

HUGO BOSS

Pressemitteilung

HUGO BOSS Neunmonatsergebnisse 2015

Auch das Jahr 2015 wird für HUGO BOSS ein Wachstumsjahr

- **Konzernumsatz nach neun Monaten um 9% über Vorjahr, währungsbereinigter Anstieg um 3%**
- **Starkes Online-Geschäft unterstützt Wachstum im eigenen Einzelhandel**
- **Operatives Ergebnis auf Vorjahresniveau**
- **Verbessertes Umsatz- und Ergebniswachstum im vierten Quartal erwartet**

Metzingen, 03. November 2015. Für HUGO BOSS wird das Geschäftsjahr 2015 ein weiteres Wachstumsjahr. Nach Ablauf von neun Monaten des Jahres liegt der Umsatz über Vorjahr. Allerdings schwächte sich die Dynamik im dritten Quartal ab. Während in der Region Europa ein weiterhin solides Umsatzwachstum erzielt wurde, verzeichneten die beiden Regionen Asien und Amerika Rückgänge. Für das Gesamtjahr erwartet das Unternehmen, wie im Oktober kommuniziert, einen währungsbereinigten Umsatzanstieg zwischen 3% und 5%. Das operative Ergebnis (EBITDA vor Sondereffekten) soll ebenfalls zwischen 3% und 5% zulegen.

„2015 wird für HUGO BOSS ein solides Wachstumsjahr werden“, kommentiert Claus-Dietrich Lahrs, Vorstandsvorsitzender der HUGO BOSS AG. „Unser Geschäft in Europa wächst. Damit konnten wir allerdings im letzten Quartal die schwächere Entwicklung in China und den USA nicht kompensieren. In beiden Märkten haben sich die Trends eingetrübt. Dennoch erwarten wir für das Schlussquartal eine bessere Umsatz- und Ergebnisentwicklung.“

HUGO BOSS

Europa bleibt Wachstumsregion im dritten Quartal

Die Umsätze des Konzerns sanken im dritten Quartal auf währungsbereinigter Basis um 1%. Aufgrund positiver Währungseffekte weist HUGO BOSS jedoch ein Umsatzplus von 4% auf 744 Mio. EUR (Q3 2014: 717 Mio. EUR) aus. Weiterhin erfreulich entwickelte sich das Geschäft in Europa, wie der währungsbereinigte Umsatzzanstieg von 4% zeigt. In Großbritannien ist der Umsatz erneut zweistellig gestiegen, und in vielen anderen Ländern blieb das Wachstumstempo ebenfalls solide. Das robuste Europa-Geschäft ist auch Folge der starken Nachfrage von Touristen aus Asien und Amerika. Die Umsätze in der Region Amerika sanken hingegen im dritten Quartal in lokalen Währungen um 7%. Dahinter steht vor allem ein Umsatzrückgang von 10% auf dem US-amerikanischen Markt, in dem sich sowohl Großhandel als auch eigener Einzelhandel schwach entwickelten. Die Umsätze in Asien lagen in lokalen Währungen um 12% unter Vorjahr. Ein zweistelliger Umsatzrückgang in China infolge der stark eingetrübten Branchenkonjunktur konnte auch durch weiterhin steigende Umsätze in Australien und Japan nicht kompensiert werden.

Der währungsbereinigte Umsatz im eigenen Einzelhandel (inklusive Outlets und Online-Stores) stieg um 6%. Flächen- und währungsbereinigt entwickelte sich dieser Vertriebskanal stabil. Das Online-Geschäft wuchs währungsbereinigt um 20% und setzte damit den starken Wachstumskurs der vergangenen Quartale fort. Erwartungsgemäß belasteten Umsatzverschiebungen infolge von Übernahmen vor allem in Asien das Großhandelsgeschäft. Zudem entwickelte sich das Geschäft mit Handelspartnern in den USA rückläufig. Insgesamt lagen die Umsätze in diesem Vertriebskanal auf währungsbereinigter Basis um 7% unter dem Vorjahresniveau.

Der Umsatz mit Herrenmode ging im dritten Quartal in lokalen Währungen um 1% zurück, während die Damenmode ein Wachstum von 1% verzeichnete. Die von Artistic Director Jason Wu kreierte Womenswear der Kernmarke BOSS legte um 6% zu.

HUGO BOSS

Die Rohertragsmarge profitierte zwar von dem überdurchschnittlichen Wachstum des eigenen Einzelhandels, höhere Preisnachlässe wirkten jedoch belastend. In der Summe erhöhte sich die Rohertragsmarge um 40 Basispunkte auf 64,5% (Q3 2014: 64,1%). Die gestiegenen operativen Aufwendungen resultierten vor allem aus der fortgesetzten Aufwertung und dem Ausbau des eigenen Storenetzes, höheren Marketingausgaben sowie aus Investitionen in die Prozesse und die Qualität des eigenen Einzelhandels. Das EBITDA vor Sondereffekten sank um 8% auf 168 Mio. EUR (Q3 2014: 182 Mio. EUR). Die bereinigte operative Marge ging im dritten Quartal somit um 280 Basispunkte auf 22,6% zurück (Q3 2014: 25,4%). Das Konzernergebnis sank um 23% auf 89 Mio. EUR (Q3 2014: 115 Mio. EUR). Der Rückgang beruht wesentlich auf negativen Wechselkursentwicklungen, die das Finanzergebnis belasteten.

Online unterstützt überdurchschnittliches Wachstum im konzerneigenen Einzelhandel in den ersten neun Monaten

In den ersten neun Monaten des Jahres 2015 verzeichnete der HUGO BOSS Konzern in lokalen Währungen ein Umsatzwachstum von 3%. Aufgrund positiver Währungseffekte entspricht dies einem Plus von 9% auf 2.059 Mio. EUR (9M 2014: 1.888 Mio. EUR). Europa war mit einem währungsbereinigten Umsatzanstieg von 5% die stärkste Vertriebsregion. In nahezu allen Ländern sind die Umsätze gewachsen, wobei sich Großbritannien besonders erfreulich entwickelte. Die beiden anderen großen Märkte der Region, Deutschland und Frankreich, verzeichneten solide Umsatzzuwächse. In Amerika sank der Umsatz aufgrund der Entwicklungen im dritten Quartal in lokalen Währungen um 1%. Der US-amerikanische Markt entwickelte sich etwas schwächer. In Asien lag der um Wechselkurseffekte bereinigte Umsatz um 2% unter dem Vorjahresniveau. Die soliden Zuwächse in Australien und Japan sowie positive Effekte aus Franchiseübernahmen haben die allgemeine Kaufzurückhaltung in China nur teilweise kompensiert. Der Umsatz in China sank in den ersten neun Monaten währungsbereinigt um 6%.

Nach Vertriebskanal betrachtet, entwickelten sich die Umsätze in den ersten neun Monaten uneinheitlich. Der eigene Einzelhandel (inklusive Outlets und Online-Stores)

HUGO BOSS

verzeichnete eine Umsatzsteigerung von 8% vor Wechselkurseffekten. Der Online-Kanal verbuchte dabei mit 22% das stärkste Wachstum. Auf vergleichbarer Fläche und währungsbereinigt lagen die Umsätze um 3% über dem Vorjahr. Der eigene Einzelhandel wurde in den ersten neun Monaten um netto 64 auf 1.105 Standorte ausgebaut (31. Dezember 2014: 1.041). Der über den Großhandelskanal erwirtschaftete Umsatz ging in lokalen Währungen um 4% zurück. Darin spiegelten sich vor allem der Effekt aus Übernahmen bislang von Großhandelspartnern betriebener Verkaufsflächen sowie ein schwächeres Nachordergeschäft im dritten Quartal wider.

Die Wachstumsrate der Herrenmode betrug in den ersten neun Monaten in lokalen Währungen 3%. Die Damenmode legte über alle Marken und Linien ebenfalls um 3% zu. Die Womenswear der Kernmarke BOSS erreichte mit 10% ein zweistelliges Umsatzplus.

Die Rohertragsmarge verbesserte sich im Vorjahresvergleich leicht und lag bei 65,4% (9M 2014: 65,3%). Positive Effekte aus dem gestiegenen Umsatzanteil des konzerneigenen Einzelhandels glichen höhere Preisnachlässe und Bestandsabwertungen mehr als aus. Das EBITDA vor Sondereffekten lag trotz höherer operativer Aufwendungen in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Verwaltung mit 423 Mio. EUR auf dem Niveau des Vorjahres (9M 2014: 423 Mio. EUR). Die schwächer als erwartete Umsatzentwicklung und der im Vergleich zur ursprünglichen Prognose geringere Rohertragsmargenanstieg belasteten jedoch die Margenentwicklung. Dementsprechend lag die bereinigte EBITDA-Marge in den ersten neun Monaten bei 20,5% und damit um 190 Basispunkte unter dem Vorjahreswert (9M 2014: 22,4%). Der auf die Anteilseigner entfallende Konzerngewinn verringerte sich um 9% auf 235 Mio. EUR (9M 2014: 258 Mio. EUR).

Weitere Fortschritte im Vorratsmanagement

Das kurzfristige operative Nettovermögen belief sich per Ende September auf 566 Mio. EUR und lag damit um 3% über dem Vorjahreswert (30. September 2014:

HUGO BOSS

548 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis ergibt dies jedoch einen Rückgang von 4%. Neben einem Rückgang der Forderungen und einer Erhöhung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen spiegelt sich darin ein verbessertes Vorratsmanagement wider. Am Ende des dritten Quartals lag der Anstieg der Vorräte bei währungsbereinigt 3% und damit unterhalb der Wachstumsraten in den vergangenen Quartalen. Dies ist im Wesentlichen auf ein striktes Management in Europa und Fortschritte beim Abbau von Überbeständen in den USA zurückzuführen. In der Berichtswährung wuchsen die Vorräte um 12% auf 544 Mio. EUR (30. September 2014: 486 Mio. EUR). Der Konzern steigerte außerdem seine Investitionen um 64% auf 141 Mio. EUR (9M 2014: 86 Mio. EUR). Die Nettoverschuldung nahm somit um 27% auf 194 Mio. EUR (30. September 2014: 153 Mio. EUR) zu.

Verbesserte Umsatz- und Ergebnisentwicklung im vierten Quartal erwartet

Für das Gesamtjahr erwartet das Management von HUGO BOSS, wie im Oktober kommuniziert, ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum zwischen 3% und 5%. Das operative Ergebnis (EBITDA vor Sondereffekten) wird auf berichteter Basis voraussichtlich ebenso zwischen 3% und 5% zulegen. Die Prognose trägt der zuletzt deutlich nachlassenden Branchendynamik in China und der schwächeren Entwicklung in den USA Rechnung. Der Ausblick basiert auf der Annahme, dass sich der Umsatz im eigenen Einzelhandel im vierten Quartal auf flächenbereinigter Basis stabil oder positiv im Vergleich zum Vorjahr entwickeln wird. Die Einzelhandelsentwicklung im Oktober bestätigt diese Annahme. Neben Zuwächsen im eigenen Einzelhandel, für den das vierte Quartal das umsatzstärkste ist, wird ein gegenüber dem bisherigen Jahresverlauf stärkerer Rohertragsmargenanstieg die Ergebnisentwicklung unterstützen. Ohne Berücksichtigung von Übernahmen und Schließungen wird HUGO BOSS in diesem Jahr rund 65 neue Stores eröffnen. Der Investitionsaufwand soll zwischen 220 Mio. EUR und 240 Mio. EUR liegen und sich vor allem auf die Ausweitung und Renovierung des eigenen Einzelhandelsnetzes konzentrieren. Das Ergebniswachstum und positive Effekte aus dem weiter verbesserten Vorratsmanagement werden auch im Gesamtjahr zu einem deutlich positiven Free Cash Flow beitragen.

H U G O B O S S

Weitere Informationen zur HUGO BOSS AG finden Sie auf unserer Website hugoboss.com.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Hjördis Kettenbach
Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 7123 94-2375
Fax: +49 7123 94-80237

Dennis Weber
Leiter Investor Relations

Telefon: +49 7123 94-86267
Fax: +49 7123 94-886267

HUGO BOSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

(in Mio. EUR)	Q3 2015	Q3 2014	Veränderung in %
Umsatzerlöse	744,1	716,5	4
Umsatzkosten	-264,4	-257,3	-3
Rohertrag	479,7	459,2	4
In % vom Umsatz	64,5	64,1	40 bp
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-280,6	-245,5	-14
Verwaltungsaufwendungen	-62,8	-59,1	-6
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-3,7	-2,6	-41
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit	132,6	152,0	-13
In % vom Umsatz	17,8	21,2	-340 bp
Zinsergebnis	-1,4	-1,4	0
Übrige Finanzposten	-16,3	-1,6	< -100
Finanzergebnis	-17,7	-3,0	< -100
Ergebnis vor Ertragsteuern	114,9	149,0	-23
Ertragsteuern	-26,4	-34,3	23
Konzernergebnis	88,5	114,7	-23
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	88,5	114,7	-23
Nicht beherrschende Anteile	0,0	0,0	
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	1,28	1,67	-23

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBITDA und Sondereffekte

(in Mio. EUR)	Q3 2015	Q3 2014	Veränderung in %
EBITDA vor Sondereffekten	168,1	181,9	-8
In % vom Umsatz	22,6	25,4	-280 bp
Sondereffekte	-3,7	-2,6	-41

Umsätze nach Regionen und Vertriebskanälen

(in Mio. EUR)	Q3 2015	Q3 2014	Veränderung in %	Veränderung in % währungsbereinigt
Europa	480,1	458,3	5	4
Amerika	164,7	156,2	5	-7
Asien/Pazifik	84,3	87,1	-3	-12
Lizenzen	15,0	14,9	1	1
GESAMT	744,1	716,5	4	-1
Konzerneigener Einzelhandel	399,2	357,5	12	6
Großhandel	329,9	344,1	-4	-7

HUGO BOSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

(in Mio. EUR)			
	Jan. - Sep. 2015	Jan. - Sep. 2014	Veränderung in %
Umsatzerlöse	2.058,7	1.888,0	9
Umsatzkosten	-711,7	-655,2	-9
Rohertrag	1.347,0	1.232,8	9
In % vom Umsatz	65,4	65,3	10 bp
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-812,9	-705,9	-15
Verwaltungsaufwendungen	-200,7	-179,9	-12
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-3,6	-3,4	-4
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit	329,8	343,6	-4
In % vom Umsatz	16,0	18,2	-220 bp
Zinsergebnis	-5,2	-3,3	-58
Übrige Finanzposten	-19,8	-3,7	< -100
Finanzergebnis	-25,0	-7,0	< -100
Ergebnis vor Ertragsteuern	304,8	336,6	-9
Ertragsteuern	-70,1	-77,4	9
Konzernergebnis	234,7	259,2	-9
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	234,6	258,0	-9
Nicht beherrschende Anteile	0,1	1,2	-92
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	3,40	3,74	-9

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBITDA und Sondereffekte

(in Mio. EUR)			
	Jan. - Sep. 2015	Jan. - Sep. 2014	Veränderung in %
EBITDA vor Sondereffekten	422,9	423,4	0
In % vom Umsatz	20,5	22,4	-190 bp
Sondereffekte	-3,6	-3,4	-4

Umsätze nach Regionen und Vertriebskanälen

(in Mio. EUR)				
	Jan. - Sep. 2015	Jan. - Sep. 2014	Veränderung in %	Veränderung in % währungsbereinigt
Europa	1.253,4	1.184,5	6	5
Amerika	479,9	411,7	17	-1
Asien/Pazifik	283,1	252,1	12	-2
Lizenzen	42,3	39,7	7	7
GESAMT	2.058,7	1.888,0	9	3
Konzerneigener Einzelhandel	1.200,5	1.033,1	16	8
Großhandel	815,9	815,2	0	-4

HUGO BOSS

Konzernbilanz

(in Mio. EUR)			
	30. September 2015	30. September 2014	31. Dezember 2014
Aktiva			
Immaterielle Vermögenswerte	170,3	142,9	148,0
Sachanlagen	420,2	386,3	383,3
Aktive latente Steuern	138,4	100,1	100,4
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	22,7	17,8	19,7
Langfristige Ertragsteuerforderungen	0,7	1,7	1,2
Sonstige langfristige Vermögenswerte	8,0	4,2	7,7
Langfristige Vermögenswerte	760,3	653,0	660,3
Vorräte	544,0	485,7	507,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	248,1	265,0	250,5
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	13,3	11,0	8,3
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	16,5	18,2	22,5
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	113,3	92,3	83,1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	55,8	49,6	128,6
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	0,0	0,0	1,1
Kurzfristige Vermögenswerte	991,0	921,8	1.001,5
GESAMT	1.751,3	1.574,8	1.661,8
Passiva			
Gezeichnetes Kapital	70,4	70,4	70,4
Eigene Aktien	-42,3	-42,3	-42,3
Kapitalrücklage	0,4	0,4	0,4
Gewinnrücklagen	784,5	726,4	801,3
Kumuliertes übriges Eigenkapital	47,1	11,4	14,6
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	860,1	766,3	844,4
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	-0,5	-0,5	-0,5
Konzerneigenkapital	859,6	765,8	843,9
Langfristige Rückstellungen	73,2	70,5	70,6
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	170,4	181,2	153,6
Passive latente Steuern	8,5	11,9	10,1
Sonstige langfristige Schulden	46,5	35,3	37,9
Langfristige Schulden	298,6	298,9	272,2
Kurzfristige Rückstellungen	113,8	101,3	115,7
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	86,6	29,7	18,2
Ertragsteuerschulden	51,1	83,6	59,9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	226,4	202,2	255,0
Sonstige kurzfristige Schulden	115,2	93,3	96,9
Kurzfristige Schulden	593,1	510,1	545,7
GESAMT	1.751,3	1.574,8	1.661,8