

Metzingen, 4. August 2026

HUGO BOSS TREIBT STRATEGIE CLAIM 5 TOUCHDOWN IM ZWEITEN QUARTAL VORAN UND BESTÄTIGT AUSBLICK FÜR 2026

Geschäftsentwicklung Q2/H1 2026

- Spürbare Fortschritte bei CLAIM 5 TOUCHDOWN führen zu höherer Ertragsqualität, verbesserter Produktivität und starker Cash-Generierung
- Strategische Refokussierung und herausforderndes Marktumfeld führen zu Rückgang des Konzernumsatzes um 9 %¹ in Q2 und um 8 % im ersten Halbjahr
- Verhaltene Konsumentennachfrage dämpft regionale Entwicklung vor allem in EMEA (Q2: –13 %; H1: –11 %); Amerika (Q2: –1 %; H1: –3 %) und Asien/Pazifik (Q2: –5 %; H1: –2 %) zeigen sich insgesamt widerstandsfähiger
- CLAIM 5 TOUCHDOWN führt zu deutlichen Verbesserungen bei der Bruttomarge, die in Q2 um 200 Basispunkte auf 64,9 % steigt (H1: +160 Basispunkte auf 63,7 %)
- Operative Aufwendungen sinken dank striktem Kostenmanagement und kontinuierlicher Effizienzsteigerungen in Q2 und im ersten Halbjahr um 4 %
- EBIT verringert sich in Q2 auf 59 Mio. EUR und entspricht aufgrund des relativen Anstiegs der operativen Aufwendungen einer EBIT-Marge von 6,5 % (H1: 94 Mio. EUR; 5,2 %); Ergebnis je Aktie beträgt 0,49 EUR (H1: 0,73 EUR)
- Free Cashflow vor Leasingverhältnissen beläuft sich in Q2 dank konsequenter Ausrichtung auf Cash-Generierung auf 105 Mio. EUR (H1: 137 Mio. EUR), unterstützt durch Abbau der Vorratsposition um 15 % gegenüber Vorjahr

Ausblick 2026

- Ausblick für das Gesamtjahr 2026 bestätigt: Währungsbereinigter Rückgang des Konzernumsatzes im mittleren bis hohen einstelligen Bereich erwartet; EBIT wird voraussichtlich zwischen 300 und 350 Mio. EUR liegen
- HUGO BOSS bleibt auf die Umsetzung von CLAIM 5 TOUCHDOWN konzentriert und richtet seinen Fokus in einem herausfordernden Marktumfeld weiter konsequent auf Profitabilität, Cash-Generierung und Qualität des Geschäfts

Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender von HUGO BOSS: „Das zweite Quartal war ein weiterer wichtiger Schritt bei der Umsetzung von CLAIM 5 TOUCHDOWN. Wir stärken unser Geschäft gezielt und schaffen damit die Basis für nachhaltiges, profitables Wachstum.“

¹ Sämtliche umsatzbezogenen Wachstumsraten sind währungsbereinigt.

Die Umsatzentwicklung war weiterhin von unserer strategischen Refokussierung und dem herausfordernden Marktumfeld geprägt. Mit unserer Strategie erzielen wir jedoch bereits konkrete Fortschritte und stärken HUGO BOSS strukturell. So konnten wir die Bruttomarge deutlich verbessern, die Vorräte reduzieren und erneut einen starken Free Cashflow erwirtschaften. Das zeigt: Wir steuern aktiv, was in unserer Hand liegt – mit einem klaren Fokus auf höhere Produktivität, Ertragsqualität und nachhaltige Cash-Generierung.

Auch in anderen strategisch wichtigen Bereichen machen wir Fortschritte. Gezielte Markenaktivierungen rund um unsere Frühjahr/Sommer 2026 Kollektionen haben die Interaktion mit unseren Konsumentinnen und Konsumenten gestärkt. Gleichzeitig haben wir unser Produktsortiment weiter gestrafft und unser globales Vertriebsnetzwerk optimiert. Auch unser Kundenbindungsprogramm HUGO BOSS XP gewinnt weiter an Dynamik, insbesondere bei jüngeren Konsumentinnen und Konsumenten.

Mit Blick auf die Zukunft sind unsere Prioritäten klar: Wir investieren weiter in die Relevanz unserer Marken, verbessern die Profitabilität strukturell und stärken die Cash-Generierung. Auch wenn die makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten anhalten, stimmen uns die Fortschritte im ersten Halbjahr zuversichtlich. Mit unserer konsequenten Strategieumsetzung und einer starken finanziellen Basis sind wir gut aufgestellt, das langfristige Potenzial von HUGO BOSS zu erschließen und nachhaltigen Wert für unsere Aktionärinnen und Aktionäre zu schaffen."

CLAIM 5 TOUCHDOWN – Update zur Strategieumsetzung

Brand Excellence

- HUGO BOSS hat im ersten Halbjahr 2026 den Markenwert und die Preisdurchsetzung von BOSS und HUGO weiter ausgebaut. Die Marketingaufwendungen lagen mit 7,1 % des Konzernumsatzes auf dem im Rahmen von CLAIM 5 TOUCHDOWN angestrebten Niveau von rund 7 %, bei gleichzeitig gestiegener Effizienz und Wirksamkeit der Aktivitäten.
- Die Frühjahr/Sommer 2026-Kampagnen von BOSS und HUGO sowie starke Markenaktivierungen – wie die BOSS Open und der BOSS Summer Club mit Soho House – haben die Interaktion mit den Konsumentinnen und Konsumenten weiter gestärkt. Die Social-Media-Community wuchs auf fast 30 Millionen Follower.
- Im Zuge der laufenden Optimierung des Produktangebots wurde die Komplexität der Winterkollektion 2026 im mittleren einstelligen Prozentbereich reduziert. Dies unterstützt eine klarere Sortimentsstruktur und trägt zum Ziel bei, die Produktkomplexität bis 2028 um 20 % zu senken.

Distribution Excellence

- HUGO BOSS XP gewann weiter an Dynamik. Die Anzahl der globalen Mitglieder stieg gegenüber dem Vorjahr um 16 % auf mehr als 14 Millionen. Dies unterstreicht die wachsende Relevanz von BOSS und HUGO auch bei jüngeren Konsumentinnen und Konsumenten, die nahezu die Hälfte der neuen Mitglieder ausmachten.

- Der Fokus auf Vertriebsqualität und Verkäufen zum Vollpreis unterstützte die Ertragsqualität im zweiten Quartal. Auf vergleichbarer Fläche ging der Umsatz im stationären Einzelhandel währungsbereinigt um 6 % zurück und erwies sich damit trotz der verhaltenen Konsumentennachfrage widerstandsfähiger als das Einzelhandelsgeschäft in Summe.
- Die Flächenproduktivität im stationären Einzelhandel wurde durch die gezielte Optimierung des globalen Storenetzwerks unterstützt. Im ersten Halbjahr schloss das Unternehmen netto 21 Stores, davon sechs im zweiten Quartal, überwiegend im Zuge auslaufender Mietverträge. Gleichzeitig entwickelte HUGO BOSS sein Storeportfolio weiter, unter anderem durch die Eröffnung des ersten eigenständigen BOSS Green Stores im US-Markt.

Operational Excellence

- Die Bruttomarge stieg im zweiten Quartal um 200 Basispunkte auf 64,9 %. Die Verbesserung ist auf Effizienzgewinne in der Beschaffung, gezielte Preisanpassungen sowie einen höheren Anteil an Verkäufen zum Vollpreis zurückzuführen.
- Ein diszipliniertes Bestandsmanagement führte zu einer Verbesserung der Vorratsposition um 240 Basispunkte auf 23,1 % des Konzernumsatzes. Dies trug zugleich zu einer weiteren Reduzierung des operativen Nettovermögens (TNWC) bei.
- Der Free Cashflow vor Leasingverhältnissen belief sich auf 105 Mio. EUR und unterstreicht die starke Cash-Generierung des Unternehmens. Unterstützt wurde dies durch ein diszipliniertes Investitionsniveau von 3,4 % des Umsatzes, was die Umsetzung der strategischen Prioritäten ermöglichte. Im zweiten Quartal wurde die mehrjährige Erweiterung des zentralen Distributionszentrums des Unternehmens in Filderstadt, Deutschland, mit einer Gesamtinvestition von mehr als 100 Millionen Euro erfolgreich in Betrieb genommen.

Q2 Umsatzentwicklung

(in Mio. EUR)	Q2 2026	Q2 2025	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	905	1.002	-10	-9
Umsatz nach Marken				
BOSS	792	870	-9	-8
HUGO	113	132	-14	-14
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	532	618	-14	-13
Amerika	236	236	0	-1
Asien/Pazifik	116	124	-6	-5
Lizenzen	21	24	-13	-13
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Einzelhandel	565	620	-9	-8
Großhandel	320	357	-10	-10
Lizenzen	21	24	-13	-13

- Im **zweiten Quartal 2026** setzte HUGO BOSS die gezielte Refokussierung seiner Marken und Vertriebskanäle im Rahmen von CLAIM 5 TOUCHDOWN konsequent fort. Mit entsprechenden Maßnahmen fokussiert sich das Unternehmen weiterhin darauf, die Begehrlichkeit seiner Marken und die Qualität seines Vertriebs zu stärken und damit langfristige Wertschaffung gegenüber kurzfristigem Umsatzwachstum zu priorisieren.

- **Makroökonomische Unsicherheiten und geopolitische Spannungen** belasteten die globale Konsumentennachfrage auch im zweiten Quartal, insbesondere in der Region EMEA. Darüber hinaus wirkte sich die infolge geopolitischer Entwicklungen rückläufige Kundenfrequenz im Nahen Osten zusätzlich auf die regionale Geschäftsentwicklung aus.
- Vor diesem Hintergrund ging der **Konzernumsatz** im zweiten Quartal währungsbereinigt um 9 % zurück. In Konzernwährung verringerte sich der Umsatz aufgrund unvorteilhafter Währungsentwicklungen um 10 % auf 905 Mio. EUR (Q2 2025: 1.002 Mio. EUR).
- In der **ersten Jahreshälfte 2026** lag der Konzernumsatz währungsbereinigt um 8 % unter dem Niveau des Vorjahres. In Konzernwährung ging der Umsatz um 10 % auf 1.810 Mio. EUR zurück (H1 2025: 2.000 Mio. EUR).

Q2 Umsatzentwicklung nach Marken

- Der Umsatz von **BOSS** ging im zweiten Quartal währungsbereinigt um 8 % zurück. Die Entwicklung war weiterhin von gezielten Maßnahmen zur Stärkung des Markenwerts und der Profitabilität geprägt, was aufgrund der anhaltenden Neupositionierung insbesondere das Womenswear-Geschäft betraf.
- Bei **HUGO** blieb der Umsatz währungsbereinigt um 14 % unter dem Vorjahr. Die Entwicklung spiegelte die fortgesetzte strategische Schärfung der Marke mit Fokus auf Contemporary Tailoring sowie die Optimierung des Produktangebots hin zu einem fokussierten, produktiven Sortiment wider.

Q2 Umsatzentwicklung nach Regionen

- In der Region **EMEA** lag der Umsatz währungsbereinigt um 13 % unter dem Vorjahresniveau. Neben einer insgesamt zurückhaltenderen lokalen Nachfrage in Kernmärkten wie Deutschland, dem Vereinigten Königreich und Frankreich spiegelt dies auch ein geringeres Geschäft mit Touristen in der Region wider. Im Nahen Osten gingen die Umsätze infolge rückläufiger Kundenfrequenzen nach den jüngsten geopolitischen Entwicklungen im zweistelligen Prozentbereich zurück.
- Der Umsatz in der Region **Amerika** verbesserte sich sukzessive gegenüber dem ersten Quartal und lag währungsbereinigt lediglich 1 % unter dem Vorjahresniveau. Während der Umsatz im US-Markt leicht rückläufig war, verzeichnete Lateinamerika moderates Wachstum.
- In der Region **Asien/Pazifik** ging der Umsatz währungsbereinigt um 5 % zurück. Dies ist auf geringere Umsätze sowohl in China als auch in Südostasien & Pazifik zurückzuführen.
- Die Umsätze im **Lizenzgeschäft** lagen um 13 % unter dem Vorjahresniveau. Diese Entwicklung ist vor allem auf einen Umsatzrückgang im Duftsegment zurückzuführen, der in erster Linie ein herausforderndes Umfeld im Travel-Retail-Geschäft widerspiegelt.

Q2 Umsatzentwicklung nach Vertriebskanälen

- Im konzerneigenen **Einzelhandel** (einschließlich stationärer Geschäfte und eigenständig betriebener digitaler Kundenkontaktpunkte) lagen die Umsätze währungsbereinigt um 8 % unter dem Vorjahr. Diese Entwicklung spiegelt eine verhaltene Kundenfrequenz sowie die fortgesetzte Optimierung des globalen Storenetzwerks wider, einschließlich einer Reduzierung der Gesamtverkaufsfläche um 4 % gegenüber dem Vorjahr. Auf vergleichbarer Fläche erwiesen sich die stationären Umsätze mit einem währungsbereinigten Rückgang von 6 % als widerstandsfähiger, einschließlich eines leicht negativen Einflusses der Entwicklungen im Nahen Osten. Die über eigene digitale Kanäle (hugoboss.com und Online-Concessions) erzielten Umsätze gingen währungsbereinigt um 18 % auf 64 Mio. EUR zurück (Q2 2025: 78 Mio. EUR), da HUGO BOSS seinen Fokus auf die Erzielung von Vollpreisumsätzen beibehält.
- Im **Großhandel** (einschließlich stationärem und digitalem Großhandel) gingen die währungsbereinigten Umsätze um 10 % zurück. Diese Entwicklung spiegelt den strategischen Fokus auf die Stärkung der Vertriebsqualität mittels eines selektiveren Partner- und Sortimentsansatzes – insbesondere im digitalen Großhandel – sowie ein insgesamt vorsichtigeres Bestellverhalten wider.

Q2 Ergebnisentwicklung

(in Mio. EUR)	Q2 2026	Q2 2025	Veränderung in %
Umsatzerlöse	905	1.002	-10
Umsatzkosten	-318	-372	15
Bruttoertrag	587	630	-7
In % vom Umsatz	64,9	62,9	200 bp
Operative Aufwendungen	-528	-548	4
In % vom Umsatz	-58,4	-54,8	-360 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-409	-433	6
davon Verwaltungsaufwendungen	-119	-116	-3
Operatives Ergebnis (EBIT)	59	81	-28
In % vom Umsatz	6,5	8,1	-160 bp
Finanzergebnis	-12	-12	1
Ergebnis vor Ertragsteuern	47	70	-32
Ertragsteuern	-13	-19	32
Konzernergebnis	34	50	-32
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	33	47	-29
Nicht beherrschende Anteile	1	3	-81
Ergebnis je Aktie (in EUR)¹	0,49	0,68	-29
Ertragsteuquote in %	28	28	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

- Die **Bruttomarge** stieg im zweiten Quartal 2026 um 200 Basispunkte auf 64,9 %. Diese Verbesserung ist auf Effizienzsteigerungen in der Beschaffung, gezielte Preisanpassungen sowie einen höheren Anteil an Vollpreisverkäufen zurückzuführen, was belegt, dass sich der Fokus des Unternehmens auf die Steigerung der Geschäftsqualität in einer höheren Ertragsqualität niederschlägt.

- Die **operativen Aufwendungen** gingen im zweiten Quartal um 4 % zurück, was vor allem auf geringere Vertriebs- und Marketingaufwendungen sowie anhaltende Fortschritte bei den Effizienzmaßnahmen des Unternehmens zurückzuführen ist. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die operativen Aufwendungen angesichts geringerer Umsätze hingegen um 360 Basispunkte auf 58,4 %.
- Die **Vertriebs- und Marketingaufwendungen** lagen um 6 % unter dem Vorjahresniveau und spiegeln diszipliniertes Kostenmanagement im Einzelhandel und im Marketing wider. Dabei profitierten die Marketinginvestitionen von einer Steigerung der Effektivität sowie einer ausgewogeneren zeitlichen Verteilung über das Jahr hinweg. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die Vertriebs- und Marketingaufwendungen auf insgesamt 45,2 % (Q2 2025: 43,2 %).
- Die **Verwaltungsaufwendungen** erhöhten sich infolge fortlaufender Investitionen in den digitalen Bereich sowie einmaliger Aufwendungen im mittleren einstelligen Millionen-Euro-Bereich im Zusammenhang mit dem freiwilligen Übernahmeangebot der Frasers Group um insgesamt 3 %. Abgesehen davon setzte HUGO BOSS sein diszipliniertes Kostenmanagement konsequent fort. Im Verhältnis zum Umsatz lagen die Verwaltungsaufwendungen bei 13,2 % (Q2 2025: 11,5 %).
- Dank der deutlichen Verbesserungen bei der Bruttomarge und des disziplinierten Kostenmanagements gelang es HUGO BOSS, die Auswirkungen des Umsatzrückgangs auf die Profitabilität teilweise auszugleichen, was die zunehmende Widerstandsfähigkeit des Ertragsprofils unterstreicht. Insgesamt belief sich das **operative Ergebnis (EBIT)** im zweiten Quartal auf 59 Mio. EUR, was einer **EBIT-Marge** von 6,5 % entspricht.
- Das **Konzernergebnis** belief sich folglich auf 34 Mio. EUR. Das **auf die Anteilseigner entfallende Konzernergebnis** verringerte sich um 29 % auf 33 Mio. EUR, was zu einem **Ergebnis je Aktie** von 0,49 EUR führte.

Kurzfristiges operatives Nettovermögen

(in Mio. EUR)	30. Juni 2026	30. Juni 2025	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Vorräte	943	1.090	-14	-15
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	289	325	-11	-12
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	470	576	-18	-19
Kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)	763	839	-9	-11

- Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** lag währungsbereinigt um 11 % unter dem Vorjahresniveau, was auf geringere Vorräte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen ist. Die **Vorräte** lagen währungsbereinigt um 15 % unter dem Vorjahr und verbesserten sich folglich auf 23,1 % des Konzernumsatzes (30. Juni 2025: 25,5 %). Diese Entwicklung spiegelt das disziplinierte Vorratsmanagement des Unternehmens sowie den konsequenten Fokus auf die Optimierung der Working-Capital-Effizienz wider. Dies unterstützte sowohl eine starke Cashflow-Generierung als auch eine verbesserte finanzielle Flexibilität. Der gleitende Durchschnitt des **TNWC im Verhältnis zum Umsatz** auf Basis der letzten vier Quartale belief sich auf 19,8 % (30. Juni 2025: 19,7 %).

Ausblick

- Das Geschäftsjahr 2026 stellt für HUGO BOSS einen wichtigen Schritt im Rahmen der Umsetzung von CLAIM 5 TOUCHDOWN dar, mit der das Unternehmen die Qualität seines Geschäfts weiter optimiert. Während **makroökonomische und geopolitische Unsicherheiten** die Verbraucherstimmung auch künftig belasten dürften, konzentriert sich das Unternehmen weiterhin konsequent auf Profitabilität, eine disziplinierte Steuerung der Vorräte, Cash-Generierung und operative Flexibilität und **priorisiert langfristige Wertschaffung gegenüber kurzfristigem Umsatzwachstum**.
- Angesichts der im ersten Halbjahr erzielten Fortschritte, insbesondere bei der Bruttomarge, dem Vorratsmanagement und der Cash-Generierung, **bestätigt HUGO BOSS seine Prognose** für das Geschäftsjahr 2026.
 - Vor dem Hintergrund des anhaltenden Fokus auf die Aufwertung der Marken, Vertriebsqualität und langfristigen Produktivität erwartet das Unternehmen für 2026 einen währungsbereinigten Rückgang des **Konzernumsatzes** im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich (2025: 4.270 Mio. EUR). Währungseffekte dürften sich moderat negativ auf den Umsatz in Konzernwährung auswirken.
 - Aus regionaler Sicht erwartet HUGO BOSS für **EMEA** nunmehr einen währungsbereinigten Umsatzrückgang im hohen einstelligen bis niedrigen zweistelligen Prozentbereich. In den Regionen **Amerika** und **Asien/Pazifik** rechnet das Unternehmen für das Jahr 2026 fortan mit einem Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich (bisherige Annahme: Rückgang in allen drei Regionen im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich). Dabei bleibt HUGO BOSS in allen Regionen auf die weitere Verbesserung von Vertriebsqualität, Produktivität und Profitabilität fokussiert und behält gleichzeitig einen wachsamten Blick auf die globale Konsumnachfrage.
 - Das **EBIT** wird im Geschäftsjahr 2026 voraussichtlich zwischen 300 Mio. EUR und 350 Mio. EUR liegen (2025: 391 Mio. EUR). Angestrebte Verbesserungen der Bruttomarge und eine anhaltende Kostendisziplin sollten die Ergebnisentwicklung unterstützen, während das Unternehmen angesichts geringerer Umsätze einen relativen Anstieg der operativen Aufwendungen erwartet. Das **Konzernergebnis** wird sich voraussichtlich weitgehend im Einklang mit dem EBIT entwickeln.
 - Für das Geschäftsjahr 2026 wird erwartet, dass sich das **TNWC** in etwa am oberen Ende des mittelfristigen Zielkorridors von 18 % bis 20 % des Konzernumsatzes bewegen wird (2025: 20,0 %), was die anhaltende Disziplin beim Bestands- und TNWC-Management widerspiegelt.
 - Das **Investitionsniveau** dürfte sich 2026 weiter normalisieren. So erwartet HUGO BOSS, dass die Investitionsintensität am oberen Ende der mittelfristigen Zielspanne von 3 % bis 4 % des Konzernumsatzes liegen wird (2025: 4,6 %)
- Weitere Informationen zum Ausblick für das Jahr 2026 sind dem **Geschäftsbericht 2025** zu entnehmen.

Freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot der Frasers Group

Am 9. Juli 2026 veröffentlichte HUGO BOSS seine **gemeinsame begründete Stellungnahme** zu dem am 25. Juni 2026 veröffentlichten freiwilligen öffentlichen Übernahmeangebot (Barangebot) der Frasers Group plc. Nach sorgfältiger und unabhängiger Prüfung der Angebotsunterlage und der darin enthaltenen Bedingungen, einschließlich zweier externer Opinions zur finanziellen Angemessenheit des Angebotspreises, empfahlen Vorstand und Aufsichtsrat den Aktionären gemeinsam, das Angebot nicht anzunehmen. Beide Gremien kamen zu dem Schluss, dass der Angebotspreis von 38,00 EUR je Aktie den eigenständigen Unternehmenswert von HUGO BOSS sowie dessen zukünftiges Wertschöpfungspotenzial nicht angemessen widerspiegelt. HUGO BOSS sieht durch die weitere Umsetzung seiner Strategie CLAIM 5 TOUCHDOWN ein erhebliches Wertschöpfungspotenzial. Die weitere Annahmefrist des Angebots endet am 13. August 2026.

Finanzkalender und Kontakte

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

Quartalsmitteilung zum Q2 2026

Metzingen, 4. August 2026

Seite 9

HUGO BOSS**FINANZINFORMATIONEN****ZU Q2 2026 UND JANUAR – JUNI 2026****Konzernkennzahlen – Quartal**

(in Mio. EUR)

	Q2 2026	Q2 2025	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	905	1.002	-10	-9
Umsatz nach Marken				
BOSS	792	870	-9	-8
HUGO	113	132	-14	-14
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	532	618	-14	-13
Amerika	236	236	0	-1
Asien/Pazifik	116	124	-6	-5
Lizenzen	21	24	-13	-13
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Einzelhandel	565	620	-9	-8
Großhandel	320	357	-10	-10
Lizenzen	21	24	-13	-13
Ertragslage				
Bruttoertrag	587	630	-7	
Bruttomarge in %	64,9	62,9	200 bp	
EBIT	59	81	-28	
EBIT-Marge in %	6,5	8,1	-160 bp	
EBITDA	148	172	-14	
EBITDA-Marge in %	16,4	17,1	-70 bp	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	33	47	-29	
Finanzlage				
Investitionen	31	40	-22	
Free Cashflow	105	138	-24	
Abschreibungen	90	90	-1	
Weitere Kennzahlen				
Personalaufwand	244	250	-2	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	0,49	0,68	-29	
Schlusskurs (zum 30. Juni)	37,57	39,27	-4	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Juni) ¹	69.016.167	70.400.000	-2	

¹ Gemäß dem Beschluss der Hauptversammlung 2026 und der Mitteilung vom 22. Juni 2026, hat HUGO BOSS sämtliche 1.383.833 eigenen Aktien eingezogen.

Konzernkennzahlen – sechs Monate

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2026	Jan. – Juni 2025	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	1.810	2.000	-10	-8
Umsatz nach Marken				
BOSS	1.572	1.706	-8	-6
HUGO	238	295	-19	-18
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	1.100	1.249	-12	-11
Amerika	424	448	-5	-3
Asien/Pazifik	239	253	-6	-2
Lizenzen	46	50	-6	-6
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Einzelhandel	1.074	1.172	-8	-6
Großhandel	689	779	-12	-10
Lizenzen	46	50	-6	-6
Ertragslage				
Bruttoertrag	1.152	1.242	-7	
Bruttomarge in %	63,7	62,1	160 bp	
EBIT	94	142	-34	
EBIT-Marge in %	5,2	7,1	-190 bp	
EBITDA	273	324	-16	
EBITDA-Marge in %	15,1	16,2	-110 bp	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	50	82	-39	
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 30. Juni				
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	763	839	-9	-11
Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % vom Umsatz ¹	19,8	19,7	10 bp	
Langfristige Vermögenswerte	1.821	1.863	-2	
Eigenkapital	1.634	1.377	19	
Eigenkapitalquote in %	46	38	800 bp	
Bilanzsumme	3.532	3.612	-2	
Finanzlage				
Investitionen	60	72	-16	
Free Cashflow	137	71	92	
Abschreibungen	178	182	-2	
Nettoverschuldung (zum 30. Juni) ²	788	1.141	-31	
Weitere Kennzahlen				
Mitarbeitende (zum 30. Juni) ³	16.809	18.262	-8	
Personalaufwand	493	507	-3	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	0,73	1,19	-39	
Schlusskurs (zum 30. Juni)	37,57	39,27	-4	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Juni) ⁴	69.016.167	70.400.000	-2	

¹ Gleitender Durchschnitt der letzten vier Quartale.

² Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16 lag die Nettofinanzposition bei plus 52 Mio. EUR (30. Juni 2025: minus 240 Mio. EUR).

³ Vollzeitäquivalent (Full-time equivalent, FTE).

⁴ Gemäß dem Beschluss der Hauptversammlung 2026 und der Mitteilung vom 22. Juni 2026, hat HUGO BOSS sämtliche 1.383.833 eigenen Aktien eingezogen.

Quartalsmitteilung zum Q2 2026

Metzingen, 4. August 2026

Seite 11

HUGO BOSS

Umsatz nach Regionen und Vertriebskanälen – sechs Monate

EMEA

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2026	Jan. – Juni 2025	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Einzelhandel	544	605	-10	-9
Großhandel	556	644	-14	-12
Gesamt	1.100	1.249	-12	-11

Amerika

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2026	Jan. – Juni 2025	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Einzelhandel	310	333	-7	-5
Großhandel	114	115	0	3
Gesamt	424	448	-5	-3

Asien/Pazifik

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2026	Jan. – Juni 2025	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Einzelhandel	220	233	-5	-1
Großhandel	19	20	-7	-5
Gesamt	239	253	-6	-2

Quartalsmitteilung zum Q2 2026

Metzingen, 4. August 2026

Seite 12

HUGO BOSS**Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung – Quartal**

(in Mio. EUR)	Q2 2026	Q2 2025	Veränderung in %
Umsatzerlöse	905	1.002	-10
Umsatzkosten	-318	-372	15
Bruttoertrag	587	630	-7
In % vom Umsatz	64,9	62,9	200 bp
Operative Aufwendungen	-528	-548	4
In % vom Umsatz	-58,4	-54,8	-360 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-409	-433	6
davon Verwaltungsaufwendungen	-119	-116	-3
Operatives Ergebnis (EBIT)	59	81	-28
In % vom Umsatz	6,5	8,1	-160 bp
Finanzergebnis	-12	-12	1
Ergebnis vor Ertragsteuern	47	70	-32
Ertragsteuern	-13	-19	32
Konzernergebnis	34	50	-32
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	33	47	-29
Nicht beherrschende Anteile	1	3	-81
Ergebnis je Aktie (in EUR)¹	0,49	0,68	-29
Ertragsteuerquote in %	28	28	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.**EBIT und EBITDA – Quartal**

(in Mio. EUR)	Q2 2026	Q2 2025	Veränderung in %
EBIT	59	81	-28
In % vom Umsatz	6,5	8,1	-160 bp
Abschreibungen	-90	-90	1
EBITDA	148	172	-14
In % vom Umsatz	16,4	17,1	-70 bp

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung – sechs Monate

(in Mio. EUR)	Jan. – Juni 2026	Jan. – Juni 2025	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.810	2.000	-10
Umsatzkosten	-658	-758	13
Bruttoertrag	1.152	1.242	-7
In % vom Umsatz	63,7	62,1	160 bp
Operative Aufwendungen	-1.058	-1.100	4
In % vom Umsatz	-58,5	-55,0	-350 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-819	-874	6
davon Verwaltungsaufwendungen	-239	-226	-6
Operatives Ergebnis (EBIT)	94	142	-34
In % vom Umsatz	5,2	7,1	-190 bp
Finanzergebnis	-22	-21	-5
Ergebnis vor Ertragsteuern	73	122	-40
Ertragsteuern	-20	-34	-40
Konzernergebnis	52	87	-40
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	50	82	-39
Nicht beherrschende Anteile	2	6	-64
Ergebnis je Aktie (in EUR)¹	0,73	1,19	-39
Ertragsteuerquote in %	28	28	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBIT und EBITDA – sechs Monate

(in Mio. EUR)	Jan. – Juni 2026	Jan. – Juni 2025	Veränderung in %
EBIT	94	142	-34
In % vom Umsatz	5,2	7,1	-190 bp
Abschreibungen	-178	-182	2
EBITDA	273	324	-16
In % vom Umsatz	15,1	16,2	-110 bp

Quartalsmitteilung zum Q2 2026

Metzingen, 4. August 2026

Seite 14

HUGO BOSS**Konzernbilanz**

(in Mio. EUR)

	30. Juni 2026	30. Juni 2025	31. Dezember 2025
Aktiva			
Sachanlagen	630	644	646
Immaterielle Vermögenswerte	263	235	255
Nutzungsrechte an Leasingobjekten	755	822	800
Aktive latente Steuern	140	129	128
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	33	32	29
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1	1	0
Langfristige Vermögenswerte	1.821	1.863	1.858
Vorräte	943	1.090	918
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	289	325	386
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	43	25	34
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	37	47	51
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	168	156	130
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	231	106	343
Kurzfristige Vermögenswerte	1.711	1.750	1.863
Gesamt	3.532	3.612	3.721
Passiva			
Gezeichnetes Kapital	69	70	70
Eigene Aktien	0	-42	-42
Andere Kapitalrücklagen	0	0	0
Gewinnrücklagen	1.487	1.309	1.479
Kumuliertes übriges Eigenkapital	54	24	30
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	1.611	1.361	1.537
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	23	16	20
Konzerneigenkapital	1.634	1.377	1.558
Langfristige Rückstellungen	88	89	90
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	145	284	203
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	657	697	688
Passive latente Steuern	36	31	36
Sonstige langfristige Schulden	4	2	5
Langfristige Schulden	930	1.102	1.021
Kurzfristige Rückstellungen	81	86	76
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	34	62	93
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	183	204	199
Ertragsteuerschulden	19	3	27
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	470	576	529
Sonstige kurzfristige Schulden	179	202	219
Kurzfristige Schulden	968	1.133	1.143
Gesamt	3.532	3.612	3.721

Quartalsmitteilung zum Q2 2026

Metzingen, 4. August 2026

Seite 15

HUGO BOSS

Konzernkapitalflussrechnung

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2026	Jan. – Juni 2025
Konzernergebnis	52	87
Abschreibungen/Zuschreibungen	178	182
Ergebnis aus der Nettoposition der monetären Posten gemäß IAS 29	-3	0
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	-1	17
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	0	0
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	20	34
Zinserträge und -aufwendungen	23	26
Veränderung der Vorräte	-7	-68
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	81	0
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-106	-102
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	-1	0
Veränderung Pensionsrückstellungen	1	-1
Veränderung übrige Rückstellungen	2	8
Gezahlte Ertragsteuern	-45	-40
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	195	143
Investitionen in Sachanlagen	-39	-51
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-21	-21
Investitionen in Finanzanlagen	0	-1
Effekt aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	0	0
Erhaltene Zinsen	2	1
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-58	-72
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	-3	-97
Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	0	55
Tilgung von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-119	-8
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	0	10
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-108	-108
Gezahlte Zinsen	-24	-23
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-254	-170
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	5	-6
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-112	-105
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	343	211
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	231	106

Free Cashflow

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2026	Jan. – Juni 2025
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	195	143
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-58	-72
Free Cashflow	137	71

Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte

30. Juni 2026	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	517	532	346	1.395
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	177	144	143	464
31. Dez. 2025				
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	540	558	364	1.462
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	185	148	152	485