

Metzingen, 10. März 2026

HUGO BOSS VERZEICHNET ROBUSTE Q4-ERGEBNISSE UND ERREICHT ZIELE FÜR 2025 – 2026 ALS JAHR DER STRATEGISCHEN REFOKUSSIERUNG UM BASIS FÜR PROFITABLES WACHSTUM ZU SCHAFFEN

Q4/FY 2025 Geschäftsentwicklung

- Konzernumsatz steigt 2025 währungsbereinigt um 2 % auf 4,3 Mrd. EUR, unterstützt von robustem Wachstum in Höhe von 7 % im vierten Quartal
- Wachstum in EMEA (Q4: +9 %; FY: +2 %) und Amerika (Q4: +6 %; FY: +3 %) gleicht Umsatzrückgänge in Asien/Pazifik mehr als aus (Q4: -1 %; FY: -5 %)
- Robuste Umsatzverbesserungen im stationären Großhandel (Q4: +14 %; FY: +2 %) und im digitalen Geschäft (Q4: +12 %; FY: +7 %); stationärer Einzelhandel kehrt in Q4 zu Wachstum zurück (Q4: +2 %; FY: 0 %)
- Bruttomarge sinkt 2025 um 20 Basispunkte auf 61,5 % aufgrund externer Herausforderungen und trotz anhaltender Effizienzsteigerungen in der Beschaffung (Q4: -160 Basispunkte auf 60,8 %)
- Operative Aufwendungen sinken spürbar dank konsequentem Fokus auf Produktivitätssteigerungen und Kosteneffizienz (Q4: -4 %; FY: -3 %)
- EBIT erhöht sich 2025 um 8 % auf 391 Mio. EUR (Q4: +22 %), EBIT-Marge legt um 80 Basispunkte auf 9,2 % zu (Q4: +190 Basispunkte auf 12,0 %); Ergebnis je Aktie steigt um 17 % auf 3,61 EUR (Q4: +30 %)
- Free Cashflow beläuft sich 2025 auf 499 Mio. EUR vor Leasingverhältnissen (2024: 497 Mio. EUR), unterstützt durch gezielte Maßnahmen zum signifikanten Abbau der Vorratsposition (-10 %)
- HUGO BOSS kündigt ein Aktienrückkaufprogramm von bis zu 200 Mio. EUR bis Ende 2027 an, um zusätzliche Wertsteigerungen für die Aktionäre zu erzielen; Vorschlag der gesetzlichen Mindestdividende von 0,04 EUR je Aktie für Geschäftsjahr 2025 soll finanzielle Flexibilität sichern

Ausblick 2026 (wie am 3. Dezember 2025 veröffentlicht)

- 2026 als Jahr der gezielten Refokussierung unter CLAIM 5 TOUCHDOWN, um BOSS und HUGO weiter zu stärken und Basis für nachhaltiges, profitables Wachstum zu schaffen
- Währungsbereinigter Rückgang des Konzernumsatzes im mittleren bis hohen einstelligen Bereich infolge der gezielten Refokussierung von Marken und Vertriebskanälen erwartet
- EBIT wird voraussichtlich zwischen 300 und 350 Mio. EUR liegen, da Verbesserungen bei der Bruttomarge und anhaltende Effizienzgewinne durch geringere Umsätze mehr als aufgehoben werden

Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender von HUGO BOSS: „2025 hat einmal mehr gezeigt, wie dynamisch sich unsere Branche entwickelt – geprägt von technologischen Innovationen, sich wandelnden Konsumentenpräferenzen sowie anhaltender makroökonomischer und geopolitischer Unsicherheit. Bei HUGO BOSS haben wir uns konsequent auf das konzentriert, was wir aktiv gestalten können: die nachhaltige Stärkung unserer Marken, die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Produkte und die Vertiefung unserer globalen Kundenbeziehungen. Über das Jahr hinweg ist es uns gelungen, inspirierende Momente zu schaffen mit dem Ziel, die Begehrlichkeit unserer Marken und die Verbindung zu unseren Kundinnen und Kunden weiter zu stärken. Gleichzeitig haben wir die Effizienz im Unternehmen weiter gesteigert und unsere Kostenbasis diszipliniert gesteuert. Dieser ausgewogene Ansatz hat es uns ermöglicht, unsere Finanzziele für 2025 zu erreichen, auch dank einer robusten Performance im vierten Quartal.

Über unsere finanzielle Entwicklung hinaus haben wir 2025 auch unsere strategische Ausrichtung geschärft und wichtige Weichen für die Zukunft von HUGO BOSS gestellt. Mit der Einführung von CLAIM 5 TOUCHDOWN im Dezember haben wir einen klaren strategischen Rahmen bis 2028 definiert, der darauf abzielt, unsere Markenstärke weiter auszubauen und den Weg für nachhaltiges, profitables Wachstum sowie eine langfristige Wertsteigerung für unsere Aktionärinnen und Aktionäre zu ebnen. Aufbauend auf dem Erfolg von CLAIM 5, markiert die Strategie eine bewusste Refokussierung unseres Geschäfts mit einem Schwerpunkt auf Profitabilität und Free Cashflow. Damit schaffen wir das Fundament für zukünftige Aktienrenditen. So planen wir, bis Ende 2027 eigene Aktien im Wert von bis zu 200 Mio. EUR zurückzukaufen und damit Wertsteigerung für unsere Aktionärinnen und Aktionäre zu erzielen. Gleichzeitig legen wir großen Wert darauf, unsere finanzielle Flexibilität zu wahren, um unsere Strategie konsequent umzusetzen, in zukünftiges Wachstum zu investieren und uns in einem anhaltend volatilen Marktumfeld erfolgreich behaupten zu können.

2026 nimmt als Jahr der gezielten Refokussierung von Marken und Vertrieb eine Schlüsselrolle ein. Dazu zählen ein noch fokussierterer Ansatz zur Steigerung der Produktivität und Qualität unseres globalen Vertriebsnetzwerks sowie ein noch klareres und hochwertigeres Produktsortiment beider Marken. Auch wenn diese bewussten Maßnahmen Umsatz und Ergebnis kurzfristig beeinflussen, betrachten wir sie als notwendigen Schritt, um HUGO BOSS langfristig erfolgreich aufzustellen. Gleichzeitig behalten wir unsere Profitabilität fest im Blick und arbeiten diszipliniert daran, ein noch stärkeres Ertragsprofil über das Jahr 2026 hinaus zu erreichen. Ich habe volles Vertrauen in die Stärke unserer Marken, unsere Strategie und unser globales Team. Gemeinsam werden wir das volle Potenzial von HUGO BOSS entfalten und das nächste Kapitel unserer Unternehmensgeschichte schreiben.“

Umsatzentwicklung im Geschäftsjahr 2025

(in Mio. EUR)				Währungs- bereinigte
	2025	2024	Veränderung in %	Veränderung in %
Konzernumsatz	4.270	4.307	-1	2
Umsatz nach Marken				
BOSS Menswear	3.346	3.329	1	3
BOSS Womenswear	280	297	-6	-5
HUGO	644	682	-6	-4
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	2.664	2.625	2	2
Amerika	993	1.020	-3	3
Asien/Pazifik	509	553	-8	-5
Lizenzen	104	109	-5	-5
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Stationärer Einzelhandel	2.167	2.241	-3	0
Stationärer Großhandel	1.108	1.111	0	2
Digital	891	846	5	7
Lizenzen	104	109	-5	-5

- Das Geschäftsjahr 2025 war von anhaltenden makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten geprägt, die sowohl das globale Konsumklima als auch die Entwicklung der Branche spürbar belasteten. Vor diesem Hintergrund blieb HUGO BOSS konsequent auf die Umsetzung zentraler Marken-, Produkt- und Vertriebsinitiativen fokussiert, die auf eine langfristige Steigerung des Markenwerts abzielen. Infolgedessen stieg der währungs-bereinigte **Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2025** gegenüber dem Vorjahr um 2 %. In Konzernwährung ging die Umsätze hingegen leicht um 1 % auf 4.270 Mio. EUR zurück (2024: 4.307 Mio. EUR), was auf unvorteilhafte Währungseffekte im Berichtszeitraum zurückzuführen ist.
- Die Umsatzentwicklung wurde insbesondere durch ein starkes Jahresendgeschäft unterstützt. Trotz anhaltender makroökonomischer Unsicherheiten stieg der **Konzernumsatz im vierten Quartal** währungsbereinigt um 7 %. In Konzernwährung legte der Umsatz um 2 % auf 1.281 Mio. EUR zu (Q4 2024: 1.249 Mio. EUR). Diese Entwicklung wurde durch die Rückkehr zum Wachstum im stationären Einzelhandelsgeschäft des Konzerns getragen, einschließlich eines leichten Anstiegs der Umsätze auf vergleichbarer Fläche. Dies ist auf ein erfolgreiches Jahresendgeschäft sowie erfolgreiche Marken- und Produktinitiativen zurückzuführen, die bei den Konsumentinnen und Konsumenten auf große Resonanz stießen. Darüber hinaus verzeichneten der stationäre Großhandel und das digitale Geschäft im vierten Quartal ein robustes Wachstum, das durch höhere Auslieferungen an ausgewählte Partner, einschließlich einer zeitlichen Verschiebung vom ersten Quartal 2026 in das vierte Quartal 2025, vorangetrieben wurde. Damit erzielte das Unternehmen wichtige Fortschritte bei der Optimierung seiner Vorratsposition und legte eine solide Grundlage für die konsequente Umsetzung der Strategie CLAIM 5 TOUCHDOWN im Jahr 2026.

Umsatzentwicklung nach Marken

- HUGO BOSS profitierte 2025 von der starken Positionierung der BOSS Menswear. Zu den Highlights zählten erfolgreiche BOSS und HUGO Markenkampagnen, die ersten beiden Beckham x BOSS Kollektionen sowie die BOSS Fashion Show in Mailand. Infolgedessen stieg der Umsatz von **BOSS Menswear** im Geschäftsjahr 2025 währungsbereinigt um 3 % und im vierten Quartal um 8 %, und unterstreicht damit die Widerstandsfähigkeit der Marke auch in einem volatilen Marktumfeld.
- Gleichzeitig leitete HUGO BOSS, im Einklang mit seiner langfristigen strategischen Ausrichtung, im Jahresverlauf gezielte Maßnahmen ein, um die Positionierung von BOSS Womenswear und HUGO zu schärfen und deren langfristige Entwicklung zu stärken. Dazu zählen unter anderem die Straffung des Produktsortiments sowie die gezielte Schärfung der Vertriebsaktivitäten. Diese strategischen Initiativen zielen darauf ab, Effizienzsteigerungen zu erzielen und die Grundlage für profitables Wachstum zu schaffen. Infolgedessen gingen die Umsätze von **BOSS Womenswear** und **HUGO** im Geschäftsjahr 2025 währungsbereinigt um 5 % bzw. 4 % zurück. Im vierten Quartal sank der Umsatz von BOSS Womenswear währungsbereinigt um 1 %, während HUGO um 2 % zulegen.

Umsatzentwicklung nach Segmenten

- In der Region **EMEA** legte der Umsatz 2025 währungsbereinigt um 2 % zu, was in erster Linie auf Umsatzverbesserungen in wichtigen europäischen Kernmärkten wie Deutschland und Frankreich zurückzuführen ist. Beide Märkte verzeichneten im Schlussquartal eine weitere Beschleunigung, so dass die Umsätze in EMEA im vierten Quartal währungsbereinigt um 9 % stiegen.
- In der Region **Amerika** stieg der Umsatz im Geschäftsjahr währungsbereinigt um 3 %, was kontinuierliche Umsatzverbesserungen im US-Markt im Jahresverlauf widerspiegelt. Im vierten Quartal verzeichnete der US-Markt ein solides Wachstum, während Lateinamerika zweistellige Umsatzsteigerungen erzielte, was insgesamt zu einem Anstieg von 6 % in der Region Amerika führte.
- In **Asien/Pazifik** sank der Umsatz währungsbereinigt um 5 %, vor allem aufgrund einer anhaltend schwachen lokalen Nachfrage in China. Die währungsbereinigte Umsatzentwicklung verbesserte sich schrittweise auf -1 % im vierten Quartal, wobei Wachstum in Südostasien und Pazifik den moderaten Umsatzrückgang in China weitgehend ausgleichen konnte.
- Der Umsatz im **Lizenzgeschäft** blieb währungsbereinigt um 5 % unter dem Vorjahr, was in erster Linie die anspruchsvolle Vergleichsbasis des Geschäftsjahres 2024 widerspiegelt. Im Schlussquartal blieben die Umsätze um 4 % unter dem Vorjahr.

Umsatzentwicklung nach Vertriebskanälen

- Im **stationären Einzelhandel** des Konzerns blieben die Umsätze 2025 währungsbereinigt auf dem Niveau des Vorjahres. Dies spiegelt die insgesamt verhaltenen Kundenfrequenzen in den Stores wider, insbesondere in Märkten wie China und dem Vereinigten Königreich. Im vierten Quartal kehrte der stationäre Einzelhandel zu Wachstum zurück, mit einem währungsbereinigten Plus von 2 % und einem leichten Umsatzanstieg auf vergleichbarer Fläche – unterstützt durch ein erfolgreiches Jahresendgeschäft sowie erfolgreiche Marken- und Produktinitiativen.
- Im **stationären Großhandel** stieg der Umsatz im Jahr 2025 währungsbereinigt um 2 %, unterstützt durch erfolgreiche Kollektionsauslieferungen sowie die weitere Expansion des globalen Franchise-Geschäfts. Im vierten Quartal beschleunigte sich das Wachstum auf 14 %, unterstützt durch höhere Auslieferungen an ausgewählte Partner, einschließlich einer zeitlichen Verschiebung vom ersten Quartal 2026 in das vierte Quartal 2025.
- Das **digitale Geschäft** des Konzerns erzielte 2025 ein währungsbereinigtes Plus von 7 %, und verzeichnete im vierten Quartal eine Beschleunigung auf 12 %, da auch das digitale Geschäft mit Partnern von höheren Auslieferungen sowie der zeitlichen Verschiebung profitierte. Das Wachstum im Gesamtjahr ist vor allem auf den Anstieg der digitalen Umsätze mit Partnern zurückzuführen, die währungsbereinigt um 13 % auf 659 Mio. EUR zulegen (2024: 588 Mio. EUR). Im Gegensatz dazu gingen die über hugoboss.com erzielten Umsätze währungsbereinigt um 9 % auf 232 Mio. EUR zurück (2024: 258 Mio. EUR). Dies spiegelt den gezielten Fokus des Unternehmens auf das Vollpreisgeschäft wider, was sich zwar dämpfend auf die Konversionsraten auswirkte, jedoch den Markenwert langfristig stärkt.

Ergebnisentwicklung im Geschäftsjahr 2025

(in Mio. EUR)	Jan. – Dez. 2025	Jan. – Dez. 2024	Veränderung in %
Umsatzerlöse	4.270	4.307	-1
Umsatzkosten	-1.643	-1.648	0
Bruttoertrag	2.626	2.660	-1
In % vom Umsatz	61,5	61,8	-20 bp
Operative Aufwendungen	-2.236	-2.299	3
In % vom Umsatz	-52,4	-53,4	100 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-1.805	-1.868	3
davon Verwaltungsaufwendungen	-431	-431	0
Operatives Ergebnis (EBIT)	391	361	8
In % vom Umsatz	9,2	8,4	80 bp
Finanzergebnis	-46	-59	23
Ergebnis vor Ertragsteuern	345	302	14
Ertragsteueraufwand	-86	-78	-10
Konzernergebnis	259	224	16
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	249	213	17
Nicht beherrschende Anteile	10	10	-3
Ergebnis je Aktie (in EUR)¹	3,61	3,09	17
Ertragsteuerquote in %	25	26	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

- Mit 61,5 % lag die **Bruttomarge** im Geschäftsjahr 2025 um 20 Basispunkte unter dem Vorjahresniveau. Diese Entwicklung ist vor allem auf mehrere marktbedingte Herausforderungen zurückzuführen, darunter nachteilige Währungseffekte, ein allgemein rabattintensives Marktumfeld sowie ein unvorteilhafter Vertriebskanalmix. Diese Faktoren glichen zusätzliche Effizienzsteigerungen in der Beschaffung sowie niedrigere globale Frachtraten mehr als aus, die der Bruttomargenentwicklung im Geschäftsjahr 2025 spürbaren Rückenwind verliehen. Im vierten Quartal sank die Bruttomarge um 160 Basispunkte auf 60,8 %, was in erster Linie auf gezielt höhere Rabatte im Großhandel zur Reduzierung der Vorratsbestände sowie die damit verbundenen Auswirkungen auf den Vertriebskanalmix zurückzuführen ist.
- HUGO BOSS setzte im Geschäftsjahr 2025 die erfolgreiche Umsetzung verschiedener Maßnahmen zur Steigerung der Kosteneffizienz konsequent fort, insbesondere durch die Verschlankeung und Optimierung zentraler Geschäftsbereiche, darunter Vertrieb, Marketing und Verwaltung. Infolgedessen gingen die **operativen Aufwendungen** um 3 % zurück und verbesserten sich im Verhältnis zum Konzernumsatz um 100 Basispunkte auf 52,4 %. Im vierten Quartal fiel der Rückgang der operativen Aufwendungen besonders deutlich aus. Diese sanken gegenüber dem Vorjahr um 350 Basispunkte auf 48,8 % des Umsatzes, was auch auf geringere nicht zahlungswirksame Wertminderungen zurückzuführen ist.
 - Die **Vertriebs- und Marketingaufwendungen** lagen um 3 % unter dem Vorjahresniveau. Im Verhältnis zum Umsatz verbesserten sich die Vertriebs- und Marketingaufwendungen um 110 Basispunkte auf 42,3 % (2024: 43,4 %). Dabei sanken die Aufwendungen für das stationäre Einzelhandelsgeschäft um 5 % auf 943 Mio. EUR und entsprachen folglich 22,1 % des Konzernumsatzes (2024: 989 Mio. EUR; 23,0 %). Diese Entwicklung ist vor allem auf die Verbesserung von Kostenstrukturen vor dem Hintergrund der allgemeinen Kundenfrequenzen sowie auf geringere nicht zahlungswirksame Wertminderungen in Höhe von 29 Mio. EUR (2024: 47 Mio. EUR) zurückzuführen. Gleichzeitig sanken die Marketinginvestitionen leicht um 2 % auf 303 Mio. EUR und beliefen sich folglich auf 7,1 % des Konzernumsatzes (2024: 309 Mio. EUR; 7,2 %). Dies spiegelt in erster Linie den verstärkten Fokus auf höhere Marketingeffizienz wider, die das Unternehmen mittels Priorisierung von Markeninitiativen mit dem höchsten Return erzielt, einschließlich Markenkampagnen, strategischen Partnerschaften und hochkarätigen Fashion Events.
 - Die **Verwaltungsaufwendungen** lagen dank eines disziplinierten Kostenmanagements auf dem Niveau des Vorjahres. Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Verwaltungsaufwendungen hingegen leicht um 10 Basispunkte auf 10,1 % (2024: 10,0 %).
- Angetrieben durch den konsequenten Fokus des Unternehmens auf operative Exzellenz und Kosteneffizienz legte das **operative Ergebnis (EBIT)** im Geschäftsjahr 2025 um 8 % auf 391 Mio. EUR zu. Infolgedessen verbesserte sich die **EBIT-Marge** des Konzerns um 80 Basispunkte auf 9,2 %. Im vierten Quartal 2025 stieg das EBIT um 22 % auf 154 Mio. EUR, wobei sich die EBIT-Marge um 190 Basispunkte auf 12,0 % verbesserte (Q4 2024: 126 Mio. EUR; 10,1 %).

- Die **Nettofinanzaufwendungen** (Finanzergebnis) beliefen sich im Geschäftsjahr 2025 auf 46 Mio. EUR und lagen damit 23 % unter dem Vorjahr. Diese Entwicklung ist sowohl auf vorteilhafte Währungseffekte als auch geringere Zinsaufwendungen zurückzuführen. Die **Konzernsteuerquote** lag mit 25 % leicht unter dem Vorjahresniveau.
- Das **Konzernergebnis** belief sich im Geschäftsjahr 2025 folglich auf 259 Mio. EUR und lag damit 16 % über dem Vorjahreswert. Das **auf die Anteilseigner entfallende Konzernergebnis** erhöhte sich um 17 % auf 249 Mio. EUR, was zu einem **Ergebnis je Aktie** von 3,61 EUR führte.

Vermögens- und Finanzlage

(in Mio. EUR)	31. Dezember 2025	31. Dezember 2024	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Vorräte	918	1.072	-14	-10
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	386	362	7	10
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	529	643	-18	-17
Kurzfristiges operatives Nettovermögen (TNWC)	775	791	-2	5

- Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** lag währungsbereinigt um 5 % über dem Vorjahresniveau, was vor allem auf geringere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen ist. Die **Vorräte** gingen im Vergleich zum Vorjahr währungsbereinigt um 10 % zurück. Im Verhältnis zum Umsatz beliefen sich die Vorräte auf 21,5 %, und lagen damit deutlich unter dem Niveau des Vorjahres (31. Dezember 2024: 24,9 %). Neben einer robusten Umsatzentwicklung im vierten Quartal 2025 spiegelt dies die disziplinierten und zielgerichteten Maßnahmen des Unternehmens zur Optimierung der Vorratsposition wider und legt damit eine solide Grundlage für die erfolgreiche Umsetzung von CLAIM 5 TOUCHDOWN im Jahr 2026. Der gleitende Durchschnitt des **TNWC im Verhältnis zum Umsatz** auf Basis der letzten vier Quartale belief sich auf 20,0 % (31. Dezember 2024: 19,6 %).
- Die **Investitionen** gingen 2025 um 32 % auf 195 Mio. EUR zurück (2024: 286 Mio. EUR). Diese Entwicklung spiegelt im Wesentlichen den strategischen Fokus des Unternehmens auf die Steigerung der Effizienz der Investitionen wider, nachdem in den Vorjahren umfangreiche Investitionen getätigt worden sind, insbesondere in den Bereichen Einzelhandel und Logistik.
- Der **Free Cashflow** vor Leasingverhältnissen (d. h. unter Berücksichtigung der Auswirkungen von IFRS 16) belief sich im Geschäftsjahr 2025 auf 499 Mio. EUR (2024: 497 Mio. EUR), was die cash-generierende Ausrichtung des Geschäftsmodells unterstreicht. Diese Entwicklung wurde durch einen besonders starken Free Cashflow im vierten Quartal unterstützt. So legte dieser um 20 % zu, was auf eine teilweise Vorverlegung der Cash-Generierung von 2026 auf 2025 zurückzuführen ist.
- Die **Nettofinanzposition**, ohne Berücksichtigung von Leasingverbindlichkeiten nach IFRS 16, belief sich zum Ende des Geschäftsjahres auf plus 48 Mio. EUR (31. Dezember 2024:

minus 78 Mio. EUR). Unter Berücksichtigung von Leasingverbindlichkeiten entspricht dies einem Betrag von minus 839 Mio. EUR (31. Dezember 2024: minus 1.038 Mio. EUR).

Ausblick für das Geschäftsjahr 2026

	Ergebnis 2025	Prognose 2026
Konzernumsatz	Rückgang um 1 % in Konzernwährung auf 4.270 Mio. EUR	Rückgang im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich (währungsbereinigt)
Umsatzentwicklung nach Regionen		
EMEA	Anstieg um 2 % in Konzernwährung auf 2.664 Mio. EUR	Rückgang im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich (währungsbereinigt)
Amerika	Rückgang um 3 % in Konzernwährung auf 993 Mio. EUR	Rückgang im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich (währungsbereinigt)
Asien/Pazifik	Rückgang um 8 % in Konzernwährung auf 509 Mio. EUR	Rückgang im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich (währungsbereinigt)
Operatives Ergebnis (EBIT)	Anstieg um 8 % auf 391 Mio. EUR	Rückgang auf einen Betrag zwischen 300 Mio. EUR und 350 Mio. EUR
Konzernergebnis	Anstieg um 16 % auf 259 Mio. EUR	Rückgang weitgehend im Einklang mit EBIT
Kurzfristiges operatives Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz	Anstieg um 40 Basispunkte auf 20,0 %	in etwa 20 % des Konzernumsatzes
Investitionen	Rückgang um 32 % auf 195 Mio. EUR (4,6 % des Konzernumsatzes)	in etwa 4 % des Konzernumsatzes

- Für HUGO BOSS wird das Geschäftsjahr **2026 eine entscheidende Rolle auf dem Weg zu langfristig profitabilem Wachstum** spielen. Im Rahmen von CLAIM 5 TOUCHDOWN wird 2026 ein Jahr der gezielten Refokussierung der Marken und Vertriebskanäle sein, um BOSS und HUGO weiter zu stärken und ihre langfristige Positionierung zu festigen. Die Umsetzung der Strategie zwischen 2026 und 2028 konzentriert sich auf drei zentrale Bereiche: Marke, Vertrieb und Operations. Die Initiativen entlang dieser Prioritäten sollen die Marken gezielt stärken, Effizienz und Kostendisziplin weiter erhöhen und gleichzeitig die Grundlage für eine **Rückkehr zu Umsatz- und Ergebniswachstum ab 2027** schaffen.
- Vor dem Hintergrund der gezielten Refokussierung der Marken und Vertriebskanäle erwartet HUGO BOSS – wie am 3. Dezember 2025 veröffentlicht – für 2026 einen währungs-bereinigten Rückgang des **Konzernumsatzes** im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich, bevor ab 2027 eine Rückkehr zum Wachstum erfolgen soll. Die bewusste Refokussierung umfasst einen selektiveren Vertriebsansatz, einschließlich gezielter Store-schließungen, die zu einer moderaten Nettoverringerung der Verkaufsfläche im stationären Einzelhandel führen werden. Gleichzeitig sollen die Vertriebsqualität im stationären Großhandel und im digitalen Geschäft gezielt verbessert werden. Parallel dazu wird das Produktsortiment markenübergreifend weiter gestrafft, insbesondere bei BOSS Womenswear und HUGO, um die Markenpositionierung zu schärfen und die Markenrelevanz zu stärken.
- In diesem Zusammenhang wird für **EMEA** im Geschäftsjahr 2026 ein währungsbereinigter Umsatzrückgang im mittleren bis hohen einstelligen Bereich erwartet, der vor allem auf gezielte Verbesserungen der Vertriebsqualität im physischen und digitalen Großhandel

zurückzuführen ist. Auch in **Amerika** rechnet HUGO BOSS mit einem währungsbereinigten Umsatzrückgang im mittleren bis hohen einstelligen Bereich, hauptsächlich bedingt durch angestrebte Produktivitäts- und Qualitätsverbesserungen über alle Kontaktpunkte hinweg. In **Asien/Pazifik** wird ebenfalls ein währungsbereinigter Umsatzrückgang im mittleren bis hohen einstelligen Bereich erwartet. Dieser spiegelt Maßnahmen zur weiteren Aufwertung der Marken und Vertriebskanäle im Einzelhandel, einschließlich selektiver Store-schließungen, sowie eine weiterhin zurückhaltende Einschätzung hinsichtlich der Erholung der chinesischen Konsumnachfrage wider.

- Wie am 3. Dezember 2025 veröffentlicht, wird entsprechend der erwarteten rückläufigen Umsatzentwicklung für 2026 mit einem **EBIT** zwischen 300 Mio. EUR und 350 Mio. EUR gerechnet. Während angestrebte Verbesserungen der Bruttomarge und eine anhaltende Kostendisziplin die Ergebnisentwicklung unterstützen sollten, wird angesichts geringerer Umsätze für 2026 ein relativer Anstieg der operativen Aufwendungen erwartet. Das **Konzernergebnis** wird sich 2026 voraussichtlich weitgehend im Einklang mit dem EBIT entwickeln.
- Im Rahmen von CLAIM 5 TOUCHDOWN strebt das Unternehmen zwischen 2026 und 2028 einen durchschnittlichen jährlichen **Free Cashflow** von rund 300 Mio. EUR (ohne Berücksichtigung der Auswirkungen von IFRS 16) an, um somit die Grundlage für zukünftige Aktienrenditen zu schaffen. 2026 wird die Free-Cashflow-Generierung 2026 voraussichtlich unterhalb dieses Durchschnitts liegen, was auf eine teilweise Vorverlegung der Cash-Generierung in das Geschäftsjahr 2025 zurückzuführen ist. Das angestrebte Durchschnittsziel über den Dreijahreszeitraum bleibt jedoch weitgehend unverändert. Unter Einbeziehung von IFRS 16 entspricht dies einem durchschnittlichen jährlichen Free Cashflow von rund 500 Mio. EUR. Die Cashflow-Generierung soll durch ein striktes Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens (Trade Net Working Capital, TNWC) sowie geringere Investitionen unterstützt werden.
 - Für das Geschäftsjahr 2026 wird erwartet, dass sich das **TNWC** in etwa am oberen Ende des in CLAIM 5 TOUCHDOWN definierten mittelfristigen Zielkorridors von 18 % bis 20 % des Konzernumsatzes bewegen wird. In diesem Zusammenhang wird HUGO BOSS auch weiterhin einen starken Fokus auf ein diszipliniertes TNWC-Management legen, um die Auswirkungen des erwarteten Umsatzrückgangs weitgehend abzufedern.
 - Gleichzeitig dürfte sich das **Investitionsniveau** in den kommenden Jahren weiter normalisieren. Für 2026 wird erwartet, dass die Investitionsintensität am oberen Ende der mittelfristigen Zielspanne von 3 % bis 4 % des Konzernumsatzes liegen wird.

Kapitalallokation

- Angesichts der robusten Finanzlage des Unternehmens, einschließlich der starken Free-Cashflow-Generierung und der soliden Bilanz, sowie des Vertrauens des Managements in die zukünftige Entwicklung von HUGO BOSS hat der Vorstand die Durchführung eines **Aktienrückkaufprogramms** beschlossen, um dadurch weitere Wertsteigerung für die Aktionäre zu erzielen. Bis zum 31. Dezember 2027 plant HUGO BOSS den Rückkauf von Aktien im Wert von bis zu 200 Mio. EUR. Der Aktienrückkauf soll aus der fortgesetzten Free-Cashflow-Generierung des Unternehmens finanziert werden, wobei HUGO BOSS beabsichtigt, die zurückgekauften Aktien einzuziehen.
- Gleichzeitig bleibt HUGO BOSS fest entschlossen, die finanzielle Flexibilität zu bewahren, die erforderlich ist, um seine Strategie konsequent umzusetzen, in zukünftiges Wachstum zu investieren und seine Bilanz in einem anhaltend volatilen Umfeld weiter zu stärken. Folglich, und im Einklang mit einem konsequenten Kapitalallokationsansatz, beabsichtigen der Vorstand und der Aufsichtsrat, der Hauptversammlung am 21. Mai 2026 vorzuschlagen, für das Geschäftsjahr 2025 lediglich die gesetzliche **Mindestdividende** von 0,04 EUR je Aktie auszuschütten (2024: 1,40 EUR).

HUGO BOSS veröffentlicht Geschäftsbericht 2025

- Weitere Informationen können dem **HUGO BOSS Geschäftsbericht 2025** entnommen werden. Der diesjährige Bericht steht unter dem Motto SHAPE und unterstreicht das Bekenntnis des Unternehmens, die nächste strategische Phase von HUGO BOSS unter CLAIM 5 TOUCHDOWN aktiv zu gestalten – mit einem klaren Fokus auf nachhaltigem, profitabilem Wachstum und langfristiger Wertsteigerung. Der digitale Bericht bietet zahlreiche interaktive Features und spannende Storys.

Finanzkalender und Kontakte

5. Mai 2026

Ergebnisse des ersten Quartals 2026

21. Mai 2026

Hauptversammlung

4. August 2026

Ergebnisse des zweiten Quartals 2026 & Halbjahresfinanzbericht 2026

3. November 2026

Ergebnisse des dritten Quartals 2026

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Media Relations

Carolin Westermann

Senior Vice President Global Corporate Communications

Telefon: +49 7123 94-86321

E-Mail: carolin_westermann@hugoboss.com

Investor Relations

Christian Stöhr

Senior Vice President Investor Relations

Telefon: +49 7123 94-87563

E-Mail: christian_stoehr@hugoboss.com

FINANZINFORMATIONEN

zu Q4 2025 und Jan. – Dez. 2025

Konzernkennzahlen – Quartal

(in Mio. EUR)

	Q4 2025	Q4 2024	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	1.281	1.249	2	7
Umsatz nach Marken				
BOSS Menswear	1.008	974	4	8
BOSS Womenswear	81	84	-3	-1
HUGO	191	192	0	2
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	774	726	7	9
Amerika	322	324	0	6
Asien/Pazifik	155	170	-9	-1
Lizenzen	29	31	-4	-4
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Stationärer Einzelhandel	669	687	-3	2
Stationärer Großhandel	295	269	10	14
Digital	287	263	9	12
Lizenzen	29	31	-4	-4
Ertragslage				
Bruttoertrag	779	780	0	
Bruttomarge in %	60,8	62,4	-160 bp	
EBIT	154	126	22	
EBIT-Marge in %	12,0	10,1	190 bp	
EBITDA	276	273	1	
EBITDA-Marge in %	21,5	21,9	-30 bp	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	109	84	30	
Finanzlage				
Investitionen	78	76	3	
Free Cashflow	361	300	20	
Abschreibungen	122	147	17	
Weitere Erfolgsfaktoren				
Personalaufwand	246	247	0	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	1,57	1,21	30	
Schlusskurs (zum 31. Dez.)	36,15	44,78	-19	
Aktienanzahl in Stück (zum 31. Dez.)	70.400.000	70.400.000	0	

Konzernkennzahlen – Gesamtjahr

(in Mio. EUR)

	2025	2024	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	4.270	4.307	-1	2
Umsatz nach Marken				
BOSS Menswear	3.346	3.329	1	3
BOSS Womenswear	280	297	-6	-5
HUGO	644	682	-6	-4
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	2.664	2.625	2	2
Amerika	993	1.020	-3	3
Asien/Pazifik	509	553	-8	-5
Lizenzen	104	109	-5	-5
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Stationärer Einzelhandel	2.167	2.241	-3	0
Stationärer Großhandel	1.108	1.111	0	2
Digital	891	846	5	7
Lizenzen	104	109	-5	-5
Ertragslage				
Bruttoertrag	2.626	2.660	-1	
Bruttomarge in %	61,5	61,8	-20 bp	
EBIT	391	361	8	
EBIT-Marge in %	9,2	8,4	80 bp	
EBITDA	782	775	1	
EBITDA-Marge in %	18,3	18,0	30 bp	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	249	213	17	
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 31. Dez.				
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	775	791	-2	5
Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % vom Umsatz ¹	20,0	19,6	40 bp	
Langfristige Vermögenswerte	1.858	1.930	-4	
Eigenkapital	1.558	1.450	7	
Eigenkapitalquote in %	42	38	-400 bp	
Bilanzsumme	3.721	3.782	-2	
Finanzlage				
Investitionen	195	286	-32	
Free Cashflow	499	497	0	
Abschreibungen	391	414	-6	
Nettoverschuldung (zum 31. Dez.) ²	839	1.038	-19	
Weitere Erfolgsfaktoren				
Mitarbeitende (zum 31. Dez.) ³	17.527	18.623	-6	
Personalaufwand	984	979	1	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	3,61	3,09	17	
Dividende je Aktie	0,04 ⁴	1,40	-97	
Schlusskurs (zum 31. Dez.)	36,15	44,78	-19	
Aktienanzahl in Stück (zum 31. Dez.)	70.400.000	70.400.000	0	

¹ Gleitender Durchschnitt der letzten vier Quartale.

² Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16 lag die Nettofinanzposition bei plus 48 Mio. EUR (31. Dezember 2024: minus 78 Mio. EUR).

³ Vollzeitäquivalent (Full-time equivalent, FTE).

⁴ Dividendenvorschlag; gesetzliche Mindestdividende.

Umsatz nach Regionen und Vertriebskanälen – Gesamtjahr

EMEA

(in Mio. EUR)				Währungs- bereinigte Veränderung in %
	2025	2024	Veränderung in %	
Stationärer Einzelhandel	1.093	1.108	-1	0
Stationärer Großhandel	859	860	0	1
Digital	712	657	8	9
Gesamt	2.664	2.625	2	2

Amerika

(in Mio. EUR)				Währungs- bereinigte Veränderung in %
	2025	2024	Veränderung in %	
Stationärer Einzelhandel	650	676	-4	2
Stationärer Großhandel	210	207	2	7
Digital	133	137	-3	2
Gesamt	993	1.020	-3	3

Asien/Pazifik

(in Mio. EUR)				Währungs- bereinigte Veränderung in %
	2025	2024	Veränderung in %	
Stationärer Einzelhandel	424	457	-7	-4
Stationärer Großhandel	39	44	-11	-7
Digital	45	52	-13	-10
Gesamt	509	553	-8	-5

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung – Quartal

(in Mio. EUR)

	Q4 2025	Q4 2024	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.281	1.249	2
Umsatzkosten	-501	-470	-7
Bruttoertrag	779	780	0
In % vom Umsatz	60,8	62,4	-160 bp
Operative Aufwendungen	-625	-654	4
In % vom Umsatz	-48,8	- 52,3	350 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-510	-543	6
davon Verwaltungsaufwendungen	-115	-110	-4
Operatives Ergebnis (EBIT)	154	126	22
In % vom Umsatz	12,0	10,1	190 bp
Finanzergebnis	-14	-14	1
Ergebnis vor Ertragsteuern	140	112	25
Ertragsteueraufwand	-28	-25	-13
Konzernergebnis	112	87	28
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	109	84	30
Nicht beherrschende Anteile	3	4	-11
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	1,57	1,21	30
Ertragsteuerquote in %	20	22	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBIT und EBITDA – Quartal

(in Mio. EUR)

	Q4 2025	Q4 2024	Veränderung in %
EBIT	154	126	22
In % vom Umsatz	12,0	10,1	190 bp
Abschreibungen	122	147	17
EBITDA	276	273	1
In % vom Umsatz	21,5	21,9	-30 bp

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung – Gesamtjahr 2025

(in Mio. EUR)

	Jan. – Dez. 2025	Jan. – Dez. 2024	Veränderung in %
Umsatzerlöse	4.270	4.307	-1
Umsatzkosten	-1.643	-1.648	0
Bruttoertrag	2.626	2.660	-1
In % vom Umsatz	61,5	61,8	-20 bp
Operative Aufwendungen	-2.236	-2.299	3
In % vom Umsatz	-52,4	-53,4	100 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-1.805	-1.868	3
davon Verwaltungsaufwendungen	-431	-431	0
Operatives Ergebnis (EBIT)	391	361	8
In % vom Umsatz	9,2	8,4	80 bp
Finanzergebnis	-46	-59	23
Ergebnis vor Ertragsteuern	345	302	14
Ertragsteueraufwand	-86	-78	-10
Konzernergebnis	259	224	16
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	249	213	17
Nicht beherrschende Anteile	10	10	-3
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	3,61	3,09	17
Ertragsteuerquote in %	25	26	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBIT und EBITDA – Gesamtjahr 2025

(in Mio. EUR)

	Jan. – Dez. 2025	Jan. – Dez. 2024	Veränderung in %
EBIT	391	361	8
In % vom Umsatz	9,2	8,4	80 bp
Abschreibungen	391	414	-6
EBITDA	782	775	1
In % vom Umsatz	18,3	18,0	30 bp

Konzernbilanz

(in Mio. EUR)

	31. Dezember 2025	31. Dezember 2024
Aktiva		
Sachanlagen	646	667
Immaterielle Vermögenswerte	255	230
Nutzungsrechte an Leasingobjekten	800	877
Aktive latente Steuern	128	124
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	29	31
Sonstige langfristige Vermögenswerte	0	1
Langfristige Vermögenswerte	1.858	1.930
Vorräte	918	1.072
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	386	362
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	34	23
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	51	49
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	130	136
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	343	211
Kurzfristige Vermögenswerte	1.863	1.853
Gesamt	3.721	3.782
Passiva		
Gezeichnetes Kapital	70	70
Eigene Aktien	-42	-42
Andere Kapitalrücklagen	0	7
Gewinnrücklagen	1.479	1.320
Kumuliertes übriges Eigenkapital	30	72
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	1.537	1.427
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	20	23
Konzerneigenkapital	1.558	1.450
Langfristige Rückstellungen	90	100
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	203	276
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	688	731
Passive latente Steuern	36	18
Sonstige langfristige Schulden	5	3
Langfristige Schulden	1.021	1.128
Kurzfristige Rückstellungen	76	68
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	93	20
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	199	228
Ertragsteuerschulden	27	8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	529	643
Sonstige kurzfristige Schulden	219	237
Kurzfristige Schulden	1.143	1.204
Gesamt	3.721	3.782

Konzernkapitalflussrechnung

(in Mio. EUR)

	Jan. – Dez. 2025	Jan. – Dez. 2024
Konzernergebnis	259	224
Abschreibungen/Zuschreibungen	391	414
Ergebnis aus der Nettoposition der monetären Posten gemäß IAS 29	-3	-4
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	24	-6
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	1	2
Ertragsteueraufwand/-ertrag	86	78
Zinserträge und -aufwendungen	51	55
Veränderung der Vorräte	109	-4
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	-35	11
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-125	113
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	1	12
Veränderung Pensionsrückstellungen	-1	0
Veränderung übrige Rückstellungen	3	-35
Gezahlte Ertragsteuern	-69	-74
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	692	786
Investitionen in Sachanlagen	-137	-227
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-56	-59
Investitionen in Finanzanlagen	-3	-1
Veräußerung von Tochtergesellschaften abzüglich veräußerter Zahlungsmittel	0	-1
Effekt aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	0	-2
Erhaltene Zinsen	2	1
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-193	-289
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	-97	-93
An Inhaber nicht beherrschender Anteile gezahlte Dividenden	-10	-6
Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	0	3
Tilgung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-12	-90
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	18	50
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-211	-216
Gezahlte Zinsen	-49	-53
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-361	-405
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-6	0
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	133	92
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	211	118
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	343	211

Free Cashflow

(in Mio. EUR)

	Jan. – Dez. 2025	Jan. – Dez. 2024
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	692	786
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-193	-289
Free Cashflow	499	497

Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte

2025	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	540	558	364	1.462
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	185	148	152	485
2024				
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	572	579	381	1.532
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	199	139	162	500