

HUGO BOSS

Pressemitteilung

HUGO BOSS Neunmonatsergebnisse 2016

HUGO BOSS bekräftigt Ausblick für das Gesamtjahr 2016

- **Konzernumsatz nach neun Monaten währungsbereinigt um 2% unter Vorjahr**
- **Deutlich verbesserte Umsatzentwicklung in China**
- **Ergebnis (EBITDA vor Sondereffekten) geht um 18% zurück**
- **Ziel für Kosteneinsparungen im laufenden Jahr übertroffen**

Metzingen, 02. November 2016. HUGO BOSS bekräftigt seinen Ausblick für das Gesamtjahr. Zwar ist das Unternehmen seit Monaten mit einem unverändert schwierigen Marktumfeld konfrontiert. Insbesondere in Europa trübte sich die Branchenkonjunktur weiter ein. Dennoch lag die Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal im Rahmen der Erwartungen für das Gesamtjahr. Im chinesischen Markt hat sich die Umsatzdynamik sogar deutlich verbessert. Ein diszipliniertes Rabattmanagement und umfangreiche Kosteneinsparungen begrenzten die Auswirkung der insgesamt negativen Umsatzentwicklung auf das Ergebnis.

„Das dritte Quartal war nicht einfach“, kommentiert Mark Langer, Vorstandsvorsitzender der HUGO BOSS AG. „In China aber zeigt unser Trend nun klar nach oben. Es ist uns außerdem gelungen, unsere Kostenstrukturen sehr schnell an das veränderte Umfeld anzupassen. Damit liegen wir bei allen Maßnahmen, mit denen wir unser Ergebnis im laufenden Jahr absichern, voll im Plan oder sogar darüber. Jetzt gilt es HUGO BOSS wieder auf einen nachhaltigen Wachstumspfad auszurichten. Darauf zielt die Weiterentwicklung unserer Strategie, die wir in Kürze vorstellen werden.“

HUGO BOSS

China-Geschäft kehrt im dritten Quartal zu Wachstum auf vergleichbarer Fläche zurück

Die Umsätze des Konzerns sanken im dritten Quartal auf währungsbereinigter Basis um 3%. Aufgrund negativer Währungseffekte weist HUGO BOSS jedoch ein Umsatzminus von 6% auf 703 Mio. EUR (Q3 2015: 744 Mio. EUR) aus.

In Europa verringerte sich der Umsatz, beeinflusst von einer rückläufigen Marktentwicklung, um 2%. Großbritannien ist währungsbereinigt um 5% gewachsen. In Frankreich und den Beneluxstaaten ging das Geschäft jedoch im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich zurück. Der Umsatz in Deutschland lag um 10% unter Vorjahr. Die Umsätze in der Region Amerika sanken im dritten Quartal in lokalen Währungen um 9%. Ursächlich hierfür war vor allem ein Umsatzrückgang von 14% auf dem US-amerikanischen Markt. Im dortigen Großhandelsgeschäft schränkt das Unternehmen bewusst die Distribution der Kernmarke BOSS ein, um sich markenschädigenden Rabattaktionen zu entziehen. Zweistellige Wachstumsraten in Lateinamerika konnten den Rückgang in den USA nur teilweise kompensieren. Die Umsätze in Asien lagen in lokalen Währungen um 3% unter Vorjahr. Beeinflusst von der weiter rückläufigen Entwicklung in Hongkong und Macau sowie Storeschließungen lag das Geschäft in China zwar währungsbereinigt um 4% unter dem Vorjahresniveau. Auf vergleichbarer Fläche legte der Umsatz auf dem chinesischen Festland jedoch zu. Damit ist der rückläufige Trend der vorangegangenen Quartale gebrochen. Ein höheres Absatzvolumen glich die stärkere Anpassung der Preise an das Niveau in Europa und Amerika mehr als aus.

Der Umsatz im eigenen Einzelhandel (inklusive Outlets und Online-Stores) legte währungsbereinigt um 2% zu. Flächen- und währungsbereinigt nahm der Umsatz jedoch um 6% ab. Das eigene Online-Geschäft ging im dritten Quartal währungsbereinigt um 15% zurück. Im Oktober hat HUGO BOSS einen Relaunch der Webseite durchgeführt. Dabei wurden die Produktpräsentation aufgewertet und die redaktionellen Inhalte ausgeweitet. Eine neu eingeführte mobile App trägt außerdem der stark gestiegenen Nutzung des Online Stores über mobile Endgeräte Rechnung.

HUGO BOSS

Der Umsatz im Großhandelsgeschäft nahm auf währungsbereinigter Basis um 11% ab. Ausschlaggebend waren die Distributionsbereinigungen in den USA und die global verhaltene Nachfrage. Zudem haben sich die europäischen Handelspartner in diesem Jahr stärker auf die Teile der Herbstkollektion konzentriert, die bereits im zweiten Quartal ausgeliefert wurden.

Kostenrückgang kompensiert Umsatzverluste im dritten Quartal nur teilweise

Die Rohertragsmarge profitierte von niedrigeren Rabatten in allen Vertriebskanälen und stieg um 20 Basispunkte auf 64,7% (Q3 2015: 64,5%). Damit wurden negative Währungseffekte mehr als ausgeglichen. Die operativen Aufwendungen sind aufgrund strikten Kostenmanagements leicht gesunken. Das EBITDA vor Sondereffekten ging jedoch aufgrund der rückläufigen Umsatzentwicklung um 14% auf 145 Mio. EUR zurück (Q3 2015: 168 Mio. EUR). Die bereinigte operative Marge war somit im dritten Quartal um 200 Basispunkte rückläufig und lag bei 20,6% (Q3 2015: 22,6%). Das Konzernergebnis sank um 9% auf 81 Mio. EUR (Q3 2015: 89 Mio. EUR).

Europa nach neun Monaten weiterhin die stärkste Absatzregion

In den ersten neun Monaten des Jahres 2016 verzeichnete der HUGO BOSS Konzern in lokalen Währungen einen Umsatzrückgang von 2%. Aufgrund negativer Währungseffekte entspricht dies einem Minus von 4% in der Berichtswährung auf 1.968 Mio. EUR (9M 2015: 2.059 Mio. EUR). Europa legte um 1% zu. Vor allem das Geschäft in Großbritannien entwickelte sich überdurchschnittlich stark. In Amerika sank der Umsatz in lokalen Währungen um 10%. Zuwächse in Zentral- und Lateinamerika sowie Kanada konnten zweistellige Einbußen in den USA nur teilweise kompensieren. In Asien lag der um Wechselkurseffekte bereinigte Umsatz um 5% unter Vorjahr. In China liegt das Minus bei 11%.

Der eigene Einzelhandel (inklusive Outlets und Online-Stores) verzeichnete im Neunmonatszeitraum eine Umsatzsteigerung von 1% vor Wechselkurseffekten. Auf vergleichbarer Fläche und währungsbereinigt lagen die Umsätze um 7% unter dem

HUGO BOSS

Vorjahr. Der über den Großhandelskanal erwirtschaftete Umsatz ging in lokalen Währungen um 8% zurück.

Negative Umsatzentwicklung belastet Ergebnis nach neun Monaten

Die Rohertragsmarge lag mit 65,4% auf Vorjahresniveau (9M 2015: 65,4%). Der steigende Umsatzanteil im konzerneigenen Einzelhandel, in dem HUGO BOSS eine höhere Rohertragsmarge als im Großhandelskanal erzielt, hatte einen positiven Effekt. Dieser wurde aber durch die mit der Frühjahrskollektion 2016 vorgenommene Preisanpassung in Asien kompensiert. Das EBITDA vor Sondereffekten ging um 18% auf 346 Mio. EUR zurück (9M 2015: 423 Mio. EUR). Dies ist im Wesentlichen auf die rückläufige Umsatzentwicklung zurückzuführen, die nur teilweise durch Kosteneinsparungen kompensiert werden konnte. Dementsprechend lag die bereinigte EBITDA-Marge in den ersten neun Monaten bei 17,6% und damit um 290 Basispunkte unter dem Vorjahreswert (9M 2015: 20,5%). Der auf die Anteilseigner entfallende Konzerngewinn verringerte sich um 45% auf 130 Mio. EUR (9M 2015: 235 Mio. EUR). Dieser überproportional hohe Rückgang ergibt sich aus einmaligen Aufwendungen in Höhe von 66 Mio. EUR (9M 2015: 4 Mio. EUR). Sie resultieren vor allem aus der geplanten Schließung rund 20 freistehender Stores. Die damit verbundenen Aufwendungen fielen im zweiten Quartal an.

Free Cashflow steigt trotz rückläufiger Ergebnisentwicklung

Das kurzfristige operative Nettovermögen belief sich Ende September auf 536 Mio. EUR und lag damit sowohl in Konzernwährung als auch währungsbereinigt um 5% unter dem Vorjahreswert (30. September 2015: 566 Mio. EUR). Am Ende des dritten Quartals lagen die Vorräte währungsbereinigt um 1% unter dem Vorjahr. Dies ist im Wesentlichen auf Rückgänge im zweistelligen Prozentbereich in Amerika und Asien/Pazifik zurückzuführen. Die Investitionen sanken um 16% auf 119 Mio. EUR (9M 2015: 141 Mio. EUR). Der Free Cashflow stieg aufgrund dieser Effekte um 14% auf 106 Mio. EUR. (9M 2015: 92 Mio. EUR).

HUGO BOSS

Finanzausblick bekräftigt

Das Management bekräftigt den Ausblick für das Gesamtjahr. Demnach wird sich der Umsatz auf währungsbereinigter Basis stabil entwickeln oder um bis zu 3% sinken. Der Umsatz im eigenen Einzelhandel wird vor allem von dem Ausbau des eigenen Store-Netztes begünstigt werden. Auf vergleichbarer Fläche wird jedoch eine negative Entwicklung erwartet. Für den Großhandelsbereich wird ein Umsatzminus von bis zu 10% prognostiziert. Die Rohertragsmarge sollte sich im Jahr 2016 gegenüber dem Vorjahr stabil entwickeln. Für das operative Ergebnis (EBITDA vor Sondereffekten) erwartet das Unternehmen einen Rückgang zwischen 17% und 23%. Höher als ursprünglich geplante Kosteneinsparungen, die sich im Wesentlichen aus der Nachverhandlung von Mietverträgen im eigenen Einzelhandel, striktem Kostenmanagement in der Verwaltung und der Fokussierung der Marketingaktivitäten zusammensetzen, werden die Ergebnisentwicklung unterstützen. Gegenüber der ursprünglichen Planung werden die Einsparungen 65 Mio. EUR erreichen, 15 Mio. EUR mehr als bislang geplant.

Ungeachtet des Ergebnisrückgangs wird sich der Free Cashflow im Gesamtjahr gegenüber dem Vorjahr voraussichtlich stabil entwickeln. Die Investitionen werden auf 160 Mio. EUR bis 180 Mio. EUR sinken. Das strikte Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens wird sich ebenfalls positiv auf die Cashflow-Entwicklung auswirken.

Weitere Informationen und Finanzkalender

Der Neunmonatsbericht 2016 steht zum Download auf unserer Website group.hugoboss.com zur Verfügung. Dort finden Sie auch weitere Informationen zur HUGO BOSS AG. Am 16. November wird das Management über die langfristige strategische Ausrichtung des Konzerns informieren.

H U G O B O S S

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Hjördis Kettenbach
Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 7123 94-83375
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 2016 | Q3 2015 | Veränderung in % |
|--|--------------|--------------|---------------------|
| Umsatzerlöse | 703,0 | 744,1 | -6 |
| Umsatzkosten | -248,4 | -264,4 | 6 |
| Rohertrag | 454,6 | 479,7 | -5 |
| In % vom Umsatz | 64,7 | 64,5 | 20 bp |
| Vertriebs- und Marketingaufwendungen | -278,4 | -280,6 | 1 |
| Verwaltungsaufwendungen | -65,6 | -62,8 | -4 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge | -1,1 | -3,7 | 70 |
| Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit | 109,5 | 132,6 | -17 |
| In % vom Umsatz | 15,6 | 17,8 | -220 bp |
| Zinsergebnis | -0,6 | -1,4 | 57 |
| Übrige Finanzposten | -2,8 | -16,3 | 83 |
| Finanzergebnis | -3,4 | -17,7 | -81 |
| Ergebnis vor Ertragsteuern | 106,1 | 114,9 | -8 |
| Ertragsteuern | -25,5 | -26,4 | 3 |
| Konzernergebnis | 80,6 | 88,5 | -9 |
| Davon entfallen auf: | | | |
| Anteilseigner des Mutterunternehmens | 80,6 | 88,5 | -9 |
| Nicht beherrschende Anteile | 0,0 | 0,0 | |
| Ergebnis je Aktie (EUR)¹ | 1,17 | 1,28 | -9 |

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBITDA und Sondereffekte

| (in Mio. EUR) | Q3 2016 | Q3 2015 | Veränderung in % |
|----------------------------------|--------------|--------------|---------------------|
| EBITDA vor Sondereffekten | 144,5 | 168,1 | -14 |
| In % vom Umsatz | 20,6 | 22,6 | -200 bp |
| EBITDA-relevante Sondereffekte | -1,5 | -3,7 | 59 |

Umsätze nach Regionen und Vertriebskanälen

| (in Mio. EUR) | Q3 2016 | Q3 2015 | Veränderung in % | Veränderung in % währungsbereinigt |
|------------------------------|--------------|--------------|---------------------|---------------------------------------|
| Europa | 457,3 | 480,1 | -5 | -2 |
| Amerika | 147,2 | 164,7 | -11 | -9 |
| Asien/Pazifik | 82,5 | 84,3 | -2 | -3 |
| Lizenzen | 16,0 | 15,0 | 6 | 6 |
| GESAMT | 703,0 | 744,1 | -6 | -3 |
| Konzern eigener Einzelhandel | 397,9 | 399,2 | 0 | 2 |
| Großhandel | 289,1 | 329,9 | -12 | -11 |

HUGO BOSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

| (in Mio. EUR) | Jan. - Sep. 2016 | Jan. - Sep. 2015 | Veränderung in % |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|
| Umsatzerlöse | 1.967,7 | 2.058,7 | -4 |
| Umsatzkosten | -680,9 | -711,7 | 4 |
| Rohertrag | 1.286,8 | 1.347,0 | -4 |
| In % vom Umsatz | 65,4 | 65,4 | 0 bp |
| Vertriebs- und Marketingaufwendungen | -838,7 | -812,9 | -3 |
| Verwaltungsaufwendungen | -203,8 | -200,7 | -2 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge | -65,7 | -3,6 | < -100 |
| Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit | 178,6 | 329,8 | -46 |
| In % vom Umsatz | 9,1 | 16,0 | -690 bp |
| Zinsergebnis | -1,8 | -5,2 | 65 |
| Übrige Finanzposten | -5,5 | -19,8 | 72 |
| Finanzergebnis | -7,3 | -25,0 | 71 |
| Ergebnis vor Ertragsteuern | 171,3 | 304,8 | -44 |
| Ertragsteuern | -41,1 | -70,1 | 41 |
| Konzernergebnis | 130,2 | 234,7 | -45 |
| Davon entfallen auf: | | | |
| Anteilseigner des Mutterunternehmens | 130,2 | 234,6 | -45 |
| Nicht beherrschende Anteile | 0,0 | 0,1 | |
| Ergebnis je Aktie (EUR)¹ | 1,89 | 3,40 | -45 |

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBITDA und Sondereffekte

| (in Mio. EUR) | Jan. - Sep. 2016 | Jan. - Sep. 2015 | Veränderung in % |
|----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| EBITDA vor Sondereffekten | 345,7 | 422,9 | -18 |
| In % vom Umsatz | 17,6 | 20,5 | -290 bp |
| EBITDA-relevante Sondereffekte | -59,8 | -3,6 | < -100 |

Umsätze nach Regionen und Vertriebskanälen

| (in Mio. EUR) | Jan. - Sep. 2016 | Jan. - Sep. 2015 | Veränderung in % | Veränderung in % währungsbereinigt |
|--------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------------------------|
| Europa | 1.238,1 | 1.253,4 | -1 | 1 |
| Amerika | 418,5 | 479,9 | -13 | -10 |
| Asien/Pazifik | 265,3 | 283,1 | -6 | -5 |
| Lizenzen | 45,8 | 42,3 | 8 | 8 |
| GESAMT | 1.967,7 | 2.058,7 | -4 | -2 |
| Konzerner eigener Einzelhandel | 1.183,2 | 1.200,5 | -1 | 1 |
| Großhandel | 738,7 | 815,9 | -9 | -8 |

HUGO BOSS

Konzernbilanz

(in Mio. EUR)

| | 30. September 2016 | 30. September 2015 | 31. Dezember 2015 |
|--|-------------------------------|-----------------------|-------------------|
| Aktiva | | | |
| Immaterielle Vermögenswerte | 183,2 | 170,3 | 182,6 |
| Sachanlagen | 436,1 | 420,2 | 439,8 |
| Aktive latente Steuern | 129,5 | 138,4 | 115,2 |
| Langfristige finanzielle Vermögenswerte | 23,9 | 22,7 | 22,4 |
| Langfristige Ertragsteuerforderungen | 0,1 | 0,7 | 0,7 |
| Sonstige langfristige Vermögenswerte | 3,3 | 8,0 | 3,9 |
| Langfristige Vermögenswerte | 776,1 | 760,3 | 764,6 |
| Vorräte | 536,9 | 544,0 | 559,5 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 210,7 | 248,1 | 239,6 |
| Kurzfristige Ertragsteuerforderungen | 25,4 | 13,3 | 21,1 |
| Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte | 19,3 | 16,5 | 29,0 |
| Sonstige kurzfristige Vermögenswerte | 105,9 | 113,3 | 104,6 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte | 67,0 0,0 | 55,8 0,0 | 81,4 0,5 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 965,2 | 991,0 | 1.035,7 |
| GESAMT | 1.741,3 | 1.751,3 | 1.800,3 |
| | | | |
| Passiva | 30. September 2016 | 30. September 2015 | 31. Dezember 2015 |
| Gezeichnetes Kapital | 70,4 | 70,4 | 70,4 |
| Eigene Aktien | -42,3 | -42,3 | -42,3 |
| Kapitalrücklage | 0,4 | 0,4 | 0,4 |
| Gewinnrücklagen | 745,1 | 784,5 | 873,2 |
| Kumuliertes übriges Eigenkapital | 32,5 | 47,1 | 54,6 |
| Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital | 806,1 | 860,1 | 956,3 |
| Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital | 0,8 | -0,5 | -0,6 |
| Konzerneigenkapital | 806,9 | 859,6 | 955,7 |
| Langfristige Rückstellungen | 84,7 | 73,2 | 72,1 |
| Langfristige Finanzverbindlichkeiten | 175,0 | 170,4 | 135,0 |
| Passive latente Steuern | 7,7 | 8,5 | 7,8 |
| Sonstige langfristige Schulden | 43,1 | 46,5 | 42,2 |
| Langfristige Schulden | 310,5 | 298,6 | 257,1 |
| Kurzfristige Rückstellungen | 139,1 | 113,8 | 102,8 |
| Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten | 133,3 | 86,6 | 41,5 |
| Ertragsteuerschulden | 29,6 | 51,1 | 46,3 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 212,1 | 226,4 | 271,5 |
| Sonstige kurzfristige Schulden | 109,8 | 115,2 | 125,4 |
| Kurzfristige Schulden | 623,9 | 593,1 | 587,5 |
| GESAMT | 1.741,3 | 1.751,3 | 1.800,3 |