



H U G O B O S S

**NEUNMONATSBERICHT
JANUAR – SEPTEMBER 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. 57**

Finanzkalender **S. 58**

Kontakte **S. 58**

**AN UNSERE
AKTIONÄRE**



BRIEF DES VORSTANDSVORSITZENDEN

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

das Marktumfeld für HUGO BOSS bleibt schwierig. Im Premiumsegment der Bekleidungsbranche hat sich vor allem der europäische Markt in den letzten Monaten eingetrübt. Wir haben zudem in Kernmärkten wie den USA und China Entscheidungen getroffen, die kurzfristig Umsatz und Ertrag kosten. Der Konzernumsatz sank denn auch in den ersten neun Monaten ohne Währungseffekte um 2 Prozent, das operative Ergebnis (EBITDA vor Sondereffekten) um 18 Prozent.

Die Zahlen überdecken allerdings, dass wir in wichtigen Bereichen unseres Geschäfts Fortschritte machen: So zahlt sich unsere Entscheidung, die globale Preisarchitektur von HUGO BOSS stärker zu harmonisieren, immer mehr aus. Vor allem in China haben wir unsere Preise in den letzten zwölf Monaten stärker an das Niveau in Europa und Amerika angepasst. Das deutlich verbesserte Preis-/Leistungsversprechen erweist sich als wesentlicher Wettbewerbsvorteil. Wir haben in China auch unsere digitale Markenkommunikation stark ausgebaut und erreichen inzwischen viel mehr Konsumenten als früher. Insgesamt hat dies die Nachfrage auf dem chinesischen Festland deutlich belebt. Zwar belasten die Preisanpassungen weiterhin die Umsatzentwicklung, die Kundenfrequenz in unseren Stores hat sich aber erhöht und wir konnten Absatzsteigerungen im deutlich zweistelligen Prozentbereich erzielen. In den letzten drei Monaten ist der China-Umsatz auf vergleichbarer Fläche nach Rückgängen in den vergangenen Quartalen wieder gestiegen.

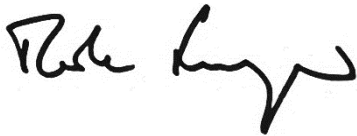
Wir profitieren außerdem immer stärker von den Maßnahmen, die wir ergriffen haben, um den Kostenanstieg zu begrenzen und unsere operative Effizienz zu steigern. Unser ursprüngliches Ziel, im laufenden Jahr Kosten von 50 Millionen Euro einzusparen, werden wir übertreffen. Derzeit gehen wir für 2016 von Kostenreduzierungen in Höhe von 65 Millionen Euro aus. Diese Summe setzt sich im Wesentlichen aus der Nachverhandlung von Mietverträgen im eigenen Einzelhandel, striktem Kostenmanagement in der Verwaltung und der Fokussierung unserer Marketingaktivitäten zusammen. Damit werden wir ein wesentliches Ziel, das wir uns für 2016 gesetzt haben - die Anpassung unserer Kostenstrukturen an ein strukturell geringeres Markt- und Unternehmenswachstum - erreichen.

Wir bestätigen vor diesem Hintergrund unseren Finanzausblick. Auf währungsbereinigter Basis wird der Umsatz im Gesamtjahr um bis zu drei Prozent sinken. Für das operative Ergebnis (EBITDA vor Sondereffekten) erwarten wir unverändert einen Rückgang zwischen 17 und 23 Prozent.

Wir haben natürlich den Ehrgeiz, in Zukunft wieder bessere Ergebnisse zu erzielen. Dafür müssen wir verstärkt an unserem Marktauftritt und unserem Markenversprechen arbeiten. Wir werden die Positionierung unserer Marken einer kritischen Überprüfung unterziehen. Die Wurzeln von BOSS liegen in der Premium-Herrenbekleidung – sie werden wir zukünftig wieder viel stärker in den Mittelpunkt stellen. Wir werden außerdem unsere Marktstellung in den USA deutlich verbessern müssen. Dies erfordert Veränderungen in der Distribution, die wir schon angestoßen haben. Wir müssen auch die Potenziale, die sich aus der stärkeren Digitalisierung unseres Geschäftsmodells ergeben, besser als bisher nutzen. Der jüngst erfolgte Relaunch der Website hugoboss.com und die gerade neu eingeführte mobile App sind dabei wichtige Schritte, denen weitere folgen werden.

Sie sehen, wir arbeiten sehr intensiv daran, HUGO BOSS wieder auf den Wachstumskurs zurückzuführen. Wir sind ein Unternehmen, das viele Jahre lang sehr erfolgreich gewirtschaftet hat. Umso ernüchternder war die Entwicklung der vergangenen zwölf Monate - nicht nur für mich, sondern für jeden Einzelnen bei HUGO BOSS. Natürlich steht das Unternehmen weiter auf einer grundsoliden Basis. Aber wir haben den Ehrgeiz, es zukünftig wieder besser zu machen. Über unsere Pläne für die mittel- und langfristige Zukunft des Unternehmens werden wir im Rahmen eines Investorentages am 16. November ausführlich informieren. Ich lade Sie herzlich ein, diese Veranstaltung über unsere Website group.hugoboss.com zu verfolgen.

Ihr



Mark Langer

Vorsitzender des Vorstands

KONZERNKENNZAHLEN

	Jan. – Sep. 2016	Jan. – Sep. 2015	Veränderung in %	Veränderung in % ³	3. Quartal 2016	3. Quartal 2015	Veränderung in %	Veränderung in % ³
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	1.967,7	2.058,7	-4	-2	703,0	744,1	-6	-3
Umsatz nach Segmenten								
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	1.238,1	1.253,4	-1	1	457,3	480,1	-5	-2
Amerika	418,5	479,9	-13	-10	147,2	164,7	-11	-9
Asien/Pazifik	265,3	283,1	-6	-5	82,5	84,3	-2	-3
Lizenzen	45,8	42,3	8	8	16,0	15,0	6	6
Umsatz nach Vertriebskanälen								
Konzerneigener Einzelhandel	1.183,2	1.200,5	-1	1	397,9	399,2	0	2
Großhandel	738,7	815,9	-9	-8	289,1	329,9	-12	-11
Lizenzen	45,8	42,3	8	8	16,0	15,0	6	6
Ertragslage (in Mio. EUR)								
Rohertrag	1.286,8	1.347,0	-4		454,6	479,7	-5	
Rohertragsmarge in %	65,4	65,4	0 bp		64,7	64,5	20 bp	
EBITDA	285,9	419,3	-32		143,0	164,3	-13	
EBITDA vor Sondereffekten	345,7	422,9	-18		144,5	168,1	-14	
Bereinigte EBITDA-Marge in % ¹	17,6	20,5	-290 bp		20,6	22,6	-200 bp	
EBIT	178,6	329,8	-46		109,5	132,6	-17	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	130,2	234,6	-45		80,6	88,5	-9	
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 30. Sep. (in Mio. EUR)								
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	535,5	565,7	-5	-5				
Langfristige Vermögenswerte	776,1	760,3	2					
Eigenkapital	806,9	859,6	-6					
Eigenkapitalquote in %	46,3	49,1						
Bilanzsumme	1.741,3	1.751,3	-1					
Finanzlage (in Mio. EUR)								
Free Cashflow	105,6	92,3	14		51,8	19,6	> 100	
Nettoverschuldung (zum 30. Sep.)	229,7	194,0	18					
Investitionen	118,6	141,0	-16		39,5	53,6	-26	
Abschreibungen	107,3	89,5	20		33,5	31,7	6	
Finanzierungsstärke (zum 30. Sep.) ²	0,4	0,3						
Weitere Erfolgsfaktoren								
Mitarbeiter (zum 30. Sep.)	15.634	14.809	6					
Personalaufwand (in Mio. EUR)	455,2	423,3	8		146,2	140,3	4	
Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte	1.119	1.105			-3	17		
Aktien (in EUR)								
Ergebnis je Aktie	1,89	3,40	-44		1,17	1,28	-9	
Schlusskurs (zum 30. Sep.)	49,23	100,40	-51		49,23	100,40	-51	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. Sep.)	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

IWF reduziert die Prognose für das globale Wirtschaftswachstum

Zu Jahresbeginn schwächten sich viele Konjunkturindikatoren weltweit weiter ab. Dies galt nicht nur für die Schwellenländer sondern auch für die Industrieländer. Zusätzlich sorgte die Entscheidung Großbritanniens die Eurozone zu verlassen, für zusätzliche Unsicherheit. Dies führte dazu, dass der IWF seine globale Wachstumsprognose im Oktober bereits zum dritten Mal in diesem Jahr auf nun 3,1 % (bisher: 3,2 %) für das Gesamtjahr reduzierte. In den Industrieländern, vor allem in den USA, Großbritannien und Japan, trübten sich viele Konjunkturindikatoren ein. In einigen Schwellenländern sorgten jedoch steigende Rohstoffpreise zuletzt für eine Verbesserung der Konjunkturindikatoren.

Positives Konsumklima unterstützt Wirtschaft in der Eurozone

Die **europäische Wirtschaft** profitierte von der Ausweitung der expansiven Geld- und Fiskalpolitik der EZB. Dies spiegelte sich in einer starken Inlandsnachfrage sowie einer Erholung der Investitionen wider. Im dritten Quartal belasteten die Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem BREXIT Votum die wirtschaftliche Entwicklung. In Deutschland entwickelte sich das Wirtschaftswachstum über den Erwartungen, vor allem getrieben von Investitionen im Immobiliensektor und öffentlichen Investitionen.

US-amerikanisches Wirtschaftswachstum bleibt unter den Erwartungen

Die **US-amerikanische Wirtschaft** wuchs in den ersten neun Monaten weniger stark als erwartet. Dies ist vor allem auf niedrigere Investitionen im Energiesektor und den daraus resultierenden negativen Effekten auf weitere Sektoren zurückzuführen. Die Unsicherheiten im Zusammenhang mit der anstehenden Präsidentschaftswahl belasteten zusätzlich. Positive Impulse kamen vom privaten Konsum und steigenden Investitionen im Immobiliensektor. Die Wirtschaft in Lateinamerika stabilisierte sich vor dem Hintergrund steigender Rohstoffpreise. In Brasilien scheint das Verbrauchervertrauen die Talsohle erreicht zu haben und auch die Wirtschaftsleistung ging weniger stark zurück als erwartet.

Chinesische Wirtschaft wächst im Rahmen der Erwartungen

In **Asien** entwickelte sich die Wirtschaft uneinheitlich. Das Wirtschaftswachstum in China lag in den ersten neun Monaten im Rahmen der Erwartungen. Im dritten Quartal hellten sich die chinesischen Konjunkturindikatoren mehrheitlich auf. Die Wirtschaft profitierte von einer expansiven Geldpolitik und dem daraus resultierenden Kreditwachstum. In Japan weitete die Notenbank die expansive Geldpolitik weiter aus, um die Konjunktur anzukurbeln. Eine schwache Inlandsnachfrage sowie die starke Aufwertung des Yen belasteten jedoch die wirtschaftliche Entwicklung.

BRANCHENENTWICKLUNG

Branchenentwicklung kann nicht von positivem Konsumklima profitieren

Die Verlangsamung des Wachstums der globalen Premium- und Luxusgüterbranche setzte sich in den ersten neun Monaten des Jahres 2016 fort. Branchenanalysten im Bankenbereich gingen für den Berichtszeitraum von einem bestenfalls geringen Wachstum der Premium- und Luxusgüterbranche aus. Die Branche konnte somit nicht im gleichen Umfang wie andere Sektoren von dem positiven Konsumklima profitieren.

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 und vielen anderen Märkten 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. Einzig Großbritannien konnte positive Effekte in Folge der Abwertung des britischen Pfunds verzeichnen. Insbesondere in Deutschland und anderen westeuropäischen Märkten wurde der Bekleidungsmarkt außerdem von einer schwachen lokalen Nachfrage negativ beeinflusst. In einigen südeuropäischen Ländern profitierte die Branche hingegen von einer Verbesserung des Konsumklimas. **Amerika** litt weiter unter einem Überangebot an Einzelhandelsflächen sowie dem rabattintensiven Marktumfeld im Großhandelsbereich in den USA. Die Premium- und Luxusgüterbranche reagierte darauf vielfach mit Einschränkungen der Distribution in diesem Vertriebskanal. 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 in Brasilien und Mexiko. Kanada entwickelte sich weiterhin solide, verlor aber gegen Ende des Berichtszeitraums an Schwung. **Asien** entwickelte sich in den ersten neun Monaten uneinheitlich. Während auf dem chinesischen Festland eine Stabilisierung des Marktes durch ein Wiedererstarren der lokalen Nachfrage zu beobachten war, setzte sich das schwierige Marktumfeld in Hongkong und Macau fort. In Japan ließ das Wachstum in Folge der Aufwertung des Yen sowie einem Rückgang der lokalen Nachfrage 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 neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 erzielte der HUGO BOSS Konzern einen **Konzernumsatz** in Höhe von 1.968 Mio. EUR. Damit lag der Umsatz in Konzernwährung um 4% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 2.059 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. – Sep. 2016	In % des Umsatzes	Jan. – Sep. 2015	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Europa ¹	1.238,1	62,9	1.253,4	60,9	-1	1
Amerika	418,5	21,3	479,9	23,3	-13	-10
Asien/Pazifik	265,3	13,5	283,1	13,7	-6	-5
Lizenzen	45,8	2,3	42,3	2,1	8	8
GESAMT	1.967,7	100,0	2.058,7	100,0	-4	-2

¹ Inklusive Naher Osten und Afrika.

Regional uneinheitliche Umsatzentwicklung im Neunmonatszeitraum

Der Umsatz in der **Region Europa** inklusive Naher Osten und Afrika ging in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 in Berichtswährung um 1% auf 1.238 Mio. EUR zurück (Vorjahr: 1.253 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis konnte hingegen ein Umsatzanstieg in Höhe von 1% verzeichnet werden. Einer positiven Umsatzentwicklung in Großbritannien standen Umsatzrückgänge in Deutschland und Frankreich gegenüber. Die **Region Amerika** verzeichnete einen Umsatzrückgang im gleichen Zeitraum um 13% auf 419 Mio. EUR (Vorjahr: 480 Mio. EUR). Insbesondere die negative Umsatzentwicklung in den USA trug zu einem Rückgang von 10% in lokalen Währungen bei. Der Umsatz in der **Region Asien/Pazifik** lag in Berichtswährung mit 265 Mio. EUR um 6% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 283 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 5% in lokalen Währungen.

UMSATZ NACH VERTRIEBSKANÄLEN (in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2016	In % des Umsatzes	Jan. – Sep. 2015	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Konzernerzeuger Einzelhandel	1.183,2	60,2	1.200,5	58,3	-1	1
DOS	761,2	38,7	776,5	37,7	-2	1
Outlet	367,8	18,7	364,1	17,7	1	3
Online	54,2	2,8	59,9	2,9	-10	-8
Großhandel	738,7	37,5	815,9	39,6	-9	-8
Lizenzen	45,8	2,3	42,3	2,1	8	8
GESAMT	1.967,7	100,0	2.058,7	100,0	-4	-2

Konzernerzeuger Einzelhandel legt währungsbereinigt leicht zu

Der **konzerneigene Einzelhandel (Retail)** entwickelte sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 rückläufig. Der Umsatz in diesem Vertriebskanal ging um 1% auf 1.183 Mio. EUR zurück (Vorjahr: 1.201 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 60% (Vorjahr: 58%).

Währungsbereinigter Umsatzanstieg auf konzerneigenen Einzelhandelsflächen (DOS)

Der Umsatz über **konzerneigene Einzelhandelsflächen (DOS)** lag im Neunmonatszeitraum mit 761 Mio. EUR um 2% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 777 Mio. EUR), konnte aber währungsbereinigt um 1% gesteigert werden. 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** konnte um 1% auf 368 Mio. EUR gesteigert werden (Vorjahr: 364 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Anstieg von 3%. Der Umsatz im konzerneigenen **Online-Einzelhandel** ging im Neunmonatszeitraum in Konzernwährung um 10% und in lokalen Währungen um 8% auf 54 Mio. EUR zurück (Vorjahr: 60 Mio. EUR).

Währungsbereinigter Umsatzrückgang im Großhandelskanal

Die Umsätze im **Großhandelskanal** entwickelten sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 um 9% rückläufig und beliefen sich auf 739 Mio. EUR (Vorjahr: 816 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis ging der Umsatz um 8% zurück. Maßgeblich für diese Entwicklung waren die global verhaltenen Nachfrage der Handelspartner sowie Maßnahmen zur Aufwertung der Distribution im amerikanischen Großhandelsgeschäft. Zusätzlich sorgten Übernahmen bisher durch Großhandelspartner geführter Verkaufsfächen für eine Umsatzverschiebung vom Großhandelsgeschäft hin zum konzerneigenen Einzelhandel. Der Anteil des Großhandelskanals am Konzernumsatz verminderte sich von 40% in der Vergleichsperiode auf 38% im Berichtszeitraum.

Lizenzgeschäft wächst um 8%

Der Umsatz im **Lizenzgeschäft** erhöhte sich im Neunmonatszeitraum in Konzernwährung sowie in lokaler Währung um 8% auf 46 Mio. EUR (Vorjahr: 42 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, das nun von BOSS Green und HUGO bedient wird, und Einschränkungen in der Distribution der Kernmarke BOSS im amerikanischen Großhandelsgeschäft wirkten sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 auf die Umsatzentwicklung der Konzernmarken aus. So verzeichnete die Kernmarke **BOSS** einen Umsatzrückgang von 14% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf 1.273 Mio. EUR (Vorjahr: 1.481 Mio. EUR). Währungsbereinigt entspricht dies einem Rückgang von 12%. Die Markenlinie **BOSS Green** hingegen konnte den Umsatz im selben Zeitraum um 29% auf 249 Mio. EUR (Vorjahr: 193 Mio. EUR) steigern, in lokalen Währungen um 33%. Die Umsätze der Markenlinie **BOSS Orange** lagen mit 169 Mio. EUR um 6% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 180 Mio. EUR), währungsbereinigt um 4%. Die Marke **HUGO** wies mit 277 Mio. EUR ein Umsatzwachstum von 36% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf (Vorjahr: 204 Mio. EUR). Auf währungsbereinigter Basis wurde bei HUGO ein Anstieg von 37% verzeichnet.

Rückläufige Umsatzentwicklung sowohl bei Herrenmode als auch Damenmode

Der Umsatz mit **Herrenmode** lag im Berichtszeitraum um 5% unter dem Niveau der Vergleichsperiode und summierte sich auf 1.748 Mio. EUR (Vorjahr: 1.830 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 sowie in lokalen Währungen um 4% bzw. 2% auf 220 Mio. EUR zurück (Vorjahr: 229 Mio. EUR). Der Anteil der Damenmode am Gesamtumsatz belief sich weiterhin auf 11%.

Netzwerk freistehender Einzelhandelsgeschäfte wächst um netto 14 Geschäfte

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 erhöhte sich die Anzahl der konzerneigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** um netto 14 auf 444 (31. Dezember 2015: 430).

Zur Flächenexpansion trug neben 25 organischen **Neueröffnungen** auch die **Übernahme** von acht bisher von Franchisepartnern betriebenen freistehenden Einzelhandelsgeschäften bei. Dem gegenüber stehen 19 Schließungen von freistehenden Einzelhandelsgeschäften. In den meisten Fällen nutzte der Konzern dabei auslaufende Mietverträge.

ANZAHL KONZERNEIGENER EINZELHANDELSGESCHÄFTE NACH REGIONEN

30. Sep. 2016	Freistehende Geschäfte	Shop-in-Shops	Outlets	GESAMT
Europa	194	351	61	606
Amerika	93	90	48	231
Asien/Pazifik	157	90	35	282
GESAMT	444	531	144	1.119

31. Dez. 2015

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 sechs auf 1.119 (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 elf auf 194 Geschäfte. Dabei baute der Konzern vor allem seine Präsenz in Großbritannien, Italien, Polen und den Niederlanden durch die Eröffnung insgesamt 20 neuer Stores aus. Neun 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 Nettoanstieg um drei auf nunmehr 606 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. Drei Neueröffnungen in den USA stehen hierbei zwei Schließungen 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 fünf auf insgesamt 231 (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. Sechs Neueröffnungen in Neuseeland, Australien und Korea stehen hierbei acht Schließungen in der Region gegenüber. Unter Einbezug aller Shop-in-Shops und Outlets ergibt sich ein Nettorückgang von zwei auf nunmehr 282 eigene Einzelhandelsgeschäfte in dieser Region (31. Dezember 2015: 284).

ERTRAGSLAGE

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2016	In % des Umsatzes	Jan. – Sep. 2015	In % des Umsatzes	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.967,7	100,0	2.058,7	100,0	-4
Umsatzkosten	-680,9	-34,6	-711,7	-34,6	4
Rohertrag	1.286,8	65,4	1.347,0	65,4	-4
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-838,7	-42,6	-812,9	-39,5	-3
Verwaltungsaufwendungen	-203,8	-10,4	-200,7	-9,7	-2
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-65,7	-3,3	-3,6	-0,2	<-100
EBIT	178,6	9,1	329,8	16,0	-46
Zinsergebnis	-1,8	-0,1	-5,2	-0,2	65
Übrige Finanzposten	-5,5	-0,3	-19,8	-1,0	72
Finanzergebnis	-7,3	-0,4	-25,0	-1,2	71
Ergebnis vor Ertragsteuern	171,3	8,7	304,8	14,8	-44
Ertragsteuern	-41,1	-2,1	-70,1	-3,4	41
Konzernergebnis	130,2	6,6	234,7	11,4	-45
Davon entfallen auf:					
Anteilseigner des Mutterunternehmens	130,2	6,6	234,6	11,4	-45
Nicht beherrschende Anteile	0,0	0,0	0,1	0,0	
Ergebnis je Aktie (in EUR)¹	1,89		3,40		-45
EBITDA	285,9	14,5	419,3	20,3	-32
EBITDA-relevante Sondereffekte	-59,8	-3,1	-3,6	-0,2	<-100
EBITDA vor Sondereffekten	345,7	17,6	422,9	20,5	-18
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 neun 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. Zum 30. September 2016 waren drei dieser Schließungen bereits vollzogen. HUGO BOSS erwartet aus den Schließungen einen positiven Ergebniseffekt im Jahr 2017 und darüber hinaus. Im laufenden Geschäftsjahr ergaben sich allerdings einmalige Aufwendungen in Höhe von 49 Mio. EUR, welche im Posten „sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge“ ausgewiesen sind. Die Aufwendungen beinhalten Rückstellungen und Wertminderungen im Zusammenhang mit geplanten Schließungen sowie bereits erfolgte Abstandszahlungen an Vermieter.

Rohertragsmarge mit 65,4% auf Vorjahreswert

Der **Rohertrag** lag nach Ablauf der ersten neun Monate des Geschäftsjahrs 2016 mit 1.287 Mio. EUR um 4% unter dem Vorjahreswert (Vorjahr: 1.347 Mio. EUR). Die **Rohertragsmarge** lag mit 65,4% auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 65,4%). Positive Effekte aufgrund des steigenden Umsatzanteils im konzerneigenen Einzelhandel, in dem HUGO BOSS eine höhere Rohertragsmarge 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 neun Monaten des Geschäftsjahrs 2016 mit 839 Mio. EUR um 3% über dem Wert des Vorjahres (Vorjahr: 813 Mio. EUR). Vor allem aufgrund der rückläufigen Umsatzentwicklung erhöhten sich die Vertriebs- und Marketingaufwendungen relativ zum Umsatz von 39,5% auf 42,6%. Insbesondere der konzerneigene Einzelhandel trug zu einem Anstieg der Vertriebsaufwendungen im Berichtszeitraum um 5% bei. Im Verhältnis zum Umsatz lagen die Vertriebsaufwendungen bei 33,1% (Vorjahr: 30,2%). Die Marketingaufwendungen entwickelten sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum annähernd stabil und lagen im Verhältnis zum Umsatz mit 6,5% auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 6,5%). Die Aufwendungen für Logistik stiegen im Vorjahresvergleich um 1% und lagen relativ zum Umsatz mit 2,8% 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.

Leichter Anstieg des Verwaltungsaufwands

Die **Verwaltungsaufwendungen** lagen in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2016 mit 204 Mio. EUR um 2% über dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 201 Mio. EUR). In Relation zum Umsatz beliefen sich die Verwaltungsaufwendungen auf 10,4% (Vorjahr: 9,7%). Die Aufwendungen der allgemeinen Verwaltung sind aufgrund von erzielten Kosteneinsparungen im Neunmonatszeitraum nur unterproportional angestiegen und lagen im Verhältnis zum Umsatz mit 7,9% nur leicht über dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 7,4%). Die im Rahmen der Kollektionserstellung anfallenden Forschungs- und Entwicklungskosten sanken im Vorjahresvergleich um 1%, lagen jedoch im Verhältnis zum Umsatz mit 2,4% leicht über dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 2,3%).

Sondereffekte belasten das Konzernergebnis

Der sich in den ersten neun Monaten aus den **sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge** ergebende Nettoaufwand betrug 66 Mio. EUR (Vorjahr: 4 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 sowie bereits geleisteten Zahlungen ergebende Aufwand beläuft sich auf 43 Mio. EUR und bezieht sich insbesondere auf 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 Berichtszeitraum aus den Veränderungen im Vorstand.

Rückgang des EBITDA vor Sondereffekten

Die interne Steuerungsgröße **EBITDA vor Sondereffekten** lag mit 346 Mio. EUR um 18% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 423 Mio. EUR). Die bereinigte EBITDA-Marge lag mit 17,6% um 290 Basispunkte unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 20,5%). Dies ist im Wesentlichen auf die rückläufige Umsatzentwicklung zurückzuführen, die nur teilweise durch Kosteneinsparungen kompensiert werden konnte. Die **Abschreibungen** lagen aufgrund der höheren Investitionstätigkeit im Vorjahr sowie vorgenommenen Wertminderungen auf Sachanlagen für eigene Einzelhandelsgeschäfte mit 107 Mio. EUR um 20% über dem Niveau der Vergleichsperiode (Vorjahr: 90 Mio. EUR). Das **Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)** lag somit nach Ablauf der ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2016 mit 179 Mio. EUR um 46% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 330 Mio. EUR).

Geringere Wechselkurseffekte entlasten das Finanzergebnis

Das **Finanzergebnis** als Nettoaufwand der Positionen Zinsergebnis und übrige Finanzposten verminderte sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 auf 7 Mio. EUR (Vorjahr: 25 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.

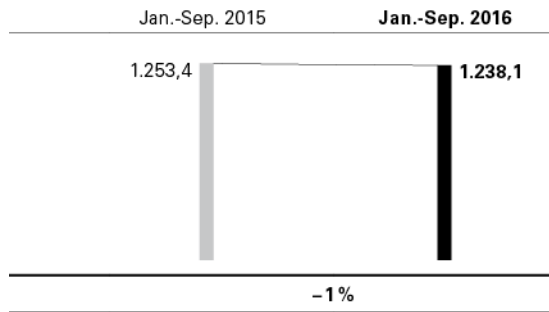
Konzernergebnis unter Vorjahresniveau

Das **Ergebnis vor Steuern** lag nach Ablauf der ersten neun Monate mit 171 Mio. EUR um 44% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 305 Mio. EUR). Die Konzernsteuerquote lag mit 24% leicht über dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 23%). Das **Konzernergebnis** reduzierte sich nach Ablauf der ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 somit um 45% auf 130 Mio. EUR (Vorjahr: 235 Mio. EUR). Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn ging dabei ebenfalls um 45% auf 130 Mio. EUR zurück (Vorjahr: 235 Mio. EUR). Dementsprechend verringerte sich das **Ergebnis je Aktie** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 45% auf 1,89 EUR (Vorjahr: 3,40 EUR).

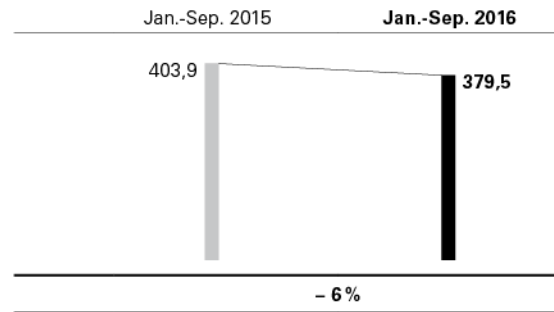
UMSATZ- UND ERTRAGSENTWICKLUNG DER GESCHÄFTSSEGMENTE

EUROPA

02|01 UMSATZENTWICKLUNG EUROPA
(in Mio. EUR)



02|02 ERGEBNISENTWICKLUNG EUROPA
(in Mio. EUR)



Währungsbereinigter Umsatzanstieg von 1%

Der **Umsatz** in der **Region Europa** inklusive Naher Osten und Afrika ging in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 in Berichtswährung um 1% auf 1.238 Mio. EUR zurück (Vorjahr: 1.253 Mio. EUR), während in lokalen Währungen ein Anstieg um 1% verzeichnet werden konnte.

Konzerneigener Einzelhandel prägt Umsatzentwicklung in der Region

Die Umsätze im **konzerneigenen Einzelhandel** erhöhten sich in der Region Europa im Berichtszeitraum leicht auf 687 Mio. EUR (Vorjahr: 685 Mio. EUR). In lokalen Währungen konnte ein Anstieg von 3% verzeichnet werden. Hingegen sank der Umsatz mit Kunden des **Großhandels** im gleichen Zeitraum in Berichtswährung um 3% auf 551 Mio. EUR (Vorjahr: 569 Mio. EUR), in lokaler Währung um 1%.

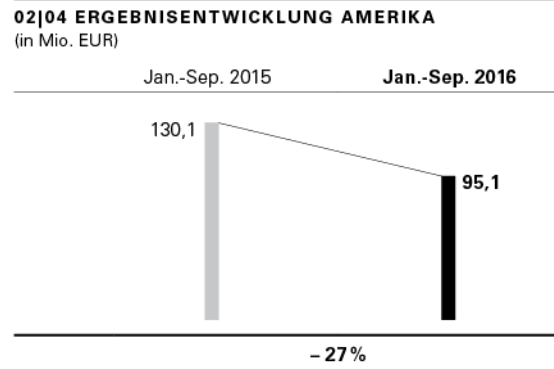
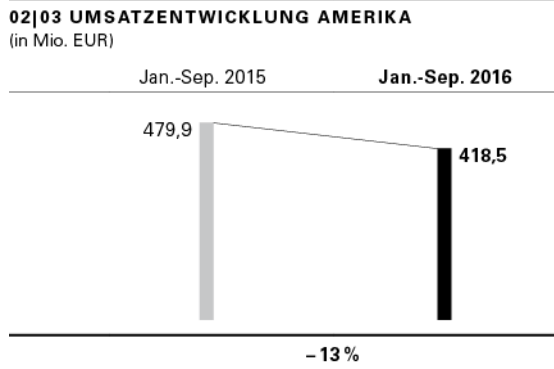
Kernmärkte zeigen unterschiedliche Umsatzentwicklung

Der Umsatz in **Deutschland** lag mit 335 Mio. EUR 5% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 352 Mio. EUR). Maßgeblich hierfür war die rückläufige Umsatzentwicklung im konzerneigenen Einzelhandel. Auch der Umsatz im Großhandelskanal entwickelte sich negativ. In **Großbritannien** lag der Umsatz in Berichtswährung mit 225 Mio. EUR um 2% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 230 Mio. EUR). Dafür verantwortlich war die Abwertung des Britischen Pfunds gegenüber dem Euro. In lokaler Währung konnte hingegen ein Umsatzanstieg von 8% erzielt werden. Zu dieser positiven Entwicklung trugen beide Vertriebskanäle bei. In **Frankreich** lag der Umsatz mit 134 Mio. EUR um 4% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 140 Mio. EUR). Bedingt durch die fortgesetzte Konsolidierung im Großhandelskanal lagen die Umsätze in den **Beneluxstaaten** mit 99 Mio. EUR 7% unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums (Vorjahr: 107 Mio. EUR). Auch der konzerneigene Einzelhandel entwickelte sich im Berichtszeitraum in diesem Markt negativ.

Segmentergebnis unter Vorjahresniveau

Das **Segmentergebnis** der Region Europa lag mit 380 Mio. EUR um 6% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 404 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 150 Basispunkte auf 30,7% (Vorjahr: 32,2%).

AMERIKA



Umsatzrückgang in der Region

Die **Region Amerika** verzeichnete in Berichtswährung einen Umsatzrückgang um 13% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf 419 Mio. EUR (Vorjahr: 480 Mio. EUR). Währungsbereinigt sank der Umsatz in dieser Region um 10%.

Deutlicher Umsatzrückgang im Großhandelskanal

Der Umsatz im **konzerneigenen Einzelhandel** sank in Berichtswährung um 6% und belief sich in den ersten neun Monaten auf 257 Mio. EUR (Vorjahr: 273 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Rückgang von 3%. Im **Großhandelskanal** wurden in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 161 Mio. EUR umgesetzt (Vorjahr: 207 Mio. EUR). Der Umsatz in diesem Absatzkanal reduzierte sich in Konzernwährung um 22% und in lokalen Währungen um 20%. Eine selektivere Distribution, insbesondere der Kernmarke BOSS, eine rückläufige Nachfrage der Großhandelspartner und Übernahmen von Shop-in-Shops trugen zu dieser Entwicklung bei.

Uneinheitliche Umsatzentwicklung in den Märkten der Region

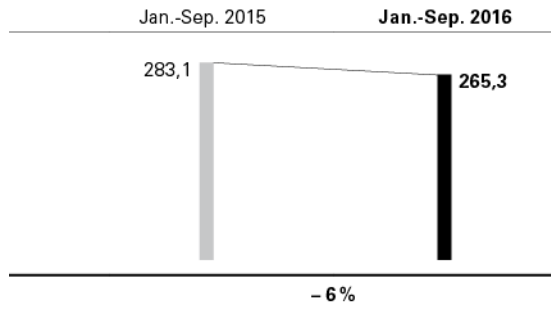
In den **USA** sank der Umsatz in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 sowohl in Berichtswährung als auch in lokaler Währung um 17% auf 317 Mio. EUR (Vorjahr: 384 Mio. EUR). In **Kanada** erhöhte sich der Umsatz in Berichtswährung um 1% auf 55 Mio. EUR (Vorjahr: 54 Mio. EUR). Währungsbereinigt konnte ein Umsatzanstieg von 6% verzeichnet werden. Ungeachtet eines schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfelds stiegen die Umsätze in **Mittel- und Südamerika** um 12% in Berichtswährung auf 47 Mio. EUR (Vorjahr: 42 Mio. EUR). In lokaler Währung konnte ein Umsatzanstieg in Höhe von 31% 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

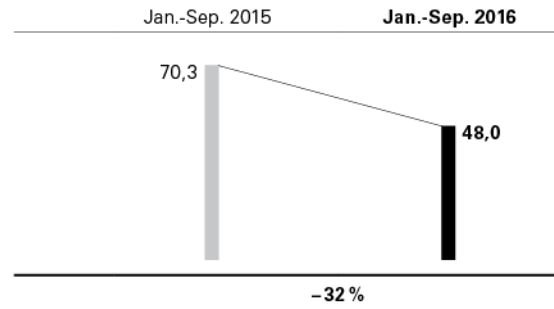
Das **Segmentergebnis** der Region Amerika lag mit 95 Mio. EUR um 27% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 130 Mio. EUR). Ursächlich hierfür waren die rückläufige Umsatzentwicklung in den USA sowie eine erhöhte Rabattintensität. Nach Ablauf der ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2016 lag die bereinigte EBITDA-Marge mit 22,7% um 440 Basispunkte unter dem Vorjahr (Vorjahr: 27,1%).

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 neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 in Berichtswährung mit 265 Mio. EUR um 6% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 283 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 5% in lokalen Währungen.

Leichter Umsatzrückgang im konzerneigenen Einzelhandel

Im **konzerneigenen Einzelhandel** verzeichnete die Region einen Umsatzrückgang in Berichtswährung von 2% auf 239 Mio. EUR (Vorjahr: 243 Mio. EUR). In lokalen Währungen entwickelten sich die Umsätze hingegen stabil gegenüber dem Vergleichszeitraum. Der Umsatz mit Kunden des **Großhandels** lag in Konzernwährung mit 27 Mio. EUR um 33% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 40 Mio. EUR). Währungsbereinigt gingen die Umsätze um 32% zurück. Übernahmen bisher durch Großhandelspartner geführter Verkaufsflächen trugen wesentlich zu dieser Entwicklung bei.

Uneinheitliche Umsatzentwicklung der Einzelmärkte

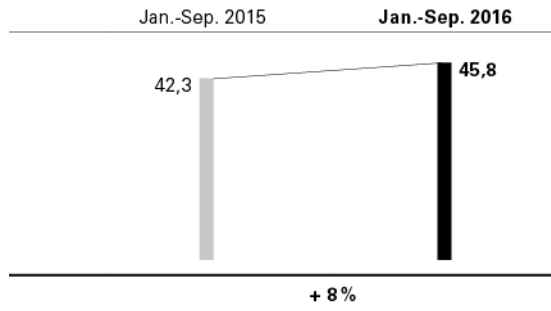
Die Umsätze in **China** summierten sich auf 146 Mio. EUR und lagen in Berichtswährung um 14% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 170 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungsbereinigten Umsatzrückgang von 11%. Das Geschäft auf dem chinesischen Festland entwickelte sich dabei deutlich besser als das in Hongkong und Macau. Die beiden letzteren Märkte werden ebenfalls China zugerechnet. Der Umsatz in **Ozeanien** lag mit 42 Mio. EUR um 2% unter dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 43 Mio. EUR). Währungsbereinigt verzeichnete dieser Markt allerdings einen Anstieg um 1%. Auch die Umsätze in **Japan** entwickelten sich positiv. So lag der Umsatz hier mit 33 Mio. EUR 11% über dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 29 Mio. EUR), was einem währungsbereinigten Umsatzanstieg von 1% entspricht.

Rückgang des Segmentergebnisses

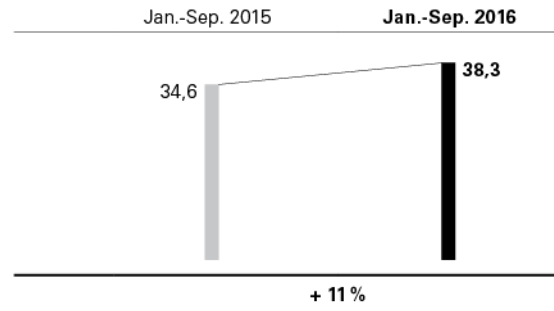
Das **Segmentergebnis** in der Region Asien/Pazifik lag mit 48 Mio. EUR um 32% unter dem Niveau der Vergleichsperiode (Vorjahr: 70 Mio. EUR). Die rückläufige Umsatzentwicklung trug maßgeblich zu dieser Entwicklung bei. So lag die bereinigte EBITDA-Marge mit 18,1% deutlich unter dem Vorjahreswert (Vorjahr: 24,8%).

LIZENZEN

02|07 UMSATZENTWICKLUNG LIZENZEN (in Mio. EUR)



02|08 ERGEBNISENTWICKLUNG LIZENZEN (in Mio. EUR)



Lizenzgeschäft wächst um 8%

Der **Umsatz** im **Lizenzgeschäft** erhöhte sich im Neunmonatszeitraum in Konzernwährung sowie in lokaler Währung um 8% auf 46 Mio. EUR (Vorjahr: 42 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 38 Mio. EUR um 11% über dem Niveau des Vergleichszeitraums (Vorjahr: 35 Mio. EUR).

VERMÖGENSLAGE

02|09 BILANZSTRUKTUR (in %)

AKTIVA	30. Sep. 2015	30. Sep. 2016
Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	34	35
Vorräte	31	31
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	14	12
Sonstige Vermögenswerte	18	18
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	3	4
GESAMT	100	100
AKTIVA (in Mio. EUR)	1.751,3	1.741,3

Bilanzsumme um 1% unter Vorjahreswert

Die **Bilanzsumme** lag zum Ende der ersten neun Monate 2016 mit 1.741 Mio. EUR um 1% unter dem Wert der Vergleichsperiode (30. September 2015: 1.751 Mio. EUR). Der **Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte** lag dabei mit 55 % unter dem Niveau des Vorjahres (30. September 2015: 57 %). Entsprechend belief sich der **Anteil der langfristigen Vermögenswerte** zum 30. September 2016 auf 45 % (30. September 2015: 43 %).

Das **Anlagevermögen** lag zum Ende des Berichtszeitraums mit 619 Mio. EUR um 5% über dem Vorjahresniveau (30. September 2015: 591 Mio. EUR). Ursächlich hierfür war insbesondere das erhöhte Investitionsvolumen im vierten Quartal des Geschäftsjahrs 2015.

Währungsbereinigter Rückgang des Vorratsvermögens von 1%

Die **Vorräte** lagen sowohl in Konzern- als auch in lokalen Währungen um 1% unter dem Vorjahresniveau und summierten sich somit zum 30. September 2016 auf 537 Mio. EUR (30. September 2015: 544 Mio. EUR). Aufgrund eines konsequenten Vorratsmanagements konnten insbesondere in Amerika und Asien/Pazifik Rückgänge im zweistelligen Prozentbereich erzielt werden.

Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** sanken im Vergleich zum Vorjahr um 15% auf 211 Mio. EUR (30. September 2015: 248 Mio. EUR). Bereinigt um Wechselkurseffekte entspricht dies einem Rückgang von 15%. Maßgeblich für diese Entwicklung waren rückläufige Umsätze sowie das unverändert strikte Forderungsmanagement.

Die **sonstigen Vermögenswerte** reduzierten sich im Vergleich zum Vorjahr um 2% auf 307 Mio. EUR (30. September 2015: 313 Mio. EUR). Ein Rückgang der aktiven latenten Steuern aufgrund geringerer temporärer Differenzen wurde durch höhere Ertragsteuerforderungen im Zusammenhang mit der rückläufigen Ergebnisentwicklung teilweise kompensiert.

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** lagen mit 67 Mio. EUR um 20% über dem Vorjahr (30. September 2015: 56 Mio. EUR).

02|10 BILANZSTRUKTUR (in %)

PASSIVA	30. Sep. 2015	30. Sep. 2016
Eigenkapital	49	46
Rückstellungen und latente Steuern	11	13
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	13	12
Sonstige Verbindlichkeiten	12	11
Finanzverbindlichkeiten	15	18
GESAMT	100	100
PASSIVA (in Mio. EUR)	1.751,3	1.741,3

Eigenkapitalquote sinkt auf 46%

Das **Eigenkapital** verringerte sich zum Bilanzstichtag um 6% auf 807 Mio. EUR (30. September 2015: 860 Mio. EUR). Somit lag die **Eigenkapitalquote** bei 46% (30. September 2015: 49%).

Die **Rückstellungen und latenten Steuern** lagen mit 232 Mio. EUR um 18% über dem Vorjahresniveau (30. September 2015: 196 Mio. EUR). Darin enthalten sind Rückstellungen für Pensionen und andere Personalaufwendungen in Höhe von 114 Mio. EUR (30. September 2015: 103 Mio. EUR). Sonstige Rückstellungen sind mit 110 Mio. EUR (30. September 2015: 84 Mio. EUR) und passive latente Steuern mit 8 Mio. EUR (30. September 2015: 9 Mio. EUR) enthalten. Der Anstieg des Postens Rückstellungen im Vergleich zum 30. September 2015 ergibt sich im Wesentlichen aus der Rückstellung, die im Zusammenhang mit der Entscheidung, weltweit rund 20 freistehende Einzelhandelsgeschäfte 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 6% auf 212 Mio. EUR (30. September 2015: 226 Mio. EUR). Währungsbereinigt betrug der Rückgang ebenfalls 6%.

Die **sonstigen Verbindlichkeiten** reduzierten sich im Vergleich zum Vorjahr um 14% auf 182 Mio. EUR (30. September 2015: 213 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 niedrigeren kurzfristigen Ertragsteuerschulden im Zusammenhang mit der rückläufigen Ergebnisentwicklung.

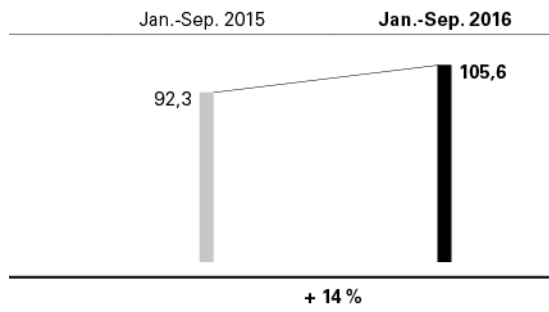
Die Summe der **kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** erhöhte sich zum Bilanzstichtag um 20% auf 308 Mio. EUR (30. September 2015: 257 Mio. EUR). Wesentlicher Treiber dieser Entwicklung war die Ergebnisentwicklung in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2016. Aufgrund günstiger Zinskonditionen wurden zum Bilanzstichtag neben der Inanspruchnahme des Konsortialkredits in Höhe von 117 Mio. EUR (30. September 2015: 118 Mio. EUR) vermehrt auch kurzfristige, bilaterale Kreditlinien zur Finanzierung herangezogen.

Reduzierung des kurzfristigen operativen Nettovermögens um 5%

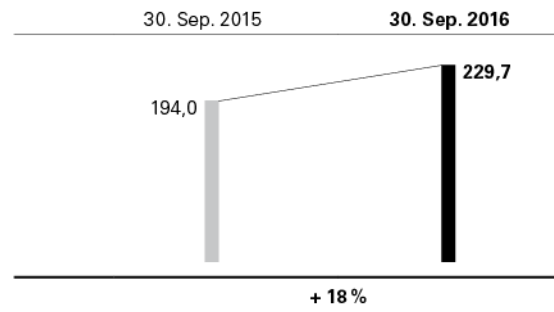
Das **kurzfristige operative Nettovermögen (Trade Net Working Capital)** stellt die zentrale Steuerungsgröße des HUGO BOSS Konzerns zur Messung eines effizienten Kapitaleinsatzes dar. Als Komponenten gehen dabei ausschließlich die drei operativen Bestandsgrößen Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in die Berechnung dieser Kennzahl ein. Im Vergleich zum Vorjahr verringerte sich das kurzfristige operative Nettovermögen um 5% auf 536 Mio. EUR (30. September 2015: 566 Mio. EUR). Dies entspricht einem Rückgang in lokalen Währungen von ebenfalls 5%. Der Rückgang der Vorräte sowie der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wurde dabei durch die reduzierten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen teilweise kompensiert. Der gleitende Durchschnitt des **kurzfristigen operativen Nettovermögens im Verhältnis zum Umsatz** auf Basis der letzten vier Quartale lag mit 19,7 % um 10 Basispunkte unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 19,8 %).

FINANZLAGE

02|11 FREE CASHFLOW (in Mio. EUR)



02|12 NETTOVERSCHULDUNG (in Mio. EUR)



Anstieg des Free Cashflows um 14% im Neunmonatszeitraum

Der **Free Cashflow**, der sich aus dem Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit und aus dem Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit ermittelt, summierte sich im Berichtszeitraum auf 106 Mio. EUR (Vorjahr: 92 Mio. EUR).

Der **Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit** lag mit 222 Mio. EUR um 7% unter dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 237 Mio. EUR). Dabei kompensierten positive Effekte aus dem strikten Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens den Ergebnismrückgang nicht vollständig. Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit** lag mit 116 Mio. EUR um 20% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 145 Mio. EUR). Schwerpunkt des gegenüber dem Vorjahreszeitraum deutlich verringerten Investitionsvolumens bildete auch in den ersten neun Monaten 2016 der konzerneigene Einzelhandel.

Der **Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit** summierte sich nach Ablauf des Neunmonatszeitraums auf insgesamt 119 Mio. EUR (Vorjahr: 165 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist auf eine gegenüber dem Vorjahreszeitraum erhöhte Aufnahme kurz- und langfristiger Finanzverbindlichkeiten zurückzuführen. Die Dividendenausschüttung lag mit 250 Mio. EUR auf dem Niveau des Vorjahres.

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

Der **Zahlungsmittelbestand** erhöhte sich aufgrund der beschriebenen Zahlungsströme zum Bilanzstichtag auf 67 Mio. EUR (30. September 2015: 56 Mio. EUR).

Ergebnisentwicklung bedingt Anstieg der Nettoverschuldung

Die **Nettoverschuldung** als Summe aller Finanzverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten abzüglich der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erhöhte sich im Vergleich zu den ersten neun Monaten des Vorjahres auf 230 Mio. EUR (Vorjahr: 194 Mio. EUR). Maßgeblich waren hierbei vor allem die Ergebnisentwicklung in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 sowie die gegenüber dem Vorjahr stabile Dividendenausschüttung.

INVESTITIONEN

Verringerung der Investitionstätigkeit im Vergleich zum Vorjahr

Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände des HUGO BOSS Konzerns betrugen in den ersten neun Monaten 2016 119 Mio. EUR und lagen damit 16% unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 141 Mio. EUR).

Mit einem Anteil von 65 % am Gesamtinvestitionsvolumen bildete der **konzerneigene Einzelhandel** weiterhin den Schwerpunkt der Investitionstätigkeit im Berichtszeitraum (Vorjahr: 64%). Dies entspricht einer Investitionssumme von 78 Mio. EUR (Vorjahr: 90 Mio. EUR). Die Investitionen in **Neueröffnungen** konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte beliefen sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 auf 41 Mio. EUR (Vorjahr: 47 Mio. EUR). In der Region Europa wurden unter anderen Einzelhandelsgeschäfte in Madrid, Lyon und Cannes eröffnet. In der Region Amerika konnte durch die Eröffnung eines Stores am World Trade Center in New York ein attraktiver Standort hinzugewonnen werden. Zusätzlich wurden im Berichtszeitraum 37 Mio. EUR (Vorjahr: 43 Mio. EUR) in die **Renovierung und Modernisierung** bestehender Einzelhandelsstandorte investiert. Die Investitionen entfielen insbesondere auf die Region Europa, wo unter anderem in die Modernisierung von Stores in Hamburg, London und Barcelona investiert wurde.

Investitionen in die **Produktions-, Logistik- und Vertriebsstruktur** sowie in den **Forschungs- und Entwicklungsbereich** beliefen sich auf 12 Mio. EUR (Vorjahr: 23 Mio. EUR). Die Investitionen in den **Verwaltungsbereich** lagen in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 bei 29 Mio. EUR (Vorjahr: 28 Mio. EUR) und enthalten im Wesentlichen Investitionen in den Ausbau der IT-Infrastruktur, unter anderem für die im Frühsommer 2016 erfolgte Übernahme wesentlicher Teile der E-Commerce Wertschöpfungskette in Europa, sowie weitere Maßnahmen zur 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 einigen 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 dritten Quartals des Jahres 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 3,1 %

Im Oktober reduzierte der IWF seine Prognose für das Wachstum der **Weltwirtschaft** im Jahr 2016 bereits zum dritten Mal auf nun 3,1 %. Die Prognose wurde angepasst, um den gestiegenen Unsicherheiten in Folge des BREXIT Votums und dem niedriger als erwarteten Wachstum in den USA Rechnung zu tragen. Für Europa erhöhte der IWF allerdings seine Wachstumsprognose auf 1,7 %. Der niedrige Ölpreis sowie geldpolitische Maßnahmen sollten das Wachstum stützen. Für die **USA** reduzierte der IWF die Wachstumsprognose auf 1,6 % auf Grund der schwächer als erwarteten Entwicklung im ersten Halbjahr. Die negativen Effekte des starken Dollar, niedrigere Investitionen im Ölsektor sowie Unsicherheiten vor der Präsidentenwahl belasten das Wachstum.

Für **Lateinamerika** erwartet der IWF einen etwas höher als ursprünglich prognostizierten Rückgang der Wirtschaftsleistung um nun 0,6 %. Die Entwicklung in der Region ist sehr heterogen. In Brasilien sollte sich die Rezession nicht weiter verschärfen, während Venezuela und Argentinien tiefer in die Rezession sinken sollten. Das Wachstum der **asiatischen Wirtschaft** wird sich laut dem IWF im Jahr 2016 weniger stark als ursprünglich erwartet auf nun 6,5 % verlangsamen. Das Wachstum in China sollte weiter nachlassen, vor allem getrieben von einem Rückgang der Produktion im Industriesektor. Der Dienstleistungssektor wird hingegen voraussichtlich ein stabiles Wachstum aufweisen. In Japan sollte das Wachstum weiter schwach bleiben. Die Aufwertung des Yen sowie eine schwächere Nachfrage aus den Schwellenländern sollten das Wirtschaftswachstum belasten. Die Ausweitung der expansiven Geldpolitik sowie niedrigere Energiepreise werden die negativen Effekte den Erwartungen nach 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 bisherigen Jahresverlauf, von wenigen Ausnahmen abgesehen, 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 und Kostenreduzierungen. 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 Abschwächung im Geschäft mit Touristen 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. Für die Premiumbekleidungsindustrie wird eine im Vergleich zur gesamten Premium- und Luxusgüterindustrie schwächere Entwicklung vorhergesagt. 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 im Jahr 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%
EBITDA VOR SONDEREFFEKTEN	Rückgang zwischen 17% und 23% gegenüber Vorjahr
INVESTITIONEN	160 Mio. EUR bis 180 Mio. EUR
FREE CASHFLOW	Stabile Entwicklung gegenüber Vorjahr

Rückgänge in Amerika und Asien belasten Umsatzentwicklung

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 hauptsächlich aufgrund der Herausforderungen im chinesischen Markt voraussichtlich 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. Der Konzern erwartet daraus einen positiven Volumeneffekt, der jedoch zumindest kurzfristig den negativen Preiseffekt nicht vollständig kompensieren wird. Für die größte Region des Konzerns, Europa, wird hingegen eine im Vergleich zu den beiden anderen Regionen bessere Entwicklung erwartet. Allerdings wird die schwache Branchenkonjunktur einen dämpfenden Effekt auf die Umsatzentwicklung haben. Der Umsatz im Segment Lizenzen sollte sich positiv entwickeln.

Management des eigenen Einzelhandels zielt auf stärkere Integration der Vertriebskanäle ab

Der Umsatz im eigenen Einzelhandel wird sich im Jahr 2016 im Vergleich zum Gesamtkonzern voraussichtlich überdurchschnittlich positiv entwickeln. Auf vergleichbarer Fläche wird allerdings ein Rückgang um bis zu 7% auf währungsbereinigter Basis erwartet. 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 der Relaunch der hugoboss.com Website und die Markteinführung einer mobilen App wichtige Schwerpunkte.

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 ihre Ordertätigkeit reduzieren, wird voraussichtlich einen negativen Einfluss auf die Umsatzentwicklung in diesem Kanal haben.

Stabile Entwicklung der Rohertragsmarge prognostiziert

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.

Verbesserung der Kosteneffizienz dämpft Anstieg der operativen Aufwendungen

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 Markenkommunikationsaktivitäten investieren, um die Kundennachfrage vor allem in der Menswear zu unterstützen. Im Vergleich zum Umsatz wird der Marketingaufwand somit auf ähnlichem Niveau wie im Jahr 2015 verbleiben. 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. 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 spiegelt sich vor allem die rückläufige Umsatzentwicklung wieder, die nur teilweise durch Kosteneinsparungen kompensiert werden kann. Der Abschreibungsaufwand wird infolge der höheren Investitionstätigkeit im Vorjahr deutlich zunehmen. Aufgrund von Sondereffekten, die vor allem im ersten Halbjahr im Zusammenhang mit geplanten Storeschließungen anfielen, 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 sich im Verhältnis zum Umsatz stabil entwickeln

Das strikte Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens (Trade Net Working Capital) genießt hohe Priorität, um die Entwicklung des operativen Cashflows zu unterstützen. Im Jahr 2016 strebt der Konzern an, das kurzfristige operative Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz stabil zu halten. Absolut betrachtet wird ein Rückgang erwartet. Ein diszipliniertes Vorratsmanagement wird dazu wesentlich beitragen.

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.

Free Cashflow wird voraussichtlich stabil gegenüber Vorjahr bleiben

Im Jahr 2016 erwartet der Konzern einen ähnlich hohen Free Cashflow wie im Vorjahr. Positive Effekte aus dem strikten Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens und der Verringerung der Investitionen werden dabei den Ergebnisrückgang voraussichtlich 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 profitablen Wachstum

Der Konzern plant, mittelfristig auf einen profitablen Wachstumskurs zurückzukehren. Fortgesetzt ungünstige gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Marktentwicklungen in wichtigen Absatzmärkten, ein Attraktivitätsverlust der Konzernmarken, 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.

ZUSAMMENFASSEND E 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 neun Monate des Geschäftsjahres 2016 weiterhin in einer soliden wirtschaftlichen Lage befand.

Metzingen, den 21. Oktober 2016

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Mark Langer
Bernd Hake
Ingo Wilts

3

**KONZERNZWISCHEN-
ABSCHLUSS**

KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

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

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

	2016	2015
Umsatzerlöse	1.967,7	2.058,7
Umsatzkosten	-680,9	-711,7
Rohhertrag	1.286,8	1.347,0
In % vom Umsatz	65,4	65,4
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-838,7	-812,9
Verwaltungsaufwendungen	-203,8	-200,7
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-65,7	-3,6
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit	178,6	329,8
Zinsergebnis	-1,8	-5,2
Übrige Finanzposten	-5,5	-19,8
Finanzergebnis	-7,3	-25,0
Ergebnis vor Ertragsteuern	171,3	304,8
Ertragsteuern	-41,1	-70,1
Konzernergebnis	130,2	234,7
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	130,2	234,6
Nicht beherrschende Anteile	0,0	0,1
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	1,89	3,40

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

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

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG (in Mio. EUR)

	2016	2015
Konzernergebnis	130,2	234,7
Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-7,7	-1,5
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen (brutto)	-9,9	-2,1
Ertragsteuern	2,2	0,7
Posten, die anschließend in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-22,0	35,1
Netto-(Verluste) /-Gewinne aus Marktbewertung von Sicherungsgeschäften	-0,1	-2,7
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	-29,8	30,9
Gesamtergebnis	100,4	265,6
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	100,4	265,5
Nicht beherrschende Anteile	0,0	0,1
Gesamtergebnis	100,4	265,6

KONZERNBILANZ

DES HUGO BOSS KONZERNS ZUM 30. SEPTEMBER 2016

KONZERNBILANZ (in Mio. EUR)

	30. Sep. 2016	30. Sep. 2015	31. Dez. 2015
Aktiva			
Immaterielle Vermögenswerte	183,2	170,3	182,6
Sachanlagen	436,1	420,2	439,8
Aktive latente Steuern	129,5	138,4	115,2
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	23,9	22,7	22,4
Langfristige Ertragsteuerforderungen	0,1	0,7	0,7
Sonstige langfristige Vermögenswerte	3,3	8,0	3,9
Langfristige Vermögenswerte	776,1	760,3	764,6
Vorräte	536,9	544,0	559,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	210,7	248,1	239,6
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	25,4	13,3	21,1
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	19,3	16,5	29,0
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	105,9	113,3	104,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	67,0	55,8	81,4
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	0,0	0,0	0,5
Kurzfristige Vermögenswerte	965,2	991,0	1.035,7
GESAMT	1.741,3	1.751,3	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	745,1	784,5	873,2
Kumuliertes übriges Eigenkapital	32,5	47,1	54,6
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	806,1	860,1	956,3
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	0,8	-0,5	-0,6
Konzerneigenkapital	806,9	859,6	955,7
Langfristige Rückstellungen	84,7	73,2	72,1
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	175,0	170,4	135,0
Passive latente Steuern	7,7	8,5	7,8
Sonstige langfristige Schulden	43,1	46,5	42,2
Langfristige Schulden	310,5	298,6	257,1
Kurzfristige Rückstellungen	139,1	113,8	102,8
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	133,3	86,6	41,5
Ertragsteuerschulden	29,6	51,1	46,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	212,1	226,4	271,5
Sonstige kurzfristige Schulden	109,8	115,2	125,4
Kurzfristige Schulden	623,9	593,1	587,5
GESAMT	1.741,3	1.751,3	1.800,3

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR 30. SEPTEMBER 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	-0,6	844,5	-0,5	844,0
Konzernergebnis					234,6			234,6	0,1	234,7
Sonstiges Ergebnis					-1,5	35,1	-2,7	30,9	0,0	30,9
Gesamtergebnis					233,1	35,1	-2,7	265,5	0,1	265,6
Dividendenzahlung					-249,8			-249,8		-249,8
Akquisition nicht beherrschender Anteile					-0,1			-0,1		-0,1
30. September 2015	70,4	-42,3	0,4	6,6	777,9	50,4	-3,3	860,1	-0,5	859,6
1. Januar 2016	70,4	-42,3	0,4	6,6	866,5	54,4	0,2	956,2	-0,5	955,7
Konzernergebnis					130,2			130,2	0,0	130,2
Sonstiges Ergebnis					-7,7	-22,0	-0,1	-29,8	0,0	-29,8
Gesamtergebnis					122,5	-22,0	-0,1	100,4	0,0	100,4
Veränderung Konsolidierungskreis					-0,7			-0,7	1,3	0,6
Dividendenzahlung					-249,8			-249,8		-249,8
30. September 2016	70,4	-42,3	0,4	6,6	738,5	32,4	0,1	806,1	0,8	806,9

KAPITALFLUSSRECHNUNG

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

KAPITALFLUSSRECHNUNG (in Mio. EUR)

	2016	2015
Konzernergebnis	130,2	234,7
Abschreibungen/Zuschreibungen	107,3	89,5
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	-3,2	17,9
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	5,4	0,5
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	41,1	70,1
Zinserträge und -aufwendungen	1,8	5,2
Veränderung der Vorräte	15,6	-15,7
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	23,0	-16,8
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-62,6	-11,6
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	-2,2	-1,8
Veränderung Pensionsrückstellungen	2,2	-4,9
Veränderung übrige Rückstellungen	37,6	-3,9
Gezahlte Ertragsteuern	-73,8	-123,7
Operativer Mittelzufluss	222,4	239,5
Gezahlte Zinsen	-1,7	-3,2
Erhaltene Zinsen	0,8	1,0
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	221,5	237,3
Investitionen in Sachanlagen	-96,6	-102,3
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-19,1	-23,5
Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Geschäftseinheiten abzüglich erworbener flüssiger Mittel	-2,9	-20,3
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	2,7	1,1
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-115,9	-145,0
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	-249,8	-249,8
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	92,2	69,2
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	41,8	17,1
Tilgung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-3,1	-1,5
Erwerb von zusätzlichen Anteilen an Tochterunternehmen	0,0	-0,1
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-118,9	-165,1
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1,1	0,0
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-14,4	-72,8
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	81,4	128,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	67,0	55,8

VERKÜRZTER KONZERNANHANG

1 // ALLGEMEINE ANGABEN

Der Zwischenabschluss der HUGO BOSS AG zum 30. September 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. Oktober 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 Neunmonatsbericht.

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		
		Sep. 2016	Sep. 2015	Dez. 2015	30. Sep. 2016	30. Sep. 2015	31. Dez. 2015
Australien	AUD	1,4787	1,5888	1,5025	1,4642	1,6009	1,4897
China	CNY	7,4845	7,1510	7,0179	7,4820	7,1316	7,0608
Großbritannien	GBP	0,8515	0,7310	0,7253	0,8614	0,7391	0,7340
Hongkong	HKD	8,6987	8,7016	8,4311	8,7021	8,6831	8,4376
Japan	JPY	114,4273	134,9413	132,3842	113,8800	134,3800	131,0700
Schweiz	CHF	1,0927	1,0913	1,0826	1,0876	1,0901	1,0835
USA	USD	1,1215	1,1228	1,0878	1,1221	1,1204	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. September 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. September 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

In den ersten neun Monaten 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. Sep. 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 neun Monaten des Geschäftsjahrs 2016 betrug 2,8 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 in den ersten neun Monaten 2016 wie auch im Geschäftsjahr 2015 aus.

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

Der Konzern hat in den ersten neun 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. Zum 30. September 2016 waren drei dieser Schließungen bereits vollzogen. HUGO BOSS erwartet aus den Schließungen einen positiven Ergebniseffekt im Jahr 2017 und darüber hinaus. Im laufenden Geschäftsjahr ergaben sich allerdings einmalige Aufwendungen in Höhe von 49 Mio. EUR, welche im Posten „sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge“ ausgewiesen sind. Die Aufwendungen beinhalten Rückstellungen und Wertminderungen im Zusammenhang mit geplanten Schließungen sowie bereits erfolgte Abstandszahlungen an Vermieter.

UMSATZKOSTEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2016	Jan. – Sep. 2015
Anschaffungskosten für bezogene Waren	590,1	622,0
Herstellungskosten für Eigenfertigung	90,8	89,7
GESAMT	680,9	711,7

Die Anschaffungskosten enthalten den Materialaufwand, der dem Betrag der Vorräte entspricht, der im Geschäftsjahr als Aufwand erfasst wurde. Daneben enthält der Posten im Wesentlichen Eingangsfraucht- 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. – Sep. 2016	Jan. – Sep. 2015
Aufwendungen für konzerneigenen Einzelhandel, Vertriebs- und Marketingorganisation	655,2	623,6
Marketingaufwendungen	128,1	134,4
Aufwendungen für Logistik	55,4	54,9
GESAMT	838,7	812,9

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, Ausgangsfraucht- und Zollkosten, Kreditkartengebühren sowie Wertberichtigungen auf Forderungen enthalten.

VERWALTUNGSaufWENDUNGEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2016	Jan. – Sep. 2015
Verwaltungsaufwand	155,9	152,5
Forschungs- und Entwicklungskosten	47,9	48,2
GESAMT	203,8	200,7

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 neun Monaten aus den sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge ergebende Nettoaufwand betrug 66 Mio. EUR (Vorjahr: 4 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 sowie bereits geleisteten Zahlungen ergebende Aufwand beläuft sich auf 43 Mio. EUR und bezieht sich insbesondere auf 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 Berichtszeitraum aus den Veränderungen im Vorstand.

PERSONALaufWAND

(in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2016	Jan. – Sep. 2015
Löhne und Gehälter	389,2	357,4
Soziale Abgaben	60,2	60,4
Aufwendungen und Erträge für Altersversorgung und für Unterstützung	5,8	5,5
GESAMT	455,2	423,3

MITARBEITER

	30. Sep. 2016	31. Dez. 2015
Gewerbliche Arbeitnehmer	5.061	5.043
Kaufmännische Arbeitnehmer	10.573	10.263
GESAMT	15.634	15.306

ABSCHREIBUNGEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2016	Jan. – Sep. 2015
Anlagevermögen		
Davon Sachanlagen	89,2	75,6
Davon immaterielle Vermögenswerte	18,1	13,9
GESAMT	107,3	89,5

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

MATERIALAUFWAND

In den ersten neun Monaten 2016 betrug der Materialaufwand 570 Mio. EUR (2015: 538 Mio. EUR).

8 // ERGEBNIS JE AKTIE

	Jan. – Sep. 2016	Jan. – Sep. 2015
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis (in Mio. EUR)	130,2	234,6
Durchschnittliche Zahl der ausgegebenen Aktien ¹	69.016.167	69.016.167
Ergebnis je Aktie (in EUR) ²	1,89	3,40

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. September 2016 noch zum 30. September 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 neun 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 32,4 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 zum 30. September 2016 im Zusammenhang mit den geplanten Schließungen gebildeten Rückstellungen belaufen sich auf 36 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. September 2016 belief sich die in diesem Zusammenhang gebildete Rückstellung auf 1 Mio. EUR. Die durchschnittliche Restlaufzeit des LTI beträgt 3,3 Jahre.

13 // RÜCKSTELLUNGEN FÜR PENSIONEN UND ÄHNLICHE VERPFLICHTUNGEN

Die Rückstellungen für Pensionen erhöhten sich von 39 Mio. EUR zum 31. Dezember 2015 auf 52 Mio. EUR zum 30. September 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. SEPTEMBER 2016

Folgende Prämissen wurden zugrunde gelegt:

Parameter	30. Sep. 2016	31. Dez. 2015
Rechnungszins		
Deutschland	1,52%	2,50%
Schweiz	0,19%	0,90%
Türkei	10,13%	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 neun Monaten des Geschäftsjahres 2016 unverändert.

ZUSAMMENSETZUNG DER PENSIONS-AUFWENDUNGEN DER PERIODE

(in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2016	Jan. – Sep. 2015
Dienstzeitaufwand der Periode	3,7	5,4
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	0,0	0,0
Nettozinsaufwand	0,7	0,8
In der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Pensionsaufwendungen	4,4	6,2
Ertrag aus Fondsvermögen (ohne Zinseffekt aus Fondsvermögen)	0,0	-2,3
Erfasste versicherungsmathematische (Gewinne)/Verluste	9,9	-1,9
Asset Ceiling (ohne Zinseffekt aus Asset Ceiling)	0,0	6,3
In der Konzerngesamtergebnisrechnung erfasste Neubewertungen	9,9	2,1

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. Sep. 2016		31. Dez. 2015	
		Buchwert	Beizulegender Zeitwert	Buchwert	Beizulegender Zeitwert
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	LaR	67,0	67,0	81,4	81,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	210,7	210,7	239,6	239,6
Sonstige finanzielle Vermögenswerte		43,2	43,2	51,4	51,4
Davon:					
Available-for-sale	AfS	0,1	0,1	0,5	0,5
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FAHFT	0,3	0,3	5,9	5,9
Derivate mit Hedge-Beziehung	n.a.	0,4	0,4	0,7	0,7
Übrige finanzielle Vermögenswerte	LaR	42,4	42,4	44,3	44,3
Passiva					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	FLAC	296,7	299,7	163,6	165,5
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	212,1	212,1	271,5	271,5
Sonstige Finanzverbindlichkeiten		11,5	11,5	12,8	12,8
Davon:					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FLHFT	3,5	3,5	3,3	3,3
Derivate mit Hedge-Beziehung	n.a.	0,2	0,2	0,5	0,5
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen	n.a.	7,8	7,8	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	320,1	320,1	365,3	365,3
Available-for-Sale	AfS	0,1	0,1	0,5	0,5
Financial Assets Held for Trading	FAHFT	0,3	0,3	5,9	5,9
Financial Liabilities Measured at Amortised Cost	FLAC	508,8	511,8	435,1	437,0
Financial Liabilities Held for Trading	FLHFT	3,5	3,5	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. September 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. September 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 neun 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 0,7 Mio. EUR, die Verbindlichkeiten auf 3,7 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 31 Mio. EUR (31. Dezember 2015: 24 Mio. EUR) abgesichert und in vollem Umfang in eine wirksame Sicherungsbeziehung eingebunden. Die Veränderung der unrealisierten Verluste aus der Marktbewertung von Sicherungsgeschäften im sonstigen Gesamtergebnis belief sich auf 0,1 Mio. EUR (30. September 2015: unrealisierte Verluste in Höhe von 2,7 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. Sep. 2016						
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	67,0	0,0	67,0	0,0	0,0	67,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	235,9	-25,2	210,7	0,0	0,0	210,7
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	43,2	0,0	43,2	-0,5	0,0	42,7
Available-for-sale	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1
Davon Derivate	0,7	0,0	0,7	-0,5	0,0	0,2
Davon übrige finanzielle Vermögenswerte	42,4	0,0	42,4	0,0	0,0	42,4
GESAMT	346,1	-25,2	320,9	-0,5	0,0	320,4
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. Sep. 2016						
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	296,7	0,0	296,7	0,0	0,0	296,7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	220,2	-8,1	212,1	0,0	0,0	212,1
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	11,5	0,0	11,5	-0,5	0,0	11,0
Davon Derivate	3,7	0,0	3,7	-0,5	0,0	3,2
Davon übrige finanzielle Verbindlichkeiten	7,8	0,0	7,8	0,0	0,0	7,8
GESAMT	528,4	-8,1	520,3	-0,5	0,0	519,8
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 25,2 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 8,1 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 Wechselkursumrechnungen nicht unmittelbar aus der Bilanz ableiten.

18 // SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

(in Mio. EUR)

	Europa ¹	Amerika	Asien/Pazifik	Lizenzen	Gesamt berichtspflichtige Segmente
Jan. – Sep. 2016					
Gesamtumsatz	1.238,1	418,5	265,3	45,8	1.967,7
Segmentergebnis	379,5	95,1	48,0	38,3	560,9
In % des Umsatzes	30,7	22,7	18,1	83,6	28,5
Segmentvermögen	270,2	189,3	91,9	14,9	566,3
Investitionen	47,6	25,3	14,3	0,0	87,2
Wertminderungen	-2,0	-0,4	-3,5	0,0	-5,9
Davon Sachanlagevermögen	-1,5	-0,4	-3,4	0,0	-5,3
Davon immaterielle Vermögenswerte	-0,5	0,0	-0,1	0,0	-0,6
Abschreibungen	-34,0	-18,6	-19,0	0,0	-71,6

¹ Inklusive Naher Osten und Afrika.

(in Mio. EUR)

	Europa ¹	Amerika	Asien/Pazifik	Lizenzen	Gesamt berichtspflichtige Segmente
Jan. – Sep. 2015					
Gesamtumsatz	1.253,4	479,9	283,1	42,3	2.058,7
Segmentergebnis	403,9	130,1	70,3	34,6	638,9
In % des Umsatzes	32,2	27,1	24,8	81,7	31,0
Segmentvermögen	285,4	261,7	112,2	14,0	673,3
Investitionen	43,4	27,3	32,3	0,0	103,0
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	-27,9	-18,7	-18,4	0,0	-65,0

¹ Inklusive Naher Osten und Afrika.

ÜBERLEITUNGSRECHNUNGEN

UMSATZ

(in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2016	Jan. – Sep. 2015
Umsatz - berichtspflichtige Segmente	1.967,7	2.058,7
Corporate Units	0,0	0,0
Konsolidierung	0,0	0,0
GESAMT	1.967,7	2.058,7

ERGEBNIS DER BETRIEBLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

(in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2016	Jan. – Sep. 2015
Segmentergebnis – berichtspflichtige Segmente	560,9	638,9
Abschreibungen – berichtspflichtige Segmente	-71,6	-65,0
Wertminderungen – berichtspflichtige Segmente	-5,9	0,0
Sondereffekte – berichtspflichtige Segmente	-52,6	-2,4
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit – berichtspflichtige Segmente	430,8	571,5
Corporate Units	-253,3	-241,3
Konsolidierung	1,1	-0,4
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit HUGO BOSS Konzern	178,6	329,8
Zinsergebnis	-1,8	-5,2
Übrige Finanzpositionen	-5,5	-19,8
Ergebnis vor Ertragsteuern HUGO BOSS Konzern	171,3	304,8

SEGMENTVERMÖGEN

(in Mio. EUR)

	30. Sep. 2016	30. Sep. 2015	31. Dez. 2015
Segmentvermögen – berichtspflichtige Segmente	566,3	673,3	631,5
Corporate Units	181,3	118,8	167,6
Konsolidierung	0,0	0,0	0,0
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	25,4	13,3	21,1
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	19,3	16,5	29,0
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	105,9	113,3	104,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	67,0	55,8	81,4
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	0,0	0,0	0,5
Kurzfristige Vermögenswerte HUGO BOSS Konzern	965,2	991,0	1.035,7
Langfristige Vermögenswerte	776,1	760,3	764,6
Aktiva, gesamt HUGO BOSS Konzern	1.741,3	1.751,3	1.800,3

INVESTITIONEN

(in Mio. EUR)

	30. Sep. 2016	30. Sep. 2015	31. Dez. 2015
Investitionen - berichtspflichtige Segmente	87,2	103,0	154,0
Corporate Units	31,4	38,0	66,4
Konsolidierung	0,0	0,0	0,0
GESAMT	118,6	141,0	220,4

WERTMINDERUNGEN/WERTAUFHOLUNGEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2016	Jan. – Sep. 2015
Wertminderungen - berichtspflichtige Segmente	5,9	0,0
Corporate Units	0,0	0,0
Konsolidierung	0,0	0,0
GESAMT	5,9	0,0

ABSCHREIBUNGEN

(in Mio. EUR)

	Jan. – Sep. 2016	Jan. – Sep. 2015
Abschreibungen - berichtspflichtige Segmente	71,6	65,0
Corporate Units	29,8	24,5
Konsolidierung	0,0	0,0
GESAMT	101,4	89,5

GEOGRAFISCHE INFORMATIONEN

(in Mio. EUR)

	Umsatzerlöse mit Dritten		Langfristige Vermögenswerte	
	Jan. – Sep. 2016	Jan. – Sep. 2015	30. Sep. 2016	31. Dez. 2015
Deutschland	334,5	348,4	207,3	203,8
Andere europäische Märkte	903,5	905,0	218,9	218,3
USA	317,2	384,3	74,5	68,9
Andere Märkte Nord- und Lateinamerika	101,3	95,6	16,5	18,4
China	146,2	170,0	32,0	42,0
Andere asiatische Märkte	119,2	113,1	58,6	61,1
Lizenzen	45,8	42,3	15,0	15,0
GESAMT	1.967,7	2.058,7	622,8	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 10,5 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 der ersten neun Monaten 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.

Metzingen, den 21. Oktober 2016

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Mark Langer
Bernd Hake
Ingo Wilts

**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

16. NOVEMBER 2016

Investorentag

9. MÄRZ 2017

Bilanzpresse- und Analystenkonferenz

3. MAI 2017

Veröffentlichung der Ergebnisse zum Ersten Quartal 2017

23. MAI 2017

Hauptversammlung

2. AUGUST 2017

Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2017

2. NOVEMBER 2017

Veröffentlichung der Ergebnisse zum Dritten Quartal 2017

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

