

HUGO BOSS

Quartalsmitteilung zum Q1 2017

Metzingen, 3. Mai 2017

HUGO BOSS mit höherem Umsatz und Ergebnis in das Jahr gestartet

- **Umsatz im ersten Quartal währungsbereinigt 1 % über Vorjahr**
- **Positive Entwicklung in Europa und Asien**
- **EBITDA vor Sondereffekten steigt um 4 % dank konsequentem Kosten- und Rabattmanagement**
- **Prognose für das Gesamtjahr bestätigt**

Mark Langer, Vorstandsvorsitzender der HUGO BOSS AG: „Wir sind solide in das laufende Geschäftsjahr gestartet. Vor allem in Europa und Asien entwickeln wir uns positiv. Unsere strategische Neuausrichtung schreitet voran, in einigen Bereichen sehen wir bereits gute Erfolge. Die positive Resonanz unserer Handelspartner und Kunden auf die Neuausrichtung unseres Markenportfolios bestärkt mich darin, dass wir auf dem richtigen Weg sind. In den nächsten Wochen werden wir der Öffentlichkeit unsere neuen Kollektionen präsentieren. Das ist ein wichtiger Meilenstein bei der Umsetzung unserer Strategie. Ich bin überzeugt, dass wir nach diesem Jahr der Stabilisierung wieder profitabel und nachhaltig wachsen werden.“

HUGO BOSS hat im ersten Quartal 2017 Umsatz und Ergebnis gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Die Zuwächse in Europa und in Asien glichen den Umsatzrückgang in Amerika mehr als aus. Dabei erzielten vor allem die Kernmärkte Großbritannien und China ein solides Wachstum. Auch Deutschland entwickelte sich dank des Großhandelsgeschäfts positiv. In den USA prägten geringere Kundenfrequenzen im stationären Einzelhandel und hohe Rabatte das Marktumfeld. Im Vergleich zum Vorjahr begrenzte HUGO BOSS jedoch den Umsatzrückgang in diesem Markt, obwohl sich das Unternehmen dem Rabattdruck im Handel weitestgehend entzog und Einschränkungen in der Distribution das Großhandelsgeschäft weiterhin belasteten.

H U G O B O S S






Unterstützt von einem weiter konsequenten Kostenmanagement gelang im ersten Quartal ein solider Ergebnisanstieg. Das Unternehmen bestätigt daher seine Ziele für das Gesamtjahr.

Insbesondere in der zweiten Jahreshälfte wird HUGO BOSS sein Angebot in kommerziell wichtigen Einstiegspreislagen erweitern und seine Kollektionen vor allem im Bereich der Casualwear stärken. Mit einem umfassenden Maßnahmenpaket, das sich vor allem auf die Steigerung der Kundenfrequenz und die kommerzielle Optimierung der hugoboss.com Website konzentriert, soll darüber hinaus das E-Commerce-Geschäft auf einen Wachstumskurs zurückgeführt werden. Entsprechend erwartet das Unternehmen für den eigenen Einzelhandel im weiteren Jahresverlauf steigende Umsätze.

Ein Meilenstein der Neuausrichtung unseres Geschäftsmodells ist die Frühjahr/Sommer-2018-Kollektion, die erstmalig die zukünftige Konzentration auf die Marken BOSS und HUGO reflektieren wird. Sie wird dem Handel in den nächsten Wochen vorgestellt. Zudem werden sich beide Marken mit eigenen Fashion Shows präsentieren - HUGO auf der Pitti Immagine Uomo Mitte Juni in Florenz und BOSS im Rahmen der New York Fashion Week im Juli.

HUGO BOSS





Q1 Umsatzentwicklung nach Segmenten

		in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Europa		412	↗ + 2	↗ + 3
Amerika		125	↘ - 4	↘ - 7
Asien/Pazifik		97	↗ + 3	↗ + 1
Lizenzen		17	↗ + 5	↗ + 5
Konzern		651	↗ + 1	↗ + 1

- Unterstützt von einer verbesserten lokalen Nachfrage und einem wieder anziehenden Geschäft mit Touristen erhöhte sich der Umsatz in **Europa** in lokalen Währungen um 3 %. So konnten vor allem die Umsätze in Großbritannien um 7 % gesteigert werden. Zuwächse im Großhandelsgeschäft führten zu einem leichten Umsatzanstieg in Deutschland, während die Umsätze in Frankreich und den Beneluxstaaten aufgrund des unverändert herausfordernden Marktumfelds im Bekleidungsbereich zurückgingen.
- Ursächlich für die Umsatzentwicklung in der Region **Amerika** war vor allem ein Rückgang von 7 % im US-amerikanischen Markt. Im zweiten Quartal 2016 hatte das Unternehmen begonnen, die Distribution der Kernmarke BOSS im Großhandelsgeschäft einzuschränken, um sich markenschädigenden Rabattaktionen zu entziehen. Auch in Kanada und Lateinamerika verzeichnete der Konzern Umsatzrückgänge.
- Die Umsatzentwicklung in der Region **Asien** profitierte von dem fortgesetzten Aufschwung im chinesischen Markt. Zusätzlich begünstigt durch innovative Marketingmaßnahmen im Social-Media-Bereich stiegen die Umsätze in China um 3 %. Dabei entwickelte sich das Geschäft auf dem chinesischen Festland mit zweistelligen Wachstumsraten auf vergleichbarer Fläche deutlich besser als das in Hongkong und Macau.

HUGO BOSS

Q1 Umsatzentwicklung nach Vertriebskanälen

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Retail	 371	→ 0	→ 0
Großhandel	 263	↗ +3	↗ +2
Lizenzen	 17	↗ +5	↗ +5
Konzern	 651	↗ +1	↗ +1

- Der Umsatz im **eigenen Einzelhandel** (inklusive Outlets und Online-Stores) entwickelte sich im ersten Quartal stabil.
 - Auf flächen- und währungsbereinigter Basis sank der Umsatz um 3 %, hauptsächlich aufgrund von Rückgängen im mittleren einstelligen Bereich in der Region Amerika. Während die Umsätze in der Region Asien/Pazifik auf flächenbereinigter Basis stabil blieben, lagen sie in Europa im niedrigen einstelligen Bereich unter Vorjahresniveau.
 - Insgesamt entwickelten sich die Umsätze im eigenen Einzelhandel in Europa stabil und summierten sich auf 205 Mio. EUR (Q1 2016: 210 Mio. EUR).
 - Die Region Amerika verzeichnete hingegen einen währungsbereinigten Umsatzrückgang von 3 %. Die Umsätze beliefen sich auf 77 Mio. EUR (Q1 2016: 76 Mio. EUR). In Asien konnte in lokalen Währungen ein Umsatzanstieg um 4 % auf 90 Mio. EUR (Q1 2016: 84 Mio. EUR) erzielt werden.
 - Die über freistehende Geschäfte und Outlets erzielten Umsätze lagen währungsbereinigt um 1 % beziehungsweise um 7 % über dem Vorjahr, während die Umsätze in Shop-in-Shops um 3 % rückläufig waren. Der Umsatz im eigenen Online-Geschäft sank vor allem aufgrund niedrigerer Besucherzahlen um 27 %.
- Ausschlaggebend für den Umsatzanstieg im **Großhandelsgeschäft** war die positive Entwicklung in Europa, die von Verschiebungen von Auslieferungen im Vergleich zum Vorjahr begünstigt wurde.

H U G O B O S S

- Der Umsatz im Großhandelsgeschäft in Europa lag mit 207 Mio. EUR um 7 % über dem Vorjahr (Q1 2016: 193 Mio. EUR). In der Region Amerika ging der Umsatz auf währungsbereinigter Basis um 12 % auf 49 Mio. EUR zurück (Q1 2016: 54 Mio. EUR). Die Region Asien/Pazifik verzeichnete in lokalen Währungen einen Umsatzrückgang von 30 % auf 8 Mio. EUR (Q1 2016: 11 Mio. EUR).
- Der Umsatz im **Lizenzgeschäft** stieg insbesondere aufgrund höherer Lizenzeinnahmen für Düfte um 5 % auf 17 Mio. EUR (Q1 2016: 16 Mio. EUR).

HUGO BOSS

Q1 Umsatzentwicklung nach Marken und Gender

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
BOSS¹	554	↘ - 1	↘ - 1
HUGO	97	↗ + 17	↗ + 16
Konzern	651	↗ + 1	↗ + 1

¹ Inklusive BOSS Green und BOSS Orange.

- Die Umsatzentwicklung der Kernmarke **BOSS** wurde von den Einschränkungen in der Distribution im amerikanischen Großhandelsgeschäft negativ beeinflusst. Positiv entwickelte sich mit einem zweistelligen Umsatzwachstum weiterhin das Athleisure-Angebot, das im Jahr 2017 noch unter der Markenlinie BOSS Green vertrieben wird.
- **HUGO** verzeichnete einen deutlichen Umsatzanstieg. Die Marke profitierte dabei sowohl von einer wachsenden Präsenz im Großhandelsgeschäft als auch von Zuwächsen im konzerneigenen Einzelhandel.

	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Menswear	577	↗ + 1	↗ + 1
Womenswear	74	↗ + 3	↗ + 2
Konzern	651	↗ + 1	↗ + 1

- Der Umsatzanstieg der **Menswear** wurde durch die positiven Entwicklungen der Marke HUGO und der Markenlinie BOSS Green unterstützt.
- Auch die **Womenswear** profitierte von der positiven Umsatzentwicklung der Marke HUGO.

HUGO BOSS

Q1 Ergebnisentwicklung

Verkürzte Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung (in Mio. EUR)			
	Q1 2017	Q1 2016	Veränderung in %
Umsatzerlöse	651,0	642,6	1
Umsatzkosten	-231,8	-230,7	0
Rohertrag	419,2	411,9	2
In % vom Umsatz	64,4	64,1	30 bp
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-282,7	-278,5	-1
Verwaltungsaufwendungen	-72,3	-72,6	0
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	0,2	-7,1	>100
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)	64,4	53,7	20
Konzernergebnis	48,0	38,5	25
EBITDA vor Sondereffekten	97,4	93,5	4
In % vom Umsatz	15,0	14,5	50 bp




- Der Anstieg der **Rohertragsmarge** resultierte aus im Vergleich zum Vorjahr deutlich geringeren Rabatten. Negative Währungseinflüsse im Zusammenhang mit der Abwertung des britischen Pfunds kompensierten diesen Effekt jedoch teilweise.
- Das weiterhin konsequente Kostenmanagement begrenzte den Anstieg der **operativen Aufwendungen**. Die Marketingaufwendungen entwickelten sich stabil.
- **Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge** spielten im Berichtszeitraum keine Rolle. Das **EBIT** war damit zweistellig im Plus.
- Das **Konzernergebnis** profitierte zusätzlich von einem verbesserten Finanzergebnis.
- Die positive Entwicklung des **EBITDA vor Sondereffekten** ist auf den Anstieg des Rohertrags zurückzuführen.

Q1 Ergebnisentwicklung der Geschäftssegmente

Segmentergebnis	in Mio. EUR	Veränderung in %
Europa	127	↗ + 8
Amerika	15	↘ - 42
Asien/Pazifik	25	↗ + 41
Lizenzen	14	↗ + 5



- In der Region **Europa** führten die positive Umsatzentwicklung sowie ein leichter Rückgang der operativen Aufwendungen zu einem Anstieg des Segmentergebnisses. Die bereinigte EBITDA-Marge erhöhte sich um 150 Basispunkte auf 30,8 % (Q1 2016: 29,3 %).
- In der Region **Amerika** verursachten die rückläufige Umsatzentwicklung in den USA, negative Effekte aus der Bestandsbewertung sowie höhere Vertriebs- und Marketingaufwendungen einen deutlichen Ergebnisrückgang. Die bereinigte EBITDA-Marge lag mit 12,3 % um 810 Basispunkte unter dem Vorjahr (Q1 2016: 20,4 %).
- Das Segmentergebnis der Region **Asien/Pazifik** profitierte von der positiven Umsatzentwicklung und einer im Vergleich zum Vorjahr deutlich geringeren Rabattintensität. Im Vorjahr hatten zudem negative Effekte aus der Bestandsbewertung das Ergebnis belastet. Die bereinigte EBITDA-Marge lag mit 25,3 % um 690 Basispunkte über dem Vorjahreswert (Q1 2016: 18,4 %).
- Auch das Ergebnis des Segments **Lizenzen** lag dank der positiven Umsatzentwicklung über dem Niveau des Vorjahres.

Vermögens- und Finanzlage

31. März 2017		in Mio. EUR	Veränderung in % ¹	Währungsbereinigte Veränderung in % ¹
TNWC		543	→ 0	↘ -1
Vorräte		514	↘ -3	↘ -4
Netto- verschuldung	 109		↗ +23	

¹ Veränderung gegenüber 31. März 2016.

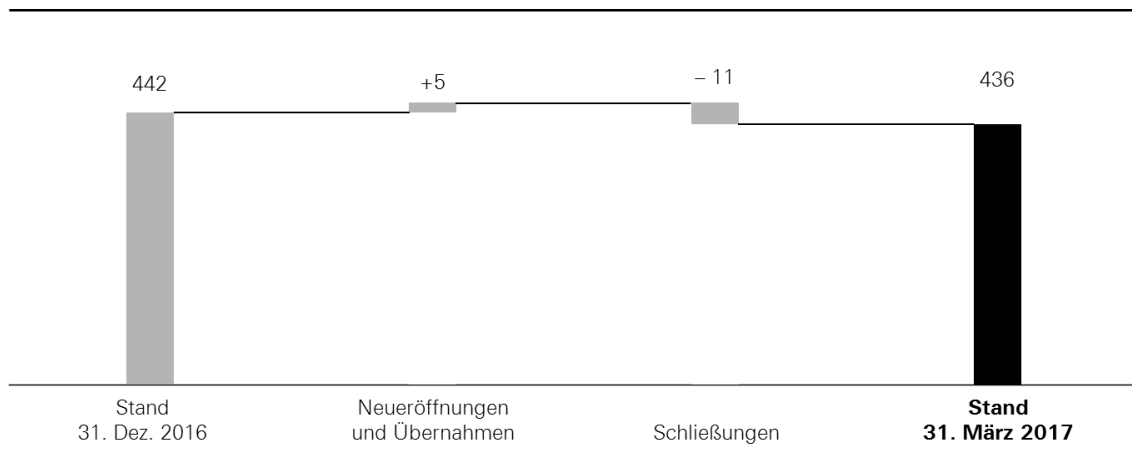
- Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** lag währungsbereinigt leicht unter dem Vorjahreswert. Die positive Entwicklung der **Vorräte** ist im Wesentlichen auf Rückgänge in Amerika und Asien/Pazifik zurückzuführen.
- Der Anstieg der **Nettoverschuldung** geht vor allem auf die Free-Cashflow-Entwicklung der letzten zwölf Monate zurück.

Drei Monate		in Mio. EUR	Veränderung in % ¹
Investitionen		23	↘ -38
Free Cashflow	 7		↗ >100

¹ Veränderung gegenüber Q1 2016.

- Die Modernisierung des eigenen Einzelhandelsnetzwerks bildete im ersten Quartal 2017 den Schwerpunkt der **Investitionstätigkeit**. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ergibt sich aus einer abweichenden zeitlichen Verteilung des Investitionsbudgets über das Gesamtjahr.
- Neben dem Ergebnisanstieg bedingten das niedrigere Investitionsvolumen sowie die Entwicklung des kurzfristigen operativen Nettovermögens einen Anstieg des **Free Cashflow**.

Netzwerk freistehender Einzelhandelsgeschäfte



- Die Anzahl der konzerneigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** reduzierte sich im ersten Quartal netto um sechs auf 436 (31. Dezember 2016: 442). Zum 31. März 2017 waren fünf der rund 20 im Rahmen des Maßnahmenpakets im Geschäftsjahr 2016 beschlossenen Storeschließungen vollzogen.
 - In **Europa** wurden in Moskau und Newcastle zwei neue Stores eröffnet. Dem standen sechs Schließungen von freistehenden Einzelhandelsgeschäften gegenüber. In den meisten Fällen nutzte der Konzern dabei auslaufende Mietverträge.
 - In der Region **Amerika** ging die Anzahl der freistehenden Einzelhandelsgeschäfte aufgrund zweier Schließungen in den USA leicht zurück.
 - Die Größe des Storenetzwerks in der Region **Asien/Pazifik** blieb hingegen unverändert. Drei Neueröffnungen in Korea standen Schließungen im gleichen Umfang gegenüber.

HUGO BOSS

Ausblick 2017

	Prognose 2017	Veränderung gegenüber bisheriger Prognose
Konzernumsatz (währungsbereinigt)	Weitgehend stabile Entwicklung	→
Rohtragsmarge	Leichter Anstieg	→
EBITDA vor Sondereffekten	Veränderung zwischen -3% und +3%	→
Konzernergebnis	Steigerung im niedrig zweistelligen Prozentbereich	→
Investitionen	150 Mio. EUR bis 170 Mio. EUR	→
Free Cashflow	Ungefähr stabiles Niveau gegenüber Vorjahr	→

- Das Management bekräftigt den Ausblick für das Gesamtjahr.
- Eine detaillierte Darstellung der Prognose von HUGO BOSS für das Jahr 2017 kann dem [Geschäftsbericht 2016](#) entnommen werden.

H U G O B O S S

Finanzkalender und Kontakte

23. Mai 2017

Hauptversammlung

2. August 2017

Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2017 und Investorentag in Metzingen

2. November 2017

Veröffentlichung der Ergebnisse zum Dritten Quartal 2017

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Hjördis Kettenbach

Leiterin Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 7123 94-83377

Fax: +49 7123 94-80237

Dennis Weber

Leiter Investor Relations

Telefon: +49 7123 94-86267

Fax: +49 7123 94-886267

H U G O B O S S

FINANZINFORMATIONEN

zu Q1 2017

HUGO BOSS

Konzernkennzahlen – Quartal

	Q1 2017	Q1 2016	Veränderung in %	Veränderung in % ¹
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	651,0	642,6	1	1
Umsatz nach Segmenten				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	411,9	402,4	2	3
Amerika	125,2	129,8	-4	-7
Asien/Pazifik	97,4	94,7	3	1
Lizenzen	16,5	15,7	5	5
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Konzernerzeuger Einzelhandel	371,5	370,4	0	0 ²
Großhandel	263,0	256,5	3	2
Lizenzen	16,5	15,7	5	5
Umsatz nach Marken				
BOSS	554,3	559,7	-1	-1
HUGO	96,7	82,9	17	16
Umsatz nach Gender				
Menswear	577,1	571,0	1	1
Womenswear	73,9	71,6	3	2
Ertragslage (in Mio. EUR)				
Rohertrag	419,2	411,9	2	
Rohertragsmarge in %	64,4	64,1	30 bp	
EBITDA	97,6	86,4	13	
EBITDA vor Sondereffekten	97,4	93,5	4	
Bereinigte EBITDA-Marge in % ³	15,0	14,5	50 bp	
EBIT	64,4	53,7	20	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	48,0	38,5	25	
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 31. März (in Mio. EUR)				
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	542,7	542,1	0	-1
Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % vom Umsatz ⁴	19,8	19,5	30 bp	
Langfristige Vermögenswerte	733,5	756,0	-3	
Eigenkapital	930,3	981,4	-5	
Eigenkapitalquote in %	55,3	57,8	-250 bp	
Bilanzsumme	1.682,7	1.698,1	-1	
Finanzlage (in Mio. EUR)				
Investitionen	23,5	37,6	-38	
Free Cashflow	6,9	-4,9	>100	
Abschreibungen	33,2	32,7	2	
Nettoverschuldung (zum 31. März)	108,7	88,6	23	
Finanzierungsstärke (zum 31. März) ⁵	0,2	0,2	0	
Weitere Erfolgsfaktoren				
Mitarbeiter (zum 31. März)	13.530	13.585	0	
Personalaufwand (in Mio. EUR)	151,7	157,6	-4	
Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte	1.126	1.128	0	
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	436	438	0	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	0,70	0,56	25	
Schlusskurs (zum 31. März)	68,54	57,64	19	
Aktienanzahl in Stück (zum 31. März)	70.400.000	70.400.000		

¹ währungsbereinigt.

² auf flächenbereinigter Basis -3 %.

³ EBITDA vor Sondereffekten/Umsatz.

⁴ gleitender Durchschnitt der letzten vier Quartale.

⁵ Nettoverschuldung/EBITDA vor Sondereffekten der letzten 12 Monate.

HUGO BOSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung - Quartal

(in Mio. EUR)	Q1 2017	Q1 2016	Veränderung in %
Umsatzerlöse	651,0	642,6	1
Umsatzkosten	-231,8	-230,7	0
Rohhertrag	419,2	411,9	2
In % vom Umsatz	64,4	64,1	30 bp
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-282,7	-278,5	-1
Verwaltungsaufwendungen	-72,3	-72,6	0
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	0,2	-7,1	> 100
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)	64,4	53,7	20
In % vom Umsatz	9,9	8,4	150 bp
Finanzergebnis	-1,3	-3,1	58
Ergebnis vor Ertragsteuern	63,1	50,6	25
Ertragsteuern	-15,1	-12,1	-25
Konzernergebnis	48,0	38,5	25
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	0,70	0,56	25

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBITDA vor Sondereffekten – Quartal

(in Mio. EUR)	Q1 2017	Q1 2016	Veränderung in %
EBIT	64,4	53,7	20
Abschreibungen	33,2	32,7	2
EBITDA	97,6	86,4	13
EBITDA-relevante Sondereffekte	-0,2	7,1	> 100
EBITDA vor Sondereffekten	97,4	93,5	4
In % vom Umsatz	15,0	14,5	50 bp

HUGO BOSS

Konzernbilanz

(in Mio. EUR)

	31. März 2017	31. März 2016	31. Dezember 2016
Aktiva			
Immaterielle Vermögenswerte	182,9	179,4	185,4
Sachanlagen	408,0	439,5	416,3
Aktive latente Steuern	116,5	110,9	124,7
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	22,9	21,9	21,0
Langfristige Ertragsteuerforderungen	0,1	0,7	0,1
Sonstige langfristige Vermögenswerte	3,1	3,6	4,2
Langfristige Vermögenswerte	733,5	756,0	751,7
Vorräte	514,1	527,8	568,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	208,9	206,6	228,2
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	49,3	29,2	42,6
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	16,6	16,8	28,3
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	88,1	100,2	96,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	72,2	61,5	83,5
Kurzfristige Vermögenswerte	949,2	942,1	1.046,9
GESAMT	1.682,7	1.698,1	1.798,6
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	860,3	910,5	813,3
Kumuliertes übriges Eigenkapital	42,0	41,6	44,8
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	930,8	980,6	886,6
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	-0,5	0,8	1,0
Konzerneigenkapital	930,3	981,4	887,6
Langfristige Rückstellungen	80,1	72,4	78,6
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	79,1	87,7	134,1
Passive latente Steuern	3,4	6,9	9,2
Sonstige langfristige Schulden	49,6	41,7	49,3
Langfristige Schulden	212,2	208,7	271,2
Kurzfristige Rückstellungen	123,1	86,7	148,6
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	114,8	76,1	77,1
Ertragsteuerschulden	15,9	39,6	27,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	180,3	192,4	271,7
Sonstige kurzfristige Schulden	106,1	113,2	115,1
Kurzfristige Schulden	540,2	508,0	639,8
GESAMT	1.682,7	1.698,1	1.798,6

Kurzfristiges operatives Nettovermögen (TNWC)

(in Mio. EUR)

	31. März 2017	31. März 2016	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Ver- änderung in %
Vorräte	514,1	527,8	-3	-4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	208,9	206,6	1	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-180,3	-192,4	-6	-7
TNWC	542,7	542,1	0	-1

HUGO BOSS

Kapitalflussrechnung

(in Mio. EUR)	2017	2016
Konzernergebnis	48,0	38,5
Abschreibungen/Zuschreibungen	33,2	32,7
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	-3,5	1,7
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	0,8	5,6
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	15,1	12,1
Zinserträge und -aufwendungen	0,9	0,7
Veränderung der Vorräte	49,9	24,9
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	40,1	42,2
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-98,7	-85,2
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	-0,5	-2,1
Veränderung Pensionsrückstellungen	0,8	0,3
Veränderung übrige Rückstellungen	-24,2	-15,5
Gezahlte Ertragsteuern	-30,4	-24,4
Operativer Mittelzufluss	31,5	31,5
Gezahlte Zinsen	-0,4	-0,5
Erhaltene Zinsen	0,2	0,2
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	31,3	31,2
Investitionen in Sachanlagen	-20,3	-32,4
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-3,1	-3,2
Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Geschäftseinheiten abzüglich erworbener flüssiger Mittel	0,0	-2,7
Effekt aus der Veränderung des Konsolidierungskreises	-1,1	0,0
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	0,1	2,2
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-24,4	-36,1
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	0,0	0,0
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	38,5	33,7
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	0,0	28,5
Tilgung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-55,2	-76,1
Erwerb von zusätzlichen Anteilen an Tochterunternehmen	0,0	0,0
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-16,7	-13,9
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus Änderungen des Konsolidierungskreises	-1,6	0,0
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	0,1	-1,1
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-11,3	-19,9
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	83,5	81,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	72,2	61,5

Free Cashflow

(in Mio. EUR)	2017	2016
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	31,3	31,2
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-24,4	-36,1
Free Cashflow	6,9	-4,9

HUGO BOSS

Segmentergebnis – Quartal

(in Mio. EUR)	Q1 2017	In % vom Umsatz	Q1 2017	In % vom Umsatz	Veränderung In %
Europa	126,8	30,8	117,9	29,3	8
Amerika	15,4	12,3	26,5	20,4	-42
Asien/Pazifik	24,7	25,3	17,5	18,4	41
Lizenzen	14,0	84,9	13,4	85,3	5
Ergebnis der operativen Segmente	180,9	27,8	175,3	27,3	3
Corporate Units / Konsolidierung	-83,5		-81,8		-2
EBITDA vor Sondereffekten	97,4	15,0	93,5	14,5	4

Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte

	Freistehende			
	Geschäfte	Shop-in-Shops	Outlets	GESAMT
31. März 2017				
Europa	187	346	62	595
Amerika	92	105	48	245
Asien/Pazifik	157	89	40	286
GESAMT	436	540	150	1.126
31. Dez. 2016				
Europa	191	354	63	608
Amerika	94	89	49	232
Asien/Pazifik	157	90	37	284
GESAMT	442	533	149	1.124