

HUGO BOSS

Pressemitteilung

HUGO BOSS Umsatz und Ergebnis im Jahr 2015 auf Rekordniveau trotz leicht niedrigerem Ergebnisanstieg im vierten Quartal

- Konzernumsatz steigt im Jahr 2015 auf vorläufiger Basis um 9%, währungsbereinigtes Wachstum von 3% entspricht den Erwartungen
- Umsatzwachstum beschleunigt sich im vierten Quartal aufgrund starker Performance in Europa auf 10%, währungsbereinigtes Plus von 5%
- Eigener Einzelhandel bleibt Wachstumstreiber mit 15% Anstieg im Gesamtjahr (währungsbereinigt +7%)
- Anstieg des operativen Ergebnis im vierten Quartal liegt mit 2% leicht unter den Erwartungen, Zuwachs im Gesamtjahr beträgt 1%

Metzingen, 15. Januar 2016. HUGO BOSS hat seinen Umsatz und das operative Ergebnis im Jahr 2015 auf neue Rekordniveaus gesteigert. 2015 war damit das sechste Wachstumsjahr in Folge. Im vierten Quartal des Jahres sorgte die starke Performance in Europa für einen soliden Umsatzanstieg. Fortgesetzte Herausforderungen in China und den USA belasteten jedoch die Umsatz- und Ergebnisentwicklung. Das operative Ergebnis des Konzerns (EBITDA vor Sondereffekten) stieg im vierten Quartal auf vorläufiger, nicht testierter Basis um 2%. Das Ergebniswachstum im Gesamtjahr war damit etwas niedriger als erwartet und belief sich auf 1%.

„Wir entwickeln uns in Europa weiter dynamisch obwohl die politischen Unsicherheiten in der Region zunehmen“, kommentierte Claus-Dietrich Lahrs, Vorstandsvorsitzender der HUGO BOSS AG. „Im laufenden Jahr werden wir unsere Kräfte darauf konzentrieren, die Initiativen voranzutreiben, die profitables Wachstum mittel- und langfristig sichern. Dabei steht die Verknüpfung unserer Online- und stationären Einzelhandelsaktivitäten an erster Stelle. Darüber hinaus werden wir entschiedene Maßnahmen ergreifen, um unser Geschäft in China und den USA trotz des schwierigen Branchenumfelds zu verbessern.“

HUGO BOSS

Der Umsatz des Konzerns stieg im vierten Quartal auf vorläufiger Basis um 10% auf 750 Mio. EUR (Q4 2014: 684 Mio. EUR). Währungsbereinigt betrug der Anstieg 5%. In Europa wuchs der Umsatz aufgrund solider Produktivitätszuwächse im eigenen Einzelhandel und einem Anstieg im Großhandelsgeschäft um 10%. Fast alle Märkte legten zu. Großbritannien und Südeuropa entwickelten sich dabei besonders stark. In Amerika verringerte sich der Umsatz hingegen in lokalen Währungen um 1%. Die Trends im US-Markt blieben im Vergleich zum dritten Quartal nahezu unverändert, der Umsatz verringerte sich hier im niedrigen zweistelligen Prozentbereich. In Asien verzeichneten die meisten Märkte fortgesetzte Umsatzzuwächse. Aufgrund eines zweistelligen Rückgangs in China verzeichnete die Gesamtregion jedoch ein Minus von 7% auf währungsbereinigter Basis. Im eigenen Einzelhandel wuchs der Umsatz konzernweit im vierten Quartal auf währungsbereinigter Basis um 6%. Auf vergleichbarer Fläche wurde in diesem Vertriebskanal allerdings ein Minus von 1% bereinigt um Währungseffekte verzeichnet. Die Umsätze im Großhandelsgeschäft lagen auf währungsbereinigter Basis um 3% über dem Vorjahr.

Das operative Ergebnis des Konzerns (EBITDA vor Sondereffekten) lag auf vorläufiger Basis im vierten Quartal des Jahres 2015 2% im Plus und belief sich auf 171 Mio. EUR (Q4 2014: 167 Mio. EUR). Das solide Umsatzwachstum und ein striktes Management der operativen Gemeinkosten waren dafür maßgeblich. Die leicht rückläufige Umsatzentwicklung auf flächenbereinigter Basis im eigenen Einzelhandel hatte allerdings einen negativen Einfluss. Darüber hinaus erhöhte der Konzern im Vergleich zum Vorjahr die Rabatte, um seine Umsatzentwicklung in einem schwierigen Marktumfeld zu unterstützen. In vielen wichtigen Märkten war das Branchenumfeld von umfangreichen Rabattaktivitäten im Bekleidungseinzelhandel, einer zurückhaltenden Konsumentennachfrage und ungünstigen Witterungsverhältnissen geprägt.

Im Gesamtjahr 2015 lag der Konzernumsatz 9% im Plus und betrug 2.809 Mio. EUR (2014: 2.572 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis wurde ein Anstieg von 3% verzeichnet. Die Umsätze in Europa wuchsen um 6%. Amerika und Asien

H U G O B O S S

Entwickelten sich in lokalen Währungen um 1% beziehungsweise 3% leicht rückläufig. Im eigenen Einzelhandel lag das Wachstum bei 7%. Das Online-Geschäft trug dazu mit einem starken zweistelligen Zuwachs bei. Der Umsatz im Großhandelsgeschäft ging ohne Währungseffekte um 3% zurück. Die Wachstumsraten der Damenmode lagen über dem Konzerndurchschnitt. Zweistellige Zuwächse der Kernmarke BOSS unterstützten diese Entwicklung maßgeblich.

Das EBITDA vor Sondereffekten übertraf auf vorläufiger Basis das Vorjahresniveau um 1%. Im Jahr 2015 lag es bei 594 Mio. EUR (2014: 591 Mio. EUR). Der Zuwachs lag damit leicht unterhalb der Prognose des Konzerns, die ein Wachstum zwischen 3% und 5% vorsah. Dieser Ausblick basierte auf der Annahme einer mindestens stabilen Entwicklung des flächenbereinigten Umsatzes im eigenen Einzelhandel im vierten Quartal. Der Gewinn vor Steuern betrug 419 Mio. EUR, 4% unterhalb des Vorjahresniveaus (2014: 437 Mio. EUR).

Die endgültigen, testierten Ergebnisse des vierten Quartals und des Gesamtjahrs sowie der Dividendenvorschlag des Konzerns werden am 10. März 2016 veröffentlicht. Am gleichen Tag wird das Management die Ergebnisse im Rahmen der Bilanzpresse- und Analystenkonferenzen am Konzernsitz in Metzingen erörtern.

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

H U G O B O S S

Telefon: +49 7123 94-86267

Fax: +49 7123 94-886267