

**HALBJAHRES-  
FINANZBERICHT  
JANUAR–JUNI  
2023**

**HUGO BOSS**

# INHALT

3 Konzernkennzahlen

4 Unsere Aktie

1

## KONZERNZWISCHEN- LAGEBERICHT

7 Konzernstrategie

7 „CLAIM 5“-Update

8 Nachhaltigkeit

9 Gesamtwirtschaftliche Lage und  
Branchenentwicklung

9 Gesamtwirtschaftliche Lage

9 Branchenentwicklung

11 Ertragslage

11 Umsatzlage

15 Gewinn-und-Verlust-Rechnung

17 Umsatz- und Ertragsentwicklung der  
Geschäftssegmente

20 Vermögenslage

22 Finanzlage

24 Prognosebericht

24 Nachtragsbericht

24 Prognosebericht

26 Risiko- und Chancenbericht

27 Zusammenfassende Aussage über die  
Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

2

## KONZERNZWISCHEN- ABSCHLUSS

29 Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung

30 Konzerngesamtergebnisrechnung

31 Konzernbilanz

32 Konzerneigenkapital-  
veränderungsrechnung

33 Konzernkapitalflussrechnung

34 Verkürzter Konzernanhang

3

## WEITERE ANGABEN

54 Versicherung der gesetzlichen Vertreter

55 Zukunftsgerichtete Aussagen, Kontakte  
und Finanzkalender

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

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichtet HUGO BOSS auf geschlechtsspezifische Formulierungen. Die gewählte männliche Form steht für alle Geschlechter.

# KONZERNKENNZAHLEN

(in Mio. EUR)	Jan. – Juni 2023	Jan. – Juni 2022	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	1.993	1.650	21	22
Umsatz nach Marken				
BOSS Menswear	1.557	1.305	19	21
BOSS Womenswear	134	104	29	30
HUGO	303	241	26	26
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	1.229	1.054	17	18
Amerika	431	334	29	27
Asien/Pazifik	285	219	30	36
Lizenzen	48	42	16	16
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Stationärer Einzelhandel	1.065	891	20	21
Stationärer Großhandel	506	417	21	22
Digital	374	300	25	26
Lizenzen	48	42	16	16
Ertragslage				
Bruttoertrag	1.233	1.033	19	
Bruttomarge in %	61,9	62,6	-70 bp	
EBIT	186	140	33	
EBIT-Marge in %	9,3	8,5	90 bp	
EBITDA	346	310	12	
EBITDA-Marge in %	17,3	18,8	-140 bp	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	110	82	35	
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 30. Juni				
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	850	507	68	76
Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % vom Umsatz <sup>1</sup>	17,9	13,8	410 bp	
Langfristige Vermögenswerte	1.522	1.472	3	
Eigenkapital	1.171	1.006	16	
Eigenkapitalquote in %	35,9	35,3	60 bp	
Bilanzsumme	3.257	2.847	14	
Finanzlage				
Investitionen	107	61	75	
Free Cashflow	-60	100	< -100	
Abschreibungen	160	170	-6	
Nettoverschuldung (zum 30. Juni)	988	687	44	
Weitere Erfolgsfaktoren				
Mitarbeiter (zum 30. Juni) <sup>2</sup>	17.947	15.411	16	
Personalaufwand	461	383	20	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	1,60	1,18	35	
Schlusskurs (zum 30. Juni)	71,54	50,36	42	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Juni)	70.400.000	70.400.000	0	

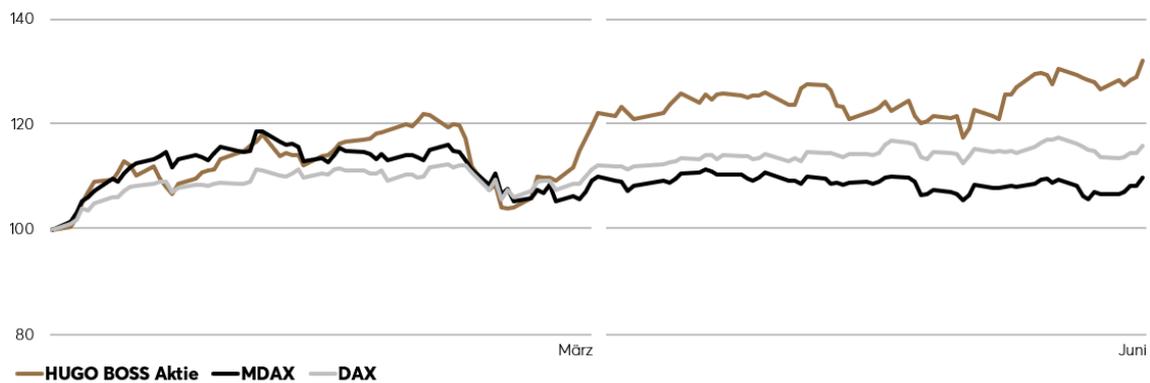
<sup>1</sup> Gleitender Durchschnitt der letzten vier Quartale.

<sup>2</sup> Vollzeitäquivalent (Full-time equivalent, FTE).

## UNSERE AKTIE

Die globalen Aktienmärkte wurden in der ersten Jahreshälfte 2023 von einer hartnäckig hohen Inflation, einem Streit um die US-Schuldenobergrenze, einer kurzzeitigen Bankenkrise und der Aussicht auf höhere Zinssätze dominiert. Obwohl die ersten sechs Monate für viel Unruhe an den Aktienmärkten sorgten, blieb die allgemeine Stimmung insgesamt positiv. Anleger interpretierten insbesondere makroökonomische Daten weitgehend positiv, da diese darauf hindeuteten, dass die Weltwirtschaft auf einer solideren Grundlage stehen könnte als ursprünglich erwartet. Infolgedessen legte der globale Aktienmarkt in der ersten Jahreshälfte 2023 zu, unterstützt von nachlassenden Rezessionsängsten, über den Erwartungen liegenden Unternehmensgewinnen, einer – wenn auch langsamer als prognostiziert – nachlassenden Inflation sowie von Signalen von politischen Entscheidungsträgern, dass die Zinssätze bald ihren Höchststand erreichen könnten. Während die US-Notenbank in der ersten Jahreshälfte die Zinssätze dreimal anhub, einschließlich einer Pause im Juni, erhöhte die Europäische Zentralbank die Zinssätze viermal und deutete auf weitere Erhöhungen und damit auf weitere Volatilität an den Märkten für den Rest des Jahres hin.

KURSENTWICKLUNG JANUAR-JUNI 2023 (INDEX: 31. DEZEMBER 2022 = 100)

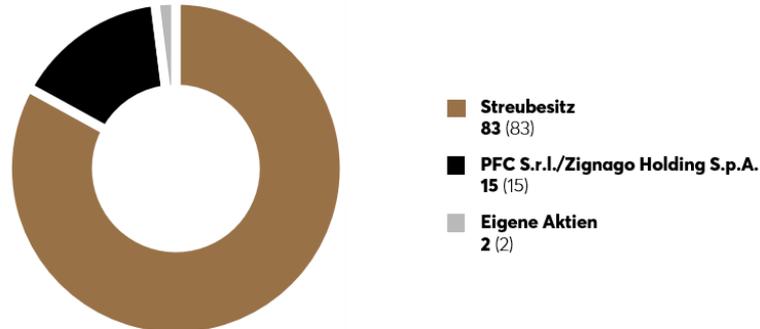


Vor diesem Hintergrund verzeichneten die wichtigsten deutschen Indizes in der ersten Jahreshälfte 2023 solide Gewinne, wobei der DAX um 16 % und der MDAX um 10 % zulegte. Der MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods Index, der die Kursentwicklung der wichtigsten Unternehmen im Bekleidungs- und Luxusgütersegment widerspiegelt, verzeichnete in den ersten sechs Monaten des Jahres 2023 ebenfalls starke Zuwächse von 19 %.

Vor diesem Hintergrund schloss die HUGO BOSS Aktie das erste Halbjahr bei 71,54 EUR und damit annähernd auf einem neuen Fünf-Jahres-Hoch. Mit einem Plus von 32 % übertraf die HUGO BOSS Aktie sowohl wichtige Indizes als auch die Kursentwicklung nahezu sämtlicher relevanten Wettbewerber deutlich. Diese Entwicklung ist insbesondere der anhaltend starken Markendynamik von BOSS und HUGO im Zuge der konsequenten Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie zuzuschreiben. So übertraf HUGO BOSS nicht nur die zweimal nach oben angepasste Prognose für 2022, sondern erhöhte im Mai auch den Ausblick für 2023 – beides gab dem Aktienkurs einen spürbaren Auftrieb. Schließlich hob HUGO BOSS im Rahmen des Investorentages im Juni 2023 auch die Finanzziele für 2025 an und gab gleichzeitig ein strategisches Update zu „CLAIM 5“ bekannt.

**AKTIONÄRSSTRUKTUR ZUM 30. JUNI (IN % DES GRUNDKAPITALS)**

---

**H1 2023** (2022)

---

In der ersten Hälfte des Jahres 2023 haben die PFC S.r.l. und die Zignago Holding S.p.A., die jeweils von der Familie Marzotto kontrolliert werden, ihre strategische Investition in HUGO BOSS unverändert beibehalten. Ihre Stimmrechtsanteile beliefen sich zum 30. Juni 2023 damit weiterhin auf insgesamt 15,45 %. Die beiden Gesellschaften haben ihre Anteile durch eine Aktionärsvereinbarung gebündelt (Pooling). HUGO BOSS selbst hält 1.383.833 Stück eigene Aktien, die im Rahmen eines Aktienrückkaufs in den Jahren 2004 bis 2007 erworben wurden. Dies entspricht einem Anteil von 1,97 % beziehungsweise 1.383.833 EUR am Grundkapital. Die verbleibenden 82,55 % der Aktien befanden sich zum Ende des ersten Halbjahres 2023 im Streubesitz (Free Float).

# **KAPITEL 1**

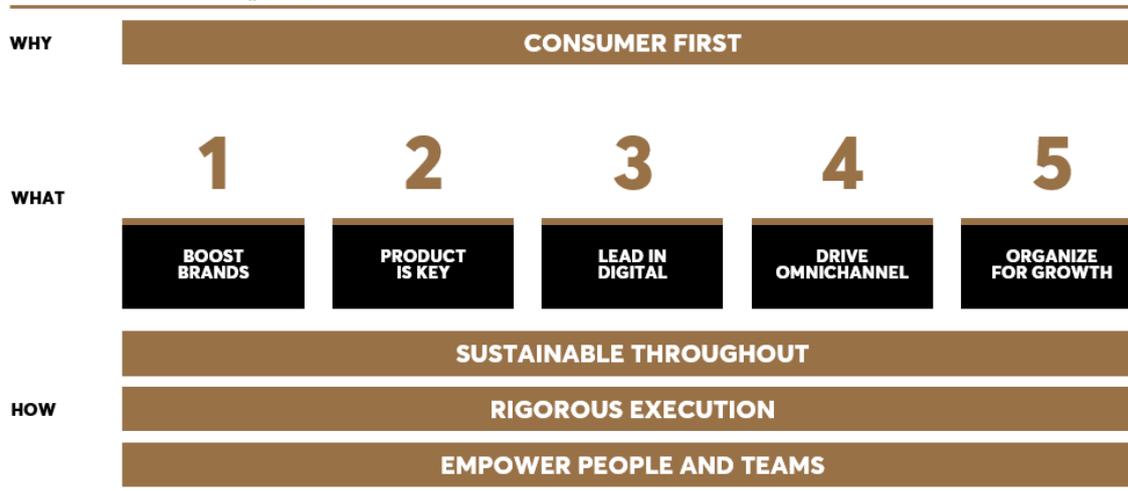
# **KONZERNZWISCHEN- LAGEBERICHT**

# KONZERNSTRATEGIE

## „CLAIM 5“-Update

Zwei Jahre nach Einführung von „CLAIM 5“ hat das Unternehmen signifikante Fortschritte in allen fünf strategischen Prioritäten erzielt. Dank der erfolgreichen und konsequenten Strategieumsetzung und unterstützt durch die Anfang 2022 vollzogene Markenerneuerung hat sich die Dynamik von BOSS und HUGO seither stark beschleunigt und zu starken Umsatz- und Ergebnisverbesserungen geführt.

### WACHSTUMSSTRATEGIE „CLAIM 5“



Auch in der ersten Hälfte des Jahres 2023 lag unser Hauptaugenmerk auf der konsequenten Umsetzung von „CLAIM 5.“ Im Januar 2023, ein Jahr nach Beginn der Markenerneuerungen, führten BOSS und HUGO erfolgreich ihre Frühjahr/Sommer-Kollektionen 2023 ein, die sowohl bei den Konsumenten als auch bei den Großhandelspartnern weltweit sehr gut aufgenommen wurden. Dank der begleitenden globalen Markenkampagnen sowie mehrerer Fashion Events, darunter eine starbesetzte „See now, buy now“-Show in Miami, bauten BOSS und HUGO in den ersten sechs Monaten des Jahres auf der wiedergewonnenen Markendynamik auf und sorgten für weitere Begeisterung. So konnten beide Marken ihre Marktanteile weltweit weiter ausbauen und deutliche Fortschritte bei der Erhöhung der Markenrelevanz erzielen. Vor diesem Hintergrund präsentierte HUGO BOSS im Juni 2023 ein **Update seiner „CLAIM 5“-Strategie**, einschließlich nach oben angepasster finanzieller Ziele für 2025.

Nachdem das bisherige mittelfristige Umsatzziel von 4 Mrd. EUR bereits in diesem Jahr überschritten werden soll, sind wir nun zuversichtlich, bis 2025 einen Umsatz von rund 5 Mrd. EUR zu erzielen. Dies entspricht einer starken durchschnittlichen Wachstumsrate von 11 % gegenüber dem Geschäftsjahr 2022 (2022: 3,7 Mrd. EUR) und liegt damit deutlich über dem erwarteten Branchenwachstum. Das überdurchschnittliche Umsatzwachstum geht mit einer erheblichen Verbesserung des EBIT einher, das bis zum Jahr 2025 auf mindestens 600 Mio. EUR steigen soll (bisheriges Ziel: rund 480 Mio. EUR). Dies entspricht einer starken CAGR von mindestens 21 % gegenüber dem Geschäftsjahr 2022.

Folglich streben wir nun eine EBIT-Marge von mindestens 12 % bis 2025 an (bisher: rund 12 %). Das erhöhte EBIT-Margenziel spiegelt insbesondere die gestiegenen Erwartungen des Unternehmens hinsichtlich der Bruttomargenentwicklung wider. Letztere soll nun bis 2025 in einer Spanne von 62 % bis 64 % liegen (bisher: 60 % bis 62 %), was auf die anhaltend hohe Markendynamik sowie das Potenzial zusätzlicher Effizienzsteigerungen im Bereich Business Operations zurückzuführen ist.

Mit unserer „CLAIM 5“-Strategie haben wir die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft von HUGO BOSS gestellt. In diesem Zusammenhang erwarten wir, dass der anhaltende Fokus auf überdurchschnittliches Umsatzwachstum und eine deutliche Steigerung der Ergebnismargen zu einem starken kumulierten Free Cashflow von rund 2,5 Mrd. EUR zwischen 2021 und 2025 führen wird (vorher: rund 2 Mrd. EUR). Im Einklang mit den Grundsätzen unserer Kapitalallokation wird der Großteil des Free Cashflows dabei entweder in das Geschäft reinvestiert oder über regelmäßige Dividendenzahlungen an die Aktionäre zurückgeführt. Die Ausschüttungsquote von HUGO BOSS soll bis 2025 auch weiterhin in einer Spanne zwischen 30 % und 50 % des auf Anteilseigner entfallenden Konzernergebnisses liegen.

**NEUE FINANZZIELE BIS 2025**

	Ursprüngliche Ziele 2025	Neue Ziele 2025
Konzernumsatz	4 Mrd. EUR	5 Mrd. EUR
Umsatz-CAGR (2019–2025)	6 %	10 %
Bruttomarge	60 % – 62 %	62 % – 64 %
EBIT	~ 480 Mio. EUR	≥ 600 Mio. EUR
EBIT-Marge	~ 12 %	≥ 12 %
Kumulierter Free Cashflow (2021–2025)	~ 2 Mrd. EUR	~ 2,5 Mrd. EUR

Um die für 2025 gesteckten Finanzziele zu erreichen, wird die konsequente Umsetzung von „CLAIM 5“ auch weiterhin im Mittelpunkt stehen. Wir werden dabei auf der starken Markendynamik von BOSS und HUGO aufbauen und die globalen Wachstumschancen aus Marken-, regionaler und Vertriebsicht voll ausschöpfen. Damit ist HUGO BOSS bestens aufgestellt, um weitere Marktanteile zu gewinnen, signifikante Ergebnisverbesserungen zu erzielen und einen überdurchschnittlichen Free Cashflow zu generieren. Dies soll eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts bis 2025 und darüber hinaus sicherstellen. > [Mehr zu unserer Strategie unter group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

## Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit stellt weiterhin ein zentrales Element von „CLAIM 5“ dar – ein Anliegen, das für unsere unternehmerische Verantwortung und die laufende Geschäftstätigkeit von zentraler Bedeutung ist. Wir werden daher unsere Anstrengungen in diesem wichtigen Bereich weiter intensivieren und unseren Beitrag zu einem Planeten leisten, der frei von Abfall und Verschmutzung ist. Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie werden wir unter anderem unsere Initiativen zur Kreislaufwirtschaft deutlich ausweiten, naturverträgliche Materialien einsetzen, Mikroplastik bekämpfen und weiter konsequent auf Nullemissionen hinarbeiten. Weitere Informationen zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie, einschließlich unserer Nachhaltigkeitsziele, sind auf unserer Unternehmenswebsite einsehbar. > [Mehr zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie unter group.hugoboss.com](https://group.hugoboss.com)

# GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE UND BRANCHEN- ENTWICKLUNG

## Gesamtwirtschaftliche Lage

In der ersten Jahreshälfte war die Weltwirtschaft mit zahlreichen Unsicherheiten konfrontiert. Dazu gehörten die anhaltend hohe Inflation, steigende Zinssätze, eine kurzzeitige globale Bankenkrise und anhaltende geopolitische Spannungen. Während die Inflation nach den Zinserhöhungen der wichtigsten Zentralbanken und dem Rückgang der Lebensmittel- und Energiepreise ihren Höhepunkt erreicht haben dürfte, bleibt der zugrunde liegende Preisdruck hartnäckig, insbesondere in Volkswirtschaften mit angespannten Arbeitsmärkten. Die erwartete Verlangsamung des globalen Wachstums im Jahr 2023 dürfte jedoch weniger stark ausfallen als ursprünglich angenommen, da die Ausgaben der privaten Haushalte in den Industrieländern weiterhin robust sind und sich der chinesische Markt nach der Abkehr von seiner Null-COVID-Politik weiter erholt.

Infolgedessen geht der Internationale Währungsfonds (IWF) in seiner im Juli veröffentlichten Prognose nun von einem weltweiten Wirtschaftswachstum von 3,0 % für 2023 aus (2022: 3,5 %). In der Eurozone soll sich das Wirtschaftswachstum im Jahr 2023 auf 0,9 % abschwächen (2022: 3,5 %), während der IWF für Großbritannien ein Wirtschaftswachstum von 0,4 % (2022: 4,1 %) vorhersagt. Für die USA rechnet der IWF mit einer Abschwächung des Wachstums auf 1,8 % im Jahr 2023 (2022: 2,1 %), was vor allem auf die restriktive Geldpolitik der Fed zurückzuführen ist. Für China prognostiziert der IWF nun ein Wachstum von 5,2 % im Jahr 2023 (2022: 3,0 %).

## Branchenentwicklung

Für die weltweite Bekleidungsindustrie war das erste Halbjahr 2023 weiterhin von den anhaltend hohen makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten und der damit einhergehenden Verschlechterung der Verbraucherstimmung geprägt, die bereits in der zweiten Hälfte des Jahres 2022 sichtbar wurde. Zu den großen Herausforderungen gehörten die weiterhin hohe Kosteninflation und der damit einhergehende Druck auf die Inputkosten von Unternehmen sowie auf die Verbrauchernachfrage, ein hart umkämpfter Arbeitsmarkt und die allgemeine wirtschaftliche Volatilität.

Das Branchenwachstum in den ersten sechs Monaten des Jahres 2023 wurde sowohl von der lokalen Nachfrage als auch von internationalen Touristen getragen, insbesondere von einem verglichen mit dem Vorjahr größeren Anteil chinesischer Staatsbürger, nachdem China Ende 2022 seine Null-COVID-Politik aufgehoben hatte. Aus diesem Grund verzeichnete die globale Bekleidungsindustrie auch auf dem chinesischen Markt selbst eine spürbare Erholung, wenn auch langsamer als ursprünglich erwartet. In Europa und vor allem den USA hingegen blieb die allgemeine Verbraucherstimmung

angesichts der anhaltend hohen Inflation eher gedämpft, wobei insbesondere Marktteilnehmer im unteren bis mittleren Preissegment zu kämpfen hatten. Es wird daher erwartet, dass Unternehmen mit einer führenden Markenwahrnehmung und einer insgesamt starken Umsatzdynamik auch in Zukunft vergleichsweise besser abschneiden werden.

# ERTRAGSLAGE

## Umsatzlage

Aufbauend auf der bemerkenswerten Dynamik im Geschäftsjahr 2022 setzte HUGO BOSS seine starke operative und finanzielle Performance in den ersten sechs Monaten des Jahres 2023 erfolgreich fort. Dies führte zu deutlichen Umsatz- und Ergebnisverbesserungen. Der Konzernumsatz legte währungsbereinigt um 22 % zu, wobei beide Marken sowie sämtliche Regionen und sämtliche Kanäle zum Wachstum beitrugen. In Konzernwährung stieg der Umsatz um 21 % auf 1.993 Mio. EUR (H1 2022: 1.650 Mio. EUR) und markierte damit das umsatzstärkste erste Halbjahr in der Geschichte von HUGO BOSS. Das Wachstum ist auf die Vielzahl an Marken-, Produkt- und Vertriebsinitiativen im Rahmen der anhaltenden konsequenten Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie zurückzuführen, die dem Unternehmen im gesamten Berichtszeitraum erheblichen Rückenwind verlieh.

## Umsatz nach Marken

UMSATZ NACH MARKEN (IN MIO. EUR)

	Jan. – Juni 2023	In % des Umsatzes	Jan. – Juni 2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
BOSS Menswear	1.557	78	1.305	79	19	21
BOSS Womenswear	134	7	104	6	29	30
HUGO	303	15	241	15	26	26
Gesamt	1.993	100	1.650	100	21	22

Im Januar 2023, ein Jahr nach der erfolgreichen Markenerneuerung, präsentierten BOSS und HUGO ihre Frühjahr/Sommer-2023-Kollektionen. Beide stießen bei Konsumenten und Großhandelspartnern weltweit auf äußerst positive Resonanz. Die begleitenden Markenkampagnen und eine Reihe von Fashion Events trieben die wiedergewonnene Markendynamik im ersten Halbjahr 2023 weiter voran. Dies wiederum ermöglichte es beiden Marken, ihre Marktanteile weltweit weiter auszubauen, insbesondere bei jüngeren Konsumenten. Infolgedessen verzeichneten sowohl BOSS Menswear und BOSS Womenswear als auch HUGO im ersten Halbjahr 2023 deutlich zweistellige Umsatzverbesserungen. Die Dynamik blieb dabei über sämtliche Trageanlässe hinweg stark, ganz im Einklang mit dem 24/7-Lifestyle-Image beider Marken. Insgesamt legte der Umsatz der BOSS Menswear im Vergleich zum Vorjahreszeitraum währungsbereinigt um 21 % zu, während sich das währungsbereinigte Umsatzwachstum bei BOSS Womenswear sogar auf 30 % belief. Bei HUGO stieg der Umsatz währungsbereinigt um 26 %.

## Umsatz nach Regionen

UMSATZ NACH REGIONEN (IN MIO. EUR)

	Jan. – Juni 2023	In % des Umsatzes	Jan. – Juni 2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
EMEA	1.229	62	1.054	64	17	18
Amerika	431	22	334	20	29	27
Asien/Pazifik	285	14	219	13	30	36
Lizenzen	48	2	42	3	16	16
Gesamt	1.993	100	1.650	100	21	22

Aus regionaler Sicht ist HUGO BOSS im ersten Halbjahr 2023 auf breiter Basis gewachsen, wobei alle Regionen angesichts einer anhaltend hohen Verbrauchernachfrage deutlich zweistellige Umsatzverbesserungen erzielten. In EMEA legte der Umsatz im Jahresvergleich währungsbereinigt um 18 % zu, was auf ein robustes zweistelliges Wachstum in Kernmärkten wie Deutschland und Frankreich sowie eine besonders starke Performance in Wachstumsmärkten wie dem Nahen Osten zurückzuführen ist. In Amerika stiegen die währungsbereinigten Umsätze im Vergleich zum Vorjahr um 27 %. Alle Märkte der Region verzeichneten dabei zweistellige Umsatzverbesserungen. Dies beinhaltet auch eine anhaltend starke Dynamik auf dem US-Markt, in dem HUGO BOSS sein 24/7-Markenimage über alle Kundenkontaktpunkte hinweg erfolgreich gestärkt hat. In der Region Asien/Pazifik lag der währungsbereinigte Umsatz um 36 % über dem Vorjahresniveau. Neben anhaltend zweistelligem Wachstum in Südostasien & Pazifik trug insbesondere die spürbare Erholung des Geschäfts in China nach der Wiedereröffnung des Marktes Ende 2022 zu dieser Entwicklung bei.

## Umsatz nach Vertriebskanälen

Umsatz nach Vertriebskanälen (IN MIO. EUR)

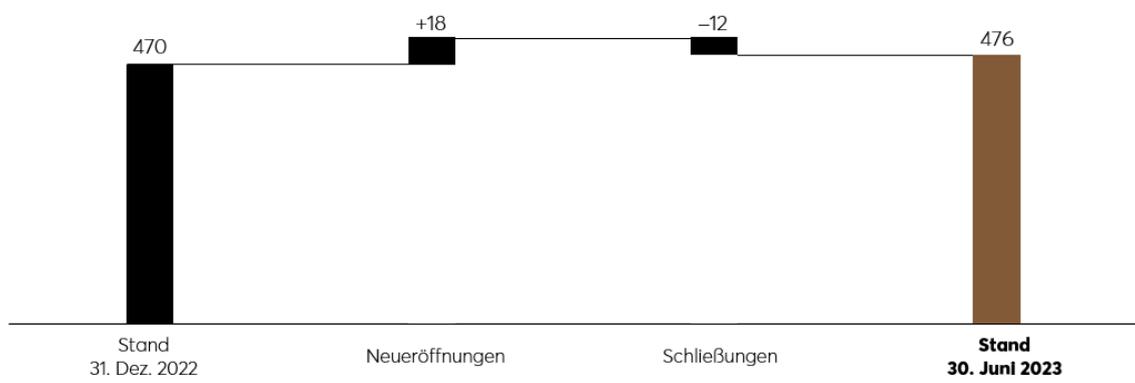
	Jan. – Juni 2023	In % des Umsatzes	Jan. – Juni 2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	1.065	53	891	54	20	21
Stationärer Großhandel	506	25	417	25	21	22
Digital	374	19	300	18	25	26
Lizenzen	48	2	42	3	16	16
Gesamt	1.993	100	1.650	100	21	22

Auch aus Vertriebskanalsicht stand das Wachstum dank zweistelliger Zuwächse entlang sämtlicher Kundenkontaktpunkte auf breiter Basis. Der währungsbereinigte Umsatz im stationären Einzelhandel (einschließlich freistehender Stores, Shop-in-Shops und Outlets) legte im ersten Halbjahr 2023 um 21 % zu, unterstützt durch eine robuste Verbraucherstimmung in allen Regionen. Während sich die Ausweitung der Gesamtverkaufsfläche nur geringfügig auswirkte, ist der Großteil des Wachstums

auf weitere Flächenproduktivitätssteigerungen im zweiten Quartal zurückzuführen. Letztere spiegeln vor allem die erfolgreiche Umsetzung zahlreicher Initiativen zur weiteren Optimierung und Modernisierung des globalen Storenetzwerks wider. Im stationären Großhandel stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 22 %. Diese Entwicklung reflektiert vor allem die anhaltend positive Resonanz der Großhandelspartner weltweit auf die aktuellen BOSS und HUGO Kollektionen. Dabei konnten beide Marken die Sichtbarkeit insbesondere bei wichtigen Partnern in Europa und im US-Markt weiter steigern. Das digitale Geschäft des Konzerns (inklusive des digitalen Flagships hugoboss.com sowie der mit Partnern generierten digitalen Umsätze) setzte seinen zweistelligen Wachstumskurs in den ersten sechs Monaten des Jahres 2023 mit einem währungsbereinigten Umsatzanstieg von 26 % erfolgreich fort. Insbesondere die über das digitale Flagship hugoboss.com generierten Umsätze verzeichneten stark zweistellige Zuwächse, unterstützt durch den erfolgreichen Relaunch der HUGO BOSS App im Februar. Die mit Partnern erzielten digitalen Umsätze stiegen ebenfalls zweistellig. Die währungsbereinigten Umsätze im Lizenzgeschäft legten im Vergleich zum Vorjahr um 16 % zu. Diese Entwicklung ist vor allem auf starkes Wachstum im wichtigen Bereich Düfte zurückzuführen. Letzteres spiegelt auch den starken Aufschwung des internationalen Reiseverkehrs wider, der die Umsätze im Travel-Retailgeschäft ankurbelte.

## Netzwerk eigener Einzelhandelsgeschäfte

ANZAHL KONZERNEIGENER FREISTEHENDER EINZELHANDELSGESCHÄFTE



Zum 30. Juni 2023 belief sich die Anzahl der eigenen freistehenden Einzelhandelsgeschäfte auf 476, was einem leichten Anstieg gegenüber dem 31. Dezember 2022 entspricht. Im ersten Halbjahr wurden über alle drei Regionen hinweg insgesamt 17 BOSS Stores neu eröffnet, mit besonderem Fokus auf China. Darüber hinaus öffnete HUGO einen Store in São Paulo, Brasilien. Gleichzeitig wurden in der ersten Jahreshälfte 2023 insgesamt 12 Geschäfte mit auslaufenden Mietverträgen in EMEA und Amerika geschlossen.

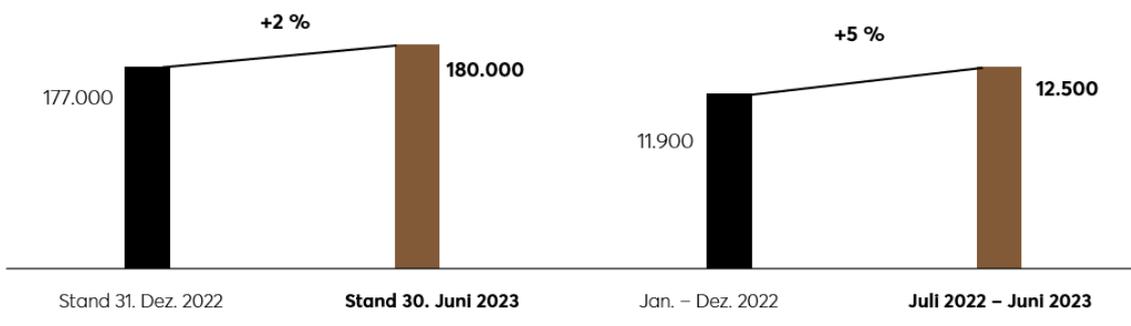
**ANZAHL EIGENER EINZELHANDELSGESCHÄFTE**

30. Juni 2023	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	583	412	358	1.353
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	211	110	155	476
31. Dez. 2022				
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	581	383	352	1.316
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	212	106	152	470

Unter Einbezug von Shop-in-Shops und Outlets erhöhte sich die Gesamtzahl der zum 30. Juni 2023 durch HUGO BOSS betriebenen Einzelhandelsverkaufspunkte leicht auf 1.353. Neben der gestiegenen Anzahl an freistehenden Einzelhandelsgeschäften spiegelt diese Entwicklung vor allem die Ausweitung des Shop-in-Shop-Geschäfts auf dem US-Markt wider.

GESAMTVERKAUFSFLÄCHE ZUM 30. JUNI  
(IN QUADRATMETER)

FLÄCHENPRODUKTIVITÄT  
(IN EUR PRO QUADRATMETER)



Einschließlich der Shop-in-Shops und Outlets erhöhte sich die Gesamtverkaufsfläche im eigenen Einzelhandel um 2 % und lag Ende Juni bei rund 180.000 Quadratmetern (31. Dezember 2022: 177.000 Quadratmeter). HUGO BOSS hat seine Flächenproduktivität im stationären Einzelhandel um 5 % auf rund 12.500 EUR pro Quadratmeter erhöht (Januar bis Dezember 2022: 11.900 EUR pro Quadratmeter). Diese liegt damit deutlich über dem Vor-Pandemie-Niveau.

## Gewinn-und-Verlust-Rechnung

(in Mio. EUR)	Jan. - Juni 2023	Jan. - Juni 2022	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.993	1.650	21
Umsatzkosten	-760	-617	-23
Bruttoertrag	1.233	1.033	19
In % vom Umsatz	61,9	62,6	-70 bp
Operative Aufwendungen	-1.047	-894	-17
In % vom Umsatz	-52,5	-54,2	160 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-825	-707	-17
davon Verwaltungsaufwendungen	-222	-187	-19
Operatives Ergebnis (EBIT)	186	140	33
In % vom Umsatz	9,3	8,5	90 bp
Finanzergebnis	-24	-19	-25
Ergebnis vor Ertragsteuern	162	120	35
Ertragsteuern	-45	-34	-35
Konzernergebnis	116	86	35
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	110	82	35
Nicht beherrschende Anteile	6	5	28
Ergebnis je Aktie (in EUR) <sup>1</sup>	1,60	1,18	35
Ertragsteuerquote in %	28	28	

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

Mit 61,9 % lag die Bruttomarge in der ersten Hälfte des Jahres 2023 um 70 Basispunkte unter dem Vorjahresniveau. Vor dem Hintergrund einer besonders starken Vergleichsbasis ist der Rückgang der Bruttomarge hauptsächlich auf eine unvorteilhafte Entwicklung der Wechselkurse, einen negativen Vertriebskanal-Mix sowie höhere Produktkosten zurückzuführen. Letztere spiegeln sowohl Investitionen in die Produktqualität im Rahmen von „CLAIM 5“ als auch die allgemeine Kosteninflation wider, die durch die jüngsten Preisanpassungen bei den Herbst-2023-Kollektionen nur teilweise kompensiert wurden.

Die operativen Aufwendungen stiegen im ersten Halbjahr um 17 %, was vor allem weitere Investitionen in das Geschäft im Rahmen der „CLAIM 5“-Strategie des Unternehmens reflektiert. Im Verhältnis zum Umsatz reduzierten sich die operativen Aufwendungen jedoch um 160 Basispunkte auf 52,5 %, was in erster Linie Effizienzsteigerungen im stationären Einzelhandelsgeschäft widerspiegelt.

- Die Vertriebs- und Marketingaufwendungen legten im Vergleich zum Vorjahr um 17 % zu, was hauptsächlich auf einen Anstieg der Logistikaufwendungen, der variablen Mietaufwendungen und der Personalaufwendungen im Zuge der starken Umsatzdynamik zurückzuführen ist. Darüber hinaus trugen höhere Marketinginvestitionen zu der Entwicklung bei. Diese stiegen um 14 % auf 157 Mio. EUR (H1 2022: 138 Mio. EUR), was 7,9 % des Konzernumsatzes entspricht (H1 2022: 8,4 %). Die Aufwendungen für das stationäre Einzelhandelsgeschäft des Unternehmens beliefen sich auf 408 Mio. EUR (H1 2022: 374 Mio. EUR). Dies entspricht einem Plus von 9 % gegenüber dem Vorjahr und stellt somit eine

Verbesserung auf ein Niveau von 20,5 % des Konzernumsatzes dar (H1 2022: 22,7 %). Insgesamt reduzierten sich die Vertriebs- und Marketingaufwendungen im Verhältnis zum Umsatz um 150 Basispunkte auf 41,4 % (H1 2022: 42,8 %).

- Die Verwaltungsaufwendungen stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 19 %, was hauptsächlich auf zusätzliche Investitionen in das Geschäft im Rahmen des strategischen Claims „Organize for Growth“ sowie auf die allgemeine Kosteninflation zurückzuführen ist. Im Verhältnis zum Umsatz sanken die Verwaltungsaufwendungen hingegen leicht auf ein Niveau von 11,2 % (H1 2022: 11,3 %).

Vor dem Hintergrund der starken Umsatzentwicklung erhöhte sich das operative Ergebnis (EBIT) in der ersten Jahreshälfte 2023 um 33 % auf 186 Mio. EUR und ermöglichte dem Unternehmen trotz anhaltender Investitionen in das Geschäft einen unterproportionalen Anstieg der operativen Aufwendungen zu verzeichnen. Infolgedessen legte auch die EBIT-Marge um 90 Basispunkte auf ein Niveau von 9,3 % zu.

Die Nettofinanzaufwendungen (Finanzergebnis) lagen mit 24 Mio. EUR um 25 % über dem Vorjahresniveau, da das Unternehmen höhere Zinsaufwendungen bei der Bilanzierung von Leasingverträgen nach IFRS 16 verzeichnete, was das insgesamt höhere Zinsniveau widerspiegelt.

Infolgedessen belief sich das Konzernergebnis auf 116 Mio. EUR, was einem Plus von 35 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das auf die Anteilseigner entfallende Konzernergebnis stieg ebenfalls um 35 % auf 110 Mio. EUR.

## Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente

### EMEA

Der währungsbereinigte Umsatz in der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) legte im ersten Halbjahr 2023 um 18 % zu und spiegelte dabei ein breit angelegtes Wachstum über alle Kundenkontaktpunkte hinweg wider. Dies ist insbesondere auf die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ zurückzuführen, die den Marken starken Auftrieb verlieh und sowohl die lokale Nachfrage als auch das Geschäft mit internationalen Touristen ankurbelte.

#### UMSATZENTWICKLUNG EMEA (IN MIO. EUR)

	Jan. – Juni 2023	In % des Umsatzes	Jan. – Juni 2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	537	44	480	46	12	13
Stationärer Großhandel	402	33	333	32	21	22
Digital	290	24	241	23	20	21
Gesamt	1.229	100	1.054	100	17	18

Besonders stark war die Dynamik in europäischen Kernmärkten wie Deutschland und Frankreich, was sich in zweistelligen Umsatzverbesserungen entlang sämtlicher Kundenkontaktpunkte widerspiegelte. Infolgedessen stiegen die Umsätze in Deutschland um 23 % auf 269 Mio. EUR (H1 2022: 218 Mio. EUR). Der Umsatz in Frankreich belief sich auf 117 Mio. EUR, ein Plus von 16 % gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 (H1 2022: 101 Mio. EUR). Gleichzeitig blieben die Umsätze im Vereinigten Königreich aufgrund einer besonders starken Vergleichsbasis um 1 % unter dem Niveau von 2022. In Konzernwährung ging der Umsatz um 5 % auf 218 Mio. EUR zurück (H1 2022: 230 Mio. EUR). Im Vergleich zum Vor-Pandemie-Niveau legte der Umsatz dort jedoch stark zweistellig zu und entsprach damit weitgehend dem Wachstum anderer europäischer Märkte. Auch im Nahen Osten verzeichnete HUGO BOSS eine anhaltend starke Dynamik in der ersten Hälfte des Jahres 2023 mit einem zweistelligen Plus gegenüber dem Vorjahr.

Das Segmentergebnis in EMEA lag mit 301 Mio. EUR um 26 % über dem Vorjahresniveau (H1 2022: 239 Mio. EUR). Dies entspricht einer EBIT-Marge von 24,5 % (H1 2022: 22,7 %), da HUGO BOSS dank der robusten Umsatzentwicklung einen unterproportionalen Anstieg der operativen Aufwendungen verzeichnete, der den leichten Rückgang der Bruttomarge mehr als kompensierte.

## Amerika

In Amerika stieg der währungsbereinigte Umsatz um 27 % im Vergleich zum Vorjahr, angetrieben durch die weiterhin konsequente Umsetzung von „CLAIM 5“ und eine anhaltend hohe Verbrauchernachfrage nach BOSS und HUGO. Das regionale Wachstum war dabei breit angelegt und spiegelte sich in stark zweistelligen Umsatzsteigerungen entlang sämtlicher Kundenkontaktpunkte wider.

### UMSATZENTWICKLUNG AMERIKA (IN MIO. EUR)

	Jan. – Juni 2023	In % des Umsatzes	Jan. – Juni 2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	285	66	225	67	27	25
Stationärer Großhandel	89	21	70	21	27	24
Digital	58	13	40	12	45	44
Gesamt	431	100	334	100	29	27

In den USA, dem weltweit größten Markt für HUGO BOSS, stiegen die Umsätze währungsbereinigt um 22 %, unterstützt durch die erfolgreiche Stärkung des 24/7-Markenimage. Das Wachstum in den USA war über alle Vertriebskanäle hinweg äußerst robust, was zu zweistelligen Umsatzsteigerungen im stationären Einzelhandel, im stationären Großhandel und im digitalen Geschäft führte. In Konzernwährung stieg der Umsatz um 23 % auf 279 Mio. EUR (H1 2022: 227 Mio. EUR). Während die Entwicklung in Kanada mit einem Umsatzanstieg von 22 % ähnlich positiv verlief, setzte HUGO BOSS auch seine besonders starke Umsatzdynamik in Lateinamerika fort, die sich in einem währungsbereinigten Plus von 49 % widerspiegelt.

Das Segmentergebnis in der Region Amerika belief sich auf 58 Mio. EUR (H1 2021: 56 Mio. EUR), was einer EBIT-Marge von 13,4 % entspricht (H1 2022: 16,7 %). Die Umsatzverbesserungen wurden durch einen leichten Rückgang der Bruttomarge sowie höhere operative Aufwendungen mehr als ausgeglichen. Letztere sind insbesondere auf einen Anstieg der variablen Mietaufwendungen, der Marketinginvestitionen und der Logistikaufwendungen zurückzuführen.

## Asien/Pazifik

Auch das Geschäft des Konzerns in der Region Asien/Pazifik verzeichnete ein sehr robustes erstes Halbjahr, wobei die Umsätze mit einem währungsbereinigten Plus von 36 % zu stark zweistelligem Wachstum zurückkehrten. Bei den Vertriebskanälen war das Wachstum breit angelegt, wobei sämtliche Kundenkontaktpunkte zweistellige Umsatzsteigerungen erzielten.

UMSATZENTWICKLUNG ASIEN/PAZIFIK (IN MIO. EUR)

	Jan. – Juni 2023	In % des Umsatzes	Jan. – Juni 2022	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	243	85	186	85	31	37
Stationärer Großhandel	15	5	13	6	13	13
Digital	26	9	20	9	35	41
Gesamt	285	100	219	100	30	36

In China verzeichnete HUGO BOSS im ersten Halbjahr 2023 mit einem währungsbereinigten Umsatzplus von 38 % eine spürbare Erholung des Geschäfts nach der Wiedereröffnung des Markts Ende 2022. In Konzernwährung stiegen die Umsätze um 32 % auf 144 Mio. EUR (H1 2022: 109 Mio. EUR). Auch im Zweijahresvergleich stiegen die währungsbereinigten Umsätze im mittleren einstelligen Prozentbereich. Gleichzeitig verzeichnete die Region Südostasien & Pazifik im Sechsmonatszeitraum weiterhin zweistellige Umsatzverbesserungen.

Das Segmentergebnis in der Region Asien/Pazifik lag mit 67 Mio. EUR um 81 % über dem Vorjahresniveau (H1 2022: 37 Mio. EUR), was einer EBIT-Marge von 23,4 % entspricht (H1 2022: 16,8 %). Verbesserungen beim Umsatz führten zu einem unterproportionalen Anstieg der operativen Aufwendungen, der einen leichten Rückgang der Bruttomarge mehr als ausgleichen konnte.

## Lizenzen

Die Umsätze im Lizenzgeschäft legten währungsbereinigt um 16 % zu. Diese Entwicklung ist vor allem auf starkes Wachstum im wichtigen Bereich Düfte zurückzuführen. Letzteres spiegelt auch den starken Aufschwung des internationalen Reiseverkehrs wider, der die Umsätze im Travel-Retailgeschäft ankurbelte.

Folglich stieg das Ergebnis des Segments Lizenzen um 17 % auf 41 Mio. EUR (H1 2022: 35 Mio. EUR).

# VERMÖGENSLAGE

## VERKÜRZTE KONZERNBILANZ (IN MIO. EUR)

	30. Juni 2023	30. Juni 2022	31. Dezember 2022
Sachanlagen, Immaterielle Vermögenswerte und Nutzungsrechte an Leasingobjekten	1.363	1.293	1.356
Vorräte	1.129	760	974
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	299	228	256
Sonstige Vermögenswerte	332	323	393
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	108	243	147
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte <sup>1</sup>	27	0	0
<b>Aktiva</b>	<b>3.257</b>	<b>2.847</b>	<b>3.127</b>
Eigenkapital	1.171	1.006	1.135
Rückstellungen und latente Steuern	212	244	225
Leasingverbindlichkeiten	759	810	804
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	577	482	617
Sonstige Verbindlichkeiten	166	159	223
Finanzverbindlichkeiten	349	146	122
Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten <sup>1</sup>	24	0	0
<b>Passiva</b>	<b>3.257</b>	<b>2.847</b>	<b>3.127</b>

<sup>1</sup>HUGO BOSS überprüft derzeit sein Geschäftsmodell in Russland. Dies schließt Überlegungen ein, dieses in ein Großhandelsgeschäft zu überführen. Infolgedessen hat das Unternehmen sämtliche diesbezüglichen Vermögenswerte und Schulden zum 30. Juni 2023 als zur Veräußerung gehalten klassifiziert.

Zum Ende des Berichtszeitraums lag die Bilanzsumme um 4 % über dem Wert vom 31. Dezember 2022. Im Vergleich zum 30. Juni 2022 legte die Bilanzsumme um 14 % zu, was hauptsächlich auf einen Anstieg der Vorräte zurückzuführen ist.

Der Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte erhöhte sich zum 30. Juni 2023 auf 53 % (31. Dezember 2022: 51 %). Entsprechend verringerte sich der Anteil der langfristigen Vermögenswerte zum 30. Juni 2023 auf 47 % (31. Dezember 2022: 49 %). Die Eigenkapitalquote des Konzerns lag zum Ende des ersten Halbjahres 2023 unverändert bei 36 % (31. Dezember 2022: 36 %).

## KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN (IN MIO. EUR)

	30. Juni 2023	30. Juni 2022	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Vorräte	1.129	760	48	53
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	299	228	31	35
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	577	482	20	20
<b>TNWC</b>	<b>850</b>	<b>507</b>	<b>68</b>	<b>76</b>

Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Vorräte währungsbereinigt um 53 %. Vor dem Hintergrund der letztjährigen Verwerfungen in den Lieferketten hatte HUGO BOSS bereits 2022 seinen Vorratsbestand bewusst erhöht, um eine ausreichende Produktverfügbarkeit für künftige Saisons sicherzustellen. Der überwiegende Teil des Bestands entfällt auf Kernprodukte sowie neue Ware für aktuelle

und kommende Kollektionen mit dem Ziel, die anhaltend starke Umsatzdynamik sämtlicher Vertriebskanäle zu unterstützen. Im Zuge des Abklingens der Verwerfungen in den globalen Lieferketten rechnet HUGO BOSS ab der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres 2023 mit einer schrittweisen Normalisierung der Vorratsposition. Darauf aufbauend bleibt HUGO BOSS zuversichtlich, den Vorratsbestand bis 2025 auf ein Niveau von unter 20 % des Konzernumsatzes zu senken.

Das kurzfristige operative Nettovermögen (Trade Net Working Capital, TNWC) stieg währungsbereinigt um 76 %, was sowohl die höheren Vorräte als auch einen Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen widerspiegelt. Letzterer ist hauptsächlich auf die robuste Performance des Unternehmens im Großhandel zurückzuführen. Dies wurde teilweise durch höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen kompensiert, was vor allem eine verstärkte Inanspruchnahme des Supplier-Financing-Programms von HUGO BOSS reflektiert. Der gleitende Durchschnitt des kurzfristigen operativen Nettovermögens im Verhältnis zum Umsatz auf Basis der letzten vier Quartale betrug 17,9 % und lag damit über dem Vorjahresniveau (30. Juni 2022: 13,8 %).

Der Anstieg der Finanzverbindlichkeiten spiegelt eine höhere Inanspruchnahme der Kreditlinien des Unternehmens wider und steht hauptsächlich im Zusammenhang mit der höheren Vorratsposition zur Unterstützung der anhaltend starken Umsatzdynamik.

# FINANZLAGE

## Kapitalflussrechnung

KAPITALFLUSSRECHNUNG<sup>1</sup> (IN MIO. EUR)

	Jan. – Juni 2023	Jan. – Juni 2022
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	46	162
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit <sup>2</sup>	-106	-62
Mittelzu-/abfluss aus Finanzierungstätigkeit <sup>2</sup>	23	-158
Veränderung Finanzmittelbestand	-39	-42
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	147	285
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	108	243

<sup>1</sup> Durch die währungsbereinigte Darstellung der Kapitalflussrechnung lassen sich die Werte nicht aus der Konzernbilanz ableiten. Der betrachtete Finanzmittelbestand entspricht der Bilanzposition „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“.

<sup>2</sup> Die dargestellten Beträge weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen der erhaltenen Zinsen von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

Der Free Cashflow belief sich im Berichtszeitraum auf minus 60 Mio. EUR (H1 2022: plus 100 Mio. EUR). Die Verbesserungen beim EBIT wurden durch höhere Vorräte sowie die gestiegenen Investitionen mehr als ausgeglichen. Der Free Cashflow ermittelt sich als Summe aus Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit und Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit.

Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit lag deutlich unter dem Vorjahresniveau, da Verbesserungen beim EBIT durch den Anstieg des kurzfristigen operativen Nettovermögens mehr als ausgeglichen wurden, wobei dieser vor allem auf die höheren Vorräte zurückzuführen ist. Der deutliche Anstieg des Mittelabflusses aus Investitionstätigkeit spiegelt die gestiegenen Investitionen im ersten Halbjahr 2023 wider, die die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ unterstützen sollen. Die Entwicklung des Mittelzu-/abflusses aus Finanzierungstätigkeit ist hauptsächlich auf eine höhere Inanspruchnahme von Kreditlinien des Unternehmens im Berichtszeitraum zurückzuführen.

## Nettoverschuldung

Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16 lag die Nettofinanzposition von HUGO BOSS zum Ende des ersten Halbjahres 2023 bei minus 229 Mio. EUR (30. Juni 2022: plus 123 Mio. EUR), was im Wesentlichen die Entwicklung des Free Cashflows in den vergangenen vier Quartalen widerspiegelt. Einschließlich der Auswirkungen des IFRS 16 belief sich die Nettofinanzposition auf minus 988 Mio. EUR, was einem Anstieg von 44 % gegenüber dem Vorjahresniveau entspricht (30. Juni 2022: minus 687 Mio. EUR).

## Investitionen

Die Investitionen stiegen im ersten Halbjahr 2023 um 75 % auf 107 Mio. EUR (H1 2022: 61 Mio. EUR). Die Erhöhung der Investitionen zielt darauf ab, die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ zu unterstützen, wobei HUGO BOSS verstärkt in sein globales Storenetzwerk sowie die weitere Digitalisierung seines Geschäftsmodells investiert. Aus geografischer Sicht entfielen 34 % der Investitionen auf die Region EMEA (H1 2022: 33 %), während auf die Regionen Amerika und Asien/Pazifik 23 % bzw. 14 % entfielen (H1 2022: 6 % und 16 %). Die verbleibenden 30 % entfielen auf Corporate Units (H1 2022: 46 %).

# PROGNOSE

## Nachtrag

Zwischen dem Ende des ersten Halbjahres 2023 und der Erstellung dieses Berichts am 19. Juli 2023 gab es keine weiteren wesentlichen gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, branchenbezogenen oder unternehmensspezifischen Veränderungen, die sich nach den Erwartungen des Managements maßgeblich auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Unternehmens auswirken könnten.

## Prognose

Im Zuge der erfolgreichen Umsetzung zahlreicher strategischer Initiativen verzeichnete HUGO BOSS über das gesamte erste Halbjahr 2023 hinweg eine starke Geschäftsentwicklung. Nach einer robusten finanziellen Entwicklung im ersten Quartal und der Veröffentlichung von Rekordergebnissen für das erste Quartal im Mai 2023 hatten wir unsere ursprünglich im März 2023 veröffentlichte Umsatz- und Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr 2023 erhöht. Die anhaltend starke Umsatz- und Ergebnisdynamik im zweiten Quartal sowie die anhaltende Markendynamik von BOSS und HUGO veranlasst HUGO BOSS, den Umsatz- und Ergebnisausblick für das laufende Geschäftsjahr erneut anzuheben. Der Fokus wird daher auch im zweiten Halbjahr 2023 auf der konsequenten und unnachgiebigen Umsetzung von „CLAIM 5“ liegen mit dem Ziel, die starke Umsatzdynamik weiter voranzutreiben. Gleichzeitig berücksichtigt das Unternehmen das anhaltend hohe Maß an makroökonomischer und geopolitischer Unsicherheit.

Das Unternehmen prognostiziert für 2023 nunmehr einen Anstieg des Konzernumsatzes zwischen 12 % und 15 % auf ein Niveau von 4,1 Mrd. EUR bis 4,2 Mrd. EUR. Sowohl für EMEA als auch für Amerika rechnet HUGO BOSS fortan mit einem Umsatzwachstum zwischen 10 % und 15 %. Für die Region Asien/Pazifik geht HUGO BOSS nunmehr von einem Umsatzwachstum in einer Spanne von 25 % bis 30 % aus.

Vor dem Hintergrund der erwarteten Umsatzverbesserungen im Geschäftsjahr 2023 erwartet HUGO BOSS fortan einen Anstieg des EBIT zwischen 20 % und 25 % auf einen Betrag zwischen 400 Mio. EUR und 420 Mio. EUR. Im Einklang mit dem EBIT-Wachstum geht HUGO BOSS folglich auch für das Konzernergebnis von einer Verbesserung zwischen 20 % und 25 % aus.

Das kurzfristige operative Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz wird sich voraussichtlich auf ein Niveau zwischen 18 % und 19 % erhöhen, während HUGO BOSS fortan Investitionen in Höhe von 250 Mio. EUR bis 300 Mio. EUR erwartet.

AUSBLICK FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2023

	Ergebnis 2022	Ursprüngliche Prognose 2023	Angehobene Prognose 2023 <sup>1</sup>	Neue Prognose 2023
Konzernumsatz	3.651 Mio. EUR	Anstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich	Anstieg von rund 10 % (auf ein Niveau von rund 4 Mrd. EUR)	Anstieg im Bereich zwischen 12 % und 15 % auf ein Niveau von 4,1 Mrd. EUR bis 4,2 Mrd. EUR
Umsatzentwicklung nach Regionen				
EMEA	2.303 Mio. EUR	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich	-	Anstieg zwischen 10 % und 15 %
Amerika	789 Mio. EUR	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich	-	Anstieg zwischen 10 % und 15 %
Asien/Pazifik	467 Mio. EUR	Anstieg im Zehnprozentbereich	-	Anstieg zwischen 25 % und 30 %
Operatives Ergebnis (EBIT)	335 Mio. EUR	Anstieg auf einen Betrag zwischen 350 Mio. EUR und 375 Mio. EUR	Anstieg auf einen Betrag zwischen 370 Mio. EUR und 400 Mio. EUR	Anstieg im Bereich zwischen 20 % und 25 % auf einen Betrag zwischen 400 Mio. EUR und 420 Mio. EUR
Konzernergebnis	222 Mio. EUR	Anstieg im Bereich zwischen 5 % und 12 %	Anstieg im Bereich zwischen 10 % und 20 %	Anstieg im Bereich zwischen 20 % und 25 %
Kurzfristiges operatives Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz	15,0 %	Anstieg auf ein Niveau von rund 17 %	Anstieg auf ein Niveau von rund 17 %	Anstieg auf ein Niveau zwischen 18 % und 19%
Investitionen	191 Mio. EUR	Anstieg auf einen Betrag zwischen 200 Mio. EUR und 250 Mio. EUR	Anstieg auf einen Betrag zwischen 200 Mio. EUR und 250 Mio. EUR	Anstieg auf einen Betrag zwischen 250 Mio. EUR und 300 Mio. EUR

<sup>1</sup> Anhebung der Umsatz-, EBIT- und Konzernergebnisprognose im Mai 2023.

# RISIKEN UND CHANCEN

HUGO BOSS verfügt über ein umfassendes Risikomanagementsystem, das es dem Management ermöglicht, Chancen und Risiken frühzeitig zu erkennen, zu analysieren und entsprechende Maßnahmen zu ergreifen. Im Berichtszeitraum hat der Konzern neben den im Geschäftsbericht 2022 dargestellten Risiken und Chancen keine weiteren wesentlichen Risiken und Chancen identifiziert. Die dort enthaltenen Aussagen zu Risiken und Chancen behalten ihre Gültigkeit. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt wurden keine Risiken identifiziert, die entweder einzeln oder in Verbindung mit anderen Risiken den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten.

# ZUSAMMENFASSENDE AUSSAGE ÜBER DIE ERTRAGS-, VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

Vor dem Hintergrund seiner gesunden Bilanzstruktur und der auch für die Zukunft erwarteten starken Free-Cashflow-Entwicklung befindet sich der Konzern weiterhin in einer äußerst soliden wirtschaftlichen Lage.

Metzingen, 19. Juli 2023

HUGO BOSS AG  
Der Vorstand

Daniel Grieder  
Yves Müller  
Oliver Timm

# **KAPITEL 2**

# **KONZERNZWISCHEN- ABSCHLUSS**

# KONZERN-GEWINN-UND- VERLUST-RECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis 30. Juni 2023

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

	2023	2022
Umsatzerlöse	1.993	1.650
Umsatzkosten	-760	-617
Rohertrag	1.233	1.033
In % vom Umsatz	61,9	62,6
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-825	-707
Verwaltungsaufwendungen	-222	-187
Operatives Ergebnis (EBIT)	186	140
Zinsergebnis	-19	-11
Übrige Finanzposten	-5	-9
Finanzergebnis	-24	-19
Ergebnis vor Ertragsteuern	162	120
Ertragsteuern	-45	-34
Konzernergebnis	116	86
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	110	82
Nicht beherrschende Anteile	6	5
Ergebnis je Aktie (EUR) <sup>1</sup>	1,60	1,18

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

# KONZERNGESAMT- ERGEBNISRECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis 30. Juni 2023

Konzerngesamtergebnisrechnung (in Mio. EUR)

	2023	2022
Konzernergebnis	116	86
Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	2	13
Posten, die anschließend in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-8	22
Netto-(Verluste) /-Gewinne aus Marktbewertung von Sicherungsgeschäften	-1	1
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	-7	37
Gesamtergebnis	109	123
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	103	117
Nicht beherrschende Anteile	6	6
Gesamtergebnis	109	123

# KONZERNBILANZ

zum 30. Juni 2023

Konzernbilanz (in Mio. EUR)

	30. Juni 2023	30. Juni 2022	31. Dez. 2022
<b>Aktiva</b>			
Sachanlagen	508	427	471
Immaterielle Vermögenswerte	175	167	177
Nutzungsrechte an Leasingobjekten	680	699	708
Aktive latente Steuern	131	152	151
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	26	26	26
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1	1	2
Langfristige Vermögenswerte	1.522	1.472	1.535
Vorräte	1.129	760	974
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	299	228	256
Kurzfristige Ertragsteuer Forderungen	19	19	23
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	33	14	41
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	122	111	150
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	108	243	147
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	27	0	0
Kurzfristige Vermögenswerte	1.735	1.375	1.592
<b>Gesamt</b>	<b>3.257</b>	<b>2.847</b>	<b>3.127</b>
<b>Passiva</b>			
Gezeichnetes Kapital	70	70	70
Eigene Aktien	-42	-42	-42
Andere Kapitalrücklagen	3	0	2
Gewinnrücklagen	1.065	897	1.022
Kumuliertes übriges Eigenkapital	56	69	65
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	1.152	994	1.117
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	18	12	19
Konzerneigenkapital	1.171	1.006	1.135
Langfristige Rückstellungen	86	86	92
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	285	105	89
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	571	611	605
Passive latente Steuern	7	15	10
Sonstige langfristige Schulden	2	0	2
Langfristige Schulden	950	817	798
Kurzfristige Rückstellungen	112	113	123
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	64	42	33
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	188	199	199
Ertragsteuerschulden	7	29	20
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	577	482	617
Sonstige kurzfristige Schulden	164	159	201
Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten	24	0	0
Kurzfristige Schulden	1.136	1.024	1.193
<b>Gesamt</b>	<b>3.257</b>	<b>2.847</b>	<b>3.127</b>

# KONZERNEIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis 30. Juni 2023

Eigenkapitalveränderungsrechnung (in Mio. EUR)

	Gewinnrücklagen					Kumuliertes übriges Eigenkapital		Konzerneigenkapital		
	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Andere Kapitalrücklagen	Gesetzliche Rücklage	Sonstige Gewinnrücklagen	Unterschiede aus der Währungsumrechnung	Marktbewertung Sicherungsgeschäfte	Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	Konzern-eigenkapital
1. Januar 2022	70	-42	0	7	843	51	-3	925	14	940
Konzernergebnis					82			82	5	86
Sonstiges Ergebnis					13	20	1	35	1	37
Gesamtergebnis					95	20	1	117	6	123
Dividendenzahlung					-48			-48	-8	-57
30. Juni 2022	70	-42	0	7	890	71	-2	994	12	1.006
1. Januar 2023	70	-42	2	7	1.016	64	0	1.117	19	1.135
Konzernergebnis					110			110	6	116
Sonstiges Ergebnis					2	-7	-1	-7		(7)
Gesamtergebnis					112	-7	-1	103	6	109
Dividendenzahlung					-69			-69	-6	-75
Anteilsbasierte Vergütung			1					1		1
Veränderung Konsolidierungskreis					0			0	0	0
30. Juni 2023	70	-42	3	7	1.059	57	-1	1.152	18	1.171

# KONZERNKAPITAL- FLUSSRECHNUNG

für die Zeit vom 1. Januar bis 30. Juni 2023

Konzernkapitalflussrechnung (in Mio. EUR)

	2023	2022
Konzernergebnis	116	86
Abschreibungen/Zuschreibungen	160	170
Ergebnis aus der Nettoposition der monetären Posten gemäß IAS 29	0	0
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	11	-21
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	3	12
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	45	34
Zinserträge und -aufwendungen	19	11
Veränderung der Vorräte	-163	-140
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	-12	22
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-76	0
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	-5	-2
Veränderung Pensionsrückstellungen	-5	1
Veränderung übrige Rückstellungen	-9	12
Gezahlte Ertragsteuern	-39	-24
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	46	162
Investitionen in Sachanlagen	-92	-45
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-15	-15
Investitionen in Finanzanlagen	0	-2
Effekt aus der Veränderung des Konsolidierungskreises	0	0
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	0	0
Erhaltene Zinsen	1	1
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit <sup>1</sup>	-106	-62
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	-69	-48
An die Inhaber der Anteile ohne beherrschenden Einfluss gezahlte Dividenden	-6	-8
Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	32	0
Tilgung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-49	-4
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	246	8
Tilgung von kurz- und langfristigen Leasingverbindlichkeiten	-113	-94
Gezahlte Zinsen	-18	-11
Mittelzu-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit <sup>1</sup>	23	-158
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-3	16
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-39	-42
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	147	285
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	108	243

<sup>1</sup>Die dargestellten Beträge weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen der erhaltenen Zinsen von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

# VERKÜRZTER KONZERNANHANG

## 1| Allgemeine Angaben

Der Zwischenabschluss der HUGO BOSS AG zum 30. Juni 2023 wurde gemäß § 115 WpHG in Übereinstimmung mit den zum Stichtag gültigen International Financial Reporting Standards (IFRS) und deren Interpretationen aufgestellt. Insbesondere wurden die Regelungen des IAS 34 zur Zwischenberichterstattung angewendet.

Der vorliegende Zwischenlagebericht und der verkürzte Abschluss wurden weder entsprechend § 317 HGB geprüft noch einer prüferischen Durchsicht durch eine zur Abschlussprüfung befähigte Person unterzogen. Durch Beschluss vom 19. Juli 2023 wurden der verkürzte Zwischenabschluss und der Zwischenlagebericht durch den Vorstand zur Weiterleitung an den Aufsichtsrat freigegeben. Vor seiner Veröffentlichung wurden der Zwischenlagebericht und der verkürzte Zwischenabschluss außerdem mit dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats erörtert.

## 2| Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Alle Zwischenabschlüsse der in den Konzernzwischenabschluss einbezogenen Unternehmen wurden in Übereinstimmung mit den am Abschlussstichtag gültigen IFRS, wie sie vom IASB veröffentlicht wurden und in der EU anzuwenden sind, nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt.

Die angewandten Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsmethoden entsprechen denen des vorherigen Geschäftsjahres, sofern keine weiteren Angaben gemacht wurden.

### Ermessensausübungen, Schätzungen und Annahmen

Die Bewertung der Vorräte erfolgte unter Berücksichtigung einer dem aktuellen Geschäftsumfeld angemessenen Risikovorsorge. Im aktuellen Jahr hat HUGO BOSS eine Änderung der rechnungslegungsbezogenen Schätzung hinsichtlich der Bestandsbewertung vorgenommen. Die neue Schätzung basiert auf einem saisonalen Ansatz, welcher einen genaueren Abwertungsfaktor widerspiegelt. Der Buchwert der Vorräte als Ergebnis dieser Änderung spiegelt sich in der Bilanz und in der Gewinn- und-Verlust-Rechnung wider.

Die Werthaltigkeit von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird durch die Bewertung der nicht überfälligen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen anhand des erwarteten Ausfallrisikos beurteilt. Die Berechnung des erwarteten Ausfallrisikos basiert auf vergangenen, aktuellen sowie zukünftigen Ausfallrisiken. Alle Tochtergesellschaften von HUGO BOSS sind verpflichtet, eine Analyse der Altersstruktur ihrer Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zu erstellen und einheitliche Regeln zu befolgen, beispielsweise hinsichtlich der Bonitätsprüfung oder der Behandlung zweifelhafter Forderungen.

Bei der Erstellung des Konzernzwischenabschlusses wurden Schätzungen und Annahmen unter Berücksichtigung von Veränderungen im Geschäftsumfeld getroffen, die sich auf den Ausweis und die Höhe der Vermögenswerte und Schulden sowie der Erträge und Aufwendungen ausgewirkt haben. Schätzungen und zugrunde liegende Annahmen mit wesentlichen Auswirkungen wurden insbesondere bei den folgenden Aspekten vorgenommen:

- Überprüfung der Werthaltigkeit von Vermögenswerten mit bestimmter und unbestimmter Nutzungsdauer einschließlich Geschäfts- oder Firmenwert,
- Bewertung der Vorratsbestände,
- Einbringbarkeit von Forderungen – insbesondere solchen aus Lieferungen und Leistungen.

Obwohl diese Schätzungen und Annahmen mit großer Sorgfalt vorgenommen wurden, können die tatsächlichen Werte im Einzelfall abweichen, insbesondere unter Berücksichtigung der weiteren Entwicklungen der Situation und entsprechender Sanktionen. Das Unternehmen beobachtet und bewertet die Entwicklungen entsprechend genau.

## Auswirkungen des Krieges in der Ukraine

Im ersten Halbjahr 2023 überprüfte HUGO BOSS sein Geschäftsmodell in Russland. Dies schließt Überlegungen ein, dieses in ein Großhandelsgeschäft zu überführen. Infolgedessen hat das Unternehmen sämtliche diesbezügliche Vermögenswerte und Schulden zum 31. März 2023 als zur Veräußerung gehalten klassifiziert.

Die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte und Schulden beziehen sich auf das Segment EMEA. Im zweiten Quartal 2023 hat HUGO BOSS die Folgebewertung der zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte und Schulden überprüft. Die Verhandlungen über den Verkauf und den voraussichtlichen Verkaufszeitpunkt dauern an.

### 3| Währungsumrechnung

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

	Währung	Durchschnittskurs			Stichtagskurs		
		1 EUR = Juni 2023	Juni 2022	Dez. 2022	30. Juni 2023	30. Juni 2022	31. Dez. 2022
Australien	AUD	1,6152	1,5022	1,5682	1,6480	1,5256	1,5693
China	CNY	7,7453	7,0806	7,3872	7,9140	7,0382	7,3582
Großbritannien	GBP	0,8583	0,8565	0,8692	0,8640	0,8646	0,8869
Japan	JPY	152,7207	141,3230	142,7881	157,7400	143,5300	140,6600
Russland	RUB	90,2674	61,3456	69,8198	94,9411	55,5195	79,2282
Schweiz	CHF	0,9759	1,0249	0,9863	0,9783	1,0005	0,9847
Türkei	TRY	25,3477	17,9866	19,7164	28,1540	17,5221	19,9349
USA	USD	1,0836	1,0580	1,0582	1,0938	1,0517	1,0666

### 4| Konsolidierungskreis

Zum 30. Juni 2023 wurde die Gesellschaft YOURDATA HB DIGITAL CAMPUS, Unipessoal, Lda mit Sitz in Porto, Portugal, mit in den Konzernabschluss einbezogen.

Damit erhöhte sich die Anzahl der konsolidierten Gesellschaften im Berichtszeitraum 1. Januar bis 30. Juni 2023 gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2022 von 65 auf 66.

## 5| Ausgewählte Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und -Verlust-Rechnung

### Umsatzerlöse

(in Mio. EUR)		
	Jan. – Juni 2023	Jan. – Juni 2022
Stationärer Einzelhandel	1.065	891
Stationärer Großhandel	506	417
Digital	374	300
Lizenzen	48	42
<b>Gesamt</b>	<b>1.993</b>	<b>1.650</b>

### Umsatzkosten

(in Mio. EUR)		
	Jan. – Juni 2023	Jan. – Juni 2022
Anschaffungskosten für bezogene Waren	685	565
Davon Materialaufwand	658	559
Herstellungskosten für Eigenfertigung	75	52
<b>Gesamt</b>	<b>760</b>	<b>617</b>

Die in den Umsatzkosten berücksichtigten Anschaffungskosten für bezogene Waren enthalten im Wesentlichen den Materialaufwand der verkauften Waren sowie Eingangsfracht- und Zollkosten.

### Vertriebs- und Marketingaufwendungen

(in Mio. EUR)		
	Jan. – Juni 2023	Jan. – Juni 2022
Aufwendungen für eigenen Einzelhandel, Vertriebs- und Marketingorganisation	591	516
Davon Aufwendungen für den stationären Einzelhandel	408	374
Marketingaufwendungen	157	138
Davon Aufwendungen	160	139
Davon Erträge aus der Weiterberechnung von Marketingaufwendungen	-3	0
Aufwendungen für Logistik	77	53
<b>Gesamt</b>	<b>825</b>	<b>707</b>
Davon sonstige Steuern	2	1

Die Aufwendungen für den eigenen Einzelhandel sowie für die Vertriebs- und Marketingorganisation umfassen im Wesentlichen Personal- und Mietaufwendungen für den Groß- und Einzelhandel. Zudem sind umsatzabhängige Provisionen, Ausgangsfracht- und Zollkosten, Kreditkartengebühren sowie Wertminderungen auf Forderungen enthalten.

## Verwaltungsaufwendungen

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2023	Jan. – Juni 2022
Verwaltungsaufwand	181	149
Forschungs- und Entwicklungskosten	41	38
Davon Personalaufwand	30	27
Davon Abschreibungen	1	1
Davon sonstiger betrieblicher Aufwand	10	10
Gesamt	222	187
Davon sonstige Steuern	2	2

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

## Personalaufwand

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2023	Jan. – Juni 2022
Löhne und Gehälter	400	328
Soziale Abgaben	62	52
Aufwendungen und Erträge für Altersversorgung und für Unterstützung	-1	3
Gesamt	461	383

## Mitarbeiter

	30. Juni 2023	31. Dez. 2022
Gewerbliche Arbeitnehmer	5.852	5.228
Kaufmännische Arbeitnehmer	13.437	12.572
Gesamt	19.289	17.800

## Planmäßige Abschreibungen

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2023	Jan. – Juni 2022
Anlagevermögen		
Davon Sachanlagen	50	40
Davon immaterielle Vermögenswerte	14	13
Davon Nutzungsrecht an Leasingobjekten	103	103
Gesamt	167	156

## Wertminderungen/Wertaufholungen

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2023	Jan. – Juni 2022
Stationärer Einzelhandel	0	2
Immaterielle Vermögenswerte/ Geschäfts- oder Firmenwert	0	0
Nutzungsrecht an Leasingobjekten	-7	12
Gesamt	-7	14

## 6| Erläuterungen zur Konzernbilanz

### Leasingverhältnisse

#### Leasingverhältnisse in der Bilanz

Zugänge, Abschreibungen und Veränderungen der Nutzungsrechte von Leasingobjekten werden wie folgt auf die den Leasingverhältnissen zugrunde liegenden Vermögenswerte zum 30. Juni 2023 aufgeteilt:

(in Mio. EUR)

	Einzelhandels- geschäfte	Lagerflächen	Verwaltungs- gebäude & Sonstiges	Gesamt
Buchwert zum 1. Januar 2023	592	40	77	708
Zugänge	64	5	19	88
Abschreibungen	-89	-5	-8	-103
Wertminderung	0	0	0	0
Wertaufholung	7	0	0	7
Abgänge	0	0	0	0
Umbuchungen	-15	0	0	-15
Währungsunterschiede	-5	0	-1	-6
Buchwert zum 30. Juni 2023	554	40	87	680
Buchwert zum 1. Januar 2022	584	40	71	695
Zugänge	192	14	23	229
Abschreibungen	-185	-10	-18	-213
Wertminderungen	-13	0	0	-13
Wertaufholung	10	0	0	10
Abgänge	-1	-2	0	-3
Umbuchungen	0	-3	0	-3
Währungsunterschiede	5	0	1	6
Buchwert zum 31. Dezember 2022	592	40	77	708

Die zum 30. Juni 2023 auf die Leasingverhältnisse entfallenden Beträge aus der Gewinn-und-Verlust-Rechnung sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

## Leasingverhältnisse in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung

(in Mio. EUR)	Jan. - Juni 2023	Jan. - Juni 2022
IFRS 16 relevante Aufwendungen	-107	-115
Abschreibungen Nutzungsrechte	-103	-103
Wertminderungen/Wertaufholungen Nutzungsrechte	7	-12
Nettoertrag aus Anlageabgängen von Nutzungsrechten	5	2
Zinsaufwendungen für Leasingverbindlichkeiten	-14	-8
Nettoertrag aus der Währungsumrechnung von Leasingverbindlichkeiten	-2	6
Nicht IFRS 16 relevante Aufwendungen	-136	-100
Aufwand aus variablen Leasingzahlungen	-93	-75
Aufwand für kurzfristige Leasingverhältnisse	-3	-4
Aufwand für Leasingverhältnisse von geringwertigen Vermögenswerten	-2	-5
Erträge aus Unterleasingverhältnissen	0	0
Leasingaufwand für Software	-14	-9
Sonstige Aufwendungen (Servicekosten)	-23	-7
Gesamtaufwand aus Leasingverhältnissen	-243	-215

Die Zahlungsmittelabflüsse aus Leasingverbindlichkeiten betragen im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2023 262 Mio. EUR (H1 2022: 201 Mio. EUR), davon betreffen 113 Mio. EUR die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten (H1 2022: 94 Mio. EUR).

## Vorräte

(in Mio. EUR)	30. Juni 2023	31. Dez. 2022
Fertige Erzeugnisse und Waren	1.046	893
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	72	70
Unfertige Erzeugnisse	11	10
Gesamt	1.129	974

Der Buchwert der zum Nettoveräußerungswert angesetzten Vorräte beträgt 133 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 121 Mio. EUR).

## Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

(in Mio. EUR)	30. Juni 2023	31. Dez. 2022
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, brutto	320	273
Kumulierte Wertberichtigung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-21	-16
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	299	256

## Finanzverbindlichkeiten

Unter den Finanzverbindlichkeiten werden alle verzinslichen und unverzinslichen Verpflichtungen ausgewiesen, die zum jeweiligen Bilanzstichtag bestanden. Sie teilen sich wie folgt auf:

(in Mio. EUR)

	30. Juni 2023	Davon Restlaufzeit unter einem Jahr	31. Dez. 2022	Davon Restlaufzeit unter einem Jahr
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	337	53	110	21
Leasingverbindlichkeiten	759	188	804	199
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	12	11	12	11
Davon: nicht IFRS 16 relevante Mietverpflichtungen für den konzerneigenen Einzelhandel	10	10	10	10
<b>Gesamt</b>	<b>1.108</b>	<b>252</b>	<b>926</b>	<b>232</b>

In den sonstigen Finanzverbindlichkeiten sind negative Marktwerte aus derivativen Finanzinstrumenten in Höhe von 2 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 2 Mio. EUR) enthalten.

HUGO BOSS steht ein revolvingender Konsortialkredit in Höhe von 600 Mio. EUR zur Verfügung, der zusätzlichen finanziellen Spielraum für die erfolgreiche Umsetzung der Unternehmensstrategie „CLAIM 5“ bietet. Der im November 2021 abgeschlossene Kredit hat eine Laufzeit von drei Jahren und beinhaltet zwei Optionen zur Laufzeitverlängerung um jeweils ein Jahr sowie eine Option zur Erhöhung des Kreditvolumens um bis zu 300 Mio. EUR. Die erste Verlängerungsoption wurde bereits erfolgreich ausgeübt.

Zum Ende des ersten Halbjahres wurde der Konsortialkredit in Höhe von 230 Mio. EUR als Geldmarktkredit in Anspruch genommen (31. Dezember 2022: 0 Mio. EUR). Darüber hinaus wurde der Konsortialkredit für ausgegebene Garantien in Höhe von 20 Mio. EUR und für das Supplier-Financing-Programm in Höhe von 60 Mio. EUR in Anspruch genommen (31. Dezember 2022: 22 Mio. EUR für Garantien, 60 Mio. EUR für das Supplier-Financing-Programm).

## 7| Ergebnis je Aktie

Weder zum 30. Juni 2023 noch zum 30. Juni 2022 standen Aktien aus, die das Ergebnis je Aktie verwässern könnten.

	Jan. – Juni 2023	Jan. – Juni 2022
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis (in Mio. EUR)	110	82
Durchschnittliche Zahl der ausgegebenen Aktien <sup>1</sup>	69.016.167	69.016.167
Ergebnis je Aktie (in EUR) <sup>2</sup>	1,60	1,18

<sup>1</sup> Ohne Berücksichtigung eigener Anteile.

<sup>2</sup> Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

## 8| Rückstellungen

### Rückstellungen für Personalaufwendungen

Die Rückstellungen für Personalaufwendungen betreffen überwiegend Rückstellungen für kurz- und mittelfristige Tantiemen und Boni, Abfindungsansprüche, Altersteilzeit sowie Überstunden.

Einen Großteil der Personalarückstellungen bildet das zu Beginn des Geschäftsjahres 2016 implementierte Long-Term-Incentive-Programm (LTI) für Vorstand und Führungskräfte von HUGO BOSS, das zum Bilanzstichtag zum beizulegenden Zeitwert bewertet wird. Zurzeit gibt es vier Tranchen des Programms: Die vierte Tranche wurde am 1. Januar 2023 ausgegeben.

Jede Tranche hat eine Gesamtlaufzeit von vier Jahren, die sich in eine Performancelaufzeit von drei Jahren und eine Wartezeit von einem Jahr aufteilt. Die im Geschäftsjahr 2020 ausgegebene Tranche kommt somit im Geschäftsjahr 2024 zur Auszahlung und ist demzufolge zum 30. Juni 2023 unter den kurzfristigen Personalarückstellungen in Höhe von 14 Mio. EUR ausgewiesen. Für die anderen drei Tranchen beläuft sich die zum 30. Juni 2023 gebildete langfristige Rückstellung auf insgesamt 24 Mio. EUR.

## 9| Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Die Rückstellungen für Pensionen reduzierten sich von 28 Mio. EUR zum 31. Dezember 2022 auf 21 Mio. EUR zum 30. Juni 2023. Die versicherungsmathematische Berechnung des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtung umfasst Dienstzeitaufwand, Nettozinsaufwand und andere relevante Parameter.

### Versicherungsmathematische Annahmen zur Ermittlung des Barwerts der Pensionsverpflichtungen zum 30. Juni 2023

Folgende Prämissen wurden zugrunde gelegt:

Parameter	30. Juni 2023	31. Dez. 2022
Rechnungszins		
Deutschland	4,03%	4,20%
Schweiz	1,90%	2,25%
Rententrend		
Deutschland	2,50%	2,50%
Schweiz	0,00%	0,00%
Gehaltssteigerungstrend		
Deutschland	3,00%	3,00%
Schweiz	3,00%	3,00%

Im Vergleich zum 31. Dezember 2022 hat sich der Parameter Rechnungszins in Deutschland und der Schweiz verringert. Die Parameter Rententrend und Gehaltssteigerungstrend blieben in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2023 unverändert.

### Zusammensetzung der Pensionsaufwendungen der Periode

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2023	Jan. – Juni 2022
Dienstzeitaufwand der Periode	7	3
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	0	0
Nettozinsaufwand	1	1
In der Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung erfasste Pensionsaufwendungen	8	3
Ertrag aus Fondsvermögen (ohne Zinseffekt aus Fondsvermögen)	0	0
Erfasste versicherungsmathematische (Gewinne)/Verluste	-2	-17
Asset Ceiling (ohne Zinseffekt aus Asset Ceiling)	0	0
In der Konzerngesamtergebnisrechnung erfasste Neubewertungen	-2	-17

## 10| Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten

### Buchwerte und beizulegende Zeitwerte nach Kategorien von Finanzinstrumenten

(in Mio. EUR)

	Bewertungs- kategorie nach IFRS 9	30. Juni 2023		31. Dez. 2022	
		Buchwert	Beizulegender Zeitwert	Buchwert	Beizulegender Zeitwert
<b>Aktiva</b>					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	AC	108	108	147	147
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	AC	299	299	256	256
Finanzielle Vermögenswerte		59	59	68	68
Davon:					
Investition in Finanzanlagen	FVTPL	4	4	4	4
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FVTPL	0	0	0	0
Derivate mit Hedge-Beziehung	Hedge Accounting	0	0	0	0
Übrige finanzielle Vermögenswerte	AC	54	54	63	63
<b>Passiva</b>					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	AC	337	337	110	113
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Verbindlichkeiten	AC	577	577	617	617
davon Reverse Factoring	AC	103	103	99	99
Verbindlichkeiten aus Leasingverträgen	n.a.	759	759	804	804
Sonstige Finanzverbindlichkeiten		12	12	12	12
Davon:					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FVTPL	0	0	2	2
Derivate mit Hedge-Beziehung	Hedge Accounting	1	1	0	0
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	AC	10	10	10	10

HUGO BOSS nutzt zur Unterstützung seiner Lieferanten ein sogenanntes „Reverse-Factoring-Programm“. Hierbei werden offene Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen bereits vor Fälligkeit durch ein Kreditinstitut an den Lieferanten ausgeglichen. Innerhalb des Programms bleibt die ursprüngliche Verbindlichkeit gegenüber dem Lieferanten aufgrund einer unveränderten Schuldanererkennung inhaltlich unberührt und wird als Verbindlichkeit aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen. In diesem Zusammenhang zahlt das Kreditinstitut den Rechnungsbetrag an den Lieferanten abzüglich eines Disagios aus, wohingegen HUGO BOSS den gesamten Rechnungsbetrag bei Fälligkeit laut Rechnung dem Kreditinstitut auszahlt.

Im aktuellen Jahr befindet sich HUGO BOSS im Prozess der Einführung einer „Reverse-Factoring-Plattform“, jedoch unter Einbindung mehrerer Kapitalgeber anstelle eines einzelnen Kreditinstituts.

Des Weiteren hat HUGO BOSS das Programm im Rahmen von IFRS 9 – Finanzinstrumente evaluiert und ist zu dem Schluss gekommen, dass es keine wesentlichen Auswirkungen auf die Art der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen hat. HUGO BOSS bezieht die Beträge aus dem Reverse-Factoring-Programm in das Nettoumlaufvermögen mit ein.

## Hierarchie beizulegender Zeitwerte

Die zur Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte angewandten Methoden und Annahmen stellen sich wie folgt dar:

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, sonstige finanzielle Vermögenswerte, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten kommen hauptsächlich aufgrund der kurzen Laufzeiten dieser Instrumente ihrem Buchwert sehr nahe.

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

Zum 30. Juni 2023 versteht sich die zum Marktwert bewertete Derivatposition (Market-to-Market) exklusive der Bonitätswertberichtigung, die auf das Ausfallrisiko der Gegenseite des Derivats zurückzuführen ist. Das Ausfallrisiko der Gegenseite brachte keine wesentlichen Effekte mit sich.

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

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

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

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

Zum 30. Juni 2023 sind wie im Vorjahr alle zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente der Kategorie FVTPL sowie die Derivate mit Hedge-Beziehungen der Stufe 2 zuzuordnen. Während der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2023 gab es keine Transfers zwischen

Level 1 und Level 2 sowie aus Level 3 heraus. Die zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente bestanden aus Devisentermingeschäften, Devisenswaps und Zinsderivaten. Die Vermögenswerte beliefen sich auf 0,4 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 0,6 Mio. EUR), die Verbindlichkeiten auf 2 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 2 Mio. EUR). Bei Finanzinstrumenten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten in der Bilanz geführt werden, ist die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte ebenfalls über das Verfahren der Stufe 2 erfolgt.

## Absicherung von Zins- und Währungsrisiken

Zur Absicherung gegen Zins- und Währungsrisiken setzt HUGO BOSS teilweise Sicherungsgeschäfte zur Reduzierung des Risikos ein.

Zum Bilanzstichtag waren 4 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 5 Mio. EUR) variabel verzinste Finanzverbindlichkeiten abgesichert. Des Weiteren waren zum Bilanzstichtag zukünftige Zahlungsströme in Fremdwährung in Höhe von 5 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 14 Mio. EUR) abgesichert und in vollem Umfang in eine wirksame Sicherungsbeziehung eingebunden. Die Veränderung der unrealisierten Gewinne/Verluste aus der Marktbewertung von Sicherungsgeschäften im sonstigen Gesamtergebnis belief sich auf 1 Mio. EUR (30. Juni 2022: 2 Mio. EUR).

## Saldierung von Finanzinstrumenten

(in Mio. EUR)

	Ange- setzte Brutto- beträge Aktiva	Saldierte Brutto- beträge Passiva	Ausge- wiesene Netto- beträge Aktiva in der Bilanz	Nicht in der Bilanz saldierte Passiva	Nicht in der Bilanz saldierte erhaltene Barsicher- heiten	Netto- beträge
<b>30. Juni 2023</b>						
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	316	-18	299	0	0	299
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	59	0	59	0	0	59
Davon Derivate	0	0	0	0	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>375</b>	<b>-18</b>	<b>358</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>358</b>
<b>31. Dez. 2022</b>						
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	273	-17	256	0	0	256
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	68	0	68	0	0	68
Davon Derivate	1	0	1	0	0	1
<b>Gesamt</b>	<b>341</b>	<b>-17</b>	<b>324</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>324</b>

(in Mio. EUR)

	Ange- setzte Brutto- beträge Passiva	Saldierte Brutto- beträge Aktiva	Ausge- wiesene Netto- beträge Passiva in der Bilanz	Nicht in der Bilanz saldierte Aktiva	Nicht in der Bilanz saldierte erhaltene Barsicher- heiten	Netto- beträge
<b>30. Juni 2023</b>						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	631	-54	577	0	0	577
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	13	0	13	0	0	13
Davon Derivate	1	0	1	0	0	1
<b>Gesamt</b>	<b>644</b>	<b>-54</b>	<b>590</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>590</b>
<b>31. Dez. 2022</b>						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	657	-40	617	0	0	617
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	12	0	12	0	0	12
Davon Derivate	2	0	2	0	0	2
<b>Gesamt</b>	<b>671</b>	<b>-40</b>	<b>629</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>629</b>

Die in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen saldierten Passiva in Höhe von 18 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 17 Mio. EUR) stellen zum Bilanzstichtag offene Gutschriften an Kunden dar. Die saldierten Aktiva innerhalb der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind Forderungen in Form von Gutschriften an Lieferanten. Sie betragen 54 Mio. EUR (31. Dezember 2022: 40 Mio. EUR).

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

## 11| Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

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

## 12| Segmentberichterstattung

(in Mio. EUR)

	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	Lizenzen	Gesamt berichts- pflichtige Segmente
<b>Jan. – Juni 2023</b>					
Gesamtumsatz	1.229	431	285	48	1.993
Segmentergebnis	301	58	67	41	466
In % des Umsatzes	24,5	13,4	23,4	84,1	23,4
Segmentvermögen	401	387	218	22	1.028
Investitionen	33	25	15	0	73
Wertminderungen	7	0	0	0	7
Davon Sachanlagevermögen	0	0	0	0	0
Davon immaterielle Vermögenswerte	0	0	0	0	0
Davon Nutzungsrecht an Leasingobjekten	0	0	0	0	0
Davon Wertaufholungen	7	0	0	0	7
Abschreibungen/Zuschreibungen	-71	-30	-33	0	-134
<b>Jan. – Juni 2022</b>					
Gesamtumsatz	1.054	334	219	42	1.650
Segmentergebnis	239	56	37	35	367
In % des Umsatzes	22,7	16,7	16,8	82,9	22,2
Segmentvermögen	294	233	181	18	726
Investitionen	18	4	11	0	33
Wertminderungen	-14	0	0	0	-14
Davon Sachanlagevermögen	-2	0	0	0	-2
Davon immaterielle Vermögenswerte	0	0	0	0	0
Davon Nutzungsrecht an Leasingobjekten	-12	0	0	0	-12
Davon Wertaufholungen	0	0	0	0	0
Abschreibungen/Zuschreibungen	-73	-25	-32	0	-130

## Überleitungsrechnungen

### Umsatz

(in Mio. EUR)

	<b>Jan. – Juni 2023</b>	Jan. – Juni 2022
Umsatz - berichtspflichtige Segmente	1.993	1.650
Corporate Units	0	0
Konsolidierung	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>1.993</b>	<b>1.650</b>

### Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit

(in Mio. EUR)

	<b>Jan. – Juni 2023</b>	Jan. – Juni 2022
Segmentergebnis (EBIT) – berichtspflichtige Segmente	466	367
Corporate Units	-280	-227
Konsolidierung	0	0
<b>EBIT HUGO BOSS</b>	<b>186</b>	<b>140</b>
Zinsergebnis	-19	-11
Übrige Finanzpositionen	-5	-9
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern HUGO BOSS</b>	<b>162</b>	<b>120</b>

### Segmentvermögen

(in Mio. EUR)

	30. Juni 2023	30. Juni 2022	31. Dez. 2022
Segmentvermögen – berichtspflichtige Segmente	1.028	726	865
Corporate Units	399	262	365
Konsolidierung	0	0	0
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	19	19	23
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	33	14	41
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	122	111	150
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	108	243	147
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	27	0	0
<b>Kurzfristige Vermögenswerte HUGO BOSS</b>	<b>1.735</b>	<b>1.375</b>	<b>1.592</b>
Langfristige Vermögenswerte	1.522	1.472	1.535
<b>Aktiva HUGO BOSS</b>	<b>3.257</b>	<b>2.847</b>	<b>3.127</b>

## Investitionen

(in Mio. EUR)

	30. Juni 2023	30. Juni 2022	31. Dez. 2022
Investitionen - berichtspflichtige Segmente	73	33	122
Corporate Units	35	43	69
Konsolidierung	0	0	0
Gesamt	107	76	192

## Abschreibungen

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2023	Jan. – Juni 2022
Abschreibungen - berichtspflichtige Segmente	134	130
Corporate Units	32	26
Konsolidierung	0	0
Gesamt	167	156

## Wertminderungen/Wertaufholungen

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2023	Jan. – Juni 2022
Wertminderungen/Wertaufholungen - berichtspflichtige Segmente	-7	14
Corporate Units	0	0
Konsolidierung	0	0
Gesamt	-7	14

## Geografische Informationen

(in Mio. EUR)

	Umsatzerlöse mit Dritten		Langfristige Vermögenswerte	
	Jan. – Juni 2023	Jan. – Juni 2022	30. Juni 2023	31. Dez. 2022
Deutschland	269	218	429	427
Anderer EMEA Märkte	1.009	878	571	557
USA	278	227	173	169
Anderer Märkte Nord- und Lateinamerika	152	108	39	40
China	144	109	55	57
Anderer asiatische Märkte	141	110	101	112
Gesamt	1.993	1.650	1.368	1.362

## 13| Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Ende der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2023 und der Erstellung dieses Berichts am 19. Juli 2023 sind keine weiteren wesentlichen makroökonomischen, sozialpolitischen, branchen- oder unternehmensspezifischen Veränderungen eingetreten, von denen die Geschäftsleitung erwartet, dass sie einen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- oder Ertragslage des Konzerns haben.

# **KAPITEL 3**

# **WEITERE ANGABEN**

# VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Metzingen, den 19. Juli 2023

HUGO BOSS AG  
Der Vorstand

Daniel Grieder  
Yves Müller  
Oliver Timm

# ZUKUNFTSGERICHTETE AUSSAGEN

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

## KONTAKTE

### Investor Relations

Telefon +49 7123 94 - 80903

E-Mail [investor-relations@hugoboss.com](mailto:investor-relations@hugoboss.com)

### Christian Stöhr

Vice President Investor Relations

Telefon +49 7123 94 - 87563

E-Mail [christian\\_stoehr@hugoboss.com](mailto:christian_stoehr@hugoboss.com)

### Carolin Westermann

Vice President Globale Unternehmenskommunikation

Telefon +49 7123 94 - 86321

E-Mail [carolin\\_westermann@hugoboss.com](mailto:carolin_westermann@hugoboss.com)

# FINANZKALENDER

2. November 2023  
Ergebnisse des dritten Quartals 2023

7. März 2024  
Ergebnisse des Geschäftsjahres 2023

2. Mai 2024  
Ergebnisse des ersten Quartals 2024

1. August 2024  
Ergebnisse des zweiten Quartals 2024 & Halbjahresfinanzbericht 2024

5. November 2024  
Ergebnisse des dritten Quartals 2024