Veränderung in %
EBIT	235	260	-9
Abschreibungen	-92	-99	8
EBITDA	327	359	-9
EBITDA-relevante Sondereffekte	-4	11	<-100
EBITDA vor Sondereffekten	331	348	-5
In % vom Umsatz	16,4	17,4	-100 bp

HUGO BOSS

Konzernbilanz

(in Mio. EUR)			
	30. Sep. 2018	30. Sep. 2017	31. Dez. 2017
Aktiva			
Immaterielle Vermögenswerte	179	184	183
Sachanlagen	373	384	366
Aktive latente Steuern	95	112	94
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	19	19	18
Langfristige Ertragsteuerforderungen	1	0	0
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1	2	1
Langfristige Vermögenswerte	668	701	662
Vorräte	625	522	537
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	219	244	208
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	45	36	49
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	27	22	39
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	113	90	109
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	87	80	116
Kurzfristige Vermögenswerte	1.116	994	1.058
GESAMT	1.784	1.695	1.720
Passiva			
Gezeichnetes Kapital	70	70	70
Eigene Aktien	-42	-42	-42
Kapitalrücklage	0	0	0
Gewinnrücklagen	859	823	869
Kumuliertes übriges Eigenkapital	25	24	18
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	912	875	915
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	0	0	0
Konzerneigenkapital	912	875	915
Langfristige Rückstellungen	72	71	70
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	171	115	63
Passive latente Steuern	12	7	11
Sonstige langfristige Schulden	55	43	55
Langfristige Schulden	310	236	199
Kurzfristige Rückstellungen	92	103	107
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	108	138	69
Ertragsteuerschulden	24	22	32
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	235	215	286
Sonstige kurzfristige Schulden	103	106	112
Kurzfristige Schulden	562	584	606
GESAMT	1.784	1.695	1.720

Kurzfristiges operatives Nettovermögen (TNWC)

(in Mio. EUR)				
	30. Sep. 2018	30. Sep. 2017	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Vorräte	625	522	20	20
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	219	244	-10	-10
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-235	-215	9	9
TNWC	609	551	11	11

HUGO BOSS

Kapitalflussrechnung

(in Mio. EUR)	Jan. – Sep. 2018	Jan. – Sep. 2017
Konzernergebnis	169	186
Abschreibungen/Zuschreibungen	92	99
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	12	16
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	2	0
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	59	65
Zinserträge und -aufwendungen	1	2
Veränderung der Vorräte	-83	22
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	-6	-8
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-63	-55
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	0	0
Veränderung Pensionsrückstellungen	-3	-4
Veränderung übrige Rückstellungen	-12	-41
Gezahlte Ertragsteuern	-62	-60
Operativer Mittelzufluss	106	222
Gezahlte Zinsen	-1	-2
Erhaltene Zinsen	1	1
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	106	221
Investitionen in Sachanlagen	-76	-61
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-19	-16
Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Geschäftseinheiten abzüglich erworbener flüssiger Mittel	0	-7
Effekt aus der Veränderung des Konsolidierungskreises	0	-1
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	2	0
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-93	-85
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	-183	-179
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	34	63
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	110	0
Tilgung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-2	-17
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-41	-133
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus Änderungen des Konsolidierungskreises	0	-1
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1	-5
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-29	-3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	116	83
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	87	80

Free Cashflow

(in Mio. EUR)	Jan. – Sep. 2018	Jan. – Sep. 2017
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	106	221
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-93	-85
Free Cashflow	13	136

HUGO BOSS

Segmentergebnis – Quartal

(in Mio. EUR)					
	Q3 2018	In % vom Umsatz	Q3 2017	In % vom Umsatz	Veränderung in %
Europa	143	30,8	160	33,8	-11
Amerika	21	14,7	29	21,3	-28
Asien/Pazifik	15	17,8	11	13,8	37
Lizenzen	16	83,7	17	84,5	-3
Ergebnis der operativen Segmente	195	27,5	217	30,5	-10
Corporate Units / Konsolidierung	-69		-74		-7
EBITDA vor Sondereffekten	126	17,8	143	20,1	-12

Segmentergebnis – neun Monate

(in Mio. EUR)					
	Jan. – Sep. 2018	In % vom Umsatz	Jan. – Sep. 2017	In % vom Umsatz	Veränderung in %
Europa	391	30,6	393	31,3	-1
Amerika	56	14,1	80	19,5	-30
Asien/Pazifik	65	22,9	59	21,2	12
Lizenzen	44	83,1	44	80,5	0
Ergebnis der operativen Segmente	556	27,6	576	28,8	-3
Corporate Units / Konsolidierung	-225		-228		-1
EBITDA vor Sondereffekten	331	16,4	348	17,4	-5

Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte

	Freistehende Geschäfte	Shop-in-Shops	Outlets	GESAMT
30. Sep. 2018				
Europa	192	320	65	577
Amerika	88	93	50	231
Asien/Pazifik	151	89	48	288
GESAMT	431	502	163	1.096
31. Dez. 2017				
Europa	192	351	65	608
Amerika	90	99	50	239
Asien/Pazifik	157	88	47	292
GESAMT	439	538	162	1.139