

Metzingen, 4. November 2025

HUGO BOSS STEIGERT EBIT-MARGE IN Q3 UND BESTÄTIGT AUSBLICK FÜR 2025

Geschäftsentwicklung Q3 2025

- Konzernumsatz sinkt im dritten Quartal angesichts anhaltend schwieriger Marktbedingungen um 1 % (9M: –1 %)¹
- Umsetzung strategischer Initiativen stärkt die Markenrelevanz, darunter der erfolgreiche Launch der Herbst-/Winterkollektionen und die BOSS Frühjahr/Sommer 2026 Fashion Show
- Umsatzverbesserung in Amerika (+3 %) kompensiert moderate Rückgänge in EMEA (–2 %) und Asien/Pazifik (–4 %) weitgehend
- Anhaltendes Wachstum im Digitalgeschäft (+2 %) und sequenzielle Verbesserungen im stationären Einzelhandel (0 %); Rückgang im stationären Großhandel (–5 %) spiegelt Timing der Auslieferungen wider
- Bruttomarge verbessert sich in Q3 um 100 Basispunkte, vor allem aufgrund von Effizienzsteigerungen in der Beschaffung und geringeren Frachtkosten
- Operative Aufwendungen liegen 3 % unter Vorjahr aufgrund von anhaltend strikter Kostendisziplin und zusätzlichen Effizienzsteigerungen
- EBIT bleibt weitgehend stabil (Q3: –1 %; 9M: +1 %), EBIT-Marge steigt infolgedessen um 30 Basispunkte auf 9,6 % in Q3 (9M: +30 Basispunkte auf 7,9 %)
- Solides Wachstum beim Ergebnis je Aktie (+7 %), unterstützt durch spürbare Verbesserungen im Finanzergebnis
- Robuste Verbesserung beim Free Cashflow (+63 %), vor allem aufgrund von Effizienzsteigerungen bei den Investitionen

Ausblick 2025

- HUGO BOSS bestätigt Umsatz- und Ergebnisausblick für das Gesamtjahr
- Im Einklang mit den Markterwartungen rechnet das Unternehmen mit einem Konzernumsatz und EBIT am unteren Ende der Prognosespannen (Konzernumsatz: 4,2 bis 4,4 Mrd. EUR; EBIT: 380 bis 440 Mio. EUR), was die makroökonomische Volatilität und deutlich negative Währungseffekte widerspiegelt
- Marken- und Produktinitiativen, wie die Einführung der neuesten BECKHAM x BOSS Kollektion, sowie laufende Effizienzmaßnahmen in den Bereichen Beschaffung, Vertrieb und Verwaltung sollen die Umsatz- und Ergebnisentwicklung im vierten Quartal stützen
- HUGO BOSS wird am 3. Dezember ein Update zu seiner „CLAIM 5“-Strategie geben

¹ Sämtliche umsatzbezogenen Wachstumsraten sind währungsbereinigt.

Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender von HUGO BOSS: „Trotz der anhaltenden Volatilität der globalen Märkte im dritten Quartal haben wir unsere strategischen Prioritäten konsequent weiterverfolgt und dabei langfristige Markenstärke über kurzfristige Erfolge gestellt. Wichtige Highlights wie unsere BOSS Fashion Show in Mailand und der Launch der zweiten BECKHAM x BOSS Kollektion haben unsere globale Relevanz weiter gestärkt und die Umsatzentwicklung unterstützt. Besonders zuversichtlich stimmt uns die schrittweise Verbesserung unseres globalen Einzelhandelsgeschäfts, da sich sowohl die digitalen Verkäufe als auch der stationäre Handel leicht verbessert haben. Gleichzeitig haben wir deutliche Effizienzsteigerungen erzielt, was sich in einem spürbaren Anstieg der Bruttomarge und einer Optimierung der Kosten widerspiegelt. Dies ist ein klarer Beleg für die operative Exzellenz und die Widerstandsfähigkeit unseres Geschäftsmodells. Daher bestätigen wir unsere Umsatz- und Ergebnisprognose für 2025, bleiben jedoch wachsam angesichts der anhaltenden Marktunsicherheiten, einschließlich der starken Wechselkursschwankungen.“

Wir sind überzeugt, dass wir Herausforderungen mit klarem Fokus begegnen und Chancen aktiv nutzen werden. Unsere ‚CLAIM 5‘-Strategie hat unser Wachstum maßgeblich vorangetrieben und die Basis für langfristigen Erfolg geschaffen. Angesichts des sich wandelnden Marktumfelds schärfen wir unseren Fokus auf die strategischen Prioritäten, die die nächste Phase von HUGO BOSS bestimmen werden. Dank unserer beiden ikonischen Marken, einer robusten Businessplattform sowie der Leidenschaft und des Engagements unserer globalen Teams sind wir bestens aufgestellt, um nachhaltigen Wert für unsere Aktionäre zu schaffen.“

Q3 Umsatzentwicklung

(in Mio. EUR)			Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
	Q3 2025	Q3 2024		
Konzernumsatz	989	1.029	-4	-1
Umsatz nach Marken				
BOSS Menswear	764	785	-3	0
BOSS Womenswear	67	74	-10	-9
HUGO	158	171	-7	-5
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	641	662	-3	-2
Amerika	223	228	-3	3
Asien/Pazifik	101	110	-9	-4
Lizenzen	25	29	-14	-14
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Stationärer Einzelhandel	483	499	-3	0
Stationärer Großhandel	281	302	-7	-5
Digital	201	199	1	2
Lizenzen	25	29	-14	-14

- Im **dritten Quartal** 2025 belasteten anhaltende makroökonomische Unsicherheiten und eine gedämpfte Verbraucherstimmung die globale Branchenentwicklung, was sich insbesondere auf die Entwicklung in Kernmärkten wie dem Vereinigten Königreich und China auswirkte. Vor diesem Hintergrund fokussierte sich HUGO BOSS konsequent auf die Umsetzung wichtiger Wachstumschancen und Initiativen zur Stärkung der Markenrelevanz.
- Der **Konzernumsatz** lag im dritten Quartal währungsbereinigt um 1 % unter dem Vorjahr. In Konzernwährung sank der Umsatz um 4 % auf 989 Mio. EUR, vor allem bedingt durch unvorteilhafte Währungsentwicklungen, insbesondere den schwächeren US-Dollar.
- Auch in den ersten **neun Monaten** des Jahres 2025 lag der währungsbereinigte Konzernumsatz um 1 % unter dem Vorjahresniveau. In Konzernwährung ging der Umsatz um 2 % auf 2.989 Mio. EUR zurück (9M 2024: 3.058 Mio. EUR).

Q3 Umsatzentwicklung nach Marken

- Auch im dritten Quartal profitierte HUGO BOSS von der starken Positionierung seines BOSS Menswear-Geschäfts. Besondere Highlights waren der erfolgreiche Launch der neuesten BECKHAM x BOSS Kollektion sowie die BOSS Frühjahr/Sommer 2026 Fashion Show in Mailand, die beide für hohe Resonanz in den sozialen Medien sorgten und die Markenrelevanz weiter stärkten. Angesichts der schwachen Konsumstimmung blieb der währungsbereinigte Umsatz der **BOSS Menswear** jedoch auf dem Niveau des Vorjahres.
- Gleichzeitig setzte HUGO BOSS die im Jahresverlauf eingeführten strategischen Initiativen zur Stärkung der Effizienz und langfristigen Entwicklung von BOSS Womenswear und HUGO fort. Insbesondere erzielte das Unternehmen weitere Fortschritte bei der Straffung des Produktsortiments und der Schärfung der Vertriebsaktivitäten beider Marken. Infolgedessen sank der Umsatz von **BOSS Womenswear** im dritten Quartal währungsbereinigt um 9 %, während **HUGO** einen Rückgang von 5 % verzeichnete.

Q3 Umsatzentwicklung nach Segmenten

- In der Region **EMEA** sank der Umsatz im dritten Quartal währungsbereinigt um 2 %. Umsatzverbesserungen in Deutschland und Frankreich wurden durch einen Rückgang im Vereinigten Königreich mehr als ausgeglichen.
- In **Amerika** verbesserte sich die Dynamik mit einem währungsbereinigten Plus von 3 % weiter. Diese Entwicklung spiegelt vor allem einen moderaten Umsatzanstieg im US-Markt sowie zweistelliges Wachstum in Lateinamerika wider.
- In der Region **Asien/Pazifik** sank der Umsatz währungsbereinigt um 4 %, was auf geringere Umsätze in China zurückzuführen ist. Demgegenüber legten die Umsätze in Südostasien & Pazifik leicht zu, unterstützt durch moderate Zuwächse in Japan.

- Der Umsatz im **Lizenzgeschäft** blieb währungsbereinigt um 14 % unter dem Niveau des Vorjahres. Dies spiegelt in erster Linie die starke Vergleichsbasis in wichtigen Kategorien im Vorjahr wider, die auch von einer Vertragsverlängerung im Geschäft mit Uhren profitierte.

Q3 Umsatzentwicklung nach Vertriebskanälen

- Der Umsatz im **stationären Einzelhandelsgeschäft** des Konzerns (einschließlich freistehender Stores, Shop-in-Shops und Outlets) blieb währungsbereinigt auf dem Niveau des Vorjahres. Dies stellt eine leichte Verbesserung gegenüber dem zweiten Quartal dar, wobei die Besucherzahlen in den Stores in den meisten Märkten verhalten waren.
- Das **stationäre Großhandelsgeschäft** des Konzerns verzeichnete einen währungsbereinigten Rückgang von 5 %. Diese Entwicklung spiegelt das Timing der Auslieferungen wider, welche sich positiv auf das vierte Quartal auswirken dürfte.
- Das **digitale Geschäft** setzte seine Wachstumsdynamik im dritten Quartal erfolgreich fort und verzeichnete einen währungsbereinigten Umsatzanstieg von 2 %. Dazu trug solides Wachstum von hugoboss.com bei, dessen währungsbereinigter Umsatz um 2 % auf 49 Mio. EUR stieg (Q3 2024: 49 Mio. EUR). Gleichzeitig stiegen auch die mit Partnern erzielten digitalen Umsätze – bestehend aus Großhandels- und Konzessionserlösen – währungsbereinigt um 2 % auf 151 Mio. EUR (Q3 2024: 150 Mio. EUR).

Quartalsmitteilung zum Q3 2025

Metzingen, 4. November 2025

Seite 5

HUGO BOSS

Q3 Ergebnisentwicklung

(in Mio. EUR)	Q3 2025	Q3 2024	Veränderung in %
Umsatzerlöse	989	1.029	-4
Umsatzkosten	-384	-410	6
Bruttoertrag	605	619	-2
In % vom Umsatz	61,2	60,2	100 bp
Operative Aufwendungen	-510	-524	3
In % vom Umsatz	-51,6	-50,9	-70 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-420	-433	3
davon Verwaltungsaufwendungen	-90	-91	2
Operatives Ergebnis (EBIT)	95	95	-1
In % vom Umsatz	9,6	9,3	30 bp
Finanzergebnis	-12	-18	34
Ergebnis vor Ertragsteuern	83	78	7
Ertragsteuern	-23	-22	-7
Konzernergebnis	60	56	7
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	59	55	7
Nicht beherrschende Anteile	1	1	-20
Ergebnis je Aktie (in EUR)¹	0,85	0,79	7
Ertragsteuerquote in %	28	28	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

- Die **Bruttomarge** verzeichnete im dritten Quartal einen robusten Anstieg um 100 Basispunkte auf 61,2 %. Diese Entwicklung ist auf zusätzliche Effizienzsteigerungen im Bereich Beschaffung, niedrigere Produktkosten und geringere globale Frachtraten zurückzuführen.
- Die **operativen Aufwendungen** sanken im dritten Quartal um 3 %, was auf den Erfolg der Kosteneffizienzmaßnahmen zurückzuführen ist. Letzteres beinhaltet insbesondere die Optimierung nicht wesentlicher Ausgaben in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Verwaltung. Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Vertriebs- und Marketingaufwendungen um 70 Basispunkte auf 51,6 %, was den Rückgang der Umsätze in Konzernwährung widerspiegelt.
 - Die **Vertriebs- und Marketingaufwendungen** gingen im dritten Quartal um 3 % zurück, was das weiterhin effiziente Kostenmanagement widerspiegelt. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die Vertriebs- und Marketingaufwendungen hingegen um 50 Basispunkte auf 42,5 % (Q3 2024: 42,0 %). Im Rahmen dessen sanken die Aufwendungen für das stationäre Einzelhandelsgeschäft um 4 % auf 217 Mio. EUR, was 22,0 % des Konzernumsatzes entspricht (Q3 2024: 226 Mio. EUR; 21,9 %). Gleichzeitig gingen die Marketinginvestitionen im Vergleich zum Vorjahr um 8 % auf 70 Mio. EUR beziehungsweise 7,1 % des Konzernumsatzes zurück (Q3 2024: 76 Mio. EUR; 7,4 %). Dies spiegelt den Fokus des Unternehmens wider, die Marketingeffizienz durch die Priorisierung von Markeninitiativen mit dem höchsten Ertrag zu steigern, wie etwa die BOSS Frühjahr/Sommer 2026 Fashion Show in Mailand.

- Die **Verwaltungsaufwendungen** konnten infolge eines anhaltend effizienten Kostenmanagements um 2 % gesenkt werden. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die Verwaltungsaufwendungen um 20 Basispunkte auf 9,1 % (Q3 2024: 8,9 %).
- Insgesamt konnten der spürbare Anstieg der Bruttomarge und das anhaltend effiziente Kostenmanagement den Umsatzrückgang des Konzerns weitgehend kompensieren. Das **operative Ergebnis (EBIT)** blieb daher mit 95 Mio. EUR im dritten Quartal weitestgehend stabil. Die **EBIT-Marge** des Konzerns erhöhte sich entsprechend um 30 Basispunkte auf 9,6 %.
- Die **Nettofinanzaufwendungen** (Finanzergebnis) beliefen sich auf 12 Mio. EUR und lagen damit um 34 % unter dem Vorjahr, was sowohl auf vorteilhafte Währungseffekte als auch geringere Zinsaufwendungen im Dreimonatszeitraum zurückzuführen ist.
- Infolgedessen belief sich das **Konzernergebnis** auf 60 Mio. EUR und lag somit um 7 % über dem Vorjahresniveau. Das **auf die Anteilseigner entfallende Konzernergebnis** stieg um 7 % auf 59 Mio. EUR, was zu einem **Ergebnis je Aktie** von 0,85 EUR führte, ebenfalls 7 % über dem Vorjahr.

Kurzfristiges operatives Nettovermögen (TNWC)

(in Mio. EUR)				
	30. September 2025	30. September 2024	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Vorräte	1.083	1.069	1	5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	328	346	-5	-4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-502	-562	-11	-10
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	909	853	7	11

- Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** lag währungsbereinigt um 11 % über dem Vorjahresniveau und belief sich auf 909 Mio. EUR. Diese Entwicklung ist sowohl auf einen Anstieg der **Vorräte** als auch auf geringere **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** zurückzuführen. Während die Vorräte gegenüber dem zweiten Quartal einen leichten Rückgang verzeichneten, lagen sie währungsbereinigt um 5 % über dem Vorjahr. Letzteres spiegelt insbesondere einen höheren Transitbestand sowie eine gezielte Erhöhung der Vorratsdeckung in den vergangenen Quartalen angesichts der anhaltenden Unsicherheiten rund um Handelszölle wider. Gleichzeitig trug ein effizientes Management der **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** positiv zur Entwicklung des TNWC bei. Der gleitende Durchschnitt des **TNWC im Verhältnis zum Umsatz** auf Basis der letzten vier Quartale belief sich auf 20,2 % und lag damit unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums (30. September 2024: 20,4 %).

Ausblick

- Auch mit Blick auf das Schlussquartal 2025 bleibt HUGO BOSS fest entschlossen, die **Umsetzung seiner strategischen Prioritäten** konsequent voranzutreiben. Durch die gezielte Nutzung von Wachstumschancen und die weitere Steigerung der Markenrelevanz will das Unternehmen die Umsatzentwicklung unterstützen. Gleichzeitig wird HUGO BOSS die **Steigerung der operativen Performance und der Kosteneffizienz** vorantreiben. Dank der konsequenten Optimierung der operativen Aufwendungen in den Bereichen Vertrieb und Verwaltung, sowie der Stärkung der globalen Beschaffung sieht sich das Unternehmen gut aufgestellt, um zusätzliche Effizienzsteigerungen zu realisieren und die Profitabilität voranzutreiben.
- Vor dem Hintergrund der Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten **bestätigt HUGO BOSS seine Umsatz- und Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr 2025**. Im Einklang mit den Markterwartungen geht das Unternehmen nunmehr davon aus, dass der **Konzernumsatz und das EBIT für das Geschäftsjahr 2025 am unteren Ende der Prognosespannen** liegen werden, was die anhaltende makroökonomische Volatilität und deutlich negative Währungseffekte im Jahresverlauf widerspiegelt.
 - Insbesondere erwartet das Unternehmen, dass der **Konzernumsatz** im Geschäftsjahr 2025 am unteren Ende der Prognosespanne von 4,2 Mrd. EUR bis 4,4 Mrd. EUR liegen wird (2024: 4,3 Mrd. EUR). Währungseffekte dürften die Umsatzentwicklung für das Geschäftsjahr 2025 um rund 100 Millionen Euro belasten, was die erhöhte Wechselkursvolatilität im Laufe des Jahres widerspiegelt.
 - Entsprechend den Umsatzerwartungen des Konzerns wird auch das **operative Ergebnis (EBIT)** voraussichtlich am unteren Ende der Prognosespanne von 380 Mio. EUR bis 440 Mio. EUR liegen (2024: 361 Mio. EUR), wobei negative Währungseffekte von voraussichtlich bis zu 20 Millionen Euro auf dem EBIT für das Geschäftsjahr 2025 lasten werden.
 - Darin enthalten sind erwartete negative Währungseffekte von bis zu 20 Mio. EUR. Die **EBIT-Marge** dürfte sich im Jahr 2025 somit ebenfalls auf das untere Ende der erwarteten Bandbreite von 9,0 % bis 10,0 % verbessern (2024: 8,4 %).
 - Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** im Verhältnis zum Umsatz wird im Geschäftsjahr 2025 voraussichtlich am oberen Ende der Prognosespanne von 19 % bis 20 % liegen (2024: 19,6 %).
 - Die **Investitionen** werden 2025 voraussichtlich am unteren Ende der Prognosespanne von 200 Mio. EUR bis 250 Mio. EUR liegen (2024: 286 Mio. EUR).
- Weitere Informationen zum Ausblick für das Jahr 2025 sowie zu den wesentlichen Risiken und Chancen, die sich gegenüber dem Geschäftsjahr 2024 nicht wesentlich verändert haben, sind dem **Geschäftsbericht 2024** zu entnehmen.

Update zu „CLAIM 5“ am 3. Dezember

- Am 3. Dezember wird HUGO BOSS ein Update zu seiner „CLAIM 5“-Strategie geben. Das Unternehmen wird eine Telefonkonferenz für Medienvertreter sowie eine virtuelle Veranstaltung für Finanzanalysten und institutionelle Investoren abhalten. Weitere Details werden zu einem späteren Zeitpunkt bekannt gegeben.

Finanzkalender und Kontakte

10. März 2026

Ergebnisse des Geschäftsjahres 2025

5. Mai 2026

Ergebnisse des ersten Quartals 2026

21. Mai 2026

Hauptversammlung

4. August 2026

Ergebnisse des zweiten Quartals & Halbjahresfinanzbericht 2026

3. November 2026

Ergebnisse des dritten Quartals 2026

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Media Relations

Carolin Westermann

Senior Vice President Global Corporate Communications

Telefon: +49 7123 94-86321

E-Mail: carolin_westermann@hugoboss.com

Investor Relations

Christian Stöhr

Senior Vice President Investor Relations

Telefon: +49 7123 94-87563

E-Mail: christian_stoehr@hugoboss.com

Quartalsmitteilung zum Q3 2025

Metzingen, 4. November 2025

Seite 9

HUGO BOSS

FINANZINFORMATIONEN

zu Q3 2025 und Januar – September 2025

Konzernkennzahlen – Quartal

(in Mio. EUR)

	Q3 2025	Q3 2024	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	989	1.029	–4	–1
Umsatz nach Marken				
BOSS Menswear	764	785	–3	0
BOSS Womenswear	67	74	–10	–9
HUGO	158	171	–7	–5
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	641	662	–3	–2
Amerika	223	228	–3	3
Asien/Pazifik	101	110	–9	–4
Lizenzen	25	29	–14	–14
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Stationärer Einzelhandel	483	499	–3	0
Stationärer Großhandel	281	302	–7	–5
Digital	201	199	1	2
Lizenzen	25	29	–14	–14
Ertragslage				
Bruttoertrag	605	619	–2	
Bruttomarge in %	61,2	60,2	100 bp	
EBIT	95	95	–1	
EBIT-Marge in %	9,6	9,3	30 bp	
EBITDA	182	187	–3	
EBITDA-Marge in %	18,4	18,2	20 bp	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	59	55	7	
Finanzlage				
Investitionen	44	89	–51	
Free Cashflow	66	40	63	
Abschreibungen	87	92	–5	
Weitere Erfolgsfaktoren				
Personalaufwand	232	227	2	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	0,85	0,79	7	
Schlusskurs (zum 30. September)	40,44	41,09	–2	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. September)	70.400.000	70.400.000	0	

Quartalsmitteilung zum Q3 2025

Metzingen, 4. November 2025

Seite 10

HUGO BOSS

Konzernkennzahlen – neun Monate

(in Mio. EUR)				Währungs- bereinigte
	Jan. – Sep. 2025	Jan. – Sep. 2024	Veränderung in %	Veränderung in %
Konzernumsatz	2.989	3.058	–2	–1
Umsatz nach Marken				
BOSS Menswear	2.338	2.355	–1	1
BOSS Womenswear	198	213	–7	–6
HUGO	453	490	–8	–6
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	1.890	1.899	0	0
Amerika	671	697	–4	1
Asien/Pazifik	354	383	–8	–6
Lizenzen	74	79	–5	–5
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Stationärer Einzelhandel	1.498	1.554	–4	–1
Stationärer Großhandel	813	842	–3	–2
Digital	604	583	4	4
Lizenzen	74	79	–5	–5
Ertragslage				
Bruttoertrag	1.847	1.880	–2	
Bruttomarge in %	61,8	61,5	30 bp	
EBIT	237	235	1	
EBIT-Marge in %	7,9	7,7	30 bp	
EBITDA	506	502	1	
EBITDA-Marge in %	16,9	16,4	50 bp	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	141	130	9	
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 30. September				
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	909	853	7	11
Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % vom Umsatz ¹	20,2	20,4	–20 bp	
Langfristige Vermögenswerte	1.848	1.859	–1	
Eigenkapital	1.440	1.337	8	
Eigenkapitalquote in %	41	37	400 bp	
Bilanzsumme	3.547	3.572	–1	
Finanzlage				
Investitionen	118	211	–44	
Free Cashflow	137	197	–30	
Abschreibungen	269	267	1	
Nettoverschuldung (zum 30. September) ²	1.123	1.183	–5	
Weitere Erfolgsfaktoren				
Mitarbeiter (zum 30. September) ³	17.874	18.209	–2	
Personalaufwand	739	732	1	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	2,04	1,88	9	
Schlusskurs (zum 30. September)	40,44	41,09	–2	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. September)	70.400.000	70.400.000	0	

¹ Gleitender Durchschnitt der letzten vier Quartale.

² Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16 lag die Nettofinanzposition bei minus 247 Mio. EUR (30. September 2024: minus 313 Mio. EUR).

³ Vollzeitäquivalent (Full-time equivalent, FTE).

Quartalsmitteilung zum Q3 2025

Metzingen, 4. November 2025

Seite 11

HUGO BOSS

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung – Quartal

(in Mio. EUR)	Q3 2025	Q3 2024	Veränderung in %
Umsatzerlöse	989	1.029	-4
Umsatzkosten	-384	-410	6
Bruttoertrag	605	619	-2
In % vom Umsatz	61,2	60,2	100 bp
Operative Aufwendungen	-510	-524	3
In % vom Umsatz	-51,6	-50,9	-70 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-420	-433	3
davon Verwaltungsaufwendungen	-90	-91	2
Operatives Ergebnis (EBIT)	95	95	-1
In % vom Umsatz	9,6	9,3	30 bp
Finanzergebnis	-12	-18	34
Ergebnis vor Ertragsteuern	83	78	7
Ertragsteuern	-23	-22	-7
Konzernergebnis	60	56	7
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	59	55	7
Nicht beherrschende Anteile	1	1	-20
Ergebnis je Aktie (in EUR)¹	0,85	0,79	7
Ertragsteuerquote in %	28	28	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBIT und EBITDA – Quartal

(in Mio. EUR)	Q3 2025	Q3 2024	Veränderung in %
EBIT	95	95	-1
In % vom Umsatz	9,6	9,3	30 bp
Abschreibungen	-87	-92	5
EBITDA	182	187	-3
In % vom Umsatz	18,4	18,2	20 bp

Quartalsmitteilung zum Q3 2025

Metzingen, 4. November 2025

Seite 12

HUGO BOSS

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

(in Mio. EUR)	Jan. – Sep. 2025	Jan. – Sep. 2024	Veränderung in %
Umsatzerlöse	2.989	3.058	-2
Umsatzkosten	-1.142	-1.178	3
Bruttoertrag	1.847	1.880	-2
In % vom Umsatz	61,8	61,5	30 bp
Operative Aufwendungen	-1.610	-1.645	2
In % vom Umsatz	-53,9	-53,8	-10 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-1.294	-1.325	2
davon Verwaltungsaufwendungen	-316	-320	1
Operatives Ergebnis (EBIT)	237	235	1
In % vom Umsatz	7,9	7,7	30 bp
Finanzergebnis	-32	-46	29
Ergebnis vor Ertragsteuern	205	189	8
Ertragsteuern	-57	-53	-8
Konzernergebnis	147	136	8
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	141	130	9
Nicht beherrschende Anteile	7	6	2
Ergebnis je Aktie (in EUR)¹	2,04	1,88	9
Ertragsteuerquote in %	28	28	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBIT und EBITDA – neun Monate

(in Mio. EUR)	Jan. – Sep. 2025	Jan. – Sep. 2024	Veränderung in %
EBIT	237	235	1
In % vom Umsatz	7,9	7,7	30 bp
Abschreibungen	-269	-267	-1
EBITDA	506	502	1
In % vom Umsatz	16,9	16,4	50 bp

Verkürzte Konzernbilanz

(in Mio. EUR)			
	30. September 2025	30. September 2024	31. Dezember 2024
Sachanlagen, Immaterielle Vermögenswerte und Nutzungsrechte an Leasingobjekten	1.685	1.691	1.775
Vorräte	1.083	1.069	1.072
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	328	346	362
Sonstige Vermögenswerte	369	387	364
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	82	79	211
Aktiva	3.547	3.572	3.782
	30. September 2025	30. September 2024	31. Dezember 2024
Eigenkapital	1.440	1.337	1.450
Rückstellungen und latente Steuern	209	219	187
Finanzverbindlichkeiten	328	402	297
Leasingverbindlichkeiten	876	870	959
Sonstige Verbindlichkeiten	192	182	247
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	502	562	643
Passiva	3.547	3.572	3.782

Kapitalflussrechnung

(in Mio. EUR)		
	Jan. – Sep. 2025	Jan. – Sep. 2024
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	253	409
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	–116	–212
Free Cashflow	137	197
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	–261	–235
Veränderung Finanzmittelbestand	–129	–40
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	211	118
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	82	79

Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte

30. September 2025	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	558	559	368	1.485
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	186	146	153	485
31. Dez. 2024				
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	572	579	381	1.532
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	199	139	162	500