

# HUGO BOSS

Quartalsmitteilung zum Q2 2017

Metzingen, 2. August 2017

## **HUGO BOSS bestätigt Umsatz- und Ergebnisprognose für das Gesamtjahr – Deutliche Fortschritte in der Umsetzung der strategischen Neuausrichtung**

- **Umsatz im zweiten Quartal währungsbereinigt 3 % über Vorjahr**
- **Retailumsatz steigt auf vergleichbarer Fläche um 3 %**
- **Stabile Entwicklung des EBITDA vor Sondereffekten**
- **Ausblick für das Gesamtjahr bestätigt**
- **Positive Resonanz des Großhandels auf die Frühjahr/Sommer 2018 Kollektion**

„Unsere strategische Neuausrichtung beginnt zu greifen. Das zweite Quartal ist erfreulich verlaufen. Vor allem in den USA und im Online-Geschäft haben wir deutliche Fortschritte gemacht“, sagt **Mark Langer, Vorstandsvorsitzender der HUGO BOSS AG**. „Wir bekräftigen unseren Ausblick für das Gesamtjahr und blicken mit Zuversicht auch über dieses Jahr hinaus. Die neue Markenstrategie ist vom Handel sehr positiv aufgenommen worden. Damit haben wir ein wichtiges Zwischenziel unserer strategischen Neuausrichtung erreicht.“

HUGO BOSS hat im zweiten Quartal 2017 gute Fortschritte gemacht. Der Umsatz im eigenen Einzelhandel hat auf vergleichbarer Fläche in allen drei Regionen deutlich angezogen. Auch das Online-Geschäft hat im zweiten Quartal zugelegt. Im Großhandel war die Umsatzentwicklung durch zeitliche Verschiebungen von Auslieferungen gegenüber dem Vorjahr negativ beeinflusst. Positiv entwickelten sich erneut die Kernmärkte Großbritannien und China. Das Geschäft in den USA ist erstmals seit zwei Jahren wieder gewachsen. Trotz erhöhter Marketingaufwendungen und Investitionen in die digitale Transformation des Geschäftsmodells lag das operative Ergebnis auf Vorjahresniveau. HUGO BOSS bestätigt auf dieser Basis sein Ziel einer stabilen Umsatz- und Ergebnisentwicklung für das Gesamtjahr 2017.

# HUGO BOSS

Das Unternehmen informiert heute im Rahmen eines Investorentages am Firmensitz in Metzingen über die Fortschritte, die es seit Bekanntgabe der strategischen Neuausrichtung im November des vergangenen Jahres gemacht hat. Diese soll ab dem Jahr 2018 zu nachhaltig profitablen Wachstum führen. Themenschwerpunkt des Investorentags ist die Umsetzung der Zweimarkenstrategie, mit dem Fokus auf BOSS und HUGO. Die bislang eigenständigen Linien BOSS Orange und BOSS Green sind in die Kernmarke BOSS integriert worden.

Die kürzlich vorgestellten Frühjahr/Sommer 2018 Kollektionen haben erstmals die Konzentration auf die Marken BOSS und HUGO reflektiert. Die geschärfte Ausrichtung beider Marken wurde in beeindruckenden Fashion Shows präsentiert: HUGO im Juni auf der Pitti Immagine Uomo in Florenz und BOSS Mitte Juli im Rahmen der New York Fashion Week. Über die auf der Website angebotenen Livestreams sowie soziale Medien konnte ein breites Publikum die Shows verfolgen.

Die neuen Frühjahr/Sommer 2018 Kollektionen sind von den Handelspartnern positiv aufgenommen worden. Dabei wurde vor allem die klarere Markenbotschaft von BOSS begrüßt. Der Auftragseingang der Athleisurewear von BOSS konnte zweistellig zulegen und die vergleichsweise schwächere Entwicklung der Businesswear von BOSS dabei teilweise kompensieren. Der Ordereingang für HUGO stieg im Vergleich zum Vorjahr solide, vor allem aufgrund eines starken zweistelligen Wachstums der Casualwear. Insgesamt entwickelte sich die Auftragslage beider Marken weitestgehend stabil gegenüber dem Vorjahr. Damit wurden die marktweiten Trends in diesem Vertriebskanal übertroffen.

Erste Teile der neuen Kollektionen werden ab Ende dieses Jahres im Handel erhältlich sein. Damit einhergehend passt das Unternehmen seine Distribution noch stärker an die Bedürfnisse des Kunden an. So erweitert HUGO BOSS sein Angebot in kommerziell wichtigen Einstiegspreislagen, baut die Omnichannel-Services weiter aus und investiert systematisch in die Schulung und Weiterbildung des Verkaufspersonals. Zudem wird das Unternehmen ab Herbst 2017 das Einkaufserlebnis durch die schrittweise Einführung neuer Storekonzepte für BOSS und HUGO aufwerten.

# H U G O B O S S

Vor diesem Hintergrund verfolgt HUGO BOSS das Ziel, im Jahr 2018 Umsatz und Ergebnis zu steigern. Für das Jahr 2019 und darüber hinaus rechnet HUGO BOSS damit, stärker als das relevante Marktsegment zu wachsen. Auch die operative Marge soll dann wieder gesteigert werden.

Weiterführende Informationen können Sie den Präsentationen des Managements entnehmen, die heute ab 9:30 Uhr MEZ live auf unserer Website [group.hugoboss.com](http://group.hugoboss.com) übertragen werden. Dort stehen auch die Präsentationsunterlagen zum Download zur Verfügung. Im Anschluss an die Veranstaltung werden die Präsentationen als Aufzeichnung angeboten.

# HUGO BOSS

## Q2 Umsatzentwicklung nach Segmenten

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Europa	 372	↘ -2	→ 0
Amerika	 148	↗ +5	↗ +3
Asien/Pazifik	 98	↗ +11	↗ +10
Lizenzen	 18	↗ +27	↗ +27
<b>Konzern</b>	 <b>636</b>	↗ +2	↗ +3

- Die Umsätze in **Europa** entwickelten sich stabil. Dabei wurde das Großhandels-geschäft durch Verschiebungen von Auslieferungen im Vergleich zum Vorjahr belastet. In Großbritannien und den Beneluxstaaten sorgte insbesondere der konzerneigene Einzelhandel für Umsatzzuwächse von 11 % bzw. 4 %. Dabei profitierte insbesondere Großbritannien von einer soliden lokalen Nachfrage und einem robusten Geschäft mit Touristen. Hingegen sanken die Umsätze in Deutschland und Frankreich um 4 % bzw. 11 %. Auch in Deutschland konnte der konzerneigene Einzelhandel jedoch zulegen.
- Der Umsatzanstieg in der Region **Amerika** ist im Wesentlichen auf einen zwei-prozentigen Zuwachs im US-amerikanischen Markt zurückzuführen. Dieser wurde in gleichem Maße durch eine positive Entwicklung des konzerneigenen Einzel-handels und des Großhandels-geschäfts getragen. Im Vorjahr hatten negative Effekte aus Maßnahmen zur Aufwertung der Distribution der Kernmarke BOSS den Großhandelsumsatz belastet. In Kanada verzeichnete der Konzern ebenfalls einen Umsatzanstieg, wohingegen die Umsätze in Lateinamerika zurückgingen.
- Auch im zweiten Quartal profitierte die Umsatzentwicklung in der Region **Asien/Pazifik** von dem fortgesetzten Aufschwung im chinesischen Markt. So stiegen die Umsätze in China um 14 %. Dabei entwickelte sich das Geschäft auf dem chinesischen Festland mit zweistelligen Wachstumsraten auf vergleichbarer Fläche nach wie vor deutlich besser als das in Hongkong und Macau. Auch Japan verzeichnete eine positive Umsatzentwicklung.

# HUGO BOSS

## Q2 Umsatzentwicklung nach Vertriebskanälen

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Retail	436	↗ + 5	↗ + 6
Großhandel	182	↘ - 6	↘ - 6
Lizenzen	18	↗ + 27	↗ + 27
<b>Konzern</b>	<b>636</b>	<b>↗ + 2</b>	<b>↗ + 3</b>

- Das Umsatzwachstum im **eigenen Einzelhandel** (inklusive Outlets und Online-Stores) beschleunigte sich im zweiten Quartal.
  - Auf flächen- und währungsbereinigter Basis stieg der Umsatz um 3 %, hauptsächlich aufgrund von Zuwächsen im mittleren einstelligen Bereich in Asien/Pazifik. In Europa und in Amerika lagen die Umsätze auf flächen- und währungsbereinigter Basis im niedrigen einstelligen Bereich über Vorjahresniveau.
  - Insgesamt stiegen die Umsätze im eigenen Einzelhandel in Europa um 4 % auf 246 Mio. EUR (Q2 2016: 242 Mio. EUR). Die Umsätze in Amerika beliefen sich auf 100 Mio. EUR (Q2 2016: 92 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Umsatzzuwachs von 6 %. In Asien konnte ein Umsatzzuwachs in lokalen Währungen von 12 % auf 90 Mio. EUR (Q2 2016: 81 Mio. EUR) erzielt werden.
  - Die über freistehende Geschäfte und Shop-in-Shops erzielten Umsätze lagen währungsbereinigt um 2 % bzw. um 7 % über dem Vorjahr. Die Outletumsätze legten um 10 % zu. Im eigenen Online-Geschäft erzielte HUGO BOSS einen Umsatzzuwachs von 9 %. Damit zeigten die ergriffenen Maßnahmen zur Steigerung der Kundenfrequenz und kommerziellen Optimierung der hugoboss.com-Website erste Erfolge.
- Im **Großhandelsgeschäft** belasteten Verschiebungen von Auslieferungen im Vergleich zum Vorjahr die Umsatzentwicklung vor allem in der Region Europa.
  - Der mit Großhandelspartnern erzielte Umsatz in Europa lag mit 126 Mio. EUR um 7 % unter dem Vorjahr (Q2 2016: 136 Mio. EUR). In der Region Amerika

# HUGO BOSS

ging der Umsatz währungsbereinigt um 3 % zurück. In Euro summierte er sich wie im Vorjahr auf 49 Mio. EUR (Q2 2016: 49 Mio. EUR). Die Region Asien/Pazifik verzeichnete einen währungsbereinigten Umsatzrückgang von 1 %. Hier summierte sich der Umsatz auf 7 Mio. EUR (Q2 2016: 7 Mio. EUR).

- Die Umsätze im **Lizenzgeschäft** entwickelten sich deutlich positiv. So stieg der Umsatz insbesondere aufgrund höherer Lizenzeinnahmen für Düfte um 27 % auf 18 Mio. EUR (Q2 2016: 14 Mio. EUR).

## Q2 Umsatzentwicklung nach Marken und Gender

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
<b>BOSS<sup>1</sup></b>	545	↗ + 2	↗ + 2
<b>HUGO</b>	91	↗ + 6	↗ + 6
<b>Konzern</b>	<b>636</b>	<b>↗ + 2</b>	<b>↗ + 3</b>

<sup>1</sup> Inklusive BOSS Green und BOSS Orange.

- Die Umsatzentwicklung der Kernmarke **BOSS** profitierte insbesondere von zweistelligen Zuwächsen im Athleisure-Angebot, das im Jahr 2017 noch unter der Markenlinie BOSS Green vertrieben wird.
- Eine größere Präsenz im Großhandelsgeschäft sowie Zuwächse im konzern-eigenen Einzelhandel unterstützten die Entwicklung von **HUGO**.

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Menswear	568	↗ + 3	↗ + 3
Womenswear	68	↘ - 3	↘ - 4
<b>Konzern</b>	<b>636</b>	<b>↗ + 2</b>	<b>↗ + 3</b>

- Die **Menswear** profitierte von der positiven Entwicklung der Marke HUGO und der Markenlinie BOSS Green. Die Umsatzentwicklung der **Womenswear** resultierte aus Rückgängen sowohl bei BOSS als auch bei HUGO.

# HUGO BOSS

## Q2 Ergebnisentwicklung

Verkürzte Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung (in Mio. EUR)				
	Q2 2017	Q2 2016	Veränderung in %	
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>636,0</b>	<b>622,1</b>	<b>2</b>	
Umsatzkosten	-205,7	-201,8	-2	
<b>Rohertrag</b>	<b>430,3</b>	<b>420,3</b>	<b>2</b>	
In % vom Umsatz	67,7	67,6	10 bp	
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-286,9	-281,9	-2	
Verwaltungsaufwendungen	-69,1	-65,6	-5	
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	6,3	-57,4	> 100	
<b>Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)</b>	<b>80,6</b>	<b>15,4</b>	<b>&gt; 100</b>	
<b>Konzernergebnis</b>	<b>57,6</b>	<b>11,1</b>	<b>&gt; 100</b>	
<b>EBITDA vor Sondereffekten</b>	<b>107,7</b>	<b>107,7</b>	<b>0</b>	
In % vom Umsatz	16,9	17,3	-40 bp	

- Der leichte Anstieg der **Rohertragsmarge** resultierte aus positiven Effekten aufgrund des steigenden Umsatzanteils im konzerneigenen Einzelhandel. Negative Währungseinflüsse im Zusammenhang mit der Abwertung des britischen Pfunds kompensierten den Anstieg jedoch teilweise.
- Das unverändert konsequente Kostenmanagement begrenzte den Anstieg der **operativen Aufwendungen**. Dabei sorgten die verringerte Expansionsstätigkeit sowie positive Effekte aus der Nachverhandlung von Mietverträgen im eigenen Einzelhandel für eine stabile Entwicklung der Vertriebsaufwendungen. Aufgrund des Ausbaus der Markenkommunikationsaktivitäten erhöhten sich die Marketingaufwendungen im Vergleich zum Vorjahr um 5 %. Höhere Personalaufwendungen sowie höhere Abschreibungen aufgrund im Vorjahr getätigter Investitionen in die IT-Infrastruktur führten zu einem Anstieg der Verwaltungsaufwendungen.
- Der sich aus den **sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträgen** ergebende Nettoertrag steht in Zusammenhang mit den im Rahmen des Maßnahmenpakets beschlossenen Storeschließungen. Das Unternehmen konnte im Vergleich zur ursprünglichen Planung günstigere Konditionen bei der vorzeitigen Beendigung von Mietverträgen erzielen. Somit konnte die im zweiten Quartal 2016 gebildete Rückstellung im Berichtszeitraum reduziert werden.
- Das **EBIT** wie auch das **Konzernergebnis** waren damit deutlich im Plus.

# HUGO BOSS

- Das **EBITDA vor Sondereffekten** lag auf dem Niveau der Vergleichsperiode. Der Anstieg des Rohertrags wurde durch die höheren operativen Aufwendungen kompensiert.

## Q2 Ergebnisentwicklung der Geschäftssegmente

Segmentergebnis	in Mio. EUR	Veränderung in %
Europa	106	↘ - 6
Amerika	36	↗ + 6
Asien/Pazifik	23	↗ + 30
Lizenzen	13	↗ + 14

- In der Region **Europa** verursachten die aufgrund von Verschiebungen von Auslieferungen belasteten Großhandelsumsätze einen Rückgang des Segmentergebnisses. Die operativen Aufwendungen entwickelten sich stabil. Die bereinigte EBITDA-Marge reduzierte sich um 140 Basispunkte auf 28,6 % (Q2 2016: 30,0 %).
- In der Region **Amerika** führten die höheren Umsätze und eine Begrenzung des Anstiegs der operativen Aufwendungen zu einem Ergebnisanstieg. Die bereinigte EBITDA-Marge lag mit 24,0 % um 30 Basispunkte über dem Vorjahr (Q2 2016: 23,7 %).
- Das Segmentergebnis der Region **Asien/Pazifik** profitierte von der positiven Umsatzentwicklung und einem unterproportionalen Anstieg der Vertriebs- und Marketingaufwendungen. Die bereinigte EBITDA-Marge lag mit 23,3 % um 340 Basispunkte über dem Vorjahreswert (Q2 2016: 19,9 %).
- Auch das Ergebnis des Segments **Lizenzen** lag dank der positiven Umsatzentwicklung über dem Niveau des Vorjahres.

# HUGO BOSS

## Vermögens- und Finanzlage

30. Juni 2017	in Mio. EUR	Veränderung in % <sup>1</sup>	Währungsbereinigte Veränderung in %
TNWC	484	↘ - 9	↘ - 8
Vorräte	542	↘ - 4	↘ - 3
Netto- verschuldung	166	↘ - 41	

<sup>1</sup> Veränderung gegenüber 30. Juni 2016.

- Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** konnte im Vergleich zum Vorjahr deutlich reduziert werden. Die positive Entwicklung der **Vorräte** ist im Wesentlichen auf Rückgänge in Amerika und Asien/Pazifik zurückzuführen.
- Der Anstieg des Free Cashflows in den vergangenen zwölf Monaten bedingte einen Rückgang der **Nettoverschuldung** gegenüber dem Vorjahr.

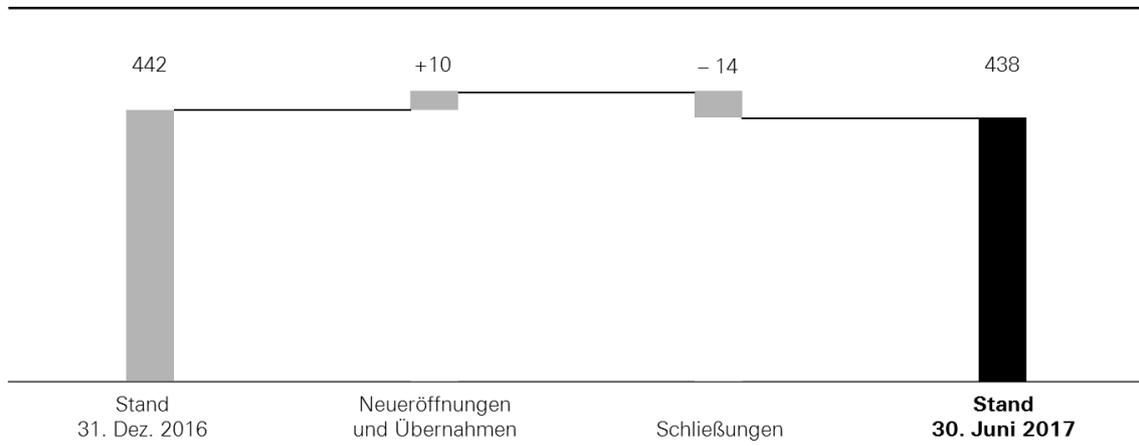
Drei Monate	in Mio. EUR	Veränderung in % <sup>1</sup>
Investitionen	33	↘ - 20
Free Cashflow	125	↗ >100

<sup>1</sup> Veränderung gegenüber Q2 2016.

- Die Modernisierung des eigenen Einzelhandelsnetzwerks, Investitionen in selektive Neueröffnungen sowie der Ausbau der IT-Infrastruktur bildeten im abgelaufenen Quartal die Schwerpunkte der **Investitionstätigkeit**. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ergibt sich vor allem aus einer abweichenden zeitlichen Verteilung des Investitionsbudgets über das Gesamtjahr.
- Neben dem deutlichen Ergebnisanstieg bedingten das niedrigere Investitionsvolumen sowie die rückläufige Entwicklung des kurzfristigen operativen Nettovermögens einen Anstieg des **Free Cashflow**.

# HUGO BOSS

## Netzwerk freistehender Einzelhandelsgeschäfte



- Die Anzahl der konzerneigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** reduzierte sich im ersten Halbjahr netto um vier auf 438 (31. Dezember 2016: 442). Zum 30. Juni 2017 waren fünf der rund 20 im Rahmen des Maßnahmenpakets im Geschäftsjahr 2016 beschlossenen Storeschließungen vollzogen.
  - In **Europa** wurden unter anderem in Moskau und Newcastle neue Stores eröffnet. Insgesamt vier neuen Stores standen sechs Schließungen gegenüber. In den meisten Fällen nutzte der Konzern dabei auslaufende Mietverträge.
  - In der Region **Amerika** reduzierte sich die Anzahl der freistehenden Einzelhandelsgeschäfte aufgrund zweier Schließungen in den USA. Demgegenüber stand eine Neueröffnung in Mexiko.
  - Auch die Größe des Storenetzwerks in der Region **Asien/Pazifik** reduzierte sich um einen Store. Fünf Neueröffnungen unter anderem in Korea und Singapur standen sechs Schließungen in diversen Märkten gegenüber.
- Unter Einbezug von Shop-in-Shops und Outlets erhöhte sich die **Gesamtverkaufsfläche** der eigenen Einzelhandelsgeschäfte leicht auf rund 155.000 Quadratmeter (31. Dezember 2016: 154.000 Quadratmeter).
- Die **Flächenproduktivität** im konzerneigenen Einzelhandel belief sich in den vergangenen zwölf Monaten auf rund 11.000 EUR pro Quadratmeter (Januar bis Dezember 2016: 10.900 EUR pro Quadratmeter).

# HUGO BOSS

## Prognoseveränderungsbericht

	Prognose 2017	Veränderung gegenüber bisheriger Prognose
Konzernumsatz (währungsbereinigt)	Weitgehend stabile Entwicklung	→
Rohertragsmarge	Leichter Anstieg	→
EBITDA vor Sondereffekten	Veränderung zwischen -3% und +3%	→
Konzernergebnis	Steigerung im niedrig zweistelligen Prozentbereich	→
Investitionen	130 Mio. EUR bis 150 Mio. EUR	↘
Free Cashflow	Anstieg auf rund 250 Mio. EUR	↗

- Das Management bekräftigt den **Umsatz- und Ergebnisausblick** für das Gesamtjahr.
- Im Zuge der schrittweisen Einführung eines neues Store-Konzepts ab Herbst 2017 verschiebt HUGO BOSS einen Teil der ursprünglich für 2017 geplanten Renovierungen eigener Einzelhandelsgeschäfte auf das kommende Jahr. HUGO BOSS erwartet demzufolge, dass die **Investitionen** im Jahr 2017 nunmehr zwischen 130 Mio. EUR und 150 Mio. EUR liegen werden (vorher: 150 Mio. EUR bis 170 Mio. EUR).
- In diesem Zusammenhang geht der Konzern fortan von einer Steigerung des **Free Cashflows** im Vergleich zum Vorjahr auf rund 250 Mio. EUR aus (vorher: ungefähr stabiles Niveau gegenüber dem Vorjahr, 2016: 220 Mio. EUR).
- Eine detaillierte Darstellung der Prognose von HUGO BOSS für das Jahr 2017 kann dem [Geschäftsbericht 2016](#) entnommen werden.

# H U G O B O S S

## **Finanzkalender und Kontakte**

### **2. November 2017**

Ergebnisse des dritten Quartals 2017

### **8. März 2018**

Ergebnisse des Geschäftsjahres 2017 & Bilanzpresse- und Analystenkonferenz

### **2. Mai 2018**

Ergebnisse des ersten Quartals 2018

### **3. Mai 2018**

Hauptversammlung

### **2. August 2018**

Ergebnisse des zweiten Quartals 2018 & Halbjahresfinanzbericht 2018

### **6. November 2018**

Ergebnisse des dritten Quartals 2018

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Hjördis Kettenbach

Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 7123 94-83377

Fax: +49 7123 94-80237

Dennis Weber

Leiter Investor Relations

Telefon: +49 7123 94-86267

Fax: +49 7123 94-886267

**H U G O B O S S**

**FINANZINFORMATIONEN**

zu Q2 2017 und Jan. – Juni 2017

# HUGO BOSS

## Konzernkennzahlen – Quartal

	Q2 2017	Q2 2016	Veränderung in %	Veränderung in % <sup>1</sup>
<b>Konzernumsatz (in Mio. EUR)</b>	<b>636,0</b>	<b>622,1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Umsatz nach Segmenten				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	371,8	378,4	-2	0
Amerika	148,5	141,5	5	3
Asien/Pazifik	97,7	88,1	11	10
Lizenzen	18,0	14,1	27	27
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Konzernerzeuger Einzelhandel	436,0	415,0	5	6 <sup>2</sup>
Großhandel	182,0	193,0	-6	-6
Lizenzen	18,0	14,1	27	27
Umsatz nach Marken				
BOSS	545,4	536,5	2	2
HUGO	90,6	85,6	6	6
Umsatz nach Gender				
Menswear	567,6	551,2	3	3
Womenswear	68,4	70,9	-3	-4
<b>Ertragslage (in Mio. EUR)</b>				
Rohhertrag	430,3	420,3	2	
Rohhertragsmarge in %	67,7	67,6	10 bp	
EBITDA	114,0	56,6	> 100	
EBITDA vor Sondereffekten	107,7	107,7	0	
Bereinigte EBITDA-Marge in % <sup>3</sup>	16,9	17,3	-40 bp	
EBIT	80,6	15,4	> 100	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	57,6	11,1	> 100	
<b>Finanzlage (in Mio. EUR)</b>				
Investitionen	33,2	41,5	-20	
Free Cashflow	125,0	58,7	> 100	
Abschreibungen	33,4	41,2	-19	
<b>Weitere Erfolgsfaktoren</b>				
Personalaufwand (in Mio. EUR)	151,5	151,4	0	
<b>Aktien (in EUR)</b>				
Ergebnis je Aktie	0,83	0,16	> 100	
Schlusskurs (zum 30. Juni)	61,30	50,90	20	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Juni)	70.400.000	70.400.000	0	

<sup>1</sup> währungsbereinigt.

<sup>2</sup> auf flächenbereinigter Basis 3 %.

<sup>3</sup> EBITDA vor Sondereffekten/Umsatz.

# HUGO BOSS

## Konzernkennzahlen – sechs Monate

	Jan. – Juni 2017	Jan. – Juni 2016	Veränderung in %	Veränderung in % <sup>1</sup>
<b>Konzernumsatz (in Mio. EUR)</b>	<b>1.287,0</b>	1.264,7	2	2
Umsatz nach Segmenten				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	783,7	780,8	0	2
Amerika	273,8	271,3	1	-2
Asien/Pazifik	195,1	182,8	7	5
Lizenzen	34,4	29,8	16	16
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Konzernerogener Einzelhandel	807,6	785,3	3	3 <sup>2</sup>
Großhandel	445,0	449,6	-1	-2
Lizenzen	34,4	29,8	16	16
Umsatz nach Marken				
BOSS	1.099,7	1.096,2	0	0
HUGO	187,3	168,5	11	11
Umsatz nach Gender				
Menswear	1.144,7	1.122,2	2	2
Womenswear	142,3	142,5	0	-1
<b>Ertragslage (in Mio. EUR)</b>				
Rohhertrag	849,5	832,2	2	
Rohhertragsmarge in %	66,0	65,8	20 bp	
EBITDA	211,6	142,9	48	
EBITDA vor Sondereffekten	205,1	201,2	2	
Bereinigte EBITDA-Marge in % <sup>3</sup>	15,9	15,9	0 bp	
EBIT	145,1	69,1	> 100	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	105,6	49,5	> 100	
<b>Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 30. Juni (in Mio. EUR)</b>				
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	484,3	533,0	-9	-8
Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % vom Umsatz <sup>4</sup>	19,2	19,6	-40 bp	
Langfristige Vermögenswerte	719,1	776,1	-7	
Eigenkapital	801,7	734,9	9	
Eigenkapitalquote in %	47,7	42,4	530 bp	
Bilanzsumme	1.679,2	1.734,0	-3	
<b>Finanzlage (in Mio. EUR)</b>				
Investitionen	56,7	79,1	-28	
Free Cashflow	131,9	53,8	> 100	
Abschreibungen	66,5	73,8	-10	
Nettoverschuldung (zum 30. Juni)	165,7	281,0	-41	
Finanzierungsstärke (zum 30. Juni) <sup>5</sup>	0,3	0,5		
<b>Weitere Erfolgsfaktoren</b>				
Mitarbeiter (zum 30. Juni)	13.539	13.572	0	
Personalaufwand (in Mio. EUR)	303,2	309,0	-2	
Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte	1.128	1.122	1	
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	438	443	-1	
<b>Aktien (in EUR)</b>				
Ergebnis je Aktie	1,53	0,72	> 100	
Schlusskurs (zum 30. Juni)	61,30	50,90	20	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Juni)	70.400.000	70.400.000	0	

<sup>1</sup> währungsbereinigt.

<sup>2</sup> auf flächenbereinigter Basis 0 %.

<sup>3</sup> EBITDA vor Sondereffekten/Umsatz.

<sup>4</sup> gleitender Durchschnitt der letzten vier Quartale.

<sup>5</sup> Nettoverschuldung/EBITDA vor Sondereffekten der letzten 12 Monate.

# HUGO BOSS

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung – Quartal

(in Mio. EUR)	Q2 2017	Q2 2016	Veränderung in %
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>636,0</b>	<b>622,1</b>	<b>2</b>
Umsatzkosten	-205,7	-201,8	-2
<b>Rohhertrag</b>	<b>430,3</b>	<b>420,3</b>	<b>2</b>
In % vom Umsatz	67,7	67,6	10 bp
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-286,9	-281,9	-2
Verwaltungsaufwendungen	-69,1	-65,6	-5
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	6,3	-57,4	> 100
<b>Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)</b>	<b>80,6</b>	<b>15,4</b>	<b>&gt; 100</b>
In % vom Umsatz	12,7	2,5	1020 bp
Finanzergebnis	-4,8	-0,8	< -100
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>75,8</b>	<b>14,6</b>	<b>&gt; 100</b>
Ertragsteuern	-18,2	-3,5	< -100
<b>Konzernergebnis</b>	<b>57,6</b>	<b>11,1</b>	<b>&gt; 100</b>
<b>Ergebnis je Aktie (EUR)<sup>1</sup></b>	<b>0,83</b>	<b>0,16</b>	<b>&gt; 100</b>

<sup>1</sup> Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

## EBITDA vor Sondereffekten – Quartal

(in Mio. EUR)	Q2 2017	Q2 2016	Veränderung in %
<b>EBIT</b>	<b>80,6</b>	<b>15,4</b>	<b>&gt; 100</b>
Abschreibungen	-33,4	-41,2	-19
<b>EBITDA</b>	<b>114,0</b>	<b>56,6</b>	<b>&gt; 100</b>
EBITDA-relevante Sondereffekte	6,3	-51,1	> 100
<b>EBITDA vor Sondereffekten</b>	<b>107,7</b>	<b>107,7</b>	<b>0</b>
In % vom Umsatz	16,9	17,3	-40 bp

# HUGO BOSS

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung – sechs Monate

(in Mio. EUR)			
	Jan. - Juni 2017	Jan. - Juni 2016	Veränderung in %
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.287,0</b>	<b>1.264,7</b>	<b>2</b>
Umsatzkosten	-437,5	-432,5	-1
<b>Rohhertrag</b>	<b>849,5</b>	<b>832,2</b>	<b>2</b>
In % vom Umsatz	66,0	65,8	20 bp
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-569,6	-560,3	-2
Verwaltungsaufwendungen	-141,3	-138,2	-2
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	6,5	-64,6	> 100
<b>Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)</b>	<b>145,1</b>	<b>69,1</b>	<b>&gt; 100</b>
In % vom Umsatz	11,3	5,5	580 bp
Finanzergebnis	-6,1	-3,9	-56
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>139,0</b>	<b>65,2</b>	<b>&gt; 100</b>
Ertragsteuern	-33,4	-15,7	< -100
<b>Konzernergebnis</b>	<b>105,6</b>	<b>49,5</b>	<b>&gt; 100</b>
<b>Ergebnis je Aktie (EUR)<sup>1</sup></b>	<b>1,53</b>	<b>0,72</b>	<b>&gt; 100</b>

<sup>1</sup> Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

## EBITDA vor Sondereffekten – sechs Monate

(in Mio. EUR)			
	Jan. - Juni 2017	Jan. - Juni 2016	Veränderung in %
<b>EBIT</b>	<b>145,1</b>	<b>69,1</b>	<b>&gt; 100</b>
Abschreibungen	-66,5	-73,8	10
<b>EBITDA</b>	<b>211,6</b>	<b>142,9</b>	<b>48</b>
EBITDA-relevante Sondereffekte	6,5	-58,3	> 100
<b>EBITDA vor Sondereffekten</b>	<b>205,1</b>	<b>201,2</b>	<b>2</b>
In % vom Umsatz	15,9	15,9	0 bp

# HUGO BOSS

## Konzernbilanz

(in Mio. EUR)

	30. Juni 2017	30. Juni 2016	31. Dezember 2016
<b>Aktiva</b>			
Immaterielle Vermögenswerte	185,5	180,5	185,4
Sachanlagen	393,3	438,8	416,3
Aktive latente Steuern	117,8	129,7	124,7
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	20,4	23,1	21,0
Langfristige Ertragsteuerforderungen	0,0	0,6	0,1
Sonstige langfristige Vermögenswerte	2,1	3,4	4,2
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>719,1</b>	<b>776,1</b>	<b>751,7</b>
Vorräte	541,7	565,5	568,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	188,0	192,1	228,2
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	37,8	29,6	42,6
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	18,8	31,7	28,3
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	80,8	89,4	96,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	93,0	49,6	83,5
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>960,1</b>	<b>957,9</b>	<b>1.046,9</b>
<b>GESAMT</b>	<b>1.679,2</b>	<b>1.734,0</b>	<b>1.798,6</b>
<b>Passiva</b>			
Gezeichnetes Kapital	70,4	70,4	70,4
Eigene Aktien	-42,3	-42,3	-42,3
Kapitalrücklage	0,4	0,4	0,4
Gewinnrücklagen	742,2	667,2	813,3
Kumuliertes übriges Eigenkapital	31,4	38,4	44,8
<b>Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital</b>	<b>802,1</b>	<b>734,1</b>	<b>886,6</b>
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	-0,4	0,8	1,0
<b>Konzerneigenkapital</b>	<b>801,7</b>	<b>734,9</b>	<b>887,6</b>
Langfristige Rückstellungen	77,6	79,9	78,6
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	189,1	237,4	134,1
Passive latente Steuern	9,8	9,1	9,2
Sonstige langfristige Schulden	46,8	44,8	49,3
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>323,3</b>	<b>371,2</b>	<b>271,2</b>
Kurzfristige Rückstellungen	115,8	138,7	148,6
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	80,7	106,1	77,1
Ertragsteuerschulden	10,0	25,3	27,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	245,4	224,6	271,7
Sonstige kurzfristige Schulden	102,3	133,2	115,1
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>554,2</b>	<b>627,9</b>	<b>639,8</b>
<b>GESAMT</b>	<b>1.679,2</b>	<b>1.734,0</b>	<b>1.798,6</b>

## Kurzfristiges operatives Nettovermögen (TNWC)

(in Mio. EUR)

	30. Juni 2017	30. Juni 2016	Veränderung in %	Währungs-bereinigte Veränderung in %
Vorräte	541,7	565,5	-4	-3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	188,0	192,1	-2	-1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-245,4	-224,6	9	11
<b>TNWC</b>	<b>484,3</b>	<b>533,0</b>	<b>-9</b>	<b>-8</b>

# HUGO BOSS

## Kapitalflussrechnung

(in Mio. EUR)	Jan. – Juni 2017	Jan. – Juni 2016
Konzernergebnis	105,6	49,5
Abschreibungen/Zuschreibungen	66,5	73,8
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	13,1	-5,0
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	0,2	6,7
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	33,4	15,7
Zinserträge und -aufwendungen	1,3	1,2
Veränderung der Vorräte	9,7	-8,9
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	61,5	51,4
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-30,9	-31,5
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	-0,5	-2,2
Veränderung Pensionsrückstellungen	-3,0	1,3
Veränderung übrige Rückstellungen	-24,3	36,1
Gezahlte Ertragsteuern	-42,9	-56,3
<b>Operativer Mittelzufluss</b>	<b>189,7</b>	<b>131,8</b>
Gezahlte Zinsen	-1,3	-1,1
Erhaltene Zinsen	1,1	0,4
<b>Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>189,5</b>	<b>131,1</b>
Investitionen in Sachanlagen	-40,5	-66,5
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-9,0	-10,2
Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Geschäftseinheiten abzüglich erworbener flüssiger Mittel	-7,3	-2,9
Effekt aus der Veränderung des Konsolidierungskreises	-1,1	0,0
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	0,3	2,3
<b>Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-57,6</b>	<b>-77,3</b>
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	-179,4	-249,8
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	5,6	64,2
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	56,2	100,8
<b>Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-117,6</b>	<b>-84,8</b>
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus Änderungen des Konsolidierungskreises	-1,6	0,0
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-3,2	-0,8
<b>Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>9,5</b>	<b>-31,8</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	83,5	81,4
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode</b>	<b>93,0</b>	<b>49,6</b>

## Free Cashflow

(in Mio. EUR)	Jan. – Juni 2017	Jan. – Juni 2016
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	189,5	131,1
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-57,6	-77,3
<b>Free Cashflow</b>	<b>131,9</b>	<b>53,8</b>

# HUGO BOSS

## Segmentergebnis – Quartal

(in Mio. EUR)					
	<b>Q2 2017</b>	In % vom Umsatz	Q2 2016	In % vom Umsatz	Veränderung in %
Europa	106,4	28,6	113,4	30,0	-6
Amerika	35,7	24,0	33,5	23,7	6
Asien/Pazifik	22,8	23,3	17,5	19,9	30
Lizenzen	12,9	71,7	11,3	80,1	14
<b>Ergebnis der operativen Segmente</b>	<b>177,8</b>	<b>28,0</b>	<b>175,7</b>	<b>28,2</b>	<b>1</b>
Corporate Units / Konsolidierung	-70,1		-68,0		3
<b>EBITDA vor Sondereffekten</b>	<b>107,7</b>	<b>16,9</b>	<b>107,7</b>	<b>17,3</b>	<b>0</b>

## Segmentergebnis – sechs Monate

(in Mio. EUR)					
	<b>Jan. – Juni 2017</b>	In % vom Umsatz	Jan. – Juni 2016	In % vom Umsatz	Veränderung in %
Europa	233,2	29,8	231,3	29,6	1
Amerika	51,1	18,6	60,0	22,1	-15
Asien/Pazifik	47,5	24,3	35,0	19,1	36
Lizenzen	26,9	78,2	24,7	82,8	9
<b>Ergebnis der operativen Segmente</b>	<b>358,7</b>	<b>27,9</b>	<b>351,0</b>	<b>27,8</b>	<b>2</b>
Corporate Units / Konsolidierung	-153,6		-149,8		3
<b>EBITDA vor Sondereffekten</b>	<b>205,1</b>	<b>15,9</b>	<b>201,2</b>	<b>15,9</b>	<b>2</b>

## Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte

	Freistehende Geschäfte	Shop-in-Shops	Outlets	<b>GESAMT</b>
<b>30. Juni 2017</b>				
Europa	189	344	63	<b>596</b>
Amerika	93	105	49	<b>247</b>
Asien/Pazifik	156	87	42	<b>285</b>
<b>GESAMT</b>	<b>438</b>	<b>536</b>	<b>154</b>	<b>1.128</b>
<b>31. Dez. 2016</b>				
Europa	191	354	63	<b>608</b>
Amerika	94	89	49	<b>232</b>
Asien/Pazifik	157	90	37	<b>284</b>
<b>GESAMT</b>	<b>442</b>	<b>533</b>	<b>149</b>	<b>1.124</b>