Metzingen, 3. November 2026

HUGO BOSS PASST AUSBLICK FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2026 AN

Ausblick 2026

- Währungsbereinigter Rückgang des Konzernumsatzes nunmehr im hohen einstelligen Prozentbereich erwartet
- EBIT wird voraussichtlich zwischen 250 Mio. EUR und 300 Mio. EUR liegen
- Angepasster Ausblick berücksichtigt höhere nicht zahlungswirksame Abschreibungen auf IT-Assets infolge der sich rasch wandelnden Entwicklungen im Bereich KI und Technologie sowie schwächere Nachfrageannahmen für Q4 angesichts anhaltender Unsicherheiten im Markt
- Kurzfristiges operatives Nettovermögen aufgrund geringerer Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen infolge angepasster Zahlungsziele gegenüber Lieferanten nunmehr bei rund 21 % des Konzernumsatzes erwartet
- Investitionen werden voraussichtlich zwischen 4 % und 5 % des Konzernumsatzes liegen, einschließlich des strategischen Erwerbs einer bislang angemieteten Logistikimmobilie
- Free Cashflow wird 2026 voraussichtlich unter dem ursprünglich erwarteten Niveau liegen

Wesentliche Entwicklungen Q3 2026

- Konzernumsatz sinkt in Q3 währungsbereinigt um 5 % aufgrund der laufenden strategischen Refokussierung und des herausfordernden Marktumfelds (9M: –7 %)
- Bruttomarge steigt aufgrund der Umsetzung von CLAIM 5 TOUCHDOWN-Initiativen deutlich um 220 Basispunkte auf 63,3 %
- EBIT verringert sich auf 81 Mio. EUR und entspricht aufgrund des relativen Anstiegs der operativen Aufwendungen einer EBIT-Marge von 8,6 % (9M: 175 Mio. EUR; 6,4 %)
- Free Cashflow vor Leasingverhältnissen steigt auf 155 Mio. EUR, unterstützt durch den Abbau der Vorratsposition um 14 % gegenüber dem Vorjahr

Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender von HUGO BOSS: „Unsere Umsatzentwicklung im dritten Quartal war sowohl von der bewussten strategischen Refokussierung unseres Geschäfts als auch von einem anhaltend schwachen Konsumumfeld geprägt. Gleichzeitig haben wir unsere Bruttomarge deutlich verbessert und die operative Effizienz weiter gesteigert. Da wir auch im vierten Quartal mit einer volatilen Nachfrage rechnen, passen wir unseren Ausblick für das Geschäftsjahr 2026 an, um eine realistischere Einschätzung des Marktumfelds widerzuspiegeln. An unserer strategischen Ausrichtung halten wir jedoch unverändert fest. Wir sind überzeugt, dass CLAIM 5 TOUCHDOWN die richtigen Prioritäten

HUGO BOSS AG
Holy-Allee 3, 72555 Metzingen, Deutschland
Telefon +49 7123/94-0

setzt und die Grundlage für die nächste Phase von HUGO BOSS schafft. Auch wenn es Zeit brauchen wird, bis die damit verbundenen Initiativen ihre volle Wirkung entfalten, und noch weitere Arbeit vor uns liegt, stärken sie unser Geschäft fundamental. Unser Fokus bleibt klar auf die langfristige Entwicklung gerichtet: Wir wollen HUGO BOSS widerstandsfähiger und profitabler aufstellen und nachhaltigen Wert für unsere Aktionärinnen und Aktionäre schaffen."

CLAIM 5 TOUCHDOWN – Update zur Strategieumsetzung

Markeninitiativen

- Die Marketinginvestitionen beliefen sich auf 7,3 % des Konzernumsatzes, bei gleichzeitig gestiegener Marketingeffizienz. Zu den wichtigsten Initiativen zählten neue globale Markenkampagnen und der Launch der aktuellen BOSS by BECKHAM-Kollektion, die die Interaktion mit den Konsumentinnen und Konsumenten zusätzlich stärkte.
- Beide Marken führten im dritten Quartal erfolgreich ihre Herbst-/Winterkollektionen 2026 ein. Während BOSS hochwertige Handwerkskunst und ein funktionales Design in den Fokus stellt, setzt die Kollektion von HUGO klar auf Contemporary Tailoring.
- Die Produktkomplexität der kommenden Frühjahrskollektion 2027 wurde um einen hohen einstelligen Prozentsatz reduziert – klarer Ausdruck des konsequenten Fokus auf die Vereinfachung der Sortimentsstruktur.

Vertriebsinitiativen

- Der Fokus auf Vertriebsqualität, einschließlich einer gezielten Stärkung des Vollpreisgeschäfts und eines disziplinierten Promotion-Managements im eigenen Einzelhandel, unterstützte die Ertragsqualität im dritten Quartal. Auf vergleichbarer Fläche ging der Umsatz im stationären Einzelhandel währungsbereinigt um 6 % zurück und entwickelte sich damit trotz einer weiterhin verhaltenen Konsumnachfrage widerstandsfähiger als das Einzelhandelsgeschäft insgesamt.
- HUGO BOSS setzte die Optimierung seines globalen Storenetzwerks fort. In den ersten neun Monaten 2026 schloss das Unternehmen netto 27 Stores, davon sechs im dritten Quartal.
- Darüber hinaus entwickelte HUGO BOSS seine digitalen Kanäle konsequent weiter. Der Relaunch des Onlinestores und der hugoboss.com-App trugen zu einer weiteren Verbesserung des Omnichannel-Erlebnisses bei.
- Die Anzahl der Mitglieder von HUGO BOSS XP stieg um 15 % auf 15 Millionen. Dies spiegelt die steigende Relevanz von BOSS und HUGO, insbesondere bei jüngeren Konsumentinnen und Konsumenten, wider.

Operative Initiativen

- Die Bruttomarge stieg um 220 Basispunkte auf 63,3 %, unterstützt durch nachhaltige Effizienzgewinne in der Beschaffung und eine optimierte Preisgestaltung.

- Die Vorräte sanken gegenüber dem Vorjahr um 200 Basispunkte auf 23,5 % des Konzernumsatzes. Dies trug zu einer weiteren Reduzierung des kurzfristigen operativen Nettovermögens (TNWC) auf 19,2 % des Konzernumsatzes bei, was einem Rückgang von 100 Basispunkten gegenüber dem Vorjahr entspricht.
- Der Free Cashflow vor Leasingverhältnissen belief sich im dritten Quartal auf 155 Mio. EUR (Q3 2025: 66 Mio. EUR) und wurde dabei auch durch die disziplinierte Investitionstätigkeit des Unternehmens unterstützt.

Q3 Umsatzentwicklung

(in Mio. EUR)	Q3 2026	Q3 2025	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	946	989	–4	–5
Umsatz nach Marken				
BOSS	813	830	–2	–3
HUGO	133	159	–16	–17
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	598	641	–7	–7
Amerika	222	223	0	–3
Asien/Pazifik	101	101	0	–2
Lizenzen	24	25	–2	–2
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Einzelhandel	516	552	–7	–8
Großhandel	406	412	–1	–2
Lizenzen	24	25	–2	–2

- Im **dritten Quartal** 2026 setzte HUGO BOSS die gezielte Refokussierung seiner Marken und Vertriebskanäle im Rahmen von CLAIM 5 TOUCHDOWN konsequent fort. Dabei konzentrierte sich das Unternehmen insbesondere auf die weitere Stärkung von Markenbegehrlichkeit und Vertriebsqualität zur Unterstützung der langfristigen Geschäftsentwicklung. Gleichzeitig blieb die globale Konsumnachfrage vor dem Hintergrund erhöhter makroökonomischer und geopolitischer Volatilität verhalten.
- Vor diesem Hintergrund ging der **Konzernumsatz** im dritten Quartal währungsbereinigt um 5 % zurück, während er sich in Konzernwährung um 4 % auf 946 Mio. EUR verringerte (Q3 2025: 989 Mio. EUR). In den ersten neun Monaten 2026 lag der Konzernumsatz währungsbereinigt um 7 % unter dem Vorjahresniveau. In Konzernwährung gingen die Umsätze um 8 % auf 2.756 Mio. EUR zurück (9M 2025: 2.989 Mio. EUR).

Q3 Umsatzentwicklung nach Marken

- Der Umsatz von **BOSS** ging im dritten Quartal währungsbereinigt um 3 % zurück, was den anhaltenden Fokus auf die Stärkung des Markenwerts und der Profitabilität widerspiegelt. Während sich das Menswear-Geschäft vergleichsweise widerstandsfähig zeigte, blieb das Womenswear-Geschäft von der fortlaufenden Neupositionierung geprägt.

- Bei **HUGO** blieb der Umsatz währungsbereinigt um 17 % unter dem Vorjahr. Die Entwicklung spiegelt die fortgesetzte strategische Schärfung der Marke wider, einschließlich Initiativen zur Stärkung der Positionierung im Bereich Contemporary Tailoring sowie zur Optimierung des Produktsortiments.

Q3 Umsatzentwicklung nach Regionen

- In der Region **EMEA** lag der Umsatz währungsbereinigt um 7 % unter dem Vorjahresniveau. Während sich das Geschäft in Deutschland vergleichsweise widerstandsfähig zeigte, verzeichneten das Vereinigte Königreich und Frankreich vor dem Hintergrund der verhaltenen Konsumnachfrage deutlichere Umsatzrückgänge. Im Nahen Osten belasteten die anhaltenden geopolitischen Unsicherheiten weiterhin die Kundenfrequenzen, was sich spürbar auf die Umsatzentwicklung auswirkte.
- Der Umsatz in der Region **Amerika** lag währungsbereinigt um 3 % unter dem Vorjahresniveau. Während sich der US-Markt etwas besser entwickelte als die Region insgesamt, verzeichnete Lateinamerika einen moderaten Umsatzrückgang.
- In der Region **Asien/Pazifik** ging der Umsatz währungsbereinigt um 2 % zurück, was auf geringere Umsätze sowohl in China als auch in Südostasien & Pazifik zurückzuführen ist.
- Die Umsätze im **Lizenzgeschäft** lagen um 2 % unter dem Vorjahresniveau, was vor allem auf einen Umsatzrückgang im Duftsegment zurückzuführen ist.

Q3 Umsatzentwicklung nach Vertriebskanälen

- Im **konzerneigenen Einzelhandel** (einschließlich stationärer Geschäfte und eigenständig betriebener digitaler Kundenkontaktpunkte) lagen die Umsätze währungsbereinigt um 8 % unter dem Vorjahr, was in erster Linie verhaltene Kundenfrequenzen widerspiegelt. Gleichzeitig hat HUGO BOSS die Optimierung seines globalen Storenetzwerks fortgesetzt und die Gesamtverkaufsfläche um 4 % gegenüber dem Vorjahr reduziert. Auf vergleichbarer Fläche lagen die stationären Umsätze währungsbereinigt um 6 % unter dem Vorjahr. Die über eigene digitale Kanäle (hugoboss.com und Online-Concessions) erzielten Umsätze gingen währungsbereinigt um 16 % auf 59 Mio. EUR zurück (Q3 2025: 69 Mio. EUR), was den anhaltenden Fokus auf die Erzielung von Vollpreisumsätzen widerspiegelt.
- Im **Großhandel** (einschließlich stationärem und digitalem Großhandel) gingen die Umsätze währungsbereinigt um 2 % zurück. Neben dem strategischen Fokus auf die Stärkung der Vertriebsqualität spiegelt diese Entwicklung auch ein insgesamt vorsichtigeres Bestellverhalten der Großhandelspartner wider.

Q3 Ergebnisentwicklung

(in Mio. EUR)	Q3 2026	Q3 2025	Veränderung in %
Umsatzerlöse	**946**	**989**	**–4**
Umsatzkosten	–347	–384	10
Bruttoertrag	**599**	**605**	**–1**
In % vom Umsatz	63,3	61,2	220 bp
Operative Aufwendungen	**–518**	**–510**	**–2**
In % vom Umsatz	–54,8	–51,6	–320 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	–411	–420	2
davon Verwaltungsaufwendungen	–107	–90	–19
Operatives Ergebnis (EBIT)	**81**	**95**	**–15**
In % vom Umsatz	8,6	9,6	–100 bp
Finanzergebnis	–13	–12	–15
Ergebnis vor Ertragsteuern	**67**	**83**	**–19**
Ertragsteuern	–19	–23	19
Konzernergebnis	**49**	**60**	**–19**
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	48	59	–18
Nicht beherrschende Anteile	0	1	–55
Ergebnis je Aktie (in EUR)[1]	**0,70**	**0,85**	**–18**
Ertragsteuerquote in %	**28**	**28**	

[1] Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

- Die **Bruttomarge** verbesserte sich im dritten Quartal 2026 um 220 Basispunkte auf 63,3 %. Diese Entwicklung ist auf den Fokus des Unternehmens auf die Steigerung der Qualität des Geschäfts zurückzuführen, einschließlich zusätzlicher Effizienzsteigerungen in der Beschaffung sowie einer optimierten Preisgestaltung.
- Die **operativen Aufwendungen** stiegen um 2 %, wobei höhere Verwaltungsaufwendungen einen Rückgang der Vertriebs- und Marketingaufwendungen mehr als ausglichen. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die operativen Aufwendungen entsprechend um 320 Basispunkte auf 54,8 %.
  - Die **Vertriebs- und Marketingaufwendungen** lagen im dritten Quartal um 2 % unter dem Vorjahresniveau, was das disziplinierte Kostenmanagement des Unternehmens widerspiegelt. Während die Aufwendungen im Einzelhandel sowie die Marketinginvestitionen gegenüber dem Vorjahr in etwa stabil blieben, investierte das Unternehmen weiterhin gezielt in Initiativen zur Stärkung des Markenwerts. Im Verhältnis zum Umsatz stiegen die Vertriebs- und Marketingaufwendungen auf 43,5 % (Q3 2025: 42,5 %).
  - Die **Verwaltungsaufwendungen** erhöhten sich aufgrund einer besonders niedrigen Vergleichsbasis im Vorjahr sowie einmaliger personalbezogener Aufwendungen im laufenden Jahr um 19 %. Ungeachtet dessen setzte HUGO BOSS sein diszipliniertes Kostenmanagement konsequent fort. Im Verhältnis zum Umsatz lagen die Verwaltungsaufwendungen bei 11,3 % (Q3 2025: 9,1 %).
- Dank der deutlichen Erhöhung der Bruttomarge konnte HUGO BOSS die Auswirkungen der niedrigeren Umsätze auf die Profitabilität teilweise ausgleichen. Infolgedessen verringerte

sich das **operative Ergebnis (EBIT)** im dritten Quartal um 15 % auf 81 Mio. EUR, was einer **EBIT-Marge** von 8,6 % entspricht.

- Das **Konzernergebnis** belief sich im dritten Quartal auf 49 Mio. EUR. Das **auf die Anteilseigner entfallende Konzernergebnis** verringerte sich um 18 % auf 48 Mio. EUR, was zu einem **Ergebnis je Aktie** von 0,70 EUR führte.

Kurzfristiges operatives Nettovermögen

(in Mio. EUR)	**30. September 2026**	30. September 2025	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Vorräte	950	1.083	–12	–14
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	321	328	–2	–3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	–492	–502	–2	–2
Kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)	**779**	**909**	**–14**	**–16**

- Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** verbesserte sich währungsbereinigt um 16 %, was auf anhaltende Fortschritte beim Vorratsmanagement zurückzuführen ist. Die **Vorräte** lagen währungsbereinigt um 14 % unter dem Vorjahr und verringerten sich folglich auf 23,5 % des Konzernumsatzes (30. September 2025: 25,6 %). Ein diszipliniertes Vorrats- und Working-Capital-Management unterstützte somit auch weiterhin die solide Cash-Generierung, wodurch die finanzielle Flexibilität weiter gesteigert wurde. Der gleitende Durchschnitt des **TNWC im Verhältnis zum Umsatz** auf Basis der letzten vier Quartale belief sich auf 19,2 % (30. September 2025: 20,2 %).

Ausblick

	Ergebnis 2025	Ursprünglicher Ausblick 2026	**Aktualisierter Ausblick 2026**
Konzernumsatz	4.270 Mio. EUR	Rückgang im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich (währungsbereinigt)	Rückgang im hohen einstelligen Prozentbereich (währungsbereinigt)
Operatives Ergebnis (EBIT)	391 Mio. EUR	300 Mio. EUR bis 350 Mio. EUR	250 Mio. EUR bis 300 Mio. EUR
Konzernergebnis	259 Mio. EUR	Rückgang weitgehend im Einklang mit EBIT	Rückgang weitgehend im Einklang mit EBIT
Kurzfristiges operatives Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz	20,0 %	In etwa 20 %	In etwa 21 %
Investitionen	4,6 % des Konzernumsatzes	In etwa 4 % des Konzernumsatzes	4 % bis 5 % des Konzernumsatzes

- HUGO BOSS treibt die **Umsetzung von CLAIM 5 TOUCHDOWN** weiterhin konsequent voran und setzt dabei einen klaren Fokus auf die weitere Stärkung der Qualität seines Geschäfts.

- HUGO BOSS **passt den Ausblick für das Geschäftsjahr 2026 an**, um den Erwartungen einer verhalteneren Nachfrage im weiteren Jahresverlauf angesichts der anhaltenden Unsicherheiten im Konsumumfeld Rechnung zu tragen.
- Entsprechend erwartet das Unternehmen nun einen währungsbereinigten **Umsatzrückgang** im hohen einstelligen Prozentbereich.
- HUGO BOSS erwartet für das Geschäftsjahr 2026 nunmehr ein **EBIT** in einer Bandbreite von 250 Mio. EUR bis 300 Mio. EUR. Neben den Erwartungen einer verhalteneren Nachfrage berücksichtigt dies auch erwartete höhere, nicht zahlungswirksame Abschreibungen infolge verkürzter Nutzungsdauern ausgewählter IT- und Software-Assets vor dem Hintergrund des sich rasch wandelnden technologischen Umfelds.
- Für das Geschäftsjahr 2026 erwartet das Unternehmen nunmehr ein **TNWC** in Höhe von rund 21 % des Konzernumsatzes. Während HUGO BOSS weiterhin auf ein diszipliniertes Bestandsmanagement setzt, spiegelt diese Entwicklung insbesondere die Erwartung geringerer Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen infolge angepasster Zahlungsziele gegenüber Lieferanten wider.
- Die **Investitionen** werden nun in einer Bandbreite von 4 % bis 5 % des Konzernumsatzes erwartet, was auf den strategischen Erwerb einer zuvor angemieteten Logistikimmobilie am Hauptsitz des Unternehmens zurückzuführen ist.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Am 23. Oktober 2026 teilte die Frasers Group plc HUGO BOSS mit, dass ihr Stimmrechtsanteil am Grundkapital der HUGO BOSS AG die Schwelle von 50 % überschritten hat. Gemäß der entsprechenden Stimmrechtsmitteilung hielt Frasers zu diesem Zeitpunkt direkt 50,08 % der Stimmrechte an der HUGO BOSS AG, während weitere 21,87 % über Finanzinstrumente gehalten wurden. Im Anschluss an diese Transaktion gab Frasers bekannt, dass die Erträge, Vermögenswerte und Verbindlichkeiten von HUGO BOSS voraussichtlich in die Erträge, Vermögenswerte und Verbindlichkeiten von Frasers einbezogen werden und HUGO BOSS damit zu einer Tochtergesellschaft der Frasers Group wird. Das Überschreiten der 50-%-Schwelle könnte potenziell dazu führen, dass Change-of-Control-Klauseln in bestimmten Verträgen von HUGO BOSS mit Dritten zur Anwendung kommen. HUGO BOSS prüft derzeit die entsprechenden vertraglichen Vereinbarungen. Zum 27. Oktober 2026 hält Frasers auf Grundlage der jüngsten HUGO BOSS vorliegenden Stimmrechtsmitteilung direkt 49,41 % der Stimmrechte an der HUGO BOSS AG, während weitere 21,87 % weiterhin über Finanzinstrumente gehalten werden.

HUGO BOSS

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
Lena Biberacher
Head of Investor Relations
Telefon: +49 7123 94-84272
E-Mail: lena_biberacher@hugoboss.com

FINANZINFORMATIONEN

ZU Q3 2026 UND JANUAR – SEPTEMBER 2026

Konzernkennzahlen – Quartal

(in Mio. EUR)	Q3 2026	Q3 2025	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	**946**	**989**	**–4**	**–5**
Umsatz nach Marken				
BOSS	813	830	–2	–3
HUGO	133	159	–16	–17
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	598	641	–7	–7
Amerika	222	223	0	–3
Asien/Pazifik	101	101	0	–2
Lizenzen	24	25	–2	–2
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Einzelhandel	516	552	–7	–8
Großhandel	406	412	–1	–2
Lizenzen	24	25	–2	–2
Ertragslage				
Bruttoertrag	599	605	–1	
Bruttomarge in %	63,3	61,2	220 bp	
EBIT	81	95	–15	
EBIT-Marge in %	8,6	9,6	–100 bp	
EBITDA	174	182	–4	
EBITDA-Marge in %	18,4	18,4	0 bp	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	48	59	–18	
Finanzlage				
Investitionen	29	44	–34	
Free Cashflow	155	66	>100	
Abschreibungen	93	87	7	
Weitere Kennzahlen				
Personalaufwand	239	232	3	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	0,70	0,85	–18	
Schlusskurs (zum 30. September)	38,05	40,44	–6	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. September)[1]	69.016.167	70.400.000	–2	

1 Gemäß dem Beschluss der Hauptversammlung 2026 und der Mitteilung vom 22. Juni 2026, hat HUGO BOSS sämtliche 1.383.833 eigenen Aktien eingezogen.

Konzernkennzahlen – neun Monate

(in Mio. EUR)	Jan. – Sep. 2026	Jan. – Sep. 2025	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	**2.756**	**2.989**	**–8**	**–7**
Umsatz nach Marken				
BOSS	2.384	2.536	–6	–5
HUGO	371	453	–18	–18
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	1.698	1.890	–10	–9
Amerika	646	671	–4	–3
Asien/Pazifik	340	354	–4	–2
Lizenzen	71	74	–5	–5
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Einzelhandel	1.590	1.724	–8	–7
Großhandel	1.095	1.191	–8	–7
Lizenzen	71	74	–5	–5
Ertragslage				
Bruttoertrag	1.751	1.847	–5	
Bruttomarge in %	63,5	61,8	180 bp	
EBIT	175	237	–26	
EBIT-Marge in %	6,4	7,9	–160 bp	
EBITDA	447	506	–12	
EBITDA-Marge in %	16,2	16,9	–70 bp	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	98	141	–30	
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 30. September				
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	779	909	–14	–16
Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % vom Umsatz[1]	19,2	20,2	–100 bp	
Langfristige Vermögenswerte	1.793	1.848	–3	
Eigenkapital	1.682	1.440	17	
Eigenkapitalquote in %	46	41	500 bp	
Bilanzsumme	3.620	3.547	2	
Finanzlage				
Investitionen	89	118	–24	
Free Cashflow	293	137	>100	
Abschreibungen	272	269	1	
Nettoverschuldung (zum 30. September)[2]	691	1.123	–38	
Weitere Kennzahlen				
Mitarbeitende (zum 30. September)[3]	16.663	17.874	–7	
Personalaufwand	731	739	–1	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	1,43	2,04	–30	
Schlusskurs (zum 30. September)	38,05	40,44	–6	
Aktienanzahl in Stück (zum 30. September)[4]	69.016.167	70.400.000	–2	

1 Gleitender Durchschnitt der letzten vier Quartale.
2 Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16 lag die Nettofinanzposition bei plus 137 Mio. EUR (30. September 2025: minus 247 Mio. EUR).
3 Vollzeitäquivalent (Full-time equivalent, FTE).
4 Gemäß dem Beschluss der Hauptversammlung 2026 und der Mitteilung vom 22. Juni 2026, hat HUGO BOSS sämtliche 1.383.833 eigenen Aktien eingezogen.

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung – Quartal

(in Mio. EUR)	Q3 2026	Q3 2025	Veränderung in %
Umsatzerlöse	**946**	**989**	**–4**
Umsatzkosten	–347	–384	10
Bruttoertrag	**599**	**605**	**–1**
In % vom Umsatz	63,3	61,2	220 bp
Operative Aufwendungen	**–518**	**–510**	**–2**
In % vom Umsatz	–54,8	–51,6	–320 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	–411	–420	2
davon Verwaltungsaufwendungen	–107	–90	–19
Operatives Ergebnis (EBIT)	**81**	**95**	**–15**
In % vom Umsatz	8,6	9,6	–100 bp
Finanzergebnis	–13	–12	–15
Ergebnis vor Ertragsteuern	**67**	**83**	**–19**
Ertragsteuern	–19	–23	19
Konzernergebnis	**49**	**60**	**–19**
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	48	59	–18
Nicht beherrschende Anteile	0	1	–55
Ergebnis je Aktie (in EUR)[1]	**0,70**	**0,85**	**–18**
Ertragsteuerquote in %	**28**	**28**	

[1] Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBIT und EBITDA – Quartal

(in Mio. EUR)	Q3 2026	Q3 2025	Veränderung in %
EBIT	**81**	**95**	**–15**
In % vom Umsatz	8,6	9,6	–100 bp
Abschreibungen	–93	–87	–7
EBITDA	**174**	**182**	**–4**
In % vom Umsatz	18,4	18,4	0 bp

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

(in Mio. EUR)	Jan. – Sep. 2026	Jan. - Sep. 2025	Veränderung in %
Umsatzerlöse	**2.756**	**2.989**	**–8**
Umsatzkosten	–1.004	–1.142	12
Bruttoertrag	**1.751**	**1.847**	**–5**
In % vom Umsatz	63,5	61,8	180 bp
Operative Aufwendungen	**–1.576**	**–1.610**	**2**
In % vom Umsatz	–57,2	–53,9	–330 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	–1.230	–1.294	5
davon Verwaltungsaufwendungen	–346	–316	–9
Operatives Ergebnis (EBIT)	**175**	**237**	**–26**
In % vom Umsatz	6,4	7,9	–160 bp
Finanzergebnis	–35	–32	–9
Ergebnis vor Ertragsteuern	**140**	**205**	**–32**
Ertragsteuern	–39	–57	32
Konzernergebnis	**101**	**147**	**–32**
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	98	141	–30
Nicht beherrschende Anteile	2	7	–63
Ergebnis je Aktie (in EUR)[1]	**1,43**	**2,04**	**–30**
Ertragsteuerquote in %	**28**	**28**	

[1] Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBIT und EBITDA – neun Monate

(in Mio. EUR)	Jan. – Sep. 2026	Jan. - Sep. 2025	Veränderung in %
EBIT	**175**	**237**	**–26**
In % vom Umsatz	6,4	7,9	–160 bp
Abschreibungen	–272	–269	–1
EBITDA	**447**	**506**	**–12**
In % vom Umsatz	16,2	16,9	–70 bp

Verkürzte Konzernbilanz

(in Mio. EUR)	**30. September 2026**	30. September 2025	31. Dezember 2025
Sachanlagen, Immaterielle Vermögenswerte und Nutzungsrechte an Leasingobjekten	1.623	1.685	1.700
Vorräte	950	1.083	918
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	321	328	386
Sonstige Vermögenswerte	411	369	374
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	315	82	343
Aktiva	**3.620**	**3.547**	**3.721**

	30. September 2026	30. September 2025	31. Dezember 2025
Eigenkapital	1.682	1.440	1.558
Rückstellungen und latente Steuern	227	209	202
Finanzverbindlichkeiten	178	328	296
Leasingverbindlichkeiten	829	876	887
Sonstige Verbindlichkeiten	213	192	250
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	492	502	529
Passiva	**3.620**	**3.547**	**3.721**

Kapitalflussrechnung

(in Mio. EUR)	**Jan. – Sep. 2026**	Jan. – Sep. 2025
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	379	253
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	–86	–116
Free Cashflow	**293**	**137**
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	–326	–261
Veränderung Finanzmittelbestand	**–28**	**–129**
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	343	211
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	315	82

Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte

30. September 2026	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	**Gesamt**
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	514	530	342	**1.386**
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	174	143	141	**458**
31. Dezember 2025				
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	540	558	364	**1.462**
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	185	148	152	**485**