



H U G O B O S S

**HALBJAHRESFINANZBERICHT
JANUAR – JUNI 2016**

INHALT

1

AN UNSERE AKTIONÄRE

Brief des Vorstandsvorsitzenden **S. 4**
Konzernkennzahlen **S. 6**

2

KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT

Gesamtwirtschaftliche Lage und
Branchenentwicklung **S. 8**

- Gesamtwirtschaftliche Lage **S. 8**
- Branchenentwicklung **S. 9**

Konzernertragslage **S. 10**

- Umsatzlage **S. 10**
- Ertragslage **S. 14**
- Umsatz- und Ertragsentwicklung der
Geschäftssegmente **S. 17**

Vermögenslage **S. 21**

Finanzlage **S. 24**

Risiko- und Chancenbericht **S. 26**

Nachtrags- und Prognosebericht **S. 27**

- Nachtragsbericht **S. 27**
- Prognosebericht **S. 27**

Zusammenfassende Aussage über die Ertrags-,
Vermögens- und Finanzlage **S. 32**

3

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung **S. 34**

Konzerngesamtergebnisrechnung **S. 35**

Konzernbilanz **S. 36**

Eigenkapitalveränderungsrechnung **S. 37**

Kapitalflussrechnung **S. 38**

Verkürzter Konzernanhang **S. 39**

4

WEITERE ANGABEN

Zukunftsgerichtete Aussagen **S. 58**

Finanzkalender **S. 59**

Kontakte **S. 59**

**AN UNSERE
AKTIONÄRE**



BRIEF DES VORSTANDSVORSITZENDEN

**Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren,**

hinter HUGO BOSS liegt ein herausforderndes erstes Halbjahr. Das Marktumfeld war alles andere als einfach. Das Wachstum im gehobenen Premiumsegment der Bekleidungsbranche verlangsamte sich gegenüber der zweiten Jahreshälfte 2015 weiter. Um unseren Auftritt in bedeutenden Kernmärkten wie den USA und China zu verbessern, haben wir zudem Entscheidungen getroffen, die kurzfristig Umsatz und Ertrag kosten. Der Konzernumsatz sank denn auch in den ersten sechs Monaten ohne Währungseffekte um 2 Prozent, das operative Ergebnis (EBITDA vor Sondereffekten) um 21 Prozent.

Natürlich wollen wir als Unternehmen so schnell wie möglich zu profitabilem Wachstum zurückkehren. Das Marktumfeld selbst können wir nicht beeinflussen. Aber dort, wo wir Veränderungen anstoßen können, haben wir im ersten Halbjahr gute Fortschritte gemacht. So haben wir eine Reihe von Maßnahmen ergriffen, um den Kostenanstieg zu begrenzen und unsere operative Effizienz zu steigern. Über die Nachverhandlung von Mietverträgen im eigenen Einzelhandel, striktes Kostenmanagement in der Verwaltung und die Fokussierung unserer Marketingaktivitäten auf Formate, welche die Kundenfrequenz im eigenen Einzelhandel unmittelbar unterstützen, haben wir das Wachstum der operativen Aufwendungen signifikant reduziert. Wir haben außerdem ungeachtet des sehr schwierigen Marktumfelds eine disziplinierte Preispolitik verfolgt. Das Ergebnis hat sich daher im zweiten Quartal besser als in den ersten drei Monaten des Jahres entwickelt.

Die Entscheidung, unsere globale Preisarchitektur stärker zu harmonisieren, hat sich ebenfalls positiv ausgewirkt. In Asien hat uns das zwar kurzfristig Umsatz gekostet. Wir haben aber das Vertrauen in die Marke gestärkt und die Kundenfrequenz in unseren Stores erhöht. Unser Absatzvolumen auf dem chinesischen Festland ist so in den ersten sechs Monaten des Jahres um mehr als 15 Prozent gestiegen. Diese Entwicklung stimmt uns mit Blick auf die langfristigen Perspektiven für diesen Markt zuversichtlich.

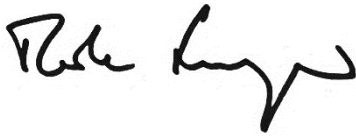
In den USA verändern wir unsere Distribution im Großhandelsgeschäft, um die Präsentation der Kernmarke BOSS zu verbessern. Dabei nehmen wir bewusst Umsatzeinbußen in Kauf. So haben wir damit begonnen, die Marke noch stärker als bisher vorgesehen aus dem Vertrieb über rein rabattgetriebene Einzelhändler zurückzuziehen. Auch im Geschäft mit Department Stores wird sich die Präsenz von BOSS auf hochwertige Formate konzentrieren. Wir schränken insofern den Vertrieb der Marke im Mehrmarkenumfeld deutlich ein. Diese Maßnahmen machten rund die Hälfte des Umsatzrückgangs aus, den wir im US-Großhandelsgeschäft im ersten Halbjahr verzeichnet haben.

Schließlich haben wir auf Basis einer tiefgreifenden Analyse unseres Storenetzwerks die Entscheidung getroffen, in den nächsten 18 Monaten insgesamt rund 20 freistehende Geschäfte zu schließen. Daraus ergeben sich Einmalaufwendungen von rund 50 Millionen Euro, die wir im zweiten Quartal verbucht haben. Wir erwarten jedoch, dass die Schließung dieser Stores, die im vergangenen Jahr die EBITDA-Marge um 60 Basispunkte verwässert haben, einen deutlich positiven Ergebniseffekt im Jahr 2017 und darüber hinaus haben wird.

Das Marktumfeld wird auf absehbare Zeit schwierig bleiben. Auch mit Blick auf die flächenbereinigt rückläufige Umsatzentwicklung im eigenen Einzelhandel und die Maßnahmen zur Verbesserung der Distribution in den USA passen wir unsere Umsatzprognose an. Wir gehen nun davon aus, dass der Umsatz auf währungsbereinigter Basis im Gesamtjahr um bis zu drei Prozent sinken wird. Des Weiteren konkretisieren wir den Ausblick für das operative Ergebnis (EBITDA vor Sondereffekten) und erwarten nun einen Rückgang zwischen 17 und 23 Prozent im Jahr 2016.

Wir haben es selbst in der Hand, unsere Marken und die Leistungsfähigkeit unseres Geschäftsmodells weiter zu stärken. Wir müssen als Unternehmen kundenorientierter, schneller und flexibler werden. In diesen Wochen arbeiten wir intensiv daran, unsere Strategie an diesem Ziel auszurichten. Über unsere Fortschritte werden wir Sie in den kommenden Monaten ausführlich informieren.

Ihr



Mark Langer

Vorsitzender des Vorstands

KONZERNKENNZAHLEN

	Jan. – Juni 2016	Jan. – Juni 2015	Veränderung in %	Veränderung in % ³	2. Quartal 2016	2. Quartal 2015	Veränderung in %	Veränderung in % ³
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	1.264,7	1.314,6	-4	-2	622,1	647,1	-4	-1
Umsatz nach Segmenten								
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	780,8	773,3	1	3	378,4	363,6	4	7
Amerika	271,3	315,2	-14	-11	141,5	172,0	-18	-14
Asien/Pazifik	182,8	198,8	-8	-6	88,1	97,9	-10	-6
Lizenzen	29,8	27,3	9	9	14,1	13,6	4	4
Umsatz nach Vertriebskanälen								
Konzerneigener Einzelhandel	785,3	801,3	-2	1	415,0	431,2	-4	0
Großhandel	449,6	486,0	-8	-6	193,0	202,3	-5	-1
Lizenzen	29,8	27,3	9	9	14,1	13,6	4	4
Ertragslage (in Mio. EUR)								
Rohertrag	832,2	867,3	-4		420,3	430,4	-2	
Rohertragsmarge in %	65,8	66,0	-20 bp		67,6	66,5	110 bp	
EBITDA	142,9	254,9	-44		56,6	124,9	-55	
EBITDA vor Sondereffekten	201,2	254,8	-21		107,7	123,3	-13	
Bereinigte EBITDA-Marge in % ¹	15,9	19,4	-350 bp		17,3	19,1	-180 bp	
EBIT	69,1	197,2	-65		15,4	94,4	-84	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	49,5	146,1	-66		11,1	70,6	-84	
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 30. Juni (in Mio. EUR)								
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	533,0	537,0	-1	1				
Langfristige Vermögenswerte	776,1	730,6	6					
Eigenkapital	734,9	782,1	-6					
Eigenkapitalquote in %	42,4	46,6						
Bilanzsumme	1.734,0	1.677,8	3					
Finanzlage (in Mio. EUR)								
Free Cashflow	53,8	72,7	-26		58,7	80,3	-27	
Nettoverschuldung (zum 30. Juni)	281,0	214,3	31					
Investitionen	79,1	87,4	-9		41,5	47,8	-13	
Abschreibungen	73,8	57,8	28		41,1	30,5	35	
Finanzierungsstärke (zum 30. Juni) ²	0,5	0,4						
Weitere Erfolgsfaktoren								
Mitarbeiter (zum 30. Juni)	15.550	14.756	5					
Personalaufwand (in Mio. EUR)	309,0	283,0	9		151,4	138,8	9	
Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte	1.122	1.088			-6	28		
Aktien (in EUR)								
Ergebnis je Aktie	0,72	2,12	-66		0,16	1,02	-84	
Schlusskurs (zum 30. Juni)	50,90	100,25	-49		50,90	100,25	-49	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Juni)	70.400.000	70.400.000			70.400.000	70.400.000		

¹ EBITDA vor Sondereffekten/Umsatz.

² Nettoverschuldung/EBITDA vor Sondereffekten der letzten 12 Monate.

³ währungsbereinigt.

**KONZERNZWISCHEN-
LAGEBERICHT**

2

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE UND BRANCHENENTWICKLUNG

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE

Weltwirtschaft entwickelt sich im ersten Halbjahr uneinheitlich

Zu Jahresbeginn schwächten sich viele Konjunkturindikatoren weltweit weiter ab. Dies galt nicht nur für die Schwellenländer sondern auch für die Industrieländer. Dies führte dazu, dass der IWF seine globale Wachstumsprognose für das Gesamtjahr im April 2016 von 3,4 % auf 3,2 % reduzierte. Steigende Rohstoffpreise sorgten jedoch zuletzt für eine Verbesserung der Konjunkturindikatoren in einigen Schwellenländern. Auch in den Industrieländern stabilisierten sich Indikatoren wie die Industrieproduktion und die Einkaufsmanagerindizes zuletzt wieder.

Geldpolitische Maßnahmen unterstützen Wirtschaft in der Eurozone

Die **europäische Wirtschaft** profitierte in der ersten Jahreshälfte von einem positiven Konsumklima und einer Ausweitung der expansiven Geld- und Fiskalpolitik der EZB. Dämpfend wirkten die konjunkturelle Schwäche einiger Schwellenländer und die damit einhergehenden negativen Effekte auf exportorientierte Unternehmen. Zusätzlich sorgten die Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem BREXIT Votum für eine hohe Volatilität an den Finanz- und Devisenmärkten. In Deutschland verbesserte sich der IFO Geschäftsklimaindex nach den Tiefstständen zu Jahresbeginn zuletzt wieder und die Wirtschaft profitierte von einer starken lokalen Nachfrage.

Aufwertung des US-Dollar belastet US-Konjunktur

Die **US-amerikanische Wirtschaft** wuchs im ersten Halbjahr weniger stark als erwartet. Einige US-Konjunkturdaten wie die Einzelhandelsumsätze und die Industrieproduktion enttäuschten. Insbesondere das verarbeitende Gewerbe litt unter der Aufwertung des US-Dollars. Positive Impulse kamen vom privaten Konsum und den Investitionen im Immobiliensektor. Die Wirtschaft in Lateinamerika stabilisierte sich vor dem Hintergrund steigender Rohstoffpreise. Die anhaltende Rezession in Brasilien belastete jedoch weiterhin die Region.

Chinesische Wirtschaft wächst im Rahmen der Erwartungen

In **Asien** entwickelte sich die Wirtschaft uneinheitlich. Sorgen im Januar noch Börsenturbulenzen am Aktienmarkt in China sowie schwache Konjunkturdaten für Verunsicherung, überraschten stabile Indikatoren im zweiten Quartal positiv. Die chinesischen Einkaufsmanagerindices für das verarbeitende Gewerbe und für den Dienstleistungssektor erholten sich zuletzt, auch realwirtschaftliche Daten wie die Industrieproduktion oder die Exporte fielen besser aus als erwartet. In Japan weitete die Notenbank die expansive Geldpolitik weiter aus, um die Wirtschaftsentwicklung zu unterstützen. Schwache Frühindikatoren sowie die Aufwertung des Yen signalisierten jedoch eine Zunahme der Rezessionswahrscheinlichkeit.

BRANCHENENTWICKLUNG

Branchenentwicklung leidet unter globalen Unsicherheiten

Die Verlangsamung des Wachstums der globalen Premium- und Luxusgüterbranche setzte sich im ersten Halbjahr 2016 fort. Die Branche konnte somit nicht im gleichen Umfang wie andere Sektoren von dem positiven Konsumklima profitieren. Branchenanalysten im Bankenbereich erwarteten für die Periode ein bestenfalls geringes Wachstum der Premium- und Luxusgüterbranche. Vielfach sorgte einzig die Ausweitung des Storeportfolios für Wachstumsimpulse. Auf vergleichbarer Fläche wurden jedoch größtenteils Umsatzrückgänge berichtet, was die Profitabilität der Unternehmen belastete. Konjunkturelle Unsicherheiten, Aktienmarkturbulenzen, die Angst vor Terroranschlägen und die hohe Rabattintensität in den USA hatten einen negativen Einfluss auf die Branchenkonjunktur. Darüber hinaus schwächte sich die Nachfrage von Touristen den Erwartungen nach insgesamt ab, sorgte aber weiter für eine regionale Verschiebung der Umsätze.

In **Europa** belastete vor allem die gegenüber dem Vorjahr schwächere Nachfrage asiatischer Touristen die Umsatzentwicklung. Dies wurde ausgelöst von der zunehmenden Harmonisierung der Preisarchitektur zwischen Europa und Asien, Angst vor Terrorismus und strengeren Visabestimmungen. Zusätzliche belasteten die Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem BREXIT Votum die Branche. Eine Verbesserung des Konsumklimas, insbesondere in den südeuropäischen Ländern konnte diesen Effekt nur leicht dämpfen. **Amerika** litt weiter unter dem schwierigen und rabattintensiven Marktumfeld in den USA. Dort profitierte die Bekleidungsindustrie nicht wie andere Industrien von dem positiven Konsumklima. Zusätzlich belastete der starke US Dollar und die nachlassende Nachfrage von Touristen die Entwicklung in der Region. Südamerika profitierte von der wirtschaftlichen Erholung und einer Wiederbelebung der lokalen Nachfrage. Kanada wuchs weiterhin solide. **Asien** entwickelte sich im ersten Halbjahr uneinheitlich. Während auf dem chinesischen Festland eine Stabilisierung des Marktes durch eine starke lokale Nachfrage zu beobachten war, setzte sich die negative Entwicklung in Hongkong und Macau weiter fort. In Japan ließ das Wachstum in Folge der Aufwertung des Yen und einem Rückgang des Tourismus aus China leicht nach. Südkorea profitierte von einer starken lokalen Nachfrage und positiven Tourismuseffekten aus China.

KONZERNERTRAGSLAGE

UMSATZLAGE

Rückgänge in den USA und China prägen die Umsatzentwicklung

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 erzielte der HUGO BOSS Konzern einen **Konzernumsatz** in Höhe von 1.265 Mio. EUR. Damit lag der Umsatz in Konzernwährung um 4% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 1.315 Mio. EUR). Währungseffekte hatten dabei im Berichtszeitraum einen negativen Einfluss auf die Konzernumsatzentwicklung. So verzeichnete HUGO BOSS auf währungsbereinigter Basis einen Umsatzrückgang von 2%. Haupttreiber für die rückläufige Umsatzentwicklung waren die schwierige Marktlage und unternehmensspezifische Herausforderungen in den USA und China.

UMSATZ NACH REGIONEN (in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2016	In % des Umsatzes	Jan. – Juni 2015	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Europa ¹	780,8	61,7	773,3	58,8	1	3
Amerika	271,3	21,4	315,2	24,0	-14	-11
Asien/Pazifik	182,8	14,5	198,8	15,1	-8	-6
Lizenzen	29,8	2,4	27,3	2,1	9	9
GESAMT	1.264,7	100,0	1.314,6	100,0	-4	-2

¹ Inklusive Naher Osten und Afrika.

Europa verzeichnet positive Umsatzentwicklung

Der Umsatz in der **Region Europa** inklusive Naher Osten und Afrika konnte in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 in Berichtswährung um 1% auf 781 Mio. EUR gesteigert werden (Vorjahr: 773 Mio. EUR). Dies entspricht einem Anstieg in lokalen Währungen um 3%. Zuwächse in Großbritannien konnten dabei leichte Umsatzrückgänge in Deutschland und Frankreich ausgleichen. Die **Region Amerika** verzeichnete einen Umsatzrückgang im gleichen Zeitraum um 14% auf 271 Mio. EUR (Vorjahr: 315 Mio. EUR). Insbesondere die negative Umsatzentwicklung in den USA trug zu einem Rückgang von 11% in lokalen Währungen bei. Der Umsatz in der **Region Asien/Pazifik** lag in Berichtswährung mit 183 Mio. EUR um 8% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 199 Mio. EUR). Die rückläufige Marktentwicklung in Hongkong und Macau sowie Preisanpassungen in China, die nicht vollständig über Volumenanstiege kompensiert werden konnten, führten zu einem Umsatzrückgang von 6% in lokalen Währungen.

UMSATZ NACH VERTRIEBSKANÄLEN (in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2016	In % des Umsatzes	Jan. – Juni 2015	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Konzernerogener Einzelhandel	785,3	62,1	801,3	60,9	-2	1
DOS	513,4	40,6	526,1	40,0	-2	0
Outlet	233,1	18,4	234,2	17,8	0	1
Online	38,8	3,1	41,0	3,1	-5	-5
Großhandel	449,6	35,5	486,0	37,0	-8	-6
Lizenzen	29,8	2,4	27,3	2,1	9	9
GESAMT	1.264,7	100,0	1.314,6	100,0	-4	-2

Umsatzrückgang von 7% auf vergleichbarer Fläche

Der **konzerneigene Einzelhandel (Retail)** entwickelte sich in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 rückläufig. Der Umsatz in diesem Vertriebskanal ging um 2% auf 785 Mio. EUR zurück (Vorjahr: 801 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis konnte hingegen ein Umsatzanstieg in Höhe von 1% verzeichnet werden. Auf vergleichbarer Fläche lagen die Umsätze im konzerneigenen Einzelhandel in Konzernwährung 9% unter dem Niveau der Vergleichsperiode. Währungsbereinigt belief sich der Rückgang auf 7%. Der Anteil des konzerneigenen Einzelhandels am Konzernumsatz stieg weiter und lag im Berichtszeitraum bei 62% (Vorjahr: 61%).

Stabile Umsatzentwicklung der konzerneigenen Einzelhandelsflächen (DOS)

Der Umsatz über **konzerneigene Einzelhandelsflächen (DOS)** lag im ersten Halbjahr mit 513 Mio. EUR um 2% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 526 Mio. EUR), verzeichnete aber währungsbereinigt eine stabile Entwicklung. Darin enthalten sind die Umsätze der eigenen freistehenden Einzelhandelsgeschäfte sowie die mit Konzessionspartnern erwirtschafteten Umsätze. Im Konzessionsmodell bewirtschaftet der Konzern eigenständig HUGO BOSS Shop-in-Shops auf der Fläche des Partners. Der Umsatz in den **Outletgeschäften** lag mit 233 Mio. EUR leicht unter dem Vorjahr (Vorjahr: 234 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Anstieg von 1%. Der Umsatz im konzerneigenen **Online-Einzelhandel** ging im ersten Halbjahr in Konzernwährung wie auch in lokalen Währungen um 5% auf 39 Mio. EUR zurück (Vorjahr: 41 Mio. EUR).

Währungsbereinigter Umsatzrückgang im Großhandelskanal

Die Umsätze im **Großhandelskanal** entwickelten sich in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 um 8% rückläufig und beliefen sich auf 450 Mio. EUR (Vorjahr: 486 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis ging der Umsatz um 6% zurück. Maßgeblich für diese Entwicklung waren die global verhaltenen Nachfrage der Handelspartner sowie Übernahmen bisher durch Großhandelspartner geführter Verkaufsflächen, die für eine Umsatzverschiebung vom Großhandelsgeschäft hin zum konzerneigenen Einzelhandel sorgten. Veränderte Auslieferungszyklen kompensierten diese Effekte teilweise. Das Replenishment, mit dem HUGO BOSS auf kurzfristige Nachfragesteigerungen der Handelspartner reagieren kann, entwickelte sich in den ersten sechs Monaten negativ. Der Anteil des Großhandelskanals am Konzernumsatz verminderte sich von 37% in der Vergleichsperiode auf 36% im Berichtszeitraum.

Lizenzgeschäft wächst um 9%

Der Umsatz im **Lizenzgeschäft** erhöhte sich im ersten Halbjahr in Konzernwährung sowie in lokaler Währung um 9% auf 30 Mio. EUR (Vorjahr: 27 Mio. EUR). Die von Partnern hergestellten Produkte umfassen unter anderem Düfte, Brillen und Uhren. So konnten insbesondere bei den Lizenzeinnahmen für Düfte zweistellige Umsatzsteigerungen verzeichnet werden. Der Anteil des Lizenzgeschäfts am Konzernumsatz lag unverändert bei 2% (Vorjahr: 2%).

HUGO und BOSS Green mit hohen zweistelligen Umsatzzuwächsen

Die in der Region Europa im Geschäftsjahr 2015 erfolgreich vollzogene Umstellung des Kategoriegeschäfts im Großhandelskanal führte in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 zu einer Umsatzverschiebung von der Kernmarke BOSS hin zu der Markenlinie BOSS Green sowie zu HUGO. So verzeichnete die Kernmarke **BOSS** einen Umsatzrückgang von 13% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf 839 Mio. EUR (Vorjahr: 965 Mio. EUR). Währungsbereinigt entspricht dies einem Rückgang von 11%. Die Markenlinie **BOSS Green** konnte den Umsatz im selben Zeitraum um 29% auf 152 Mio. EUR (Vorjahr: 117 Mio. EUR) steigern, in lokalen Währungen um 33%. Die Umsätze der Markenlinie **BOSS Orange** lagen mit 105 Mio. EUR um 3% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 109 Mio. EUR), währungsbereinigt um 1%. Im Gegensatz dazu wies die Marke **HUGO** mit 169 Mio. EUR ein Umsatzwachstum von 37% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf (Vorjahr: 123 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis wurde bei HUGO ein Anstieg von 39% verzeichnet.

Rückläufige Umsatzentwicklung sowohl bei Herrenmode als auch Damenmode

Der Umsatz mit **Herrenmode** lag im Berichtszeitraum um 4% unter dem Niveau der Vergleichsperiode und summierte sich auf 1.122 Mio. EUR (Vorjahr: 1.169 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis wurde ein Umsatzrückgang von 2% verzeichnet. Der Anteil der Herrenmode am Gesamtumsatz entspricht weiterhin 89%. Der Umsatz mit **Damenmode** ging in Berichtswährung um 2% auf 143 Mio. EUR zurück, während sich der Umsatz in lokalen Währungen stabil entwickelte (Vorjahr: 145 Mio. EUR). Der Anteil der Damenmode am Gesamtumsatz belief sich weiterhin auf 11%.

Netzwerk freistehender Einzelhandelsgeschäfte wächst um netto 13 Geschäfte

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 erhöhte sich die Anzahl der konzerneigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** um netto 13 auf 443 (31. Dezember 2015: 430). Die Gesamtverkaufsfläche der eigenen Einzelhandelsgeschäfte stieg dabei um 2 % auf rund 155.000 Quadratmeter (31. Dezember 2015: 152.000 Quadratmeter).

Zur Flächenexpansion trug neben 18 organischen **Neueröffnungen** auch die **Übernahme** von sieben bisher von Franchisepartnern betriebenen freistehenden Einzelhandelsgeschäften bei. Dem gegenüber stehen zwölf Schließungen von freistehenden Einzelhandelsgeschäften. In den meisten Fällen nutzte der Konzern dabei auslaufende Mietverträge.

ANZAHL KONZERNEIGENER EINZELHANDELSGESCHÄFTE NACH REGIONEN

30. Juni 2016	Freistehende Geschäfte	Shop-in-Shops	Outlets	GESAMT
Europa	193	349	58	600
Amerika	93	96	47	236
Asien/Pazifik	157	97	32	286
GESAMT	443	542	137	1.122

31. Dez. 2015	Freistehende Geschäfte	Shop-in-Shops	Outlets	GESAMT
Europa	183	363	57	603
Amerika	92	86	48	226
Asien/Pazifik	155	100	29	284
GESAMT	430	549	134	1.113

Unter Einbezug von Shop-in-Shops und Outlets erhöhte sich die Gesamtzahl der weltweit durch HUGO BOSS betriebenen **Einzelhandelsgeschäfte** um netto neun auf 1.122 (31. Dezember 2015: 1.113).

Netzwerk freistehender Einzelhandelsgeschäfte weiterhin auf Wachstumskurs in Europa

In der **Region Europa** erhöhte sich die Anzahl der freistehenden Einzelhandelsgeschäfte um netto zehn auf 193 Geschäfte. Dabei baute der Konzern vor allem seine Präsenz in Großbritannien, Italien, Polen und den Niederlanden durch die Eröffnung insgesamt 15 neuer Stores aus. Fünf freistehende Einzelhandelsgeschäfte wurden im Berichtszeitraum geschlossen. Unter Berücksichtigung von Shop-in-Shops, deren Zahl sich aufgrund von Konsolidierungen in Deutschland und den Beneluxstaaten verringerte, sowie Outlets ergab sich in der Region Europa ein Nettorückgang um drei auf nunmehr 600 eigene Einzelhandelsgeschäfte (31. Dezember 2015: 603).

Anzahl freistehender Einzelhandelsgeschäfte in der Region Amerika leicht gestiegen

In der **Region Amerika** stieg die Anzahl der freistehenden Einzelhandelsgeschäfte leicht. Zwei Neueröffnungen in den USA stehen hierbei einer Schließung im gleichen Zeitraum gegenüber. Insbesondere durch die Übernahme von neun BOSS Shop-in-Shops bei dem U.S.-amerikanischen Department Store Macy's erhöhte sich die Gesamtzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte um zehn auf insgesamt 236 (31. Dezember 2015: 226).

Stärkung der Markenpräsenz in der Region Asien/Pazifik

Die Anzahl freistehender Einzelhandelsgeschäfte in der **Region Asien/Pazifik** erhöhte sich um zwei auf 157 Geschäfte (31. Dezember 2015: 155). So wurden im Zuge der Expansion drei freistehende Geschäfte in Malaysia sowie ein Store in Hong Kong übernommen. Vier Neueröffnungen in Neuseeland, Australien und Korea stehen hierbei sechs Schließungen in der Region gegenüber. Unter Einbezug aller Shop-in-Shops und Outlets ergibt sich ein Nettoanstieg von zwei auf nunmehr 286 eigene Einzelhandelsgeschäfte in dieser Region (31. Dezember 2015: 284).

ERTRAGSLAGE

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2016	In % des Umsatzes	Jan. – Juni 2015	In % des Umsatzes	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.264,7	100,0	1.314,6	100,0	-4
Umsatzkosten	-432,5	-34,2	-447,3	-34,0	3
Rohertrag	832,2	65,8	867,3	66,0	-4
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-560,3	-44,3	-532,2	-40,5	-5
Verwaltungsaufwendungen	-138,2	-10,9	-138,0	-10,5	0
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-64,6	-5,1	0,1	<0,1	<-100
EBIT	69,1	5,5	197,2	15,0	-65
Zinsergebnis	-1,2	-0,1	-3,8	-0,3	68
Übrige Finanzposten	-2,7	-0,2	-3,5	-0,3	23
Finanzergebnis	-3,9	-0,3	-7,3	-0,6	46
Ergebnis vor Ertragsteuern	65,2	5,2	189,9	14,4	-66
Ertragsteuern	-15,7	-1,3	-43,7	-3,3	64
Konzernergebnis	49,5	3,9	146,2	11,1	-66
Davon entfallen auf:					
Anteilseigner des Mutterunternehmens	49,5	3,9	146,1	11,1	-66
Nicht beherrschende Anteile	0,0	0,0	0,1	<0,1	
Ergebnis je Aktie (in EUR)¹	0,72		2,12		-66
EBITDA	142,9	11,3	254,9	19,4	-44
EBITDA-relevante Sondereffekte	-58,3	-4,6	0,1	<0,1	<-100
EBITDA vor Sondereffekten	201,2	15,9	254,8	19,4	-21
Ertragsteuerquote in %	24		23		

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

Konzern legt Maßnahmenprogramm zur Rückkehr auf profitablen Wachstumskurs auf

Der Konzern hat in den ersten sechs Monaten des Jahres 2016 Maßnahmen ergriffen, um auf einen **nachhaltig profitablen Wachstumskurs** zurückzukehren. Im laufenden Geschäftsjahr konzentrieren sich diese Maßnahmen insbesondere auf die Verbesserung seiner Marktposition in den USA und Asien, die Erzielung operativer Kosteneinsparungen sowie die Sicherstellung einer nachhaltig profitablen Ausrichtung des Storenetzes. In diesem Zusammenhang hat HUGO BOSS solche Stores, die den Renditeerwartungen des Unternehmens in der Vergangenheit nicht entsprochen haben, einer tiefgehenden Überprüfung unterzogen. Im Ergebnis hat sich HUGO BOSS im Rahmen des Maßnahmenprogramms entschlossen, bis zum Ende des Jahres 2017 rund 20 freistehende Geschäfte zu schließen. HUGO BOSS erwartet aus den Schließungen einen positiven Ergebniseffekt im Jahr 2017 und darüber hinaus. Im laufenden Geschäftsjahr ergaben sich aus Rückstellungen und Wertminderungen im Zusammenhang mit den geplanten Schließungen allerdings einmalige Aufwendungen in Höhe von 52 Mio. EUR, welche im Posten „sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge“ ausgewiesen sind.

Rohermargine mit 65,8% leicht unter dem Vorjahreswert

Der **Rohertrag** lag nach Ablauf der ersten sechs Monate des Geschäftsjahrs 2016 mit 832 Mio. EUR um 4% unter dem Vorjahreswert (Vorjahr: 867 Mio. EUR). Die **Rohermarge** lag mit 65,8% um 20 Basispunkte unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 66,0%). Positive Effekte aufgrund des steigenden Umsatzanteils im konzerneigenen Einzelhandel, in dem HUGO BOSS eine höhere Rohermarge als im Großhandelskanal erzielt, wurden durch die mit der Frühjahrskollektion 2016 vorgenommene Preisanpassung in Asien kompensiert.

Ausbau des eigenen Einzelhandels bedingt höhere Vertriebsaufwendungen

Die **Vertriebs- und Marketingaufwendungen** lagen in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2016 mit 560 Mio. EUR um 5% über dem Wert des Vorjahres (Vorjahr: 532 Mio. EUR). In Relation zum Umsatz erhöhten sich die Vertriebs- und Marketingaufwendungen von 40,5% auf 44,3%. Insbesondere der konzerneigene Einzelhandel trug zu einem Anstieg der Vertriebsaufwendungen im Berichtszeitraum um 7% bei. Im Verhältnis zum Umsatz lagen die Vertriebsaufwendungen bei 34,3% (Vorjahr: 31,0%). Die Umsatzentwicklung der ersten sechs Monate konnte den Anstieg der Vertriebsaufwendungen nicht kompensieren. Die Marketingaufwendungen entwickelten sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum stabil und lagen im Verhältnis zum Umsatz mit 6,8 % leicht über dem Vorjahreswert (Vorjahr: 6,6 %). Die Aufwendungen für Logistik stiegen im Vorjahresvergleich um 2% und lagen relativ zum Umsatz mit 2,9% leicht über dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 2,7 %). Ursächlich hierfür sind im Wesentlichen Aufwendungen im Zusammenhang mit dem im Frühsommer erfolgten Insourcing der Auftragsabwicklung im europäischen Online-Geschäft.

Stabile Entwicklung des Verwaltungsaufwands

Die **Verwaltungsaufwendungen** lagen in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2016 mit 138 Mio. EUR auf dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 138 Mio. EUR). In Relation zum Umsatz beliefen sich die Verwaltungsaufwendungen auf 10,9% (Vorjahr: 10,5 %). Die Aufwendungen der allgemeinen Verwaltung entwickelten sich stabil und lagen im Verhältnis zum Umsatz mit 8,4% nur leicht über dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 8,1 %). Die im Rahmen der Kollektionserstellung anfallenden Forschungs- und Entwicklungskosten sanken im Vorjahresvergleich um 1%, lagen jedoch im Verhältnis zum Umsatz mit 2,5% leicht über dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 2,4 %).

Sondereffekte belasten das Konzernergebnis

Der sich in den ersten sechs Monaten aus den **sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge** ergebende Nettoaufwand betrug 65 Mio. EUR (Vorjahr: 0 Mio. EUR). Einmalige Aufwendungen ergaben sich hierbei insbesondere im Zusammenhang mit der Entscheidung weltweit rund 20 freistehende Einzelhandelsgeschäfte zu schließen, die in der Vergangenheit einen wesentlichen negativen Effekt auf das Ergebnis im eigenen Einzelhandel hatten. Der sich aus der Bildung von Rückstellungen ergebende Aufwand beläuft sich auf 46 Mio. EUR und bezieht sich insbesondere auf zu erwartende Abstandszahlungen an Vermieter, vorwiegend in der Region Asien. Zudem ergaben sich Wertminderungen auf Storeausstattung in Höhe von 6 Mio. EUR, vorwiegend in den Regionen Asien und Europa. Weitere wesentliche Sondereffekte in Höhe von 10 Mio. EUR ergaben sich im ersten Halbjahr aus den Veränderungen im Vorstand.

Rückgang des EBITDA vor Sondereffekten

Die interne Steuerungsgröße **EBITDA vor Sondereffekten** lag mit 201 Mio. EUR um 21% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 255 Mio. EUR). Die bereinigte EBITDA-Marge lag mit 15,9% um 350 Basispunkte unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 19,4%). Dies ist im Wesentlichen auf den rückläufigen Rohertrag und den Anstieg der operativen Aufwendungen zurückzuführen. Die **Abschreibungen** lagen aufgrund der höheren Investitionstätigkeit im Vorjahr sowie vorgenommenen Wertminderungen auf Sachanlagen für eigene Einzelhandelsgeschäfte mit 74 Mio. EUR um 28% über dem Niveau der Vergleichsperiode (Vorjahr: 58 Mio. EUR). Das **Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)** lag somit nach Ablauf des ersten Halbjahrs 2016 mit 69 Mio. EUR um 65% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 197 Mio. EUR).

Geringere Wechselkurseffekte entlasten das Finanzergebnis

Das **Finanzergebnis** als Nettoaufwand der Positionen Zinsergebnis und übrige Finanzposten verminderte sich in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 auf 4 Mio. EUR (Vorjahr: 7 Mio. EUR). Ursächlich hierfür waren sowohl deutlich geringere Wechselkurseffekte als auch Einsparungen im Zinsaufwand aufgrund der verbesserten Konditionen des im vierten Quartal des Geschäftsjahres 2015 refinanzierten Konsortialkredits.

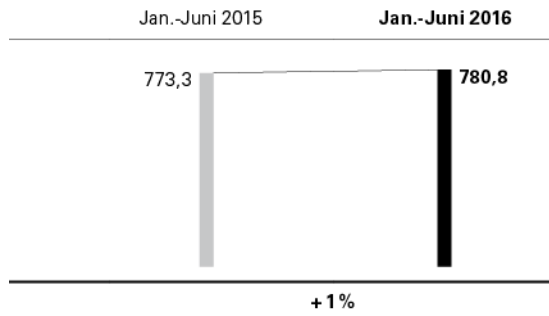
Konzernergebnis unter Vorjahresniveau

Das **Ergebnis vor Steuern** lag nach Ablauf des ersten Halbjahrs mit 65 Mio. EUR um 66% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 190 Mio. EUR). Die Konzernsteuerquote lag mit 24% leicht über dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 23%). Das **Konzernergebnis** verringerte sich nach Ablauf der ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 somit um 66% auf 50 Mio. EUR (Vorjahr: 146 Mio. EUR). Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn verringerte sich dabei ebenfalls um 66% auf 50 Mio. EUR (Vorjahr: 146 Mio. EUR). Dementsprechend verringerte sich das **Ergebnis je Aktie** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 66% auf 0,72 EUR (Vorjahr: 2,12 EUR).

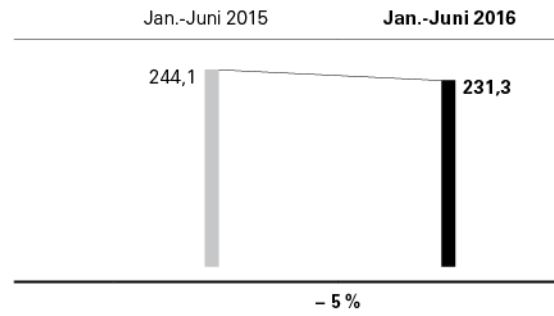
UMSATZ- UND ERTRAGSENTWICKLUNG DER GESCHÄFTSSEGMENTE

EUROPA

02|01 UMSATZENTWICKLUNG EUROPA
 (in Mio. EUR)



02|02 ERGEBNISENTWICKLUNG EUROPA
 (in Mio. EUR)



Währungsbereinigter Umsatzanstieg von 3%

Der **Umsatz** in der **Region Europa** inklusive Naher Osten und Afrika konnte in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 in Berichtswährung um 1% auf 781 Mio. EUR gesteigert werden (Vorjahr: 773 Mio. EUR). Dies entspricht einem Anstieg in lokalen Währungen von 3%.

Beide Vertriebskanäle der Region auf Wachstumskurs

Die Umsätze im **konzerneigenen Einzelhandel** stiegen in der Region Europa im Berichtszeitraum um 1% auf 452 Mio. EUR (Vorjahr: 448 Mio. EUR). In lokalen Währungen konnte ein Anstieg von 3% verzeichnet werden. Auch der Umsatz mit Kunden des **Großhandels** stieg im gleichen Zeitraum in Berichtswährung um 1% auf 329 Mio. EUR (Vorjahr: 326 Mio. EUR), in lokaler Währung um 3%.

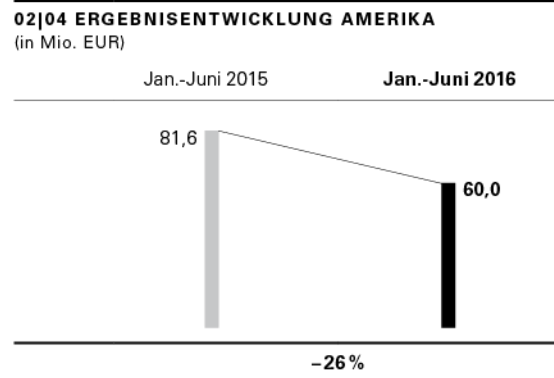
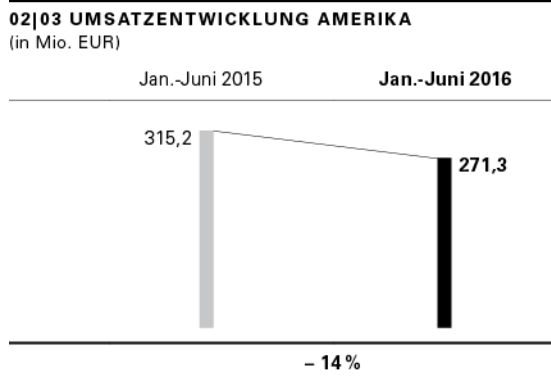
Kernmärkte zeigen unterschiedliche Umsatzentwicklung

Der Umsatz in **Deutschland** lag mit 213 Mio. EUR 2% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 218 Mio. EUR). Maßgeblich hierfür war die rückläufige Umsatzentwicklung im konzerneigenen Einzelhandel. Der Umsatz im Großhandelskanal entwickelte sich hingegen positiv. In **Großbritannien** lag der Umsatz in Berichtswährung mit 145 Mio. EUR um 3% über dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 141 Mio. EUR). In lokaler Währung entspricht dies einem Umsatzanstieg von 9%. Zu dieser positiven Entwicklung trugen beide Vertriebskanäle bei. In **Frankreich** konnte die stabile Entwicklung im konzerneigenen Einzelhandel den Umsatzrückgang im Großhandel teilweise kompensieren. So lag der Umsatz mit 86 Mio. EUR um 2% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 88 Mio. EUR). Bedingt durch die fortgesetzte Konsolidierung im Großhandelskanal lagen die Umsätze in den **Beneluxstaaten** mit 62 Mio. EUR 8% unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums (Vorjahr: 68 Mio. EUR). Auch der konzerneigene Einzelhandel entwickelte sich im Berichtszeitraum in diesem Markt negativ.

Segmentergebnis unter Vorjahresniveau

Das **Segmentergebnis** der Region Europa lag mit 231 Mio. EUR um 5% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 244 Mio. EUR). Ursächlich für diese Entwicklung waren höhere Vertriebs- und Marketingaufwendungen, insbesondere in Zusammenhang mit dem konzerneigenen Einzelhandel. Die bereinigte EBITDA-Marge verringerte sich um 200 Basispunkte auf 29,6% (Vorjahr: 31,6%).

AMERIKA



Umsatzrückgang in der Region

Die **Region Amerika** verzeichnete in Berichtswährung einen Umsatzrückgang um 14% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf 271 Mio. EUR (Vorjahr: 315 Mio. EUR). Währungsbereinigt sank der Umsatz in dieser Region um 11%.

Deutlicher Umsatzrückgang im Großhandelskanal

Der Umsatz im **konzerneigenen Einzelhandel** sank in Berichtswährung um 7% und belief sich in den ersten sechs Monaten auf 168 Mio. EUR (Vorjahr: 180 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Rückgang von 3%. Im **Großhandelskanal** wurden in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 103 Mio. EUR umgesetzt (Vorjahr: 135 Mio. EUR). Der Umsatz in diesem Absatzkanal reduzierte sich in Konzernwährung um 24% und in lokalen Währungen um 21%. Übernahmen von Shop-in-Shops, eine selektivere Distribution, insbesondere der Kernmarke BOSS, sowie das allgemein schwierige Marktumfeld trugen zu dieser Entwicklung bei.

Uneinheitliche Umsatzentwicklung in den Märkten der Region

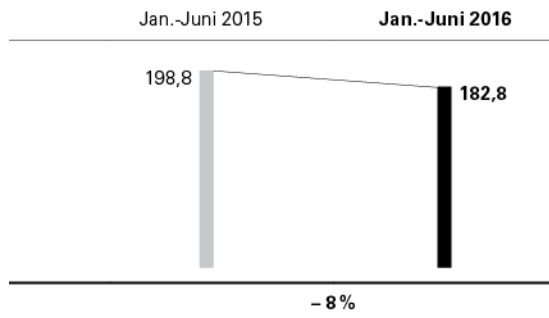
In den **USA** sank der Umsatz in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 sowohl in Berichtswährung als auch in lokaler Währung um 19% auf 206 Mio. EUR (Vorjahr: 254 Mio. EUR). In **Kanada** erhöhte sich der Umsatz in Berichtswährung um 2% auf 34 Mio. EUR (Vorjahr: 33 Mio. EUR). Währungsbereinigt konnte ein Umsatzanstieg von 10% verzeichnet werden. Vor dem Hintergrund eines schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfelds stiegen die Umsätze in **Mittel- und Südamerika** um 13% in Berichtswährung auf 32 Mio. EUR (Vorjahr: 28 Mio. EUR). In lokaler Währung konnte ein Umsatzanstieg in Höhe von 36% erzielt werden. Diese positive Entwicklung wurde sowohl durch Übernahmen im Zuge der Expansion des konzerneigenen Einzelhandels im Geschäftsjahr 2015 als auch durch deutliche Umsatzanstiege auf vergleichbarer Fläche gestützt.

Umsatzentwicklung in den USA belastet das Segmentergebnis

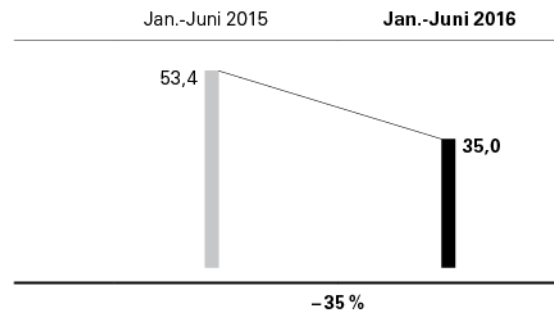
Das **Segmentergebnis** der Region Amerika lag mit 60 Mio. EUR um 26% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 82 Mio. EUR). Ursächlich hierfür waren die rückläufige Umsatzentwicklung in den USA sowie eine erhöhte Rabattintensität. Nach Ablauf des ersten Halbjahrs lag die bereinigte EBITDA-Marge mit 22,1% um 380 Basispunkte unter dem Vorjahr (Vorjahr: 25,9%).

ASIEN/PAZIFIK

02|05 UMSATZENTWICKLUNG ASIEN/PAZIFIK
 (in Mio. EUR)



02|06 ERGEBNISENTWICKLUNG ASIEN/PAZIFIK
 (in Mio. EUR)



Herausforderndes Marktumfeld belastet Umsatzentwicklung der Region

Der **Umsatz** in der **Region Asien/Pazifik** lag in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 in Berichtswährung mit 183 Mio. EUR um 8% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 199 Mio. EUR). Die rückläufige Marktentwicklung in Hongkong und Macau sowie Preisanpassungen in China, die nicht vollständig über Volumenanstiege kompensiert werden konnten, führten zu einem Umsatzrückgang von 6% in lokalen Währungen.

Umsatzrückgang im konzerneigenen Einzelhandel

Im **konzerneigenen Einzelhandel** verzeichnete die Region einen Umsatzrückgang in Berichtswährung von 5% auf 165 Mio. EUR (Vorjahr: 173 Mio. EUR). In lokalen Währungen entspricht dies einem Rückgang von 2% gegenüber dem Vergleichszeitraum. Auch lag der Umsatz mit Kunden des **Großhandels** in Konzernwährung mit 18 Mio. EUR um 30% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 26 Mio. EUR). Währungsbereinigt gingen die Umsätze um 28 % zurück. Übernahmen bisher durch Großhandelspartner geführter Verkaufsfelder trugen wesentlich zu dieser Entwicklung bei.

Uneinheitliche Umsatzentwicklung der Einzelmärkte

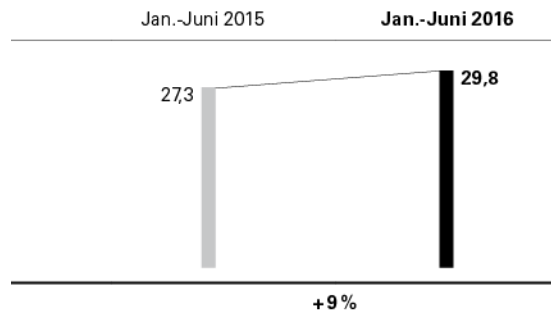
Die Umsätze in **China** summierten sich auf 103 Mio. EUR und lagen in Berichtswährung um 16% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 123 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Umsatzrückgang von 14%. Der Umsatz in **Ozeanien** lag mit 28 Mio. EUR um 4% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 29 Mio. EUR). Währungsbereinigt verzeichnete dieser Markt allerdings einen Anstieg um 2%. Auch die Umsätze in **Japan** entwickelten sich positiv. So lag der Umsatz hier mit 23 Mio. EUR 9% über dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 21 Mio. EUR), was einem währungsbereinigten Umsatzanstieg von 2% entspricht.

Rückgang des Segmentergebnisses

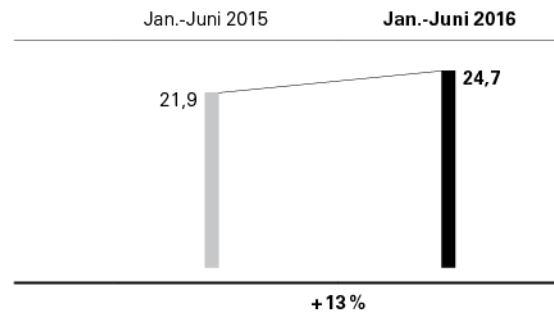
Das **Segmentergebnis** in der Region Asien/Pazifik lag mit 35 Mio. EUR um 35% unter dem Niveau der Vergleichsperiode (Vorjahr: 53 Mio. EUR). Die rückläufige Umsatzentwicklung trug maßgeblich zu dieser Entwicklung bei. So lag die bereinigte EBITDA-Marge mit 19,1 % deutlich unter dem Vorjahreswert (Vorjahr: 26,8%).

LIZENZEN

02|07 UMSATZENTWICKLUNG LIZENZEN (in Mio. EUR)



02|08 ERGEBNISENTWICKLUNG LIZENZEN (in Mio. EUR)



Lizenzgeschäft wächst um 9%

Der **Umsatz** im **Lizenzgeschäft** erhöhte sich im ersten Halbjahr in Konzernwährung sowie in lokaler Währung um 9% auf 30 Mio. EUR (Vorjahr: 27 Mio. EUR). Die von Partnern hergestellten Produkte umfassen unter anderem Düfte, Brillen und Uhren. So konnten insbesondere bei den Lizenzeinnahmen für Düfte zweistellige Umsatzsteigerungen verzeichnet werden.

Das **Ergebnis des Segments** Lizenzen lag mit 25 Mio. EUR um 13% über dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 22 Mio. EUR).

VERMÖGENSLAGE

02|09 BILANZSTRUKTUR (in %)

AKTIVA	30. Juni 2015	30. Juni 2016
Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	35	36
Vorräte	34	32
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12	11
Sonstige Vermögenswerte	16	18
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	3	3
GESAMT	100	100
Aktiva (in Mio. EUR)	1.677,8	1.734,0

Bilanzsumme um 3% über Vorjahreswert

Die **Bilanzsumme** lag zum Ende des ersten Halbjahrs 2016 mit 1.734 Mio. EUR um 3% über dem Wert der Vergleichsperiode (30. Juni 2015: 1.678 Mio. EUR). Der **Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte** lag dabei mit 55% unter dem Niveau des Vorjahres (30. Juni 2015: 57%). Entsprechend belief sich der **Anteil der langfristigen Vermögenswerte** zum 30. Juni 2016 auf 45% (30. Juni 2015: 43%).

Das **Anlagevermögen** lag zum Ende des Berichtszeitraums mit 619 Mio. EUR um 7% über dem Vorjahresniveau (30. Juni 2015: 580 Mio. EUR). Ursächlich hierfür war insbesondere das erhöhte Investitionsvolumen im zweiten Halbjahr des Geschäftsjahrs 2015.

Währungsbereinigter Anstieg des Vorratsvermögens von 2%

Die **Vorräte** lagen zum 30. Juni 2016 mit 566 Mio. EUR leicht über dem Vorjahresniveau (30. Juni 2015: 563 Mio. EUR). Das strikte Management dieses Postens begrenzte den währungsbereinigten Anstieg auf 2%.

Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** sanken im Vergleich zum Vorjahr um 9% auf 192 Mio. EUR (30. Juni 2015: 211 Mio. EUR). Bereinigt um Wechselkurseffekte entspricht dies einem Rückgang von 8%. Maßgeblich für diese Entwicklung war neben dem rückläufigen Umsatz im Großhandelsgeschäft in der Berichtsperiode auch das strikte Forderungsmanagement.

Die **sonstigen Vermögenswerte** erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 15% auf 307 Mio. EUR (30. Juni 2015: 268 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf einen Anstieg der aktiven latenten Steuern aufgrund zusätzlicher temporärer Differenzen sowie höheren Ertragsteuerforderungen zurückzuführen.

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** lagen mit 50 Mio. EUR um 12% unter dem Vorjahr (30. Juni 2015: 56 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf die rückläufige Entwicklung des Free Cashflows zurückzuführen.

02|10 BILANZSTRUKTUR (in %)

PASSIVA	30. Juni 2015	30. Juni 2016
Eigenkapital	47	42
Rückstellungen und latente Steuern	12	13
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	14	13
Sonstige Verbindlichkeiten	11	12
Finanzverbindlichkeiten	16	20
GESAMT	100	100
Passiva (in Mio. EUR)	1.677,8	1.734,0

Eigenkapitalquote sinkt auf 42%

Das **Eigenkapital** verringerte sich zum Bilanzstichtag um 6% auf 735 Mio. EUR (30. Juni 2015: 782 Mio. EUR). Somit lag die **Eigenkapitalquote** bei 42% (30. Juni 2015: 47%).

Die **Rückstellungen und latenten Steuern** lagen mit 228 Mio. EUR um 18% über dem Vorjahresniveau (30. Juni 2015: 194 Mio. EUR). Darin enthalten sind Rückstellungen für Pensionen und andere Personalaufwendungen in Höhe von 97 Mio. EUR (30. Juni 2015: 96 Mio. EUR). Sonstige Rückstellungen sind mit 121 Mio. EUR (30. Juni 2015: 89 Mio. EUR) und passive latente Steuern mit 9 Mio. EUR (30. Juni 2015: 9 Mio. EUR) enthalten. Der Anstieg der sonstigen Rückstellungen im Vergleich zum 30. Juni 2015 ergibt sich im Wesentlichen aus der Rückstellung, die im Zusammenhang mit der Entscheidung, weltweit rund 20 freistehende Einzelhandels-geschäfte vorzeitig zu schließen, gebildet wurde.

Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** verminderten sich im Vergleich zum Vorjahr volumenbedingt um 5% auf 225 Mio. EUR (30. Juni 2015: 237 Mio. EUR). Währungsbereinigt betrug der Rückgang 3%.

Die **sonstigen Verbindlichkeiten** erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 7% auf 203 Mio. EUR (30. Juni 2015: 191 Mio. EUR) und enthalten neben Umsatzsteuerschulden und ausstehenden Sozialversicherungsbeiträgen im Wesentlichen abgegrenzte Schulden aus Mietverpflichtungen für den konzerneigenen Einzelhandel sowie für Urlaubsansprüche, Löhne und Gehälter. Die Veränderung zum Vorjahr ergibt sich hauptsächlich aus einer Erhöhung der abgegrenzten Schulden aus Mietverpflichtungen im Rahmen der Expansion im konzerneigenen Einzelhandel sowie höheren kurzfristigen Steuerverbindlichkeiten.

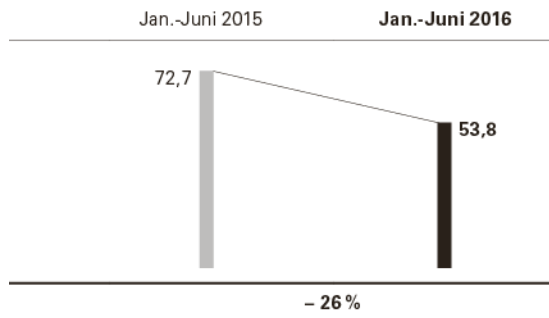
Die Summe der **kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** erhöhte sich zum Bilanzstichtag um 25% auf 343 Mio. EUR (30. Juni 2015: 275 Mio. EUR). Wesentlicher Treiber dieser Entwicklung war die Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr. Aufgrund günstiger Zinskonditionen wurden zum Bilanzstichtag neben der Inanspruchnahme des Konsortialkredits in Höhe von 178 Mio. EUR (30. Juni 2015: 178 Mio. EUR) vermehrt auch kurzfristige, bilaterale Kreditlinien zur Finanzierung herangezogen.

Annähernd stabile Entwicklung des kurzfristigen operativen Nettovermögens

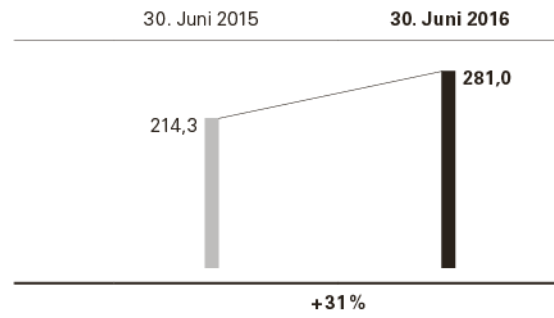
Das **kurzfristige operative Nettovermögen (Trade Net Working Capital)** stellt die zentrale Steuerungsgröße des HUGO BOSS Konzerns zur Messung eines effizienten Kapitaleinsatzes dar. Als Komponenten gehen dabei ausschließlich die drei operativen Bestandsgrößen Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in die Berechnung dieser Kennzahl ein. Im Vergleich zum Vorjahr verringerte sich das kurzfristige operative Nettovermögen um 1% auf 533 Mio. EUR (30. Juni 2015: 537 Mio. EUR). Dies entspricht einem Anstieg in lokalen Währungen von 1%. Der Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wurde dabei durch die leichte Erhöhung des Vorratsvermögens sowie die reduzierten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen kompensiert. Der gleitende Durchschnitt des **kurzfristigen operativen Nettovermögens im Verhältnis zum Umsatz** auf Basis der letzten vier Quartale lag mit 19,6 % um 20 Basispunkte unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 19,8 %).

FINANZLAGE

02|11 FREE CASHFLOW (in Mio. EUR)



02|12 NETTOVERSCHULDUNG (in Mio. EUR)



Ergebnisrückgang belastet Entwicklung des Free Cashflows im ersten Halbjahr

Der **Free Cashflow**, der sich aus dem Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit und aus dem Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit ermittelt, summierte sich im Berichtszeitraum auf 54 Mio. EUR (Vorjahr: 73 Mio. EUR).

Der **Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit** lag mit 131 Mio. EUR um 20% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 165 Mio. EUR). Ursächlich hierfür war insbesondere das rückläufige Konzernergebnis. Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit** lag mit 77 Mio. EUR um 16% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 92 Mio. EUR). Schwerpunkt der Investitionen bildete auch im ersten Halbjahr 2016 der konzerneigene Einzelhandel.

Der **Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit** summierte sich im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2016 auf insgesamt 85 Mio. EUR (Vorjahr: 148 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist auf eine gegenüber dem Vorjahreszeitraum erhöhte Aufnahme kurz- und langfristiger Finanzverbindlichkeiten zurückzuführen.

Durch die währungsbereinigte Darstellung im Cashflow lassen sich diese Werte nicht aus der Bilanz ableiten.

Der **Zahlungsmittelbestand** belief sich zum Bilanzstichtag auf 50 Mio. EUR (30. Juni 2015: 56 Mio. EUR).

Free Cashflow Entwicklung bedingt Anstieg der Nettoverschuldung

Die **Nettoverschuldung** als Summe aller Finanzverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten abzüglich der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erhöhte sich im Vergleich zu den ersten sechs Monaten des Vorjahres auf 281 Mio. EUR (Vorjahr: 214 Mio. EUR). Maßgeblich war hierbei vor allem die Entwicklung des Free Cashflows.

INVESTITIONEN

Verringerung der Investitionstätigkeit im Vergleich zum Vorjahr

Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände des HUGO BOSS Konzerns betrugen in den ersten sechs Monaten 2016 79 Mio. EUR und lagen damit 9 % unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 87 Mio. EUR).

Mit einem Anteil von 69 % am Gesamtinvestitionsvolumen bildete der **konzerneigene Einzelhandel** weiterhin den Schwerpunkt der Investitionstätigkeit im Berichtszeitraum (Vorjahr: 62%). Dies entspricht einer im Vergleich zum Vorjahr nahezu unveränderten Investitionssumme von 55 Mio. EUR (Vorjahr: 54 Mio. EUR). Dabei stand die **Renovierung und Modernisierung** bestehender Einzelhandelsstandorte mit 29 Mio. EUR im Vordergrund (Vorjahr: 19 Mio. EUR). Die Investitionen entfielen insbesondere auf die Region Europa, wo unter anderem in die Modernisierung von Stores in Hamburg, London und Rom investiert wurde. Die Investitionen in **Neueröffnungen** konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte beliefen sich in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 auf 26 Mio. EUR (Vorjahr: 35 Mio. EUR).

Investitionen in die **Produktions-, Logistik- und Vertriebsstruktur** sowie in den **Forschungs- und Entwicklungsbereich** beliefen sich auf 7 Mio. EUR (Vorjahr: 14 Mio. EUR). Die Investitionen in den **Verwaltungsbereich** lagen in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 bei 17 Mio. EUR (Vorjahr: 19 Mio. EUR) und enthalten im Wesentlichen Investitionen in den Ausbau der IT-Infrastruktur, insbesondere im Zusammenhang mit der im Frühsommer 2016 erfolgten Übernahme wesentlicher Teile der E-Commerce Wertschöpfungskette in Europa sowie weiteren Maßnahmen zur geplanten Einführung von Omnichannel-Services.

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

HUGO BOSS verfügt über ein umfassendes Risikomanagement-System, das es dem Management ermöglicht, Chancen und Risiken frühzeitig zu erkennen, zu analysieren und entsprechende Maßnahmen zu ergreifen. Die Risikolage hat sich gegenüber dem Berichtsjahr 2015 nicht wesentlich verändert. Eine detaillierte Darstellung der Risiken und Chancen von HUGO BOSS kann dem Geschäftsbericht 2015 entnommen werden.

Aus dem Ergebnis des Referendums in Großbritannien, das ein Ausscheiden des Landes aus der Europäischen Union vorsieht, haben sich für HUGO BOSS Risiken aus einer potenziellen Abschwächung der Konsumneigung sowohl in Großbritannien als auch im restlichen Europa ergeben. Für weitere Informationen wird auf den Prognosebericht verwiesen.

NACHTRAGS- UND PROGNOSEBERICHT

Im Jahr 2016 werden die in Kernmärkten rückläufige Branchenentwicklung und unternehmensspezifische Herausforderungen die Finanzergebnisse von HUGO BOSS belasten. Für den Konzernumsatz wird eine stabile bis leicht negative Entwicklung auf währungsbereinigter Basis erwartet. Das operative Ergebnis (EBITDA vor Sondereffekten) wird voraussichtlich zwischen 17% und 23% zurückgehen. Das disziplinierte Kostenmanagement des Konzerns wird dabei die Ergebnisauswirkung der flächenbereinigt rückläufigen Umsatzentwicklung im eigenen Einzelhandel dämpfen.

NACHTRAGSBERICHT

Zwischen dem Ende des ersten Halbjahrs 2016 und der Veröffentlichung dieses Berichts gab es keine wesentlichen gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, branchenbezogenen oder unternehmensspezifischen Veränderungen, die sich nach den Erwartungen des Managements maßgeblich auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Unternehmens auswirken könnten.

PROGNOSEBERICHT

Zukunftsbezogene Aussagen

Der folgende Bericht gibt die Prognosen des HUGO BOSS Managements hinsichtlich des künftigen Geschäftsverlaufs wieder und beschreibt die erwartete Entwicklung der maßgeblichen volkswirtschaftlichen und branchenbezogenen Rahmenbedingungen. Er entspricht dem Kenntnisstand des Managements zum Zeitpunkt der Berichterstellung. Hierbei wird berücksichtigt, dass die tatsächliche Entwicklung aufgrund des Eintretens von Risiken und Chancen, wie im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2015 beschrieben, positiv wie negativ wesentlich von diesen Prognosen abweichen kann. Der HUGO BOSS Konzern übernimmt außerhalb der gesetzlich vorgeschriebenen Veröffentlichungsvorschriften keine Verpflichtung, die in diesem Bericht enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.

Geschäftsentwicklung unterliegt äußeren Einflüssen

Konjunkturelle und branchenspezifische Entwicklungen beeinflussen maßgeblich die operative und finanzwirtschaftliche Entwicklung von HUGO BOSS. Der Konzern muss dementsprechend seine Prognosen zum erwarteten Geschäftsverlauf auf Annahmen hinsichtlich der Entwicklung von Weltwirtschaft und Branche basieren. Diese Annahmen sind im Folgenden dargestellt. Im Jahresverlauf überwacht der Konzern fortlaufend die Entwicklung dieser Rahmenbedingungen, um möglichst schnell und umfassend auf eventuelle Veränderungen reagieren zu können.

IWF reduziert die Prognose für das Wachstum der Weltwirtschaft auf 3,2 %

Im April 2016 reduzierte der IWF seine Prognose für das Wachstum der **Weltwirtschaft** für das Gesamtjahr 2016 bereits zum zweiten Mal auf nun 3,2 %. Die reduzierte Prognose basiert vor allem auf der Annahme einer Verlangsamung des Wachstums der Schwellenländer und eines schwächeren Ausblicks für die USA. Der IWF prognostiziert für die **europäische Wirtschaft** ein Wachstum von 1,5 % im Jahr 2016 trotz der Rezession in Russland, die auch einen negativen Einfluss auf weitere Länder der Region haben sollte. Niedrige Energiepreise sowie eine expansive Geld- und Fiskalpolitik sollten eine schwächere Auslandsnachfrage überkompensieren. Für die **USA** erwartet der IWF ein Wachstum von 2,4 % und damit nicht länger eine Beschleunigung des Wachstums gegenüber 2015. Der starke Dollar sowie niedrigere Investitionen im Ölsektor sind dafür die

Hauptfaktoren. Für **Lateinamerika** erwartet der IWF ein Schrumpfen der Wirtschaft um 0,5 %. Besonders der südliche Teil der Region leidet unter dem niedrigen Ölpreis und die anhaltende Rezession in Brasilien belastet die gesamte Region. Das Wachstum der **asiatischen Wirtschaft** wird sich laut dem IWF im Jahr 2016 leicht auf 6,4 % verlangsamen. Das Wachstum in China sollte weiter nachlassen, vor allem getrieben von einem Rückgang der Produktion im Industriesektor. Der Dienstleistungssektor sollte hingegen stabiles Wachstum zeigen. In Japan wird mit einem moderaten Wachstum gerechnet. Die Aufwertung des Yen sowie eine schwächere Nachfrage aus den Schwellenländern sollten allerdings das Wirtschaftswachstum belasten. Die Ausweitung der expansiven Geldpolitik sowie niedrigere Energiepreise sollten die negativen Effekte dämpfen. Indien und kleinere aufstrebende Länder Asiens werden voraussichtlich weiterhin von einer starken Inlandsnachfrage profitieren und kräftig wachsen.

Branchenentwicklung in 2016 von großen Unsicherheiten geprägt

Branchenanalysten im Bankenbereich erwarten im Durchschnitt ein bestenfalls verhaltenes Wachstum der Umsätze in der Premium- und Luxusgüterbranche im Jahr 2016. Insgesamt ist der Ausblick aber mit großen Unsicherheiten behaftet und hat sich im ersten Halbjahr, insbesondere durch die möglichen negativen Auswirkungen des BREXIT Votum auf das Konsumklima, weiter eingetrübt. Die Unternehmen im Sektor reduzieren die Expansion eigener Einzelhandelsflächen und passen sich damit den niedrigeren Wachstumsraten in der Branche an. Der Fokus liegt nun vielerorts auf der Steigerung der Profitabilität bestehender Einzelhandelsflächen. Der Ausbau von Online-Angeboten und deren Verknüpfung mit dem stationären Handel wird eine wichtigere Rolle spielen. Im Großhandelskanal wird sich die hohe Rabattintensität vor dem Hintergrund rückläufiger Kundenfrequenzen und erhöhter Lagerbestände voraussichtlich weiter fortsetzen. Umsatzrückgänge auf vergleichbarer Fläche, Investitionen in den Ausbau von Onlineangeboten und die zunehmende Harmonisierung globaler Preisarchitekturen dürften sich belastend auf die Margenentwicklung in der Branche auswirken.

In der Region **Europa** ist die Branchenentwicklung im Jahr 2016 von hohen Unsicherheiten geprägt. Insbesondere die Effekte aus einer Verschiebung der Touristenströme von Europa nach Asien sowie die gestiegene Angst vor Terrorismus trüben die Aussichten der Branche. Zusätzlich belasten die Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem BREXIT Votum und die möglichen negativen Auswirkungen auf das Konsumklima. In der Region **Amerika** dürfte das Branchenwachstum im Jahr 2016 auf unverändert niedrigem Niveau bleiben. In den USA wird die Nachfrage voraussichtlich weiter schwach bleiben. Im Großhandelsbereich wird dementsprechend eine weiterhin hohe Rabattintensität erwartet. Die volatilen Aktienmärkte, Unsicherheiten im Zusammenhang mit der anstehenden Präsidentenwahl und der starke US-Dollar werden die Branchenentwicklung den Erwartungen nach weiter dämpfen. Die lateinamerikanischen Märkte sollten sich jedoch leicht erholen und von einer Wiederbelebung der lokalen Nachfrage profitieren. Der **asiatische Premium- und Luxusgütermarkt** sollte sich stabil entwickeln. Die stärkere Angleichung der Preisarchitektur in der Region an das Niveau in Europa und den USA, strengere Visabestimmungen für Reisen nach Europa und die Ausweitung von Zollkontrollen werden voraussichtlich zu einer Verlagerung der Nachfrage chinesischer Konsumenten zurück in den Heimatmarkt führen. Südkorea sollte von zunehmendem Tourismus und einer starken lokalen Nachfrage profitieren. Japan sollte jedoch aufgrund des starken Yen und einem Rückgang des Tourismus weniger stark als 2015 wachsen und auch für Hongkong und Macau werden weiter deutliche Umsatzrückgänge erwartet.

Konzernumsatz stabil bis leicht rückläufig

HUGO BOSS erwartet, dass die in vielen Märkten herausfordernde konjunkturelle und branchenspezifische Lage die Geschäftsentwicklung des Konzerns negativ beeinflussen wird. Unter Einbezug der beschriebenen Annahmen für die Entwicklung der Gesamtwirtschaft und der Branche im Jahr 2016 erwartet der Konzern, dass sich der Umsatz auf währungsbereinigter Basis stabil oder um bis zu 3% rückläufig entwickeln wird. Damit wird die Umsatzentwicklung im Vergleich zur Weltwirtschaft und der Branche insgesamt schwächer ausfallen.

AUSBLICK 2016

UMSATZENTWICKLUNG (WÄHRUNGSBEREINIGT)	Zwischen 0% und -3%
ENTWICKLUNG DES EBITDA VOR SONDEREFFEKTEN	Rückgang zwischen 17% und 23%
INVESTITIONEN	160 Mio. EUR bis 180 Mio. EUR
FREE CASHFLOW	Leichter Rückgang

Rückgänge in Amerika und Asien gleichen Wachstum in Europa aus

Im Jahr 2016 wird die Entwicklung des Konzernumsatzes voraussichtlich von Rückgängen in Amerika und Asien belastet. In der Region Amerika hat die schwierige, von einer hohen Rabattintensität geprägte Marktlage einen negativen Einfluss auf den Konzern. HUGO BOSS adressiert dies vor allem mit einer Veränderung seiner Distributionsstrategie im Großhandelsgeschäft. Diese beinhaltet insbesondere die Limitierung des Vertriebs der BOSS Kernmarke. In Asien wird sich der Umsatz voraussichtlich vor allem aufgrund der Herausforderungen im chinesischen Markt negativ entwickeln. Vor allem in Hongkong und Macau werden deutliche Rückgänge erwartet. Im Zuge der Angleichung seiner globalen Preisarchitektur passt HUGO BOSS im Jahr 2016 die Verkaufspreise in Asien weitgehender als bislang an die Niveaus in Europa und Amerika an. Trotz der erwarteten Stärkung der Nachfrage wird sich dies kurzfristig negativ in der Umsatzentwicklung niederschlagen. Für die größte Region des Konzerns, Europa, werden hingegen weiterhin Zuwächse erwartet. Diese werden von der zunehmenden Ausrichtung der Region auf den eigenen Einzelhandel getragen. Auch der Umsatz im Segment Lizenzen sollte sich positiv entwickeln.

Management des eigenen Einzelhandels zielt auf Produktivitätssteigerungen ab

Der Umsatz im eigenen Einzelhandel wird sich im Jahr 2016 im Vergleich zum Gesamtkonzern voraussichtlich überdurchschnittlich positiv entwickeln. Die enge Verzahnung des stationären Einzelhandelsgeschäfts mit den digitalen Angeboten des Konzerns bildet einen wichtigen Schwerpunkt im Einzelhandelsmanagement, um den Konsumenten ein nahtloses, integriertes Einkaufserlebnis zu bieten. Insbesondere übernimmt der Konzern im Jahr 2016 wesentliche Teile der eCommerce-Wertschöpfungskette in Europa, um zukünftig Omnichannel-Services anbieten zu können. Darüber hinaus bilden die Intensivierung des Kundenbeziehungsmanagements, die nachfrageorientierte Optimierung des Warenangebots und die Verbesserung von Systemen und Prozessen im Einzelhandelsmanagement Potenziale, um die Flächenproduktivität zu steigern.

Optimierung des konzernweiten Store-Netzes

Außerdem wird der Konzern sein Store-Netz durch Renovierungen und die vorzeitige Schließung solcher Stores optimieren, die einen verwässernden Effekt auf die operative Marge haben. Selektive Neueröffnungen werden sich auf solche Projekte konzentrieren, die mit hoher Wahrscheinlichkeit einen unmittelbaren positiven Margeneffekt generieren werden. Darüber hinaus weitet der Konzern seine Kontrolle über die Distribution der BOSS Kernmarke im amerikanischen Großhandelsgeschäft durch die Übernahme von Shop-in-Shops bei Handelspartnern aus. Insgesamt sollten der Ausbau des eigenen Store-Netzes und Übernahmen einen Wachstumsbeitrag zur Umsatzentwicklung im konzerneigenen Einzelhandel im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich leisten. Ein wesentlicher Teil davon steht dabei im Zusammenhang mit Ganzjahreseffekten aus der Eröffnung neuer Stores und Übernahmen im Vorjahr.

Rückläufige Umsatzentwicklung im Großhandelsbereich erwartet

Für den Großhandelsbereich wird ein Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorjahr von bis zu 10% prognostiziert. Dies ist vor allem eine Folge der Veränderung der Distributionsstrategie im US-Markt. Im US-Großhandelsgeschäft schränkt HUGO BOSS insbesondere die Distribution der Kernmarke BOSS ein und übernimmt Shop-in-Shops von Handelspartnern, um die Qualität der Markenpräsentation zu verbessern. Der in übernommenen Verkaufspunkten erzielte Umsatz wird statt dem Großhandelsbereich dem Einzelhandelsbereich zugerechnet. Auch die global verhaltene Nachfrage der Handelspartner, die angesichts des eingetrübten Marktausblicks und vielfach hoher Vorratsbestände ihre Ordertätigkeit reduzieren, wird voraussichtlich einen negativen Einfluss auf die Umsatzentwicklung in diesem Kanal haben.

Stabile Entwicklung der Rohertragsmarge erwartet

Der wachsende Umsatzanteil des eigenen Einzelhandels wird die Entwicklung der Konzernrohertragsmarge im Jahr 2016 voraussichtlich unterstützen. Die in diesem Vertriebskanal erwirtschaftete Rohertragsmarge liegt über der des Großhandelsgeschäfts. Die Preisanpassungen in Asien werden diesen Effekt allerdings kompensieren. Effekte aus dem Vorratsmanagement und dem Rabattmanagement sollten einen insgesamt neutralen Effekt auf die Margenentwicklung haben. Der Konzern geht somit von einer insgesamt stabilen Rohertragsmargenentwicklung im Gesamtjahr aus.

Anstieg der operativen Aufwendungen trotz Verbesserung der Kosteneffizienz

Die fortgesetzte Transformation zu einem konsequent kundenorientierten Geschäftsmodell wird die Entwicklung der operativen Aufwendungen im Jahr 2016 beeinflussen. HUGO BOSS stärkt in diesem Zusammenhang die Qualität seiner Systeme und Prozesse im eigenen Einzelhandel. Insbesondere nimmt der Konzern die Auftragsabwicklung in seinem Online-Geschäft in Europa in die eigenen Hände. Darüber hinaus wird HUGO BOSS in ähnlichem Umfang wie im Vorjahr in Markenkommunikationsaktivitäten investieren, um die Kundennachfrage zu unterstützen. Gleichzeitig hat der Konzern ein Programm initiiert, um seine Kosteneffizienz zu verbessern. Die Maßnahmen beinhalten insbesondere die Nachverhandlung von Mietverträgen im eigenen Einzelhandel, Kosteneinsparungen im Gemeinkostenbereich und die vorzeitige Schließung verlustbringender Stores in der zweiten Jahreshälfte. Der Konzern erwartet somit, das Wachstum der operativen Aufwendungen auf eine gegenüber dem Vorjahr deutlich geringere Steigerungsrate begrenzen zu können.

Rückläufige Entwicklung des EBITDA vor Sondereffekten erwartet

Das operative Ergebnis (EBITDA vor Sondereffekten) wird im Jahr 2016 voraussichtlich zwischen 17% und 23% zurückgehen. Darin spiegeln sich vor allem Effekte aus der stärkeren Angleichung regional unterschiedlicher Preisarchitekturen und der Transformation des Geschäftsmodells wieder. Diese Prognose basiert auf der Annahme einer rückläufigen Umsatzentwicklung auf vergleichbarer Fläche im eigenen Einzelhandel. Die Rückgänge sollen dabei im Gesamtjahr das Niveau der ersten Jahreshälfte nicht übersteigen. Der Abschreibungsaufwand wird infolge der höheren Investitionstätigkeit im Vorjahr deutlich zunehmen. Aufgrund von

Sondereffekten vor allem im Zusammenhang mit geplanten Storeschließungen wird die Entwicklung des Konzernergebnisses und des Ergebnisses je Aktie schwächer als die Entwicklung des EBITDA vor Sondereffekten ausfallen. Das Finanzergebnis sollte sich jedoch aufgrund geringerer Währungseffekte, die im Vorjahr einen wesentlichen, negativen Effekt hatten, verbessern.

Kurzfristiges operatives Nettovermögen soll im Verhältnis zum Umsatz sinken

Das strikte Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens (Trade Net Working Capital) genießt hohe Priorität, um Verbesserungen des operativen Cashflows zu unterstützen. Im Jahr 2016 strebt der Konzern an, das kurzfristige operative Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz zu reduzieren. Verbesserungspotenzial wird insbesondere bei der Verringerung der Vorratsreichweite gesehen. Eine optimierte Planung des Warenbedarfs sowie die erhöhte Flexibilität und Geschwindigkeit in der Warensteuerung werden eine Verringerung der Vorratsreichweite vor allem im eigenen Einzelhandel unterstützen.

Verringerung der Investitionstätigkeit gegenüber Vorjahr

Der Konzern strebt im Jahr 2016 eine Verringerung seiner Investitionsaufwendungen gegenüber dem Vorjahr an, ohne dabei seine mittel- und langfristigen Wachstumsaussichten zu beeinträchtigen. Der eigene Einzelhandel wird auch im Jahr 2016 den Schwerpunkt der Investitionstätigkeit des Konzerns bilden. Die Renovierung bestehender Einzelhandelsgeschäfte wird dabei im Vordergrund stehen. Darüber hinaus wird der Konzern seine operative Infrastruktur vor allem in den Bereichen IT und Logistik stärken. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Umsetzung von Maßnahmen zur Einführung von Omnichannel-Services. Aufgrund des Wegfalls von Kosten im Zusammenhang mit einmaligen Investitionsaufwendungen im Vorjahr, einer im Vergleich zu den Vorjahren geringeren Expansion des eigenen Einzelhandels und der strikten Fokussierung auf Projekte mit dem größten positiven Beitrag zum Unternehmenswert wird das Investitionsvolumen aber im Jahr 2016 auf 160 Mio. EUR bis 180 Mio. EUR sinken.

Leichter Rückgang des Free Cashflow gegenüber Vorjahr erwartet

Im Jahr 2016 erwartet der Konzern einen leichten Rückgang des Free Cashflow gegenüber dem Vorjahr. Positive Effekte aus dem strikten Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens und der Verringerung der Investitionen werden dabei den ErgebnISRückgang voraussichtlich nicht vollständig kompensieren. Der Free Cashflow soll im Wesentlichen zur Finanzierung der Dividendenausschüttung verwendet werden. Der Konzern geht davon aus, dass die Nettofinanzverbindlichkeiten zum Jahresende leicht über dem Niveau des Vorjahres liegen werden. Vor dem Hintergrund seiner starken Innenfinanzierungskraft und der im Jahr 2015 erfolgten Refinanzierung des Konsortialkredits, der den Liquiditätsbedarf des Unternehmens langfristig zu vorteilhaften Konditionen sichert, plant der Konzern keine wesentlichen Finanzierungsaktivitäten im Jahr 2016.

Konzern plant über das Jahr 2016 hinaus Rückkehr zu nachhaltigem profitabilem Wachstum

Der Konzern plant, mittelfristig auf einen profitablen Wachstumskurs zurückzukehren. Fortgesetzt ungünstige gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Marktentwicklungen in wichtigen Absatzmärkten, Kosteninflation in den Beschaffungsprozessen und unerwartete Nachfrageschwankungen im eigenen Einzelhandel könnten allerdings negative finanzielle Auswirkungen nach sich ziehen. Der Konzern hat Vorkehrungen getroffen, um die Wahrscheinlichkeit und die Auswirkungen eines Eintritts dieser und weiterer Risiken zu begrenzen. Einzelheiten sind dem Risikobericht des Geschäftsberichts 2015 zu entnehmen.

ZUSAMMENFASSENDE AUSSAGE ÜBER DIE ERTRAGS-, VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

Zusammengefasst zeigt die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage, dass sich der HUGO BOSS Konzern zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichts für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2016 weiterhin in einer soliden wirtschaftlichen Lage befand.

Metzingen, den 21. Juli 2016

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Mark Langer
Bernd Hake

3

**KONZERNZWISCHEN-
ABSCHLUSS**

KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 30. JUNI 2016

KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (in Mio. EUR)

	2016	2015
Umsatzerlöse	1.264,7	1.314,6
Umsatzkosten	-432,5	-447,3
Rohertrag	832,2	867,3
In % vom Umsatz	65,8	66,0
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-560,3	-532,2
Verwaltungsaufwendungen	-138,2	-138,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-64,6	0,1
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit	69,1	197,2
Zinsergebnis	-1,2	-3,8
Übrige Finanzposten	-2,7	-3,5
Finanzergebnis	-3,9	-7,3
Ergebnis vor Ertragsteuern	65,2	189,9
Ertragsteuern	-15,7	-43,7
Konzernergebnis	49,5	146,2
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	49,5	146,1
Nicht beherrschende Anteile	0,0	0,1
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	0,72	2,12

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 30. JUNI 2016

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG (in Mio. EUR)

	2016	2015
Konzernergebnis	49,5	146,2
Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-4,9	1,1
Posten, die anschließend in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-17,0	41,6
Netto-(Verluste) /-Gewinne aus Marktbewertung von Sicherungsgeschäften	0,8	-0,8
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	-21,1	41,9
Gesamtergebnis	28,4	188,1
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	28,4	188,0
Nicht beherrschende Anteile	0,0	0,1
Gesamtergebnis	28,4	188,1

KONZERNBILANZ

DES HUGO BOSS KONZERNS ZUM 30. JUNI 2016

KONZERNBILANZ (in Mio. EUR)

	30. Juni 2016	30. Juni 2015	31. Dez. 2015
Aktiva			
Immaterielle Vermögenswerte	180,5	165,5	182,6
Sachanlagen	438,8	414,4	439,8
Aktive latente Steuern	129,7	117,5	115,2
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	23,1	22,9	22,4
Langfristige Ertragsteuerforderungen	0,6	1,2	0,7
Sonstige langfristige Vermögenswerte	3,4	9,1	3,9
Langfristige Vermögenswerte	776,1	730,6	764,6
Vorräte	565,5	563,4	559,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	192,1	210,5	239,6
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	29,6	13,4	21,1
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	31,7	18,3	29,0
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	89,4	85,3	104,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	49,6	56,3	81,4
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	0,0	0,0	0,5
Kurzfristige Vermögenswerte	957,9	947,2	1.035,7
GESAMT	1.734,0	1.677,8	1.800,3
Passiva			
Gezeichnetes Kapital	70,4	70,4	70,4
Eigene Aktien	-42,3	-42,3	-42,3
Kapitalrücklage	0,4	0,4	0,4
Gewinnrücklagen	667,2	698,7	873,2
Kumuliertes übriges Eigenkapital	38,4	55,4	54,6
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	734,1	782,6	956,3
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	0,8	-0,5	-0,6
Konzerneigenkapital	734,9	782,1	955,7
Langfristige Rückstellungen	79,9	75,3	72,1
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	237,4	232,5	135,0
Passive latente Steuern	9,1	9,1	7,8
Sonstige langfristige Schulden	44,8	46,8	42,2
Langfristige Schulden	371,2	363,7	257,1
Kurzfristige Rückstellungen	138,7	109,2	102,8
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	106,1	42,1	41,5
Ertragsteuerschulden	25,3	41,3	46,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	224,6	236,9	271,5
Sonstige kurzfristige Schulden	133,2	102,5	125,4
Kurzfristige Schulden	627,9	532,0	587,5
GESAMT	1.734,0	1.677,8	1.800,3

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR 30. JUNI 2016

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG (in Mio. EUR)

	Gewinnrücklagen					Kumuliertes übriges Eigenkapital		Konzerneigenkapital		
	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Kapitalrücklage	Gesetzliche Rücklage	Sonstige Gewinnrücklagen	Unterschiede aus der Währungsumrechnung	Marktbeurteilung Sicherungsgeschäfte	Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	Konzern-eigenkapital
1. Januar 2015	70,4	-42,3	0,4	6,6	794,7	15,3	-0,7	844,4	-0,5	843,9
Konzernergebnis					146,1			146,1	0,1	146,2
Sonstiges Ergebnis					1,1	41,6	-0,8	41,9	0,0	41,9
Gesamtergebnis					147,2	41,6	-0,8	188,0	0,1	188,1
Dividendenzahlung					-249,8			-249,8		-249,8
Akquisition nicht beherrschender Anteile					-0,1			-0,1		-0,1
30. Juni 2015	70,4	-42,3	0,4	6,6	692,1	56,9	-1,5	782,6	-0,5	782,1
1. Januar 2016	70,4	-42,3	0,4	6,6	866,5	54,4	0,2	956,2	-0,5	955,7
Konzernergebnis					49,5			49,5	0,0	49,5
Sonstiges Ergebnis					-4,9	-17,0	0,8	-21,1	0,0	-21,1
Gesamtergebnis					44,6	-17,0	0,8	28,4	0,0	28,4
Veränderung Konsolidierungskreis					-0,7			-0,7	1,3	0,6
Dividendenzahlung					-249,8			-249,8		-249,8
30. Juni 2016	70,4	-42,3	0,4	6,6	660,6	37,4	1,0	734,1	0,8	734,9

KAPITALFLUSSRECHNUNG

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 30. JUNI 2016

KAPITALFLUSSRECHNUNG (in Mio. EUR)

	2016	2015
Konzernergebnis	49,5	146,2
Abschreibungen/Zuschreibungen	73,8	57,8
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	-5,0	0,6
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	6,7	-0,4
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	15,7	43,7
Zinserträge und -aufwendungen	1,2	3,8
Veränderung der Vorräte	-8,9	-21,9
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	51,4	56,1
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-31,5	-21,1
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	-2,2	-2,1
Veränderung Pensionsrückstellungen	1,3	2,3
Veränderung übrige Rückstellungen	36,1	-12,2
Gezahlte Ertragsteuern	-56,3	-86,8
Operativer Mittelzufluss	131,8	166,0
Gezahlte Zinsen	-1,1	-2,1
Erhaltene Zinsen	0,4	0,7
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	131,1	164,6
Investitionen in Sachanlagen	-66,5	-65,8
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-10,2	-6,2
Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Geschäftseinheiten abzüglich erworbener flüssiger Mittel	-2,9	-20,8
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	2,3	0,9
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-77,3	-91,9
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	-249,8	-249,8
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	64,2	24,0
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	100,8	79,1
Tilgung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	0,0	-0,9
Erwerb von zusätzlichen Anteilen an Tochterunternehmen	0,0	-0,1
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-84,8	-147,7
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-0,8	2,7
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-31,8	-72,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	81,4	128,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	49,6	56,3

VERKÜRZTER KONZERNANHANG

1 // ALLGEMEINE ANGABEN

Der Zwischenabschluss der HUGO BOSS AG zum 30. Juni 2016 wurde gemäß § 37w WpHG in Übereinstimmung mit den zum Stichtag gültigen International Financial Reporting Standards (IFRS) und deren Interpretationen aufgestellt. Insbesondere die Regelungen des IAS 34 zur Zwischenberichterstattung wurden angewendet.

Der vorliegende Zwischenlagebericht und der verkürzte Abschluss wurden weder entsprechend § 317 HGB geprüft noch einer prüferischen Durchsicht durch eine zur Abschlussprüfung befähigte Person unterzogen. Durch Beschluss vom 21. Juli 2016 wurden der verkürzte Zwischenabschluss und der Zwischenlagebericht durch den Vorstand zur Weiterleitung an den Aufsichtsrat freigegeben. Vor seiner Veröffentlichung wurden der Zwischenlagebericht und der verkürzte Zwischenabschluss außerdem mit dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats erörtert.

2 // BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Alle Zwischenabschlüsse der in den Konzernzwischenabschluss einbezogenen Unternehmen wurden nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen aufgestellt. Eine detaillierte Beschreibung der angewandten Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsmethoden ist im Anhang des Konzernabschlusses 2015 zu finden.

GEÄNDERTE RECHNUNGSLEGUNGSVORSCHRIFTEN

Der Konzernzwischenabschluss wurde in Übereinstimmung mit den am Abschlussstichtag gültigen IFRS, wie sie vom IASB veröffentlicht wurden und in der EU anzuwenden sind, aufgestellt.

Die Anwendung der Neuerungen der Standards IFRS 10 „Konzernabschlüsse“, IFRS 11 „Gemeinsame Vereinbarungen“, IFRS 12 „Angaben zu Beteiligungen an anderen Unternehmen“, IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“, IAS 16 „Sachanlagen“, IAS 27 „Einzelabschlüsse“, IAS 28 „Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen“, sowie IAS 38 „Immaterielle Vermögenswerte“ führten zu keinen Änderungen in der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Die im Rahmen der jährlichen Verbesserungen an den IFRS vorgenommenen Änderungen, die den Zyklus 2012 - 2014 betreffen, sind ab dem 1. Januar 2016 verpflichtend anzuwenden. Betroffen sind die Standards IFRS 5 „Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche“, IFRS 7 „Finanzinstrumente: Angaben“, IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer“ und IAS 34 „Zwischenberichterstattung“. Es ergeben sich hierdurch keine Änderungen auf den Halbjahresfinanzbericht.

ANTEILSBASIERTE VERGÜTUNGSPROGRAMME

Anteilsbasierte Vergütungsprogramme werden im Einklang mit IFRS 2 bilanziert. Bei dem im HUGO BOSS Konzern mit Wirkung zum 1. Januar 2016 ausgegebenen Long-Term-Incentive-Programm (LTI) für Vorstände und bezugsberechtigte Führungskräfte handelt es sich um eine anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich (cash-settled share-based payment transaction). Die aus dem LTI resultierenden Aufwendungen respektive Schulden zur Abgeltung dieser Leistungen werden über den erwarteten Erdienungszeitraum erfasst. Dieser Betrag wird zu jedem Bilanzstichtag neu bemessen und grundsätzlich mittels eines Optionspreismodells bewertet. Änderungen des beizulegenden Zeitwerts werden erfolgswirksam erfasst. Der entstandene Aufwand wird in den Personalaufwendungen ausgewiesen, die Schuld als Rückstellung für Personalaufwendungen.

3 // WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Die wichtigsten, im Zwischenabschluss angewandten Kurse haben sich in Relation zum Euro wie folgt entwickelt:

Land	Währung	Durchschnittskurs			Bilanzstichtagskurs		
		30. Juni 2016	Juni 2015	Dez. 2015	30. Juni 2016	30. Juni 2015	31. Dez. 2015
Australien	AUD	1,5195	1,4536	1,5025	1,4911	1,4526	1,4897
China	CNY	7,3943	6,9582	7,0179	7,3680	6,9121	7,0608
Großbritannien	GBP	0,7877	0,7210	0,7253	0,8255	0,7085	0,7340
Hongkong	HKD	8,7112	8,6922	8,4311	8,6041	8,6306	8,4376
Japan	JPY	118,7137	138,8083	132,3842	113,8500	136,8100	131,0700
Schweiz	CHF	1,0899	1,0454	1,0826	1,0854	1,0376	1,0835
USA	USD	1,1222	1,1212	1,0878	1,1090	1,1133	1,0887

4 // KONJUNKTURELLE UND SAISONALE EINFLÜSSE

Als weltweit tätiges Unternehmen ist der HUGO BOSS Konzern unterschiedlichen konjunkturellen Entwicklungen ausgesetzt. Branchenbedingte saisonale Schwankungen sind bei HUGO BOSS üblich. Jedoch hat sich das Geschäft von HUGO BOSS in den vergangenen Jahren grundlegend geändert. Das ehemals von zwei Vorordersaisons (Frühjahr/Sommer und Herbst/Winter) dominierte Geschäft mit einer entsprechend früh vorliegenden Auftragslage ist zunehmend komplexer geworden. So werden nunmehr pro Jahr vier Saison-Vorverkäufe durchgeführt. Darüber hinaus verringert sich die Bedeutung saisonaler Einflüsse durch den weltweiten Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten. Zudem ist HUGO BOSS bestrebt, die Effizienz zu erhöhen, indem die weniger modeabhängigen Artikel stärker aus dem Lagergeschäft bedient werden. Auch die Zahl monatlicher themenorientierter Auslieferungen steigt kontinuierlich an. Aufgrund dieser Einflüsse nimmt die Saisonalität im Geschäftsverlauf von HUGO BOSS stetig ab.

5 // KONSOLIDIERUNGSKREIS

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 30. Juni 2016 erhöhte sich die Anzahl der konsolidierten Gesellschaften gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015 von 57 auf 60.

Im ersten Quartal wurde die HUGO BOSS Malaysia Sdn. Bhd., Kuala Lumpur, Malaysia, als 100 % Tochtergesellschaft erstmalig konsolidiert.

Zum 1. Januar 2016 wurde die HUGO BOSS Middle East FZ-LLC, Dubai, V.A.E., als 100 % Tochtergesellschaft erstmalig konsolidiert.

Zum 1. Januar 2016 erfolgte die erstmalige Einbeziehung der im vierten Quartal 2015 zusammen mit der AL FUTTAIM Group in Dubai gegründeten HUGO BOSS AL FUTTAIM UAE TRADING L.L.C., Dubai, V.A.E., an der die HUGO BOSS Middle East FZ-LLC, Dubai, V.A.E. 49 % der Anteile hält.

Unverändert zum 31. Dezember 2015 werden zum 30. Juni 2016 zwei Unternehmen, bei denen HUGO BOSS und eine weitere Partei gemeinschaftlich die Führung ausüben, nach der Equity-Methode bilanziert.

6 // UNTERNEHMENSERWERBE/ERWERBE VON SONSTIGEN GESCHÄFTS-EINHEITEN

Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2016 hat der HUGO BOSS Konzern insgesamt vier Stores und die damit verbundenen Anlagewerte und Vorräte im Rahmen von Asset Deals von ehemaligen Franchise-Partnern in Malaysia und Hongkong übernommen. Der Erwerb dreier Stores in Malaysia zum 1. Januar 2016 erfolgte über die im Geschäftsjahr 2015 gegründete und in 2016 erstmalig konsolidierte HUGO BOSS Malaysia Sdn. Bhd., Kuala Lumpur, Malaysia. Der Erwerb eines Stores in Hongkong zum 1. Mai 2016 erfolgte über die HUGO BOSS Hong Kong Ltd., Hongkong, China. Die Unternehmenserwerbe erfolgten zur Unterstützung des Ausbaus des konzerneigenen Einzelhandels in der Region Asien/Pazifik.

Folgende Übersicht zeigt die vorläufige Allokation des Kaufpreises auf das übernommene Nettovermögen sowie den sich daraus ergebenden Geschäfts- oder Firmenwert:

(in Mio. EUR)		30. Juni 2016
Übertragene Gegenleistung		
Vereinbarter Kaufpreis		2,9
Übernommene Schulden		0,0
Summe Kaufpreiszahlung		2,9
Beizulegende Zeitwerte der übernommenen Vermögenswerte und Schulden		
Immaterielle Vermögenswerte		0,0
Sachanlagen		0,9
Vorräte		0,7
Summe Vermögenswerte		1,6
Summe Verbindlichkeiten		0,0
Geschäfts- oder Firmenwerte		1,3

Die Beherrschung über die Vermögenswerte wird durch die Zahlung des vereinbarten Kaufpreises erlangt. Die Geschäfts- oder Firmenwerte entfallen auf das Segment Asien/Pazifik und enthalten nicht separierbare immaterielle Vermögenswerte und erwartete Synergieeffekte. Sie unterliegen gemäß IAS 36 einem jährlichen Impairmenttest und werden daher nicht planmäßig abgeschrieben. Es entstanden Transaktionskosten in unwesentlicher Höhe, welche sofort erfolgswirksam in der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung erfasst wurden.

Der durch die Übernahmen zusätzlich generierte Konzernumsatz in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2016 betrug 1,8 Mio. EUR.

Für die im Geschäftsjahr 2015 von einem ehemaligen Franchisenehmer erworbenen Stores in China erfolgte die Übernahme auf Basis einer zunächst vorläufigen Kaufpreisallokation, da im Geschäftsjahr 2015 noch nicht alle für eine vollständige Bilanzierung des Unternehmenserwerb notwendigen Informationen vorlagen. Die Kaufpreisallokation wurde im ersten Quartal des Geschäftsjahrs 2016 und damit innerhalb von zwölf Monaten nach dem Erwerbszeitpunkt abgeschlossen. Die Finalisierung der Kaufpreisallokation wirkte sich nur unwesentlich auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des HUGO BOSS Konzerns im ersten Halbjahr 2016 wie auch im Geschäftsjahr 2015 aus.

7 // AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Der Konzern hat in den ersten sechs Monaten des Jahres 2016 Maßnahmen ergriffen, um auf einen nachhaltig profitablen Wachstumskurs zurückzukehren. Im laufenden Geschäftsjahr konzentrieren sich diese Maßnahmen insbesondere auf die Verbesserung seiner Marktposition in den USA und Asien, die Erzielung operativer Kosteneinsparungen sowie die Sicherstellung einer nachhaltig profitablen Ausrichtung des Storenetzes. In diesem Zusammenhang hat HUGO BOSS solche Stores, die den Renditeerwartungen des Unternehmens in der Vergangenheit nicht entsprochen haben, einer tiefgehenden Überprüfung unterzogen. Im Ergebnis hat sich HUGO BOSS im Rahmen des Maßnahmenprogramms entschlossen, bis zum Ende des Jahres 2017 rund 20 freistehende Geschäfte zu schließen. HUGO BOSS erwartet aus den Schließungen einen positiven Ergebniseffekt im Jahr 2017 und darüber hinaus. Im laufenden Geschäftsjahr ergaben sich aus Rückstellungen und Wertminderungen im Zusammenhang mit den geplanten Schließungen allerdings einmalige Aufwendungen in Höhe von 52 Mio. EUR, welche im Posten „sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge“ ausgewiesen sind.

UMSATZKOSTEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2016	Jan. – Juni 2015
Anschaffungskosten für bezogene Waren	370,0	385,4
Herstellungskosten für Eigenfertigung	62,5	61,9
GESAMT	432,5	447,3

Die Anschaffungskosten enthalten den Materialaufwand, der dem Betrag der Vorräte entspricht, der im Geschäftsjahr als Aufwand erfasst wurde. Daneben enthält der Posten im Wesentlichen Eingangsfracht- und Zollkosten.

Die den Herstellungskosten zugeordneten aktivierten Gemeinkosten enthalten die Kosten der technischen Produktentwicklung in der dritten Phase der Kollektionserstellung sowie die Gemeinkosten der Produktumsetzungs- und Beschaffungsphase.

VERTRIEBS- UND MARKETINGAUFWENDUNGEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2016	Jan. – Juni 2015
Aufwendungen für konzerneigenen Einzelhandel, Vertriebs- und Marketingorganisation	437,2	409,5
Marketingaufwendungen	86,4	86,7
Aufwendungen für Logistik	36,7	36,0
GESAMT	560,3	532,2

Die Aufwendungen für den konzerneigenen Einzelhandel, die Vertriebs- und Marketingorganisation umfassen im Wesentlichen Personal- und Mietaufwendungen für den Groß- und Einzelhandelsvertrieb. Ferner sind in den Vertriebskosten umsatzabhängige Provisionen, Ausgangsfracht- und Zollkosten, Kreditkartengebühren sowie Wertberichtigungen auf Forderungen enthalten.

VERWALTUNGSAUFWENDUNGEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2016	Jan. – Juni 2015
Verwaltungsaufwand	106,4	105,9
Forschungs- und Entwicklungskosten	31,8	32,1
GESAMT	138,2	138,0

Der Verwaltungsaufwand besteht überwiegend aus Raummieten, Instandhaltungskosten, IT-Betriebskosten und Rechts- und Beratungskosten sowie dem Personalaufwand des Funktionsbereichs. Aufwendungen für Forschung und Entwicklung fallen im HUGO BOSS Konzern schwerpunktmäßig im Rahmen der Kollektionserstellung an.

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN UND ERTRÄGE

Der sich in den ersten sechs Monaten aus den sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge ergebende Nettoaufwand betrug 65 Mio. EUR (Vorjahr: 0 Mio. EUR). Einmalige Aufwendungen ergaben sich hierbei insbesondere im Zusammenhang mit der Entscheidung weltweit rund 20 freistehende Einzelhandelsgeschäfte zu schließen, die in der Vergangenheit einen wesentlichen negativen Effekt auf das Ergebnis im eigenen Einzelhandel hatten. Der sich aus der Bildung von Rückstellungen ergebende Aufwand beläuft sich auf 46 Mio. EUR und bezieht sich insbesondere auf zu erwartende Abstandszahlungen an Vermieter, vorwiegend in der Region Asien. Zudem ergaben sich Wertminderungen auf Storeausstattung in Höhe von 6 Mio. EUR, vorwiegend in den Regionen Asien und Europa. Weitere wesentliche Sondereffekte in Höhe von 10 Mio. EUR ergaben sich im ersten Halbjahr aus den Veränderungen im Vorstand.

PERSONALAUFWAND

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2016	Jan. – Juni 2015
Löhne und Gehälter	264,3	239,2
Soziale Abgaben	40,8	40,2
Aufwendungen und Erträge für Altersversorgung und für Unterstützung	3,9	3,6
GESAMT	309,0	283,0

MITARBEITER

	30. Juni 2016	31. Dez. 2015
Gewerbliche Arbeitnehmer	5.081	5.043
Kaufmännische Arbeitnehmer	10.469	10.263
GESAMT	15.550	15.306

ABSCHREIBUNGEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2016	Jan. – Juni 2015
Anlagevermögen		
Davon Sachanlagen	62,0	49,0
Davon immaterielle Vermögenswerte	11,8	8,8
GESAMT	73,8	57,8

Im Zusammenhang mit der Entscheidung weltweit rund 20 freistehende Einzelhandelsgeschäfte zu schließen, ergaben sich im abgelaufenen Halbjahr Wertminderungen auf Storeausstattung in Höhe von 6 Mio. EUR (Vorjahr: 0 Mio. EUR).

MATERIALAUFWAND

In den ersten sechs Monaten 2016 betrug der Materialaufwand 358 Mio. EUR (2015: 331 Mio. EUR).

8 // ERGEBNIS JE AKTIE

	Jan. – Juni 2016	Jan. – Juni 2015
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis (in Mio. EUR)	49,5	146,1
Durchschnittliche Zahl der ausgegebenen Aktien ¹	69.016.167	69.016.167
Ergebnis je Aktie (in EUR) ²	0,72	2,12

¹ Ohne Berücksichtigung eigener Anteile.

² Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

Das Ergebnis je Aktie wird nach IAS 33 als Quotient aus dem den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzuordnenden Ergebnis und dem gewichteten Durchschnitt der während der Berichtsperiode im Umlauf befindlichen Aktienzahl ermittelt. Weder zum 30. Juni 2016 noch zum 30. Juni 2015 standen Aktien aus, die das Ergebnis je Aktie verwässerten.

9 // ZUR VERÄUSSERUNG GEHALTENE LANGFRISTIGE VERMÖGENS- WERTE

Im dritten Quartal 2015 hat HUGO BOSS die Schließung des Showrooms in Aix-en-Provence, Frankreich beschlossen und kommuniziert. Zum 31. Dezember 2015 wurde Anlagevermögen in Zusammenhang mit Grundstücken und Bauten sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung in Höhe von 0,5 Mio. EUR der HUGO BOSS France SAS, Paris, Frankreich aufgrund der Veräußerungsabsicht als „Zur Veräußerung gehaltener langfristiger Vermögenswert“ eingestuft. Der Verkauf ist im ersten Quartal 2016 erfolgt.

10 // EIGENE AKTIEN

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 hat die HUGO BOSS AG keine eigenen Aktien zurückgekauft. Damit hält die HUGO BOSS AG weiterhin insgesamt 1.383.833 Stück Stammaktien. Dies entspricht einem Anteil von 1,97 % bzw. 1.383.833 EUR am Grundkapital.

11 // KUMULIERTES ÜBRIGES EIGENKAPITAL

Im kumulierten übrigen Eigenkapital sind die Differenzen aus der erfolgsneutralen Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen in Höhe von 37,4 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 54,4 Mio. EUR) und die Effekte aus der erfolgsneutralen Bewertung von Cashflow-Hedges nach Steuern ausgewiesen.

Hinsichtlich der direkt im Eigenkapital erfassten Erträge und Aufwendungen wird auf die Konzerngesamtergebnisrechnung verwiesen.

12 // RÜCKSTELLUNGEN

Rückstellungen für Storeschließungen

Die im ersten Halbjahr 2016 im Zusammenhang mit den geplanten Schließungen gebildeten Rückstellungen belaufen sich auf 46,3 Mio. EUR und beziehen sich insbesondere auf zu erwartende Abstandszahlungen an Vermieter, vorwiegend in der Region Asien.

Für die geplanten Storeschließungen wurden vom Management Annahmen zur Ermittlung der Höhe der diesbezüglich zum Ende der Berichtsperiode ausgewiesenen Rückstellung getroffen. Wesentliche Annahmen betreffen die Art der Schließung (Beendigung Mietvertrag gegen Abstandszahlung) oder Erfüllung des Mietvertrags mit Untervermietung unter Mietpreis. Die gebildeten Rückstellungen basieren auf der bestmöglichen Schätzung für Abstandszahlungen beziehungsweise Erlöse aus Untervermietung. Grundsätzlich ist es möglich, dass sich Abweichungen zwischen den tatsächlich zu leistenden Abstandszahlungen beziehungsweise den erzielten Erlösen aus Untervermietung und den getroffenen Annahmen ergeben. Etwaige Unterschiede zwischen der ursprünglichen Einschätzung und dem tatsächlichen Ausgang können in der jeweiligen Periode Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns haben.

Rückstellungen für Personalaufwendungen

Rückstellungen für Personalaufwendungen betreffen überwiegend Rückstellungen für kurz- und mittelfristige Tantiemen und Boni, Abfindungsansprüche, Altersteilzeit sowie Überstunden.

Das zu Beginn des Geschäftsjahrs 2016 ausgegebene „Long-Term-Incentive-Programm (LTI)“ für den Vorstand und bezugsberechtigte Führungskräfte wird zum Bilanzstichtag zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Zum 30. Juni 2016 belief sich die in diesem Zusammenhang gebildete Rückstellung auf 0,5 Mio. EUR. Die durchschnittliche Restlaufzeit des LTI beträgt 3,5 Jahre.

13 // RÜCKSTELLUNGEN FÜR PENSIONEN UND ÄHNLICHE VERPFLICHTUNGEN

Die Rückstellungen für Pensionen erhöhten sich von 39 Mio. EUR zum 31. Dezember 2015 auf 47 Mio. EUR zum 30. Juni 2016. Für die Ermittlung des Barwerts der Pensionsverpflichtungen werden neben dem Dienstzeitaufwand sowie dem Nettozinsaufwand auch relevante sonstige Einflussgrößen in die versicherungsmathematischen Berechnungen mit einbezogen.

VERSICHERUNGSMATHEMATISCHE ANNAHMEN ZUR ERMITTLUNG DES BARWERTS DER PENSIONSVERPFLICHTUNGEN ZUM 30. JUNI 2016

Folgende Prämissen wurden zugrunde gelegt:

Parameter	30. Juni 2016	31. Dez. 2015
Rechnungszins		
Deutschland	1,75%	2,50%
Schweiz	0,19%	0,90%
Türkei	10,20%	10,00%
Rententrend		
Deutschland	1,75%	1,75%
Schweiz	0,00%	0,00%
Türkei	0,00%	0,00%
Gehaltssteigerungstrend		
Deutschland	2,50%	2,50%
Schweiz	3,00%	3,00%
Türkei	5,00%	5,00%

Im Vergleich zum 31. Dezember 2015 ist der Parameter Rechnungszins in Deutschland und der Schweiz gesunken. In der Türkei ist der Parameter Rechnungszins im gleichen Zeitraum gestiegen. Die Parameter Rententrend und Gehaltssteigerungstrend blieben in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 unverändert.

ZUSAMMENSETZUNG DER PENSIONS-AUFWENDUNGEN DER PERIODE

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2016	Jan. – Juni 2015
Dienstzeitaufwand der Periode	2,6	3,6
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	0,0	0,0
Nettozinsaufwand	0,5	0,6
In der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Pensionsaufwendungen	3,1	4,2
Ertrag aus Fondsvermögen (ohne Zinseffekt aus Fondsvermögen)	0,0	-1,5
Erfasste versicherungsmathematische (Gewinne)/Verluste	6,3	-0,5
Asset Ceiling (ohne Zinseffekt aus Asset Ceiling)	0,0	0,0
In der Konzerngesamtergebnisrechnung erfasste Neubewertungen	6,3	-2,0

14 // ZUSÄTZLICHE ANGABEN ZU FINANZINSTRUMENTEN

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte sämtlicher im Konzernabschluss erfasster Finanzinstrumente.

BUCHWERTE UND BEIZULEGENDE ZEITWERTE NACH KLASSEN VON FINANZINSTRUMENTEN

(in Mio. EUR)

Aktiva	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	30. Juni 2016		31. Dez. 2015	
		Buchwert	Beizulegender Zeitwert	Buchwert	Beizulegender Zeitwert
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	LaR	49,6	49,6	81,4	81,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	192,1	192,1	239,6	239,6
Sonstige finanzielle Vermögenswerte		54,8	54,8	51,4	51,4
Davon:					
Available-for-sale	AfS	0,1	0,1	0,5	0,5
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FAHFT	0,2	0,2	5,9	5,9
Derivate mit Hedge-Beziehung	n.a.	1,0	1,0	0,7	0,7
Übrige finanzielle Vermögenswerte	LaR	53,5	53,5	44,3	44,3
Passiva					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	FLAC	330,7	333,8	163,6	165,5
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	224,6	224,6	271,5	271,5
Sonstige Finanzverbindlichkeiten		12,8	12,8	12,8	12,8
Davon:					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FLHFT	4,5	4,5	3,3	3,3
Derivate mit Hedge-Beziehung	n.a.	0,1	0,1	0,5	0,5
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen	n.a.	8,2	8,2	9,0	9,0
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	0,0	0,0	0,0	0,0
Summe pro Bewertungskategorie nach IAS 39:					
Loans and Receivables	LaR	295,2	295,2	365,3	365,3
Available-for-Sale	AfS	0,1	0,1	0,5	0,5
Financial Assets Held for Trading	FAHFT	0,2	0,2	5,9	5,9
Financial Liabilities Measured at Amortised Cost	FLAC	555,3	558,4	435,1	437,0
Financial Liabilities Held for Trading	FLHFT	4,5	4,5	3,3	3,3

Der beizulegende Zeitwert der finanziellen Vermögenswerte und finanziellen Verbindlichkeiten ist mit dem Betrag angegeben, zu dem das betreffende Instrument in einer gegenwärtigen Transaktion zwischen vertragswilligen Geschäftspartnern getauscht werden könnte. Die zur Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte angewandten Methoden und Annahmen stellen sich wie folgt dar:

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, sonstige finanzielle Vermögenswerte, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige kurzfristige

Verbindlichkeiten kommen hauptsächlich aufgrund der kurzen Laufzeiten dieser Instrumente ihrem Buchwert sehr nahe.

Der beizulegende Zeitwert von Bankdarlehen und sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten, Verpflichtungen aus Finanzierungsleasingverhältnissen sowie sonstigen langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten wird durch Diskontierung der künftigen Cashflows unter Verwendung von derzeit für Fremdkapital zu vergleichbaren Konditionen, Kreditrisiken und Restlaufzeiten verfügbaren Zinssätzen ermittelt.

Der Konzern schließt derivative Finanzinstrumente mit verschiedenen Parteien ab, mehrheitlich mit Finanzinstituten mit sehr guter bis guter Bonität (Investment Grade). Finanzgeschäfte mit Parteien niedrigerer Bonität bedürfen der Genehmigung des Vorstands und werden nur begrenzt abgeschlossen. Unter Anwendung eines Bewertungsverfahrens mit am Markt beobachtbaren Input-Parametern bewertete Derivate sind hauptsächlich Zinsswaps und Devisenterminkontrakte. Zu den am häufigsten angewandten Bewertungsverfahren gehören die Forward-Preis- und Swap-Modelle unter Verwendung von Barwertberechnungen. Die Modelle beziehen verschiedene Größen mit ein, wie zum Beispiel die Bonität der Geschäftspartner, Devisen-Kassa- und Termin-Kurse, Zinsstrukturkurven und Forward-Sätze der zugrunde liegenden Basiswerte.

Zum 30. Juni 2016 versteht sich die zum Marktwert bewertete Derivatposition (Mark-to-Market) exklusive der Bonitätswertberichtigung, die auf das Ausfallrisiko der Gegenseite des Derivats zurückzuführen ist. Das Ausfallrisiko der Gegenseite brachte keine wesentlichen Effekte mit sich.

HIERARCHIE BEIZULEGENDER ZEITWERTE

Der Konzern verwendet folgende Hierarchie zur Bestimmung und zum Ausweis beizulegender Zeitwerte von Finanzinstrumenten je Bewertungsverfahren:

Stufe 1: Notierte (unangepasste) Preise auf aktiven Märkten für gleichartige Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten

Stufe 2: Verfahren, bei denen sämtliche Input-Parameter, die sich wesentlich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert auswirken, entweder direkt oder indirekt beobachtbar sind

Stufe 3: Verfahren, die Input-Parameter verwenden, die sich wesentlich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert auswirken und nicht auf beobachteten Marktdaten basieren

Zum 30. Juni 2016 sind wie im Vorjahr alle zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente der Kategorien FAHFT, FLHFT sowie die Derivate mit Hedge-Beziehungen der Stufe 2 zuzuordnen. Während der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2016 gab es keine Transfers zwischen Level 1 und Level 2 sowie aus Level 3 heraus. Die zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente bestanden aus Devisentermingeschäften, Devisenswaps und Zinsderivaten. Sie waren den Kategorien FAHFT, FLHFT sowie den Derivaten mit Hedge-Beziehung zuzuordnen. Die Vermögenswerte beliefen sich auf 1,2 Mio. EUR, die Verbindlichkeiten auf 4,6 Mio. EUR. Bei Finanzinstrumenten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten in der Bilanz geführt werden, ist die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte ebenfalls über das Verfahren der Stufe 2 erfolgt.

ABSICHERUNG VON ZINS- UND WÄHRUNGSRIKEN

Zur Absicherung gegen Zins- und Währungsrisiken setzt der HUGO BOSS Konzern teilweise Sicherungsgeschäfte zur Reduzierung des Risikos ein. Zum Bilanzstichtag waren 10 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 10 Mio. EUR) variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten abgesichert. Davon waren 0 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 0 Mio. EUR) in eine wirksame Sicherungsbeziehung eingebunden. Des Weiteren waren zum Bilanzstichtag zukünftige Zahlungsströme in Fremdwährung in Höhe von 20 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 24 Mio. EUR) abgesichert und in vollem Umfang in eine wirksame Sicherungsbeziehung eingebunden. Die Veränderung der unrealisierten Gewinne aus der Marktbewertung von Sicherungsgeschäften im sonstigen Gesamtergebnis belief sich auf 0,8 Mio. EUR (30. Juni 2015: unrealisierte Verluste in Höhe von 0,8 Mio. EUR).

15 // SALDIERUNG VON FINANZINSTRUMENTEN

(in Mio. EUR)

	Angesetzte Bruttobeträge Aktiva	Saldierte Bruttobeträge Passiva	Ausgewiesene Nettobeträge Aktiva in der Bilanz	Nicht in der Bilanz saldierte Passiva	Nicht in der Bilanz saldierte erhaltene Barsicherheiten	Nettobeträge
30. Juni 2016						
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	49,6	0,0	49,6	0,0	0,0	49,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	213,5	-21,4	192,1	0,0	0,0	192,1
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	54,8	0,0	54,8	-0,3	0,0	54,5
Available-for-sale	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1
Davon Derivate	1,2	0,0	1,2	-0,3	0,0	0,9
Davon übrige finanzielle Vermögenswerte	53,5	0,0	53,5	0,0	0,0	53,5
GESAMT	317,9	-21,4	296,5	-0,3	0,0	296,2
31. Dez. 2015						
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	81,4	0,0	81,4	0,0	0,0	81,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	252,9	-13,3	239,6	0,0	0,0	239,6
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	51,4	0,0	51,4	-0,9	0,0	50,5
Available-for-sale	0,5	0,0	0,5	0,0	0,0	0,5
Davon Derivate	6,6	0,0	6,6	-0,9	0,0	5,7
Davon übrige finanzielle Vermögenswerte	44,3	0,0	44,3	0,0	0,0	44,3
GESAMT	385,7	-13,3	372,4	-0,9	0,0	371,5

(in Mio. EUR)

	Angesetzte Bruttobe- träge Passiva	Saldierte Brutto- beträge Aktiva	Ausge- wiesene Netto- beträge Passiva in der Bilanz	Nicht in der Bilanz saldierte Aktiva	Nicht in der Bilanz saldierte erhaltene Barsicher- heiten	Netto- beträge
30. Juni 2016						
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	330,7	0,0	330,7	0,0	0,0	330,7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	232,9	-8,3	224,6	0,0	0,0	224,6
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	12,8	0,0	12,8	-0,3	0,0	12,5
Davon Derivate	4,6	0,0	4,6	-0,3	0,0	4,3
Davon übrige finanzielle Verbindlichkeiten	8,2	0,0	8,2	0,0	0,0	8,2
GESAMT	576,4	-8,3	568,1	-0,3	0,0	567,8
31. Dez. 2015						
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	163,6	0,0	163,6	0,0	0,0	163,6
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	277,9	-6,4	271,5	0,0	0,0	271,5
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	12,8	0,0	12,8	-0,9	0,0	11,9
Davon Derivate	3,8	0,0	3,8	-0,9	0,0	2,9
Davon übrige finanzielle Verbindlichkeiten	9,0	0,0	9,0	0,0	0,0	9,0
GESAMT	454,3	-6,4	447,9	-0,9	0,0	447,0

Die in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen saldierten Passiva in Höhe von 21,4 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 13,3 Mio. EUR) stellen zum Bilanzstichtag offene Gutschriften an Kunden dar. Die saldierten Aktiva innerhalb der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind Forderungen in Form von Gutschriften des HUGO BOSS Konzerns an Lieferanten. Sie betragen 8,3 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 6,4 Mio. EUR).

Für die Saldierung der Derivate bestehen Standardrahmenverträge für Finanztermingeschäfte zwischen dem HUGO BOSS Konzern und seinen Kontrahenten. In ihnen ist definiert, dass derivative Vermögenswerte und Verbindlichkeiten mit einem Kontrahenten zu einer einheitlichen Ausgleichsforderung zusammengefasst werden können.

16 // EVENTUALVERBINDLICHKEITEN UND EVENTUALFORDERUNGEN

Gegenüber dem 31. Dezember 2015 haben sich keine Veränderungen der Eventualverbindlichkeiten ergeben.

17 // ERLÄUTERUNGEN ZUR KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung des HUGO BOSS Konzerns zeigt anhand zahlungswirksamer Vorgänge die Veränderung der flüssigen Mittel im Laufe der Berichtsperiode. Gemäß IAS 7 werden die Zahlungsströme getrennt ausgewiesen nach Herkunft und Verwendung aus dem operativen Bereich sowie aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit. Die Mittelzu- und -abflüsse aus laufender Geschäftstätigkeit werden, ausgehend vom Jahresüberschuss des Konzerns, indirekt abgeleitet. Die Zahlungsströme aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit werden demgegenüber direkt aus Ein- und Auszahlungen ermittelt. Die Veränderungen der Bilanzpositionen, die in der Kapitalflussrechnung dargestellt werden, lassen sich aufgrund von Wechselkursrechnungen nicht unmittelbar aus der Bilanz ableiten.

18 // SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

(in Mio. EUR)

	Europa ¹	Amerika	Asien/Pazifik	Lizenzen	Gesamt berichtspflichtige Segmente
Jan. – Juni 2016					
Gesamtumsatz	780,8	271,3	182,8	29,8	1.264,7
Segmentergebnis	231,3	60,0	35,0	24,7	351,0
In % des Umsatzes	29,6	22,1	19,1	82,8	27,8
Segmentvermögen	239,6	210,0	94,9	13,2	557,7
Investitionen	34,7	15,6	9,7	0,0	60,0
Wertminderungen	-2,0	-0,3	-4,0	0,0	-6,3
Davon Sachanlagevermögen	-1,6	-0,3	-4,0	0,0	-5,9
Davon immaterielle Vermögenswerte	-0,4	0,0	0,0	0,0	-0,4
Abschreibungen	-22,8	-12,3	-12,9	0,0	-48,0

¹ Inklusive Naher Osten und Afrika.

(in Mio. EUR)

	Europa ¹	Amerika	Asien/Pazifik	Lizenzen	Gesamt berichtspflichtige Segmente
Jan. – Juni 2015					
Gesamtumsatz	773,3	315,2	198,8	27,3	1.314,6
Segmentergebnis	244,1	81,6	53,4	21,9	401,0
In % des Umsatzes	31,6	25,9	26,8	80,2	30,5
Segmentvermögen	224,8	250,9	118,6	12,2	606,5
Investitionen	22,6	19,4	24,5	0,0	66,5
Wertminderungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Davon Sachanlagevermögen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Davon immaterielle Vermögenswerte	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Abschreibungen	-18,0	-12,0	-12,3	0,0	-42,3

¹ Inklusive Naher Osten und Afrika.

ÜBERLEITUNGSRECHNUNGEN

UMSATZ

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2016	Jan. – Juni 2015
Umsatz - berichtspflichtige Segmente	1.264,7	1.314,6
Corporate Units	0,0	0,0
Konsolidierung	0,0	0,0
GESAMT	1.264,7	1.314,6

ERGEBNIS DER BETRIEBLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2016	Jan. – Juni 2015
Segmentergebnis – berichtspflichtige Segmente	351,0	401,0
Abschreibungen – berichtspflichtige Segmente	-48,0	-42,3
Wertminderungen – berichtspflichtige Segmente	-6,3	0,0
Sondereffekte – berichtspflichtige Segmente	-47,2	0,9
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit – berichtspflichtige Segmente	249,5	359,6
Corporate Units	-181,7	-162,4
Konsolidierung	1,3	0,0
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit HUGO BOSS Konzern	69,1	197,2
Zinsergebnis	-1,2	-3,8
Übrige Finanzpositionen	-2,7	-3,5
Ergebnis vor Ertragsteuern HUGO BOSS Konzern	65,2	189,9

INVESTITIONEN

(in Mio. EUR)

	30. Juni 2016	30. Juni 2015	31. Dez. 2015
Investitionen - berichtspflichtige Segmente	60,0	66,5	154,0
Corporate Units	19,1	20,9	66,4
Konsolidierung	0,0	0,0	0,0
GESAMT	79,1	87,4	220,4

ABSCHREIBUNGEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2016	Jan. – Juni 2015
Abschreibungen - berichtspflichtige Segmente	48,0	42,3
Corporate Units	19,5	15,5
Konsolidierung	0,0	0,0
GESAMT	67,5	57,8

WERTMINDERUNGEN/WERTAUFHOLUNGEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – Juni 2016	Jan. – Juni 2015
Wertminderungen - berichtspflichtige Segmente	6,3	0,0
Corporate Units	0,0	0,0
Konsolidierung	0,0	0,0
GESAMT	6,3	0,0

SEGMENTVERMÖGEN

(in Mio. EUR)

	30. Juni 2016	30. Juni 2015	31. Dez. 2015
Segmentvermögen – berichtspflichtige Segmente	557,7	606,5	631,5
Corporate Units	199,9	167,4	167,6
Konsolidierung	0,0	0,0	0,0
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	29,6	13,4	21,1
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	31,7	18,3	29,0
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	89,4	85,3	104,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	49,6	56,3	81,4
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	0,0	0,0	0,5
Kurzfristige Vermögenswerte HUGO BOSS Konzern	957,9	947,2	1.035,7
Langfristige Vermögenswerte	776,1	730,6	764,6
Aktiva, gesamt HUGO BOSS Konzern	1.734,0	1.677,8	1.800,3

GEOGRAFISCHE INFORMATIONEN

(in Mio. EUR)

	Umsatzerlöse mit Dritten		Langfristige Vermögenswerte	
	Jan. – Juni 2016	Jan. – Juni 2015	30. Juni 2016	31. Dez. 2015
Deutschland	213,1	217,9	205,7	203,8
Andere europäische Märkte	567,7	555,3	220,1	218,3
USA	206,2	254,3	71,7	68,9
Andere Märkte Nord- und Lateinamerika	65,1	60,9	17,2	18,4
China	102,6	122,7	34,4	42,0
Andere asiatische Märkte	80,2	76,2	59,2	61,1
Lizenzen	29,8	27,3	15,0	15,0
GESAMT	1.264,7	1.314,6	623,3	627,5

19 // ANGABE ÜBER BEZIEHUNGEN UND TRANSAKTIONEN MIT NAHE- STEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Nahestehende Personen umfassen die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats.

In Zusammenhang mit der Beendigung der Vorstandstätigkeit von Herrn Claus-Dietrich Lahrs zum 29.02.2016 und Herrn Christoph Auhagen zum 22.04.2016 ergaben sich Aufwendungen für Leistungen aus Anlass der Beendigung der Arbeitsverhältnisse in Höhe von 10,2 Mio. EUR. Die Abfindungen wurden um Vorauszahlungen der Vorjahre in Höhe von 3,4 Mio. EUR gekürzt. Der angegebene Betrag wurde in der Berichtsperiode unter dem Posten „Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge“ erfasst.

20 // EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Zwischen dem Ende des ersten Halbjahres 2016 und der Veröffentlichung dieses Berichts gab es keine wesentlichen gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, branchenbezogenen oder unternehmensspezifischen Veränderungen, die sich nach den Erwartungen des Managements maßgeblich auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Unternehmens auswirken könnten.

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VER- TRETER

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Metzingen, den 21. Juli 2016

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Mark Langer
Bernd Hake

**WEITERE
ANGABEN**

4

ZUKUNFTSGERICHTETE AUSSAGEN

Dieses Dokument enthält vorausschauende Aussagen über zukünftige Entwicklungen, die auf aktuellen Einschätzungen des Managements beruhen. Wörter wie „antizipieren“, „annehmen“, „glauben“, „einschätzen“, „erwarten“, „beabsichtigen“, „können/könnten“, „planen“, „projizieren“, „sollten“ und ähnliche Begriffe kennzeichnen solche vorausschauenden Aussagen. Solche Aussagen sind gewissen Risiken und Unsicherheiten unterworfen. Sollte einer dieser Unsicherheitsfaktoren oder andere Unwägbarkeiten eintreten oder sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen genannten oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Wir haben weder die Absicht noch übernehmen wir eine Verpflichtung, vorausschauende Aussagen laufend zu aktualisieren, da diese ausschließlich von den Umständen am Tag ihrer Veröffentlichung ausgehen.

FINANZKALENDER

2. NOVEMBER 2016

Veröffentlichung des Neunmonatsberichts 2016

16. NOVEMBER 2016

Investorentag

KONTAKTE

INVESTOR RELATIONS

Telefon +49 7123 94 - 80903

E-Mail investor-relations@hugoboss.com

DENNIS WEBER

Leiter Investor Relations

Telefon +49 7123 94 - 86267

Fax +49 7123 94 - 886267

DR. HJÖRDIS KETTENBACH

Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon +49 7123 94 - 83375

Fax +49 7123 94 - 80237

BESTELLSERVICE FÜR GESCHÄFTSBERICHTE

Bestellservice.hugoboss.com

