

# HUGO BOSS

Quartalsmitteilung zum Q2 2019

Metzingen, 1. August 2019

## **HUGO BOSS steigert Umsatz und operatives Ergebnis im zweiten Quartal**

- **Konzernumsatz legt im zweiten Quartal währungsbereinigt um 2 % zu**
- **Beschleunigtes Umsatzwachstum in China: zweistelliger Zuwachs auf vergleichbarer Fläche**
- **Onlinegeschäft wächst weiter zweistellig**
- **Effizienz deutlich erhöht: Operatives Ergebnis (EBIT) wächst in Q2 um 3 %\***
- **Vorstand erwartet Umsatz und Ergebnis im Gesamtjahr am unteren Ende der bestehenden Prognose**

„In einem weiterhin anspruchsvollen Marktumfeld haben wir sowohl unseren Umsatz, als auch unser operatives Ergebnis im zweiten Quartal gesteigert“, sagt **Mark Langer, Vorstandsvorsitzender der HUGO BOSS AG**. „Für die zweite Jahreshälfte erwarten wir nunmehr eine deutliche Beschleunigung der Umsatz- und Ergebnisentwicklung. Dies wird entscheidend dazu beitragen, unsere Gesamtjahresziele zu erreichen. Wichtige Impulse werden dabei unsere Partnerschaften im Onlinebereich und die fortschreitende Optimierung unseres Storenetzwerks liefern.“

HUGO BOSS hat im zweiten Quartal einen währungsbereinigten Umsatzzuwachs von 2 % auf 675 Mio. EUR erzielt. In Konzernwährung entspricht das einer Steigerung von 3 %. Besonders dynamisch entwickelte sich der Umsatz erneut in der Region Asien/Pazifik. Dort beschleunigte sich das währungsbereinigte Umsatzwachstum auf 8 %. In China erzielte HUGO BOSS auf vergleichbarer Fläche ein prozentual zweistelliges Plus. In Europa kompensierten höhere Umsätze in Großbritannien und Frankreich einen Rückgang in Deutschland. Insgesamt stiegen die währungsbereinigten Umsätze in Europa um 2 %. Aufgrund des anhaltend schwierigen

---

\* Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16. Eine ausführliche Darstellung der Auswirkungen des IFRS 16 auf die Ertragslage des Konzerns im zweiten Quartal ist Seite 9 dieser Quartalsmitteilung zu entnehmen.

# HUGO BOSS

Marktumfelds in den USA lagen die Umsätze in Amerika um 3 % unter dem Vorjahr. So wirkten sich vor allem das Abschwächen der positiven Effekte der US-Steuerreform, ein nachlassendes Geschäft mit Touristen sowie ein insgesamt rabattintensives Marktumfeld negativ auf die Umsatzentwicklung aus.

Die konzernweiten Einzelhandelsumsätze stiegen im zweiten Quartal währungsbereinigt um 3 %, wobei der Anstieg auf vergleichbarer Fläche bei 2 % lag. Das Onlinegeschäft legte währungsbereinigt um 16 % zu und verzeichnete damit das siebte Quartal in Folge zweistellige Wachstumsraten. Angesichts einer äußerst disziplinierten Rabattpolitik fiel das Wachstum erwartungsgemäß niedriger aus als in den Vorquartalen. Das Großhandelsgeschäft entwickelte sich stabil, wobei der Umsatz in Europa und Asien/Pazifik über dem Vorjahr lag.

Das operative Ergebnis (EBIT) stieg im zweiten Quartal um 3 % auf 76 Mio. EUR.\* Neben dem Umsatzplus trug vor allem ein konsequentes Kostenmanagement zu dem Ergebnisanstieg bei. Damit konnte HUGO BOSS einen Rückgang der Rohertragsmarge im zweiten Quartal kompensieren.

In Summe verzeichnete HUGO BOSS in der ersten Jahreshälfte 2019 ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum in Höhe von 1 %. In Konzernwährung entspricht dies einem Umsatzanstieg von 3 % auf 1.339 Mio. EUR. Das EBIT lag mit 130 Mio. EUR um 9 % unter Vorjahresniveau.\* Damit hat der Ergebnisanstieg im zweiten Quartal den Rückgang im ersten Quartal, der vor allem auf Einmaleffekten beruhte, teilweise kompensiert.

## **Unteres Ende der bestehenden Umsatz- und Ergebnisprognose erwartet**

Auf Basis der Halbjahresergebnisse bestätigt HUGO BOSS den Ausblick für das Gesamtjahr 2019. Gleichzeitig erwartet das Management nun, das untere Ende der bestehenden Umsatz- und Ergebnisprognose zu erreichen. Damit trägt HUGO BOSS vor allem den anhaltenden Herausforderungen im US-Markt Rechnung. Das Unternehmen geht davon aus, dass das währungsbereinigte Umsatzwachstum am unteren

---

\* Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16. Eine ausführliche Darstellung der Auswirkungen des IFRS 16 auf die Ertragslage des Konzerns im zweiten Quartal ist Seite 9 dieser Quartalsmitteilung zu entnehmen.

# H U G O B O S S

Ende der bestehenden Prognose (Anstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich) liegen wird. Für die Umsatzbeschleunigung in der zweiten Jahreshälfte soll der eigene Einzelhandel sorgen, für den auf Gesamtjahressicht ein währungsbereinigter Umsatzanstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich prognostiziert wird. Neben einer beschleunigten Umsatzentwicklung auf vergleichbarer Fläche verspricht sich das Unternehmen für das zweite Halbjahr wichtige Impulse aus der Intensivierung von Partnerschaften mit Onlinehändlern im Konzessionsmodell und aus der fortlaufenden Optimierung seines Storenetzwerks.

Für die zweite Jahreshälfte rechnet das Unternehmen zudem mit einer deutlich beschleunigten Ergebnisentwicklung. Für das Gesamtjahr geht HUGO BOSS davon aus, ein Wachstum des EBIT am unteren Ende der bestehenden Prognose (Anstieg im hohen einstelligen Prozentbereich) zu erzielen (ohne Berücksichtigung der voraussichtlichen Auswirkungen des IFRS 16). Neben eines für das zweite Halbjahr erwarteten deutlichen Anstiegs des Rohertrags sollte sich auch die erwartete weitere Verbesserung der Kosteneffizienz positiv auf die Ergebnisentwicklung auswirken.

## **Umsetzung der strategischen Prioritäten liegt im Plan**

Auch im zweiten Quartal ist das Unternehmen bei der Umsetzung seiner strategischen Prioritäten gut vorangekommen. Mit der Einführung von „BOSS Made for Me“ hat das Unternehmen seine personalisierten Angebote erweitert. Kunden können mit diesem Programm die Oberstoffe, das Futter und die Knöpfe ihres neuen BOSS Anzugs frei kombinieren und somit individuell an ihre Wünsche anpassen. Das Gesicht der begleitenden Kampagne ist der Profi-Fußballer Mats Hummels. „BOSS Made for Me“ wird bereits in ausgewählten BOSS Stores in Europa angeboten – darunter in London, Paris und München. In den kommenden Monaten wird dieser Service sukzessive ausgeweitet.

Auch die Renovierung strategisch wichtiger BOSS Stores verläuft planmäßig. So fand im zweiten Quartal die Wiedereröffnung von acht Geschäften mit dem neuen Storekonzept statt – darunter in Stockholm, Tokio und Macau. Inzwischen können Kunden in mehr als 40 Metropolen die BOSS Kollektionen im neuen Ambiente erleben. Für die Marke HUGO eröffneten im gleichen Zeitraum drei weitere Stores mit eigenem

# H U G O B O S S

Möbelkonzept in Tokio, Singapur und Moskau. Stand heute präsentiert sich HUGO seinen Kunden damit weltweit in 26 eigenen Geschäften.

## **Liam Payne und Mark Chao als Markenbotschafter etabliert**

Anfang Juli hat HUGO auf der Berlin Fashion Week mit dem britischen Sänger und Künstler Liam Payne eine gemeinsam entwickelte Kapselkollektion präsentiert. Die neuen Styles wurden bei einem Event mit Live-Auftritt von Liam Payne in Berlin digital vorgestellt und waren direkt im Anschluss online verfügbar – zunächst exklusiv auf Instagram, dann über hugo.com sowie in ausgewählten HUGO Stores. Als globaler Markenbotschafter für HUGO wird Liam Payne auch in den kommenden Monaten wichtige Marketingkampagnen und exklusive Kollektionen begleiten. Für HUGO ist es die erste Partnerschaft dieser Art. Liam Payne soll die Bekanntheit der Marke weltweit erhöhen und entscheidend dazu beitragen, dass HUGO im dynamischen Contemporary-Fashion-Segment weiter an Relevanz gewinnt.

Daneben soll die jüngst geschlossene Partnerschaft mit dem taiwanisch-kanadischen Schauspieler Mark Chao die Begehrlichkeit der Marke BOSS in Asien weiter steigern. In einem ersten Schritt wurde im April unter dem Titel „Luxury Travel“ eine gemeinsam entwickelte Kapselkollektion in China auf den Markt gebracht. Die Resonanz auf die in ausgewählten BOSS Stores, über boss.com sowie über ein WeChat Mini Program verfügbaren Styles war äußerst positiv. In seiner Rolle als regionaler Markenbotschafter wird Mark Chao auch künftig das Gesicht wichtiger Marketingkampagnen sein.

# HUGO BOSS

## Q2 Umsatzentwicklung nach Segmenten

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Europa	408	↗ +2	↗ +2
Amerika	139	↗ +2	↘ -3
Asien/Pazifik	110	↗ +10	↗ +8
Lizenzen	18	↗ +8	↗ +8
<b>Konzern</b>	<b>675</b>	<b>↗ +3</b>	<b>↗ +2</b>

Im zweiten Quartal entwickelten sich die Umsätze regional erneut unterschiedlich. Während HUGO BOSS seine Umsätze in Europa und vor allem Asien/Pazifik steigern konnte, belastete das unverändert schwierige Branchenumfeld im US-Markt das Geschäft in Amerika.

- Die Umsatzentwicklung in **Europa** profitierte im zweiten Quartal von niedrigen einstelligen Zuwächsen sowohl im eigenen Einzelhandel als auch im Großhandelsgeschäft. Äußerst positiv entwickelte sich dabei vor allem das Geschäft in Frankreich. Zuwächse in beiden Vertriebskanälen sorgten dort für einen Anstieg um insgesamt 6 %. In Großbritannien legten die Umsätze um 2 % zu, während sie in den Beneluxstaaten stabil blieben. In einem unverändert herausfordernden Marktumfeld lagen die Umsätze in Deutschland um 5 % unter dem Vorjahr. Dabei entwickelten sich beide Vertriebskanäle rückläufig.
- Auch im zweiten Quartal belastete das unverändert herausfordernde Branchenumfeld im US-Markt die Umsatzentwicklung in der Region **Amerika**. Folglich entwickelten sich beide Vertriebskanäle in den USA rückläufig. Insgesamt ging der Umsatz dort währungsbereinigt um 5 % zurück. Auch in Kanada verringerten sich die Umsätze um 5 %. Zuwächse im Großhandelsgeschäft konnten dort ein rückläufiges Einzelhandelsgeschäft nur teilweise kompensieren. In Lateinamerika verzeichnete der Konzern hingegen Umsatzanstiege im hohen einstelligen Prozentbereich.
- In der Region **Asien/Pazifik** beschleunigte sich das Wachstum im zweiten Quartal. Dies galt vor allem für den strategischen Wachstumsmarkt China, wo die

# HUGO BOSS

Umsätze währungsbereinigt um 7 % zulegen konnten. Flächen- und währungsbereinigt erzielte China sogar zweistelliges Umsatzwachstum, was auf die anhaltend starke Dynamik auf dem chinesischen Festland zurückzuführen ist. Mit zweistelligen Zuwächsen trugen auch Japan und Südostasien zur Beschleunigung des Umsatzwachstums in der Region Asien/Pazifik bei.

## Q2 Umsatzentwicklung nach Vertriebskanälen

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Konzerneigener Einzelhandel	460	↗ +4	↗ +3
Großhandel	197	↗ +1	→ 0
Lizenzen	18	↗ +8	↗ +8
<b>Konzern</b>	<b>675</b>	<b>↗ +3</b>	<b>↗ +2</b>

- Die Umsätze im **eigenen Einzelhandel** (inklusive Shop-in-Shops, Outlets und Onlinestores) legten im zweiten Quartal währungsbereinigt um 3 % zu.
  - Auf flächen- und währungsbereinigter Basis belief sich das Umsatzwachstum auf 2 %. Während HUGO BOSS die flächen- und währungsbereinigten Umsätze in Asien/Pazifik zweistellig steigern konnte, verzeichnete der Konzern in Europa ein Umsatzwachstum im niedrigen einstelligen Bereich. In Amerika entwickelten sich die Umsätze flächen- und währungsbereinigt im zweiten Quartal stabil.
  - Insgesamt stiegen die Umsätze im eigenen Einzelhandel in Europa währungsbereinigt um 3 % auf 262 Mio. EUR (Q2 2018: 256 Mio. EUR). Die Umsätze in Amerika beliefen sich auf 97 Mio. EUR (Q2 2018: 94 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Umsatzrückgang von 2 %. In der Region Asien/Pazifik erzielte das Unternehmen einen währungsbereinigten Umsatzanstieg von 8 % auf 101 Mio. EUR (Q2 2018: 93 Mio. EUR).
  - Mit einem währungsbereinigten Anstieg von 16 % verzeichnete das eigene Onlinegeschäft auch im zweiten Quartal überproportionales Umsatzwachstum.




# H U G O B O S S

Angesichts einer äußerst disziplinierten Rabattpolitik fiel das Wachstum jedoch wie erwartet ein Stück weit niedriger aus als noch in den Vorquartalen.




- Das **Großhandelsgeschäft** entwickelte sich im abgelaufenen Quartal stabil. Dabei kompensierten Umsatzzuwächse in den Regionen Europa und Asien/Pazifik die rückläufige Entwicklung in der Region Amerika.
  - Der mit Großhandelspartnern erzielte Umsatz in Europa lag mit 146 Mio. EUR währungsbereinigt um 1 % über dem Vorjahr (Q2 2018: 144 Mio. EUR). In Amerika ging der Umsatz währungsbereinigt um 7 % auf 42 Mio. EUR zurück (Q2 2018: 43 Mio. EUR). Die Region Asien/Pazifik verzeichnete einen währungsbereinigten Umsatzzuwachs von 14 %. Hier summierte sich der Umsatz auf 9 Mio. EUR (Q2 2018: 7 Mio. EUR).
- Die Umsätze im **Lizenzgeschäft** entwickelten sich auch im zweiten Quartal positiv. Deutliche Umsatzzuwächse bei den Produktgruppen Düfte und Brillen trugen maßgeblich zum Wachstum bei.

# HUGO BOSS

## Q2 Umsatzentwicklung nach Marken und Gender

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
<b>BOSS</b> <small>HUGO BOSS</small>	 587	↗ +3	↗ +2
<b>HUGO</b> <small>HUGO BOSS</small>	 88	↗ +4	↗ +3
<b>Konzern</b>	 675	↗ +3	↗ +2

- Im zweiten Quartal entwickelten sich die Umsätze beider Marken positiv.
  - Bei **BOSS** sorgten Zuwächse in der Businesswear und in der Casualwear für höhere Umsätze, während sich die Athleisurewear stabil entwickelte.
  - **HUGO** profitierte weiterhin von deutlich zweistelligen Zuwächsen in der Casualwear. Diese Entwicklung wurde durch rückläufige Umsätze in der Businesswear teilweise ausgeglichen.

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Menswear	 613	↗ +4	↗ +3
Womenswear	 62	↘ -5	↘ -6
<b>Konzern</b>	 675	↗ +3	↗ +2

- Die Umsatzentwicklung der **Menswear** profitierte vor allem von Zuwächsen in der Casualwear.
- Der Umsatzrückgang der **Womenswear** ist vor allem auf geringere Umsätze der Businesswear zurückzuführen und steht hauptsächlich im Zusammenhang mit der Reduzierung von Einzelhandelsflächen der Marke BOSS in freistehenden Geschäften im Jahr 2018.



# HUGO BOSS

## Q2 Ergebnisentwicklung

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung  
(in Mio. EUR)

	Q2 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	Q2 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	Q2 2018	Veränderung in % unter Berücksichtigung des IFRS 16	Veränderung in % ohne Berücksichtigung des IFRS 16
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>675</b>	<b>0</b>	<b>675</b>	<b>653</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
Umsatzkosten	-230	0	-230	-216	-6	-6
<b>Rohhertrag</b>	<b>445</b>	<b>0</b>	<b>445</b>	<b>437</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
In % vom Umsatz	66,0	0	66,0	66,9	-100 bp	-100 bp
<b>Operative Aufwendungen</b>	<b>-369</b>	<b>0</b>	<b>-369</b>	<b>-363</b>	<b>-2</b>	<b>-2</b>
In % vom Umsatz	-54,7	0	-54,7	-55,6	100 bp	90 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-297	2	-298	-289	-3	-3
davon Verwaltungsaufwendungen	-72	-1	-71	-73	2	4
davon sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-	-	-	-1	-	-
<b>Operatives Ergebnis (EBIT)</b>	<b>76</b>	<b>0</b>	<b>76</b>	<b>74</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
In % vom Umsatz	11,3	0	11,2	11,3	0 bp	-10 bp
Finanzergebnis	-9	-5	-4	-2	> 100	> 100
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>67</b>	<b>-5</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>-7</b>	<b>-1</b>
Ertragsteuern	-17	1	-19	-18	7	-1
<b>Konzernergebnis</b>	<b>50</b>	<b>-3</b>	<b>53</b>	<b>54</b>	<b>-7</b>	<b>-1</b>
<b>Ertragsteuerquote in %</b>	<b>26</b>		<b>26</b>	<b>26</b>		

- Der Rückgang der **Rohhertragsmarge** im zweiten Quartal ist im Wesentlichen auf Effekte aus der Bestandsbewertung in 2018 zurückzuführen. Es wird erwartet, dass sich dieser Effekt bereits im dritten Quartal wieder neutralisiert. Zusätzlich hatten Währungseffekte einen leicht negativen Einfluss auf die Rohhertragsmarge.
- Die **operativen Aufwendungen** lagen geringfügig über dem Vorjahresniveau, was auf einen Anstieg der Vertriebs- und Marketingaufwendungen zurückzuführen ist. Auch wirkten sich Wechselkursveränderungen negativ auf die Entwicklung aus. Im Verhältnis zum Umsatz lagen die operativen Aufwendungen jedoch unter dem Niveau des Vorjahres.
  - Positive Effekte in Zusammenhang mit Effizienzmaßnahmen im eigenen Einzelhandel begrenzt den Anstieg der **Vertriebs- und Marketingaufwendungen** im zweiten Quartal.
  - Die **Verwaltungsaufwendungen** lagen unter dem Wert des Vorjahres. Dank eines konsequenten Kostenmanagements konnten weitere Investitionen in die digitale Transformation des Geschäftsmodells mehr als ausgeglichen werden.

# HUGO BOSS

- Der Anstieg des **operativen Ergebnisses (EBIT)** im zweiten Quartal ist eine Folge der positiven Umsatzentwicklung sowie des strikten Kostenmanagements. Wechselkursveränderungen hatten im abgelaufenen Quartal keinen wesentlichen Einfluss auf die Ergebnisentwicklung. Die **EBIT-Marge** entwickelte sich unter Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16 stabil. Ohne Berücksichtigung des IFRS16 lag die EBIT-Marge geringfügig unter dem Vorjahreswert.
- Höhere Zinsaufwendungen infolge der Erstanwendung des IFRS 16 führten zu einem deutlichen Anstieg des **Finanzergebnisses**, definiert als Nettoaufwand der Positionen Zinsergebnis und übrige Finanzposten. Auch ohne Berücksichtigung des IFRS 16 lag das Finanzergebnis aufgrund leicht negativer Währungseffekte über dem Niveau des Vorjahres.
- Aufgrund der höheren Zinsaufwendungen im Zuge der Erstanwendung des IFRS 16 entwickelte sich das **Konzernergebnis** im zweiten Quartal rückläufig. Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 lag das Konzernergebnis nur leicht unter dem Vorjahreswert.

## Q2 Ergebnisentwicklung der Geschäftssegmente




Segmentergebnis	in Mio. EUR	Veränderung in %
Europa	108	↘ -6
Amerika	14	↘ -18
Asien/Pazifik	27	↗ +49
Lizenzen	15	↗ +13

- Ab dem Geschäftsjahr 2019 ersetzt das **EBIT** die vom Konzern bis einschließlich 2018 verwendete Ergebnisgröße EBITDA vor Sondereffekten als eine der zentralen Steuerungsgrößen. In diesem Zusammenhang wird fortan auch bei der Darstellung der Segmentergebnisse auf das EBIT abgestellt. Die dargestellten Vorjahreswerte weichen deshalb von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

# HUGO BOSS

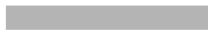

- Das Segmentergebnis in der Region **Europa** lag unter dem Niveau des Vorjahres. Die höheren Umsätze konnten negative Währungseffekte sowie einen Anstieg der operativen Aufwendungen nur teilweise kompensieren. Die EBIT-Marge reduzierte sich folglich um 210 Basispunkte auf 26,4 % (Q2 2018: 28,6 %). Auch ohne Berücksichtigung des IFRS 16 verringerte sich das EBIT um 6 % auf 108 Mio. EUR. Dies entspricht einer EBIT-Marge von ebenfalls 26,4 %.
- In der Region **Amerika** führten vor allem negative Währungseffekte zu einem Rückgang des Segmentergebnisses. Mit 10,2 % lag die EBIT-Marge um 250 Basispunkte unter dem Vorjahr (Q2 2018: 12,6 %). Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 lag das EBIT mit 14 Mio. EUR um 17 % unter dem Vorjahreswert. Die entsprechende EBIT-Marge betrug 10,3 %.
- Das Segmentergebnis der Region **Asien/Pazifik** lag deutlich über dem Vorjahreswert. Dabei hob die positive Umsatzentwicklung einen Anstieg der operativen Aufwendungen mehr als auf. Mit 24,2 % lag die EBIT-Marge um 650 Basispunkte über dem Vorjahreswert (Q2 2018: 17,7 %). Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 erhöhte sich das EBIT um 51 % auf 27 Mio. EUR. Dies entspricht einer EBIT-Marge von 24,4 %.
- Das Ergebnis des Segments **Lizenzen** lag aufgrund des erzielten Umsatzanstiegs über dem Niveau des Vorjahres. Die Erstanwendung des IFRS 16 hatte dabei keine Auswirkung auf die Höhe des Segmentergebnisses.

## Vermögens- und Finanzlage

30. Juni 2019		in Mio. EUR	Veränderung in % <sup>1</sup>	Währungsbereinigte Veränderung in % <sup>1</sup>
TNWC		575	↗ +7	↗ +6
Vorräte		641	↗ +4	↗ +3
Netto- verschuldung		1.198	↗ >100	

<sup>1</sup> Veränderung gegenüber 30. Juni 2018.

- Die Entwicklung des **kurzfristigen operativen Nettovermögens (TNWC)** reflektiert neben einem temporären Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen auch einen Anstieg der Vorräte. Bei letzterem konnte das Unternehmen angesichts des unverändert strikten Fokus auf das Management der **Vorräte** jedoch eine Normalisierung und damit eine deutliche Verbesserung verglichen mit dem Jahresende 2018 erzielen.
- Die Erstanwendung des IFRS 16 führte aufgrund der erstmaligen Einbeziehung von Leasingverbindlichkeiten zu einem deutlichen Anstieg der **Nettoverschuldung**. Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 lag die Nettoverschuldung bei 201 Mio. EUR und damit 27 % über dem Niveau des Vorjahres. Dies ist im Wesentlichen auf die Free-Cashflow-Entwicklung der vergangenen zwölf Monate zurückzuführen.

April – Juni 2019		in Mio. EUR	Veränderung in % <sup>1</sup>
Investitionen		48	↗ +45
Free Cashflow		132	↗ >100

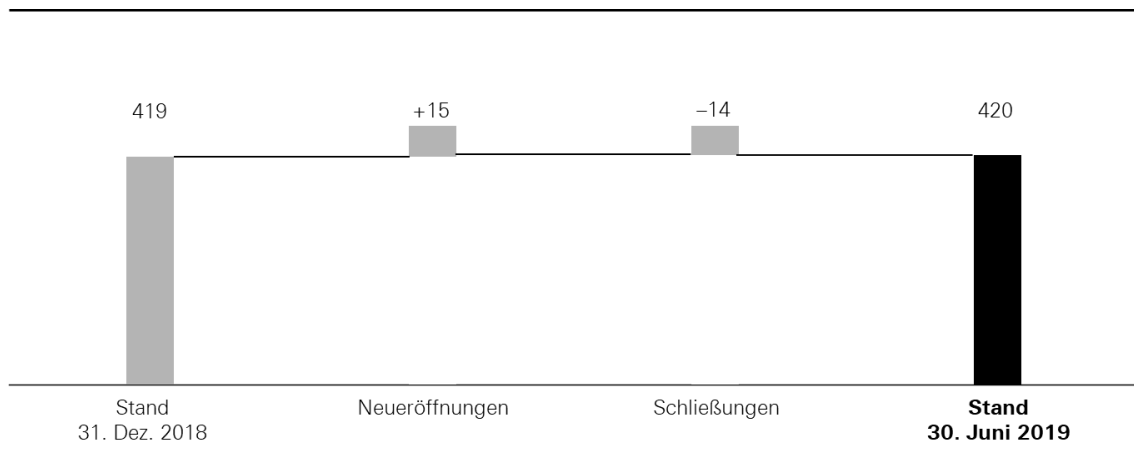
<sup>1</sup> Veränderung gegenüber Q2 2018.

- Der Schwerpunkt der **Investitionstätigkeit** lag im zweiten Quartal auf der forcierten Renovierung bestehender Einzelhandelsgeschäfte sowie dem Ausbau der IT-Infrastruktur im Zuge der weiteren Digitalisierung des Geschäftsmodells.
- Unter Berücksichtigung des IFRS 16 lag der **Free Cashflow** im zweiten Quartal bei 132 Mio. EUR. Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 ergab sich hingegen ein leichter Rückgang des Free Cashflows auf 72 Mio. EUR (Q2 2018: 79 Mio. EUR).

# HUGO BOSS

Diese Entwicklung reflektiert vor allem das im Vergleich zum Vorjahr deutlich höhere Investitionsvolumen.

## Netzwerk freistehender Einzelhandelsgeschäfte



- Die Anzahl der eigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** blieb im ersten Halbjahr nahezu unverändert.
  - Elf neu eröffneten **BOSS Stores**, hauptsächlich in Asien, standen 13 Schließungen von Stores mit auslaufenden Mietverträgen gegenüber.
  - Im ersten Halbjahr eröffneten zudem vier **HUGO Stores** mit eigenem Möbelkonzept. Dem stand die Schließung eines Stores mit auslaufendem Mietvertrag gegenüber.
- Unter Einbezug von Shop-in-Shops und Outlets lag die **Gesamtverkaufsfläche** der eigenen Einzelhandelsgeschäfte zum Ende des Halbjahres bei rund 155.000 Quadratmetern (31. Dezember 2018: 154.500 Quadratmeter).
- HUGO BOSS konnte die **Flächenproduktivität** im stationären Einzelhandelsgeschäft um 3 % auf rund 11.000 EUR pro Quadratmeter steigern (Januar bis Dezember 2018: 10.700 EUR pro Quadratmeter).

# HUGO BOSS

## Ausblick 2019

- HUGO BOSS bestätigt den **Ausblick** für das Gesamtjahr 2019. Gleichzeitig erwartet das Management nun, das untere Ende der bestehenden Umsatz- und Ergebnisprognose zu erreichen. Damit trägt HUGO BOSS vor allem dem schwierigen Branchenumfeld im US-Markt Rechnung.
- HUGO BOSS geht davon aus, dass das währungsberichtigte **Umsatzwachstum** am unteren Ende der bestehenden Prognose (Anstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich) liegen wird. Für die Umsatzbeschleunigung im zweiten Halbjahr soll der eigene Einzelhandel sorgen, für den auf Gesamtjahressicht ein währungsberichtigter Umsatzzanstieg im mittleren bis hohen einstelligen Bereich prognostiziert wird. Neben einer Beschleunigung der Umsatzentwicklung auf vergleichbarer Fläche verspricht sich das Unternehmen für das zweite Halbjahr wichtige Impulse aus der Intensivierung von Partnerschaften mit Onlinehändlern im Konzessionsmodell sowie aus der fortlaufenden Optimierung seines Storenetzwerks.
- Für die Region **Amerika** rechnet HUGO BOSS fortan mit einem leichten Rückgang der währungsberichtigten Umsätze im Gesamtjahr (bisherige Prognose: Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich). Für **Europa** hingegen geht der Konzern unverändert von einem währungsberichtigten Umsatzzanstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich aus. Auch für die Region **Asien/Pazifik** wird unverändert mit einem Anstieg der währungsberichtigten Umsätze im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich gerechnet.
- Der Konzern geht davon aus, im Jahr 2019 ein Wachstum des **EBIT** am unteren Ende der bestehenden Prognose (Anstieg im hohen einstelligen Prozentbereich) zu erzielen (ohne Berücksichtigung der voraussichtlichen Auswirkungen des IFRS 16). Neben dem prognostizierten Anstieg des Rohertrags sollte sich auch die erwartete weitere Verbesserung der Kosteneffizienz positiv auf die Ergebnisentwicklung auswirken. Auch das Wachstum des **Konzernergebnisses** wird voraussichtlich am unteren Ende der bisherigen Prognose (Anstieg im hohen einstelligen Prozentbereich) liegen.
- Zur besseren Vergleichbarkeit sind die **Auswirkungen des IFRS 16** in den Prognoseaussagen für das Geschäftsjahr 2019 unberücksichtigt. Der Konzern geht

# H U G O B O S S

nach derzeitigem Kenntnisstand davon aus, dass sich das operative Ergebnis (EBIT) aufgrund der Erstanwendung des IFRS 16 im Geschäftsjahr 2019 um einen niedrigen einstelligen Millionen-Euro-Betrag reduzieren wird (bisherige Annahme: Erhöhung um einen niedrigen zweistelligen Millionen-Euro-Betrag). Gleichzeitig sollte sich das Konzernergebnis um einen niedrigen zweistelligen Millionen-Euro-Betrag verringern (bisherige Annahme: Verringerung um einen einstelligen Millionen-Euro-Betrag). Weitere Informationen zu den aktualisierten Annahmen hinsichtlich der Auswirkungen des IFRS 16 sind dem Konzernanhang des Halbjahresfinanzberichts 2019 zu entnehmen.

- Eine detaillierte Darstellung der Prognose von HUGO BOSS für das Jahr 2019 kann dem [Geschäftsbericht 2018](#) entnommen werden.

## **Finanzkalender und Kontakte**

### **5. November 2019**

Ergebnisse des dritten Quartals 2019

### **5. März 2020**

Ergebnisse des Geschäftsjahres 2019

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Hjördis Kettenbach

Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 7123 94-83377

E-Mail: [hjoerdis\\_kettenbach@hugoboss.com](mailto:hjoerdis_kettenbach@hugoboss.com)

Christian Stöhr

Leiter Investor Relations

Telefon: +49 7123 94-87563

E-Mail: [christian\\_stoehr@hugoboss.com](mailto:christian_stoehr@hugoboss.com)

**FINANZINFORMATIONEN**

**zu Q2 und Jan. – Juni 2019**

Es ist möglich, dass sich einzelne Zahlen aufgrund von Rundungen nicht genau zur angegebenen Summe addieren.



# HUGO BOSS

## Umsatzkennzahlen – Quartal

(in Mio. EUR)

	Q2 2019	Q2 2018	Veränderung in %	Veränderung in % <sup>1</sup>
<b>Konzernumsatz</b>	<b>675</b>	<b>653</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
<b>Umsatz nach Segmenten</b>				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	408	399	2	2
Amerika	139	137	2	-3
Asien/Pazifik	110	100	10	8
Lizenzen	18	17	8	8
<b>Umsatz nach Vertriebskanälen</b>				
Eigener Einzelhandel	460	442	4	3 <sup>2</sup>
Großhandel	197	194	1	0
Lizenzen	18	17	8	8
<b>Umsatz nach Marken</b>				
BOSS	587	568	3	2
HUGO	88	85	4	3
<b>Umsatz nach Gender</b>				
Menswear	613	588	4	3
Womenswear	62	65	-5	-6

<sup>1</sup> währungsbereinigt.

<sup>2</sup> auf flächenbereinigter Basis 2 %.

# HUGO BOSS

## Weitere Konzernkennzahlen – Quartal

	Q2 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	Q2 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	Q2 2018	Veränderung in % unter Berücksichtigung des IFRS 16	Veränderung in % ohne Berücksichtigung des IFRS 16
<b>Ertragslage (in Mio. EUR)</b>						
Umsatz	675	0	675	653	3	3
Rohertrag	445	0	445	437	2	2
Rohertragsmarge in %	66,0	0	66,0	66,9	-100 bp	-100 bp
EBIT	76	0	76	74	3	3
EBIT-Marge in % <sup>1</sup>	11,3	0	11,2	11,3	0 bp	-10 bp
EBITDA	165	59	106	105	57	0
EBITDA-Marge in % <sup>2</sup>	24,5	880 bp	15,7	16,2	830 bp	-40 bp
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	50	-3	53	54	-7	-1
<b>Finanzlage (in Mio. EUR)</b>						
Investitionen	48	0	48	33	45	45
Free Cashflow	132	60	72	79	67	-9
Abschreibungen	89	59	30	31	> 100	-5
<b>Weitere Erfolgsfaktoren (in EUR million)</b>						
Personalaufwand	164	0	164	159	3	3
<b>Aktien (in EUR)</b>						
Ergebnis je Aktie	0,72	-0,05	0,77	0,77	-7	-1
Schlusskurs (zum 30. Juni)	58,50	0	58,50	77,76	-25	-25
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Juni)	70.400.000	0	70.400.000	70.400.000	0	0

<sup>1</sup> EBIT/Umsatz.

<sup>2</sup> EBITDA/Umsatz.

# HUGO BOSS

## Umsatzkennzahlen – sechs Monate

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2019	Jan. – Juni 2018	Veränderung in %	Veränderung in % <sup>1</sup>
<b>Konzernumsatz</b>	<b>1.339</b>	<b>1.303</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
<b>Umsatz nach Segmenten</b>				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	832	816	2	2
Amerika	255	254	0	-6
Asien/Pazifik	216	200	8	6
Lizenzen	36	33	8	8
<b>Umsatz nach Vertriebskanälen</b>				
Eigener Einzelhandel	857	820	5	3 <sup>2</sup>
Großhandel	446	450	-1	-2
Lizenzen	36	33	8	8
<b>Umsatz nach Marken</b>				
BOSS	1.158	1.130	2	1
HUGO	181	173	5	4
<b>Umsatz nach Gender</b>				
Menswear	1.211	1.170	4	2
Womenswear	128	133	-4	-5

<sup>1</sup> währungsbereinigt.

<sup>2</sup> auf flächenbereinigter Basis 3 %.

# HUGO BOSS

## Weitere Konzernkennzahlen – sechs Monate

	Jan. - Juni 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	Jan. - Juni 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	Jan. – Juni 2018	Veränderung in % unter Berücksichtigung des IFRS 16	Veränderung in % ohne Berücksichtigung des IFRS 16
<b>Ertragslage (in Mio. EUR)</b>						
Umsatz	1.339	0	1.339	1.303	3	3
Rohertrag	869	0	869	853	2	2
Rohertragsmarge in %	64,9	0	64,9	65,5	-60 bp	-60 bp
EBIT	130	-1	130	143	-9	-9
EBIT-Marge in % <sup>1</sup>	9,7	0	9,7	11,0	-130 bp	-130 bp
EBITDA	308	119	189	204	51	-7
EBITDA-Marge in % <sup>2</sup>	23,0	890 bp	14,1	15,6	730 bp	-150 bp
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	84	-9	92	103	-19	-11
<b>Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 30. Juni (in Mio. EUR)</b>						
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	575	0	575	535	7	7
Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % vom Umsatz <sup>3</sup>	19,9	0	19,9	18,8	100 bp	100 bp
Langfristige Vermögenswerte	1.695	985	710	656	> 100	8
Eigenkapital	944	58	886	843	12	5
Eigenkapitalquote in %	33,4	-1.470 bp	48,0	48,5	-1.510 bp	-40 bp
Bilanzsumme	2.830	985	1.845	1.739	63	6
<b>Finanzlage (in Mio. EUR)</b>						
Investitionen	79	0	79	51	53	53
Free Cashflow	134	122	12	31	> 100	-61
Abschreibungen	178	119	59	61	> 100	-3
Nettoverschuldung (zum 30. Juni)	1.198	998	201	158	> 100	27
Finanzierungsstärke (zum 30. Juni) <sup>4</sup>	n.a.	n.a.	0,4	0,3	n.a.	35
<b>Weitere Erfolgsfaktoren</b>						
Mitarbeiter (zum 30. Juni)	14.464	0	14.464	14.201	2	2
Personalaufwand (in Mio. EUR)	336	0	336	315	7	7
<b>Aktien (in EUR)</b>						
Ergebnis je Aktie	1,22	-0,12	1,34	1,49	-19	-11
Schlusskurs (zum 30. Juni)	58,50	0	58,50	77,76	-25	-25
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Juni)	70.400.000	0	70.400.000	70.400.000	0	0

<sup>1</sup> EBIT/Umsatz.

<sup>2</sup> EBITDA/Umsatz.

<sup>3</sup> Gleitender Durchschnitt der letzten vier Quartale.

<sup>4</sup> Nettoverschuldung/EBITDA vor Sondereffekten der letzten 12 Monate.

# HUGO BOSS

## Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung – Quartal

(in Mio. EUR)

	Q2 2019		Q2 2019		Q2 2018	Veränderung in % unter Berücksichtigung des IFRS 16	Veränderung in % ohne Berücksichtigung des IFRS 16
	unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	ohne Berücksichtigung des IFRS 16				
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>675</b>	<b>0</b>	<b>675</b>	<b>653</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	
Umsatzkosten	-230	0	-230	-216	-6	-6	
<b>Rohertrag</b>	<b>445</b>	<b>0</b>	<b>445</b>	<b>437</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	
In % vom Umsatz	66,0	0	66,0	66,9	-100 bp	-100 bp	
<b>Operative Aufwendungen</b>	<b>-369</b>	<b>0</b>	<b>-369</b>	<b>-363</b>	<b>-2</b>	<b>-2</b>	
In % vom Umsatz	-54,7	0	-54,7	-55,6	100 bp	90 bp	
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-297	2	-298	-289	-3	-3	
davon Verwaltungsaufwendungen	-72	-1	-71	-73	2	4	
davon sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-	-	-	-1	-	-	
<b>Operatives Ergebnis (EBIT)</b>	<b>76</b>	<b>0</b>	<b>76</b>	<b>74</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	
In % vom Umsatz	11,3	0	11,2	11,3	0 bp	-10 bp	
Finanzergebnis	-9	-5	-4	-2	> 100	> 100	
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>67</b>	<b>-5</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>-7</b>	<b>-1</b>	
Ertragsteuern	-17	1	-19	-18	7	-1	
<b>Konzernergebnis</b>	<b>50</b>	<b>-3</b>	<b>53</b>	<b>54</b>	<b>-7</b>	<b>-1</b>	
<b>Ergebnis je Aktie (EUR)<sup>1</sup></b>	<b>0,72</b>	<b>-0,05</b>	<b>0,77</b>	<b>0,77</b>	<b>-7</b>	<b>-1</b>	
<b>Ertragsteuerquote in %</b>	<b>26</b>		<b>26</b>	<b>26</b>			

<sup>1</sup> Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

## EBIT und EBITDA – Quartal

(in Mio. EUR)

	Q2 2019		Q2 2019		Q2 2018	Veränderung in % unter Berücksichtigung des IFRS 16	Veränderung in % ohne Berücksichtigung des IFRS 16
	unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	ohne Berücksichtigung des IFRS 16				
<b>EBIT</b>	<b>76</b>	<b>0</b>	<b>76</b>	<b>74</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	
In % vom Umsatz	11,3	0	11,2	11,3	0 bp	-10 bp	
Abschreibungen	-89	-59	-30	-31	> 100	5	
<b>EBITDA</b>	<b>165</b>	<b>-59</b>	<b>106</b>	<b>105</b>	<b>57</b>	<b>0</b>	
In % vom Umsatz	24,5	880 bp	15,7	16,2	830 bp	-40 bp	

# HUGO BOSS

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

(in Mio. EUR)						
	Jan. - Juni 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	Jan. - Juni 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	Jan. - Juni 2018	Veränderung in % unter Berücksichtigung des IFRS 16	Veränderung in % ohne Berücksichtigung des IFRS 16
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.339</b>	<b>0</b>	<b>1.339</b>	<b>1.303</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
Umsatzkosten	-470	0	-470	-450	-4	-4
<b>Rohertrag</b>	<b>869</b>	<b>0</b>	<b>869</b>	<b>853</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
In % vom Umsatz	64,9	0	64,9	65,5	-60 bp	-60 bp
<b>Operative Aufwendungen</b>	<b>-740</b>	<b>-1</b>	<b>-739</b>	<b>-710</b>	<b>-4</b>	<b>-4</b>
In % vom Umsatz	-55,3	0	-55,2	-54,5	-70 bp	-70 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-587	0	-587	-562	-4	-4
davon Verwaltungsaufwendungen	-153	-1	-152	-147	-4	-3
davon sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-	-	-	-1	-	-
<b>Operatives Ergebnis (EBIT)</b>	<b>130</b>	<b>-1</b>	<b>130</b>	<b>143</b>	<b>-9</b>	<b>-9</b>
In % vom Umsatz	9,7	0	9,7	11,0	-130 bp	-130 bp
Finanzergebnis	-17	-11	-6	-4	< -100	-45
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>113</b>	<b>-12</b>	<b>125</b>	<b>139</b>	<b>-19</b>	<b>-11</b>
Ertragsteuern	-29	3	-32	-36	19	11
<b>Konzernergebnis</b>	<b>84</b>	<b>-9</b>	<b>92</b>	<b>103</b>	<b>-19</b>	<b>-11</b>
<b>Ergebnis je Aktie (in EUR)<sup>1</sup></b>	<b>1,22</b>	<b>-0,12</b>	<b>1,34</b>	<b>1,49</b>	<b>-19</b>	<b>-11</b>
<b>Ertragsteuerquote in %</b>	<b>26</b>		<b>26</b>	<b>26</b>		

<sup>1</sup> Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

## EBIT und EBITDA – sechs Monate

(in Mio. EUR)						
	Jan. - Juni 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	Jan. - Juni 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	Jan. - Juni 2018	Veränderung in % unter Berücksichtigung des IFRS 16	Veränderung in % ohne Berücksichtigung des IFRS 16
<b>EBIT</b>	<b>130</b>	<b>-1</b>	<b>130</b>	<b>143</b>	<b>-9</b>	<b>-9</b>
In % vom Umsatz	9,7	0	9,7	11,0	-130 bp	-130 bp
Abschreibungen	-178	-119	-59	-61	< -100	3
<b>EBITDA</b>	<b>308</b>	<b>119</b>	<b>189</b>	<b>204</b>	<b>51</b>	<b>-7</b>
In % vom Umsatz	23,0	890 bp	14,1	15,6	730 bp	-150 bp

# HUGO BOSS

## Konzernbilanz – Aktiva

(in Mio. EUR)

	30. Juni 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	30. Juni 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	30. Juni 2018	31. Dezember 2018
Sachanlagen	406	0	406	359	389
Immaterielle Vermögenswerte	189	0	189	180	185
Nutzungsrechte an Leasingobjekten	990	990	0	0	0
Aktive latente Steuern	87	-5	92	98	90
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	21	0	21	18	19
Sonstige langfristige Vermögenswerte	2	0	2	1	3
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.695</b>	<b>985</b>	<b>710</b>	<b>656</b>	<b>686</b>
Vorräte	641	0	641	615	618
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	207	0	207	190	214
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	40	0	40	45	39
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	28	0	28	30	32
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	114	0	114	104	123
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	106	0	106	99	147
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.135</b>	<b>0</b>	<b>1.135</b>	<b>1.083</b>	<b>1.172</b>
<b>GESAMT</b>	<b>2.830</b>	<b>985</b>	<b>1.845</b>	<b>1.739</b>	<b>1.858</b>

# HUGO BOSS

## Konzernbilanz – Passiva

(in Mio. EUR)

	30. Juni 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	30. Juni 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	30. Juni 2018	31. Dezember 2018
Gezeichnetes Kapital	70	0	70	70	70
Eigene Aktien	-42	0	-42	-42	-42
Kapitalrücklage	0	0	0	0	0
Gewinnrücklagen	881	58	823	791	926
Kumuliertes übriges Eigenkapital	35	0	35	24	26
<b>Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital</b>	<b>944</b>	<b>58</b>	<b>886</b>	<b>843</b>	<b>981</b>
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	0	0	0	0	0
<b>Konzerneigenkapital</b>	<b>944</b>	<b>58</b>	<b>886</b>	<b>843</b>	<b>981</b>
Langfristige Rückstellungen	79	0	79	71	69
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	187	0	187	154	83
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	800	797	3	4	0
Passive latente Steuern	14	1	13	13	13
Sonstige langfristige Schulden	0	-60	60	55	61
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>1.080</b>	<b>738</b>	<b>342</b>	<b>297</b>	<b>225</b>
Kurzfristige Rückstellungen	89	0	89	96	98
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	119	0	119	107	93
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	202	201	1	1	0
Ertragsteuerschulden	29	0	29	19	44
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	272	0	272	270	295
Sonstige kurzfristige Schulden	95	-11	106	106	123
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>806</b>	<b>190</b>	<b>616</b>	<b>599</b>	<b>653</b>
<b>GESAMT</b>	<b>2.830</b>	<b>985</b>	<b>1.845</b>	<b>1.739</b>	<b>1.858</b>

## Kurzfristiges operatives Nettovermögen (TNWC)

(in Mio. EUR)

	30. Juni 2019	30. Juni 2018	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Vorräte	641	615	4	3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	207	190	9	9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-272	-270	1	0
<b>TNWC</b>	<b>575</b>	<b>535</b>	<b>7</b>	<b>6</b>



# HUGO BOSS

## Konzernkapitalflussrechnung

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	Jan. – Juni 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	Jan. – Juni 2018
Konzernergebnis	84	-9	92	103
Abschreibungen/Zuschreibungen	178	119	59	61
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	2	1	1	7
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	1	7	-6	0
Ertragsteueraufwand/-ertrag	29	-3	32	36
Veränderung der Vorräte	-19	0	-19	-77
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	26	0	26	32
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-37	4	-41	-26
Veränderung Pensionsrückstellungen	12	0	12	-1
Veränderung übrige Rückstellungen	-8	0	-8	-9
Gezahlte Ertragsteuern	-56	3	-59	-45
<b>Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>212</b>	<b>122</b>	<b>90</b>	<b>81</b>
Investitionen in Sachanlagen	-63	0	-63	-40
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-15	0	-15	-11
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	0	0	0	1
<b>Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-78</b>	<b>0</b>	<b>-78</b>	<b>-50</b>
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	-186	0	-186	-183
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	25	0	25	38
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	111	0	111	96
Tilgung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-4	0	-4	-1
Tilgung von kurz- und langfristigen Leasingverbindlichkeiten	-111	-111	0	0
Zinserträge und -aufwendungen	-10	-11	1	1
Gezahlte Zinsen	-1	0	-1	-1
Erhaltene Zinsen	1	0	1	1
<b>Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-175</b>	<b>-122</b>	<b>-53</b>	<b>-49</b>
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1	0	1	1
<b>Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>-40</b>	<b>0</b>	<b>-40</b>	<b>-17</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	147	0	147	116
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode</b>	<b>106</b>	<b>0</b>	<b>106</b>	<b>99</b>

# HUGO BOSS

## Free Cashflow

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	Auswirkung IFRS 16	Jan. – Juni 2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16	Jan. – Juni 2018
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	212	122	90	81
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-78	0	-78	-50
<b>Free Cashflow</b>	<b>134</b>	<b>122</b>	<b>12</b>	<b>31</b>

# HUGO BOSS

## Segmentergebnis<sup>1</sup> – Quartal

(in Mio. EUR)

	Q2 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	In % vom Umsatz unter Berücksichtigung des IFRS 16	Q2 2018 <sup>1</sup>	In % vom Umsatz <sup>1</sup>	Veränderung in %
Europa	108	26,4	114	28,6	-6
Amerika	14	10,2	17	12,6	-18
Asien/Pazifik	27	24,2	18	17,7	49
Lizenzen	15	82,5	13	79,2	13
<b>Ergebnis der operativen Segmente</b>	<b>164</b>	<b>24,2</b>	<b>163</b>	<b>24,9</b>	<b>1</b>
Corporate Units / Konsolidierung	-88		-89		1
<b>EBIT</b>	<b>76</b>	<b>11,3</b>	<b>74</b>	<b>11,3</b>	<b>3</b>

<sup>1</sup> Ab dem Geschäftsjahr 2019 ersetzt das EBIT die vom Konzern bis einschließlich 2018 verwendete Ergebnisgröße EBITDA vor Sondereffekten als eine der zentralen Steuerungsgrößen. In diesem Zusammenhang wird fortan auch bei der Darstellung der Segmentergebnisse auf das EBIT abgestellt. Die dargestellten Vorjahreswerte weichen deshalb von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

## Segmentergebnis<sup>1</sup> – sechs Monate

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2019 unter Berücksichtigung des IFRS 16	In % vom Umsatz unter Berücksichtigung des IFRS 16	Jan. – Juni 2018 <sup>1</sup>	In % vom Umsatz <sup>1</sup>	Veränderung in %
Europa	214	25,7	226	27,8	-6
Amerika	18	7,0	25	9,8	-29
Asien/Pazifik	52	23,9	42	21,0	24
Lizenzen	29	82,0	27	81,1	9
<b>Ergebnis der operativen Segmente</b>	<b>313</b>	<b>23,3</b>	<b>321</b>	<b>24,6</b>	<b>-2</b>
Corporate Units / Konsolidierung	-183		-178		-3
<b>EBIT</b>	<b>130</b>	<b>9,7</b>	<b>143</b>	<b>11,0</b>	<b>-9</b>

<sup>1</sup> Ab dem Geschäftsjahr 2019 ersetzt das EBIT die vom Konzern bis einschließlich 2018 verwendete Ergebnisgröße EBITDA vor Sondereffekten als eine der zentralen Steuerungsgrößen. In diesem Zusammenhang wird fortan auch bei der Darstellung der Segmentergebnisse auf das EBIT abgestellt. Die dargestellten Vorjahreswerte weichen deshalb von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

## Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte

	Freistehende Geschäfte	Shop-in-Shops	Outlets	<b>GESAMT</b>
<b>30. Juni 2019</b>				
Europa	200	310	67	<b>577</b>
Amerika	91	83	50	<b>224</b>
Asien/Pazifik	129	109	57	<b>295</b>
<b>GESAMT</b>	<b>420</b>	<b>502</b>	<b>174</b>	<b>1.096</b>
<b>31. Dez. 2018<sup>1</sup></b>				
Europa	200	303	67	<b>570</b>
Amerika	89	85	52	<b>226</b>
Asien/Pazifik	130	112	54	<b>296</b>
<b>GESAMT</b>	<b>419</b>	<b>500</b>	<b>173</b>	<b>1.092</b>

<sup>1</sup> Die Vorjahreswerte wurden rückwirkend zum 31. Dezember 2018 angepasst. Im Zuge einer Neudefinition der Kriterien zur Unterscheidung von freistehenden Geschäften und Shop-in-Shops wurden vor allem mehrere bisher als freistehende Geschäfte ausgewiesene Verkaufspunkte innerhalb der Region Asien/Pazifik zu Shop-in-Shops reklassifiziert. Hauptsächlich in den Regionen Europa und Amerika wurden zudem im Zuge der Zweimarkenstrategie einzelne Verkaufsflächen der Marke BOSS innerhalb eines Department Stores numerisch zu jeweils einem Shop-in-Shop zusammengefasst. Beide Maßnahmen haben keine Auswirkungen auf die Gesamtverkaufsfläche des Unternehmens.