

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE UND BRANCHEN- ENTWICKLUNG

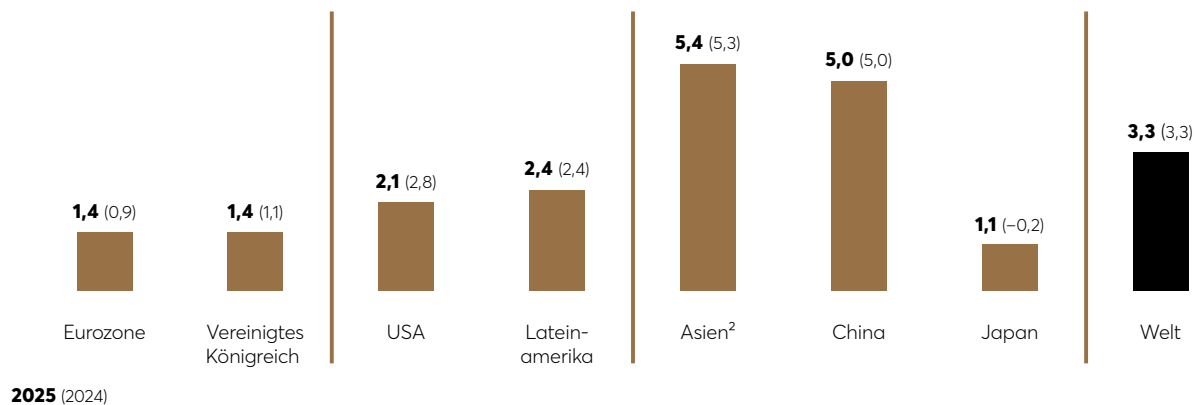
2025 geprägt von
erhöhter makro-
ökonomischer und
geopolitischer Volatilität

Gedämpfte Verbraucher-
stimmung belastet
globale Bekleidungs-
industrie in 2025

Verhaltenes Branchen-
wachstum zeigt sich
insbesondere in Europa
und den USA

Gesamtwirtschaftliche Lage

Das Geschäftsjahr 2025 war von **herausfordernden weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen** geprägt, die sich durch **erhöhte Unsicherheit und Volatilität** auszeichneten. Obwohl die Inflation in den meisten Regionen nachließ, unterstützt durch geldpolitische Entscheidungen der US-Notenbank (Fed) und der Europäischen Zentralbank (EZB), blieb der Welthandel weiterhin beeinträchtigt. Die wirtschaftliche Dynamik fiel im Jahresverlauf uneinheitlich aus: Während das Wachstum in der ersten Jahreshälfte vergleichsweise robust ausfiel, teilweise unterstützt durch vorgezogene Konsumausgaben von Unternehmen und Verbrauchern in Erwartung höherer Zölle, kam es in der zweiten Jahreshälfte zu einer spürbaren Abschwächung. Die Investitionstätigkeit blieb trotz einer expansiveren Fiskalpolitik in mehreren großen Volkswirtschaften verhalten und belastete das Wirtschaftswachstum. Geopolitische Spannungen, darunter die Konflikte in der Ukraine und im Nahen Osten, sowie höhere Zölle verstärkten die Volatilität zusätzlich und wirkten sich auch auf die Finanzmärkte aus. Auch wenn entsprechende Vereinbarungen und politische Anpassungen einige Extreme abmilderten, mussten sich Volkswirtschaften und Märkte an ein stärker protektionistisches und zunehmend fragmentiertes Umfeld anpassen. In seiner jüngsten Prognose, veröffentlicht im Januar 2026, schätzt der Internationale Währungsfonds (IWF) das **globale Wirtschaftswachstum** für 2025 auf 3,3% und damit auf dem Niveau des Vorjahres (2024: 3,3%).

WACHSTUM DER WELTWIRTSCHAFT¹ (IN %)

¹ Schätzung IWF.

² Ohne Japan.

Nach Schätzungen des IWF setzte sich die wirtschaftliche Erholung in der **Eurozone** fort, wobei das Wachstum 2025 auf 1,4 % anzog (2024: 0,9 %). Während die meisten großen europäischen Volkswirtschaften im Vergleich zu 2024 ein schwächeres Wachstum verzeichneten, darunter Frankreich mit 0,8 % (2024: 1,1 %), gelang es Deutschland, den negativen Trend umzukehren und mit einem moderaten Wachstum von 0,2 % in den positiven Bereich zurückzukehren (2024: -0,5 %). Obwohl die restriktive Geldpolitik der EZB dazu beitrug, den Inflationsdruck zu mindern, hielten Unsicherheit und Volatilität an. Im **Vereinigten Königreich** stieg das Wirtschaftswachstum 2025 leicht auf 1,4 % (2024: 1,1 %), während die Inflation vor dem Hintergrund anhaltender Unsicherheit weiterhin erhöht blieb.

Die **US-Wirtschaft** war im Laufe des Jahres von mehreren Entwicklungen geprägt, darunter der Regierungswechsel, die Einführung neuer politischer Maßnahmen sowie die neu verhängten Handelszölle. Trotz eines herausfordernden Umfelds mit hoher Inflation und verhaltener Konsumnachfrage schnitten die USA im Vergleich zu anderen großen Volkswirtschaften erneut besser ab. Dazu trugen mehrere Zinssenkungen der Fed sowie eine robuste Entwicklung der Aktienmärkte bei. Dennoch verlangsamte sich das Wirtschaftswachstum 2025 auf 2,1 % (2024: 2,8 %). Trotz globaler Unsicherheiten und höherer Handelsbarrieren zeigte **Lateinamerika** eine gewisse Widerstandsfähigkeit und erzielte wie schon im Vorjahr ein Wachstum von 2,4 % (2024: 2,4 %).

China verzeichnete 2025 ein stabiles Wirtschaftswachstum von 5,0 % (2024: 5,0 %), das unter anderem durch einen vorgezogenen Anstieg der Exporte gestützt wurde. Gleichzeitig belasteten mehrere Faktoren die wirtschaftliche Entwicklung, darunter anhaltende Herausforderungen im Immobiliensektor und eine gedämpfte Konsumentennachfrage, während staatliche Konjunkturmaßnahmen nur begrenzte Unterstützung boten. Handelsspannungen, einschließlich Zollmaßnahmen, beeinflussten die Handelsströme, während das Wachstum insgesamt jedoch widerstandsfähig blieb. Die Region **Asien (ohne Japan)** wuchs 2025 um 5,4 % (2024: 5,3 %), angetrieben von einer stärkeren Wirtschaftsleistung Indiens. In **Japan** erholte sich die Wirtschaft deutlich und verzeichnete 2025 ein Wachstum von 1,1 % (2024: -0,2 %), hauptsächlich gestützt durch robuste Exporte.

Branchenentwicklung

Für die **globale Bekleidungsindustrie** war das Geschäftsjahr 2025 von anhaltender makroökonomischer und geopolitischer Unsicherheit, erhöhter Inflation sowie der Beeinträchtigung globaler Lieferketten durch die gestiegenen Zöllen geprägt. Diese Faktoren veränderten die weltweiten Handelsströme und zwangen Marken und Zulieferer, sich über Preisanpassungen, Veränderungen in der Beschaffung und Effizienzsteigerungen anzupassen, während gleichzeitig die Verbraucherstimmung verhalten blieb und die Nachfrage nach Konsumgütern insgesamt gedämpft war. Laut einer gemeinsamen Studie von The Business of Fashion und McKinsey & Company, veröffentlicht im November 2025, wird das **Wachstum der globalen Bekleidungsindustrie** (ohne Berücksichtigung des Luxussegments) für das Geschäftsjahr 2025 voraussichtlich auf 1,5 % bis 2,5 % und damit leicht unter dem Vorjahresniveau (2024: 2 % bis 3 %).

In **Europa** sah sich die Bekleidungsindustrie (ohne Berücksichtigung des Luxussegments) im Jahr 2025 weiterhin einer schwachen Konsumentennachfrage konfrontiert, was zu einer weiteren Verlangsamung des Umsatzwachstums auf eine Spanne von 1 % bis 2 % führte (2024: 2 %). Obwohl der Inflationsdruck leicht nachließ, hielten anhaltende wirtschaftliche Unsicherheit und geopolitische Spannungen die Sparquoten der privaten Haushalte auf einem erhöhten Niveau und begrenzten damit die Einzelhandelsausgaben. In den **USA** war die Verbraucherstimmung 2025 besonders herausfordernd. Der Index für das Verbrauchervertrauen (Consumer Confidence Index, CCI) fiel nach der Ankündigung neuer Zölle auf seinen niedrigsten Stand seit 2020. Geldpolitische Entscheidungen, kombiniert mit erhöhter geopolitischer Unsicherheit, sorgten für zusätzliche Volatilität, während eine robuste Aktienmarktentwicklung, beflügelt durch Künstliche Intelligenz, für etwas Stabilität sorgte. Vor diesem Hintergrund verzeichnete die Bekleidungsindustrie (ohne Berücksichtigung des Luxussegments) ein Umsatzwachstum von 2 % bis 3 % und lag damit leicht unter dem Vorjahresniveau (2024: 3 %), während der US-Luxusgütermarkt unter besonders großem Druck stand. Auch **China** sah sich 2025 mit wirtschaftlichen Herausforderungen konfrontiert, bedingt durch die anhaltende Schwäche am Immobilienmarkt und eine hohe Jugendarbeitslosigkeit. Dies führte zu höheren Sparquoten der Haushalte und einer gedämpften Konsumnachfrage. Die Rahmenbedingungen verbesserten sich nur schrittweise, während gezielte staatliche Konjunkturimpulse die Verbraucherstimmung lediglich begrenzt stützen konnten. Folglich stieg das Branchenwachstum (ohne Berücksichtigung des Luxussegments) nur leicht auf 2 % bis 3 % (2024: 2 %) und blieb damit im Vergleich zu historischen Niveaus insgesamt verhalten.

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM PROGNOTIZIERTEN GESCHÄFTSVERLAUF

Geschäftsjahr 2025 von
volatilem Branchen-
umfeld und verhaltenem
Konsumklima geprägt

Erfolgreiche Umsetzung
strategischer Initiativen
unterstützt Geschäfts-
entwicklung

Umsatz und Ergebnis für
das Geschäftsjahr 2025
im Rahmen der Prognose-
spannen

Das Geschäftsjahr 2025 war von anhaltenden **makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten** geprägt, die sowohl das globale Konsumklima als auch die Branchenentwicklung spürbar belasteten. Ein verhaltenes Verbrauchervertrauen und geringere Kundenfrequenzen in den Stores wirkten sich negativ auf mehrere Kernmärkte aus, wobei die Nachfrage in China besonders verhalten blieb. Vor diesem Hintergrund fokussierte sich HUGO BOSS auf die konsequente **Umsetzung zentraler Marken-, Produkt- und Vertriebs-initiativen**, um die langfristige Positionierung der Marken weiter zu stärken. Zu den Highlights zählten die Einführung mehrerer BOSS und HUGO Markenkampagnen, der Launch der ersten beiden Beckham x BOSS Kollektionen sowie die BOSS Spring/Summer 2026 Fashion Show in Mailand. Diese Initiativen trugen maßgeblich zur weiteren Stärkung der globalen Markenrelevanz bei und unterstützten die Umsatzentwicklung im Jahresverlauf. Darüber hinaus erzielte das Unternehmen Effizienzsteigerungen durch ein **diszipliniertes und nachhaltiges Kostenmanagement**. Folglich **erreichte HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2025 seine Umsatz- und Ergebnisprognosen** und erzielte einen Konzernumsatz von 4,3 Mrd. EUR sowie ein operatives Ergebnis in Höhe von 391 Mio. EUR. Neben der Erreichung der finanziellen Zielsetzungen legte das Unternehmen zudem die Basis für den langfristigen Unternehmenserfolg. Im Dezember präsentierte HUGO BOSS mit seiner Strategie CLAIM 5 TOUCHDOWN einen klaren strategischen Rahmen bis 2028, der auf die Stärkung des Markenwerts, nachhaltiges, profitables Wachstum und die langfristige Steigerung des Unternehmenswerts ausgerichtet ist. > **Konzernstrategie**, > **Ertragslage**

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM PROGNOTIZIERTEN GESCHÄFTSVERLAUF

	Ergebnis 2024	Prognose 2025	Ergebnis 2025
Konzernumsatz (in Konzernwährung)	4.307 Mio. EUR	Zwischen 4,2 Mrd. EUR und 4,4 Mrd. EUR (-2% bis +2%)	Rückgang um 1% auf 4.270 Mio. EUR
Umsatzentwicklung nach Segmenten (in Konzernwährung)			
EMEA	2.625 Mio. EUR	In etwa auf Vorjahresniveau	Anstieg um 2% auf 2.664 Mio. EUR
Amerika	1.020 Mio. EUR	In etwa auf Vorjahresniveau ¹	Rückgang um 3% auf 993 Mio. EUR
Asien/Pazifik	553 Mio. EUR	Moderater Rückgang	Rückgang um 8% auf 509 Mio. EUR
Operatives Ergebnis (EBIT)	361 Mio. EUR	Zwischen 380 Mio. EUR und 440 Mio. EUR (+5% bis +22%)	Anstieg um 8% auf 391 Mio. EUR
Konzernergebnis	224 Mio. EUR	Anstieg im Einklang mit EBIT	Anstieg um 16% auf 259 Mio. EUR
TNWC im Verhältnis zum Umsatz	19,6 %	Zwischen 19% und 20 %	Anstieg um 40 Basispunkte auf 20,0 %
Investitionen	286 Mio. EUR	Zwischen 200 Mio. EUR und 250 Mio. EUR	Rückgang um 32% auf 195 Mio. EUR

¹ Anpassung mit der Veröffentlichung der Ergebnisse des ersten Halbjahres im August 2025. Ursprüngliche Prognose im März: Anstieg im niedrigen einstelligen Prozentbereich.

HUGO BOSS konnte im Geschäftsjahr 2025 wichtige Wachstumschancen nutzen, während anhaltende makroökonomische Herausforderungen und ein verhaltenes Konsumklima die globale Branchenentwicklung belasteten. Der währungsbereinigte **Konzernumsatz** erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 2%. In Konzernwährung sank der Umsatz hingegen leicht um 1% auf 4.270 Mio. EUR (2024: 4.307 Mio. EUR), was auf unvorteilhafte Währungseffekte im Berichtszeitraum zurückzuführen ist. Insgesamt bewegte sich die Umsatzentwicklung damit innerhalb der Prognosespanne von minus 2% und plus 2%. > **Ertragslage, Umsatzlage**

Unterstützt durch den konsequenten Fokus des Unternehmens auf operative Exzellenz und Kosteneffizienz, stieg das **operative Ergebnis (EBIT)** im Geschäftsjahr 2025 um 8% auf 391 Mio. EUR (2024: 361 Mio. EUR) und lag damit im Rahmen der Prognosespanne von 380 Mio. EUR bis 440 Mio. EUR. Infolgedessen verbesserte sich die EBIT-Marge des Konzerns um 80 Basispunkte auf 9,2% (2024: 8,4%). Das **Konzernergebnis** erhöhte sich im Geschäftsjahr 2025 um 16% auf 259 Mio. EUR (2024: 224 Mio. EUR), unterstützt durch geringere Nettofinanzaufwendungen und eine niedrigere Konzernsteuerquote. > **Ertragslage, Gewinn-und-Verlust-Rechnung**

Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** im Verhältnis zum Umsatz erhöhte sich um 40 Basispunkte auf 20,0% (2024: 19,6%) und lag damit am oberen Ende der Prognosespanne von 19% bis 20%. Während sich die Vorräte im Verhältnis zum Umsatz gegenüber dem Vorjahr deutlich verbesserten, ist der Anstieg des TNWC im Wesentlichen auf höhere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie niedrigere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen. > **Vermögenslage**

Die **Investitionen** gingen 2025 um 32% auf 195 Mio. EUR zurück und lagen damit nahe am unteren Ende der Prognosespanne von 200 Mio. EUR bis 250 Mio. EUR (2024: 286 Mio. EUR). Diese Entwicklung spiegelt im Wesentlichen den strategischen Fokus des Unternehmens auf die Steigerung der Effizienz der Investitionen wider, nachdem in den Vorjahren umfangreiche Investitionen getätigt worden sind, insbesondere in den Bereichen Einzelhandel und Logistik. > **Finanzlage, Investitionen**

Der **Free Cashflow** belief sich im Geschäftsjahr 2025 auf 499 Mio. EUR und lag damit leicht über dem Niveau des Vorjahres (2024: 497 Mio. EUR). Der starke Free Cashflow unterstreicht die Cash-generierende Ausrichtung unseres Geschäftsmodells. Der Anstieg ist insbesondere auf einen Rückgang der Mittelabflüsse aus Investitionstätigkeit infolge des verstärkten Fokus auf die Effizienz der Investitionen zurückzuführen, der geringere Mittelzuflüsse aus laufender Geschäftstätigkeit mehr als kompensierte. > **Finanzlage, Kapitalflussrechnung und Free Cashflow**

FÜNFJAHRESÜBERSICHT DER WICHTIGSTEN LEISTUNGSINDIKATOREN (IN MIO. EUR)

	2025	2024	2023	2022	2021
Konzernumsatz	4.270	4.307	4.197	3.651	2.786
Operatives Ergebnis (EBIT)	391	361	410	335	228
Kurzfristiges operatives Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz	20,0 %	19,6 %	20,8 %	15,0 %	17,2 %
Investitionen	195	286	298	192	104

ERTRAGSLAGE

Währungsbereinigtes Umsatzwachstum unterstützt durch Initiativen zur Stärkung der Marken

Starker Fokus auf Effizienzsteigerung führt zu Rückgang der operativen Aufwendungen

Diszipliniertes Kostenmanagement unterstützt Anstieg des operativen Ergebnisses (EBIT)

Das Geschäftsjahr 2025 war von anhaltenden makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten geprägt, die das globale Konsumklima und die Branchenentwicklung spürbar belasteten. Vor diesem Hintergrund blieb HUGO BOSS auf die konsequente Umsetzung zentraler Marken-, Produkt- und Vertriebsinitiativen fokussiert und erzielte gleichzeitig Effizienzsteigerungen durch ein diszipliniertes und nachhaltiges Kostenmanagement. Folglich **erreichte HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2025 seine Umsatz- und Ergebnisprognosen** und erzielte einen Konzernumsatz von 4,3 Mrd. EUR sowie ein operatives Ergebnis in Höhe von 391 Mio. EUR. Akquisitionen oder Desinvestitionen hatten im Berichtszeitraum keine wesentlichen Auswirkungen auf die finanzielle Entwicklung des Konzerns.

Umsatzlage

Trotz anhaltender makroökonomischer Herausforderungen und einer verhaltenen Verbraucherstimmung, die die globale Branchenentwicklung belasteten, konnte HUGO BOSS wichtige Wachstumschancen erfolgreich nutzen. Infolgedessen stieg der währungsbereinigte **Konzernumsatz** im Geschäftsjahr 2025 gegenüber dem Vorjahr um 2 %. In Konzernwährung ging der Umsatz hingegen leicht um 1 % auf 4.270 Mio. EUR zurück (2024: 4.307 Mio. EUR), was im Wesentlichen die Abwertung des US-Dollars gegenüber dem Euro im Berichtszeitraum widerspiegelt.

Umsatz nach Marken

UMSATZ NACH MARKEN (IN MIO. EUR)

	2025	In % des Umsatzes	2024	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
BOSS Menswear	3.346	78	3.329	77	1	3
BOSS Womenswear	280	7	297	7	-6	-5
HUGO	644	15	682	16	-6	-4
Gesamt	4.270	100	4.307	100	-1	2

Die Geschäftsentwicklung fiel im Geschäftsjahr 2025 je nach Marke unterschiedlich aus. So profitierte HUGO BOSS weiterhin von der starken Positionierung seines BOSS Menswear-Geschäfts. Zu den Highlights zählten die erfolgreiche Umsetzung von 360-Grad-Markenkampagnen, die im Jahresverlauf eingeführten Beckham x BOSS Kollektionen sowie die BOSS Spring/Summer 2026 Fashion Show in Mailand. Diese Initiativen

erzielten weltweit eine hohe Resonanz, insbesondere in den sozialen Medien, und trugen zu einer weiteren Stärkung der Markenrelevanz bei. Infolgedessen stieg der Umsatz von **BOSS Menswear** im Geschäftsjahr 2025 währungsbereinigt um 3 % und unterstrich damit die Widerstandsfähigkeit und Attraktivität der Marke auch in einem volatilen Marktumfeld. Gleichzeitig leitete HUGO BOSS, im Einklang mit seiner langfristigen strategischen Ausrichtung, im Jahresverlauf gezielte Maßnahmen ein, um die Positionierung von BOSS Womenswear und HUGO zu schärfen und deren langfristige Entwicklung zu verbessern. Dazu zählen unter anderem die Straffung der Produktsortiments sowie die gezielte Schärfung der Vertriebsaktivitäten. Diese strategischen Initiativen zielten darauf ab, Effizienzsteigerungen zu erzielen und die Grundlage für profitables Wachstum zu schaffen. Infolge der bewussten Umsetzung dieser Maßnahmen gingen die Umsätze von **BOSS Womenswear** und **HUGO** im Geschäftsjahr 2025 währungsbereinigt um 5 % bzw. 4 % zurück. > **Konzernstrategie, Brand Excellence**

Umsatz nach Regionen

UMSATZ NACH REGIONEN (IN MIO. EUR)

	2025	In % des Umsatzes	2024	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
EMEA	2.664	62	2.625	61	2	2
Amerika	993	23	1.020	24	-3	3
Asien/Pazifik	509	12	553	13	-8	-5
Lizenzen	104	2	109	3	-5	-5
Gesamt	4.270	100	4.307	100	-1	2

Aus regionaler Sicht kompensierten Umsatzverbesserungen in EMEA und Amerika im Geschäftsjahr 2025 einen Rückgang in Asien/Pazifik. In der Region **EMEA** legte der Umsatz währungsbereinigt um 2 % zu, was in erster Linie auf Umsatzanstiege in wichtigen europäischen Kernmärkten wie Deutschland und Frankreich zurückzuführen ist. In der Region **Amerika** stieg der Umsatz währungsbereinigt um 3 %. Diese Entwicklung spiegelt einen leichten Umsatzanstieg im US-Markt sowie zweistelliges Wachstum in Lateinamerika wider. Demgegenüber sank der Umsatz in der Region **Asien/Pazifik** vor allem aufgrund einer anhaltend schwachen lokalen Nachfrage in China währungsbereinigt um 5 %. > **Ertragslage, Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente**

Umsatz nach Vertriebskanälen

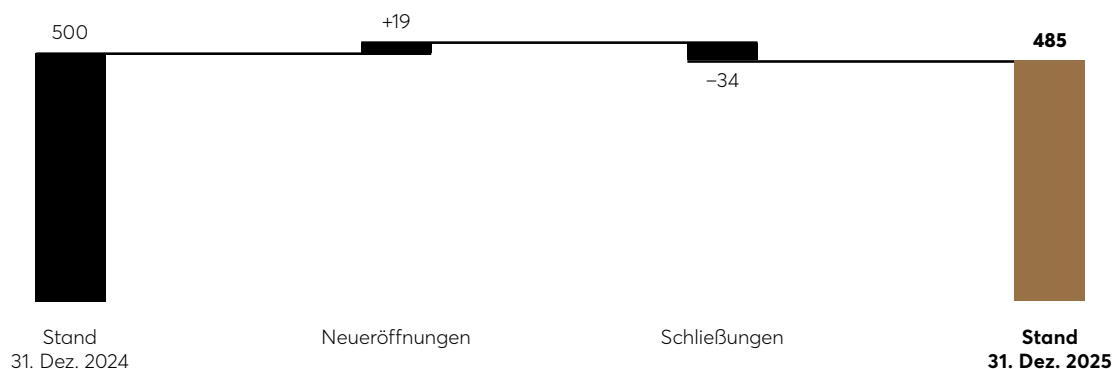
UMSATZ NACH VERTRIEBSKANÄLEN (IN MIO. EUR)

	2025	In % des Umsatzes	2024	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	2.167	51	2.241	52	-3	0
Stationärer Großhandel	1.108	26	1.111	26	0	2
Digital	891	21	846	20	5	7
Lizenzen	104	2	109	3	-5	-5
Gesamt	4.270	100	4.307	100	-1	2

Aus Vertriebskanalsicht variierte die Performance je nach Kundenkontaktpunkt. Der Umsatz im **stationären Einzelhandel** des Konzerns, einschließlich freistehender Stores, Shop-in-Shops und Outlets, blieb währungsbereinigt auf dem Niveau des Vorjahres. Dies spiegelt in erster Linie das insgesamt verhaltene Verbrauchervertrauen wider, das insbesondere in Märkten wie den USA und China zu geringeren Besucherzahlen in Shopping Malls und Stores führte. Der währungsbereinigte Umsatz im **stationären Großhandel** legte hingegen um 2% gegenüber dem Vorjahr zu, was vor allem auf erfolgreiche Kollektionsauslieferungen an die Partner zurückzuführen ist. Zudem wirkte sich der fortschreitende Ausbau des globalen Franchise-geschäfts des Unternehmens positiv auf die Umsatzentwicklung aus. Auch unser **digitales Geschäft** setzte seinen Wachstumskurs im Jahr 2025 erfolgreich fort und erzielte ein währungsbereinigtes Plus von 7%. Das Wachstum ist vor allem auf robuste Verbesserungen der digitalen Umsätze mit Partnern – bestehend aus Großhandels- und Konzessionserlösen – zurückzuführen, die währungsbereinigt um 13% auf 659 Mio. EUR zulegten (2024: 588 Mio. EUR). Im Gegensatz dazu gingen die über hugoboss.com erzielten Umsätze um 9% auf 232 Mio. EUR zurück (2024: 258 Mio. EUR), was sowohl das herausfordernde Marktumfeld als auch unseren gezielten Fokus auf den Vollpreisverkauf widerspiegelt – beides Faktoren, die sich dämpfend auf die Konversionsraten auswirkten. Der Umsatz im **Lizenzgeschäft** blieb währungsbereinigt um 5% unter dem Vorjahr. Diese Entwicklung spiegelt in erster Linie die anspruchsvolle Vergleichsbasis des Geschäftsjahres 2024 wider, die von mehreren Vertragsverlängerungen profitierte, sowie das insgesamt herausfordernde Marktumfeld im Jahr 2025. > [Kundenkontaktpunkte](#)

Netzwerk eigener Einzelhandelsgeschäfte

ANZAHL EIGENER FREISTEHENDER EINZELHANDELSGESCHÄFTE



Zum Ende des Geschäftsjahres 2025 belief sich die Anzahl der eigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** auf 485 (2024: 500), was einem leichten Rückgang gegenüber dem 31. Dezember 2024 entspricht. Diese Entwicklung spiegelt die fortschreitende Optimierung des globalen Storenetzwerks im Einklang mit der strategischen Ausrichtung des Konzerns wider. Folglich wurden 34 Stores mit auslaufenden Mietverträgen – in erster Linie in EMEA und Asien/Pazifik – **geschlossen**. Dem standen insgesamt 19 **Neueröffnungen** im Jahresverlauf gegenüber. > [Kundenkontaktpunkte](#)

ANZAHL EIGENER EINZELHANDELSVERKAUFPUNKTE

2025	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	540	558	364	1.462
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	185	148	152	485

2024				
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	572	579	381	1.532
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	199	139	162	500

Unter Einbezug von Shop-in-Shops und Outlets belief sich die **Gesamtzahl der eigenen Einzelhandelsverkaufspunkte** zum 31. Dezember 2025 weltweit auf 1.462 (2024: 1.532). Neben dem leichten Rückgang an freistehenden Einzelhandelsgeschäften spiegelt dies auch die Schließung mehrerer Shop-in-Shops in Kanada wider, nachdem sich ein lokaler Partner aus dem Markt zurückgezogen hat. Die **Gesamtverkaufsfläche** im eigenen Einzelhandel verringerte sich 2025 um 2% und lag zum Jahresende bei rund 191.000 Quadratmetern (31. Dezember 2024: rund 195.000 Quadratmeter). Gleichzeitig blieb die **Flächenproduktivität im stationären Einzelhandel** mit rund 11.200 EUR pro Quadratmeter in etwa auf dem Vorjahresniveau (2024: rund 11.400 EUR pro Quadratmeter).

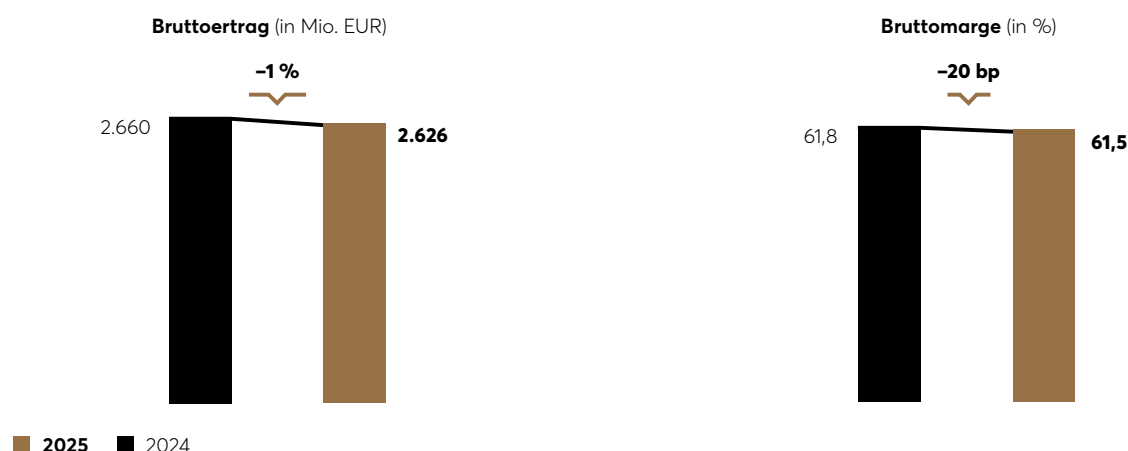
Gewinn-und-Verlust-Rechnung**GEWINN-UND-VERLUST-RECHNUNG** (IN MIO. EUR)

	Jan.–Dez. 2025	Jan.–Dez. 2024	Veränderung in %
Umsatzerlöse	4.270	4.307	–1
Umsatzkosten	–1.643	–1.648	0
Bruttoertrag	2.626	2.660	–1
In % vom Umsatz	61,5	61,8	–20 bp
Operative Aufwendungen	–2.236	–2.299	3
In % vom Umsatz	–52,4	–53,4	100 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	–1.805	–1.868	3
davon Verwaltungsaufwendungen	–431	–431	0
Operatives Ergebnis (EBIT)	391	361	8
In % vom Umsatz	9,2	8,4	80 bp
Finanzergebnis	–46	–59	23
Ergebnis vor Ertragsteuern	345	302	14
Ertragsteueraufwand	–86	–78	–10
Konzernergebnis	259	224	16
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	249	213	17
Nicht beherrschende Anteile	10	10	–3
Ergebnis je Aktie (in EUR)¹	3,61	3,09	17
Ertragsteuerquote in %	25	26	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

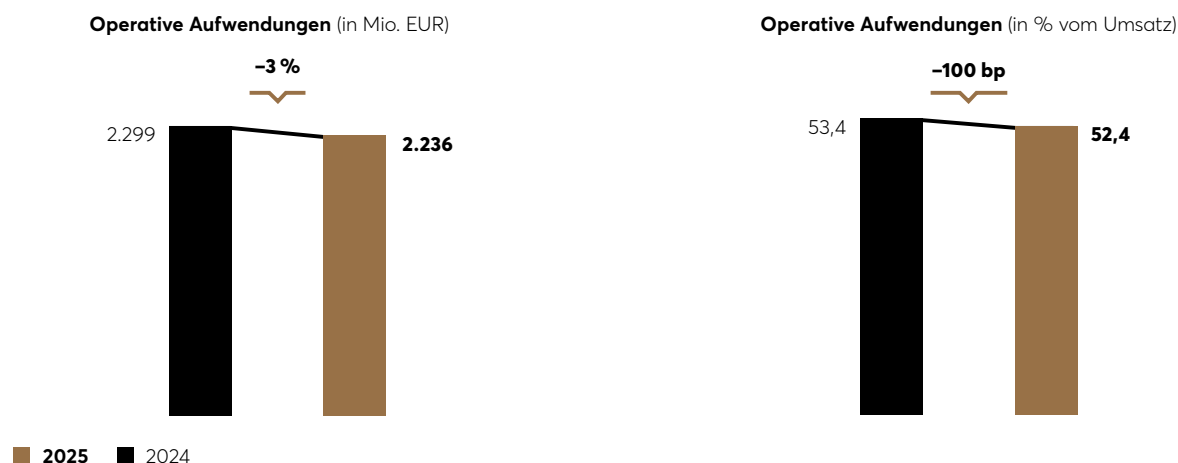
Mit 61,5 % lag die **Bruttomarge** im Geschäftsjahr 2025 um 20 Basispunkte unter dem Vorjahresniveau. Diese Entwicklung ist vor allem auf diverse marktbedingte Herausforderungen zurückzuführen, darunter nachteilige Währungseffekte sowie ein allgemein rabattintensives Marktumfeld. Darüber hinaus lastete ein unvorteilhafter Vertriebskanalmix auf der Bruttomargenentwicklung. Diese Faktoren glichen zusätzliche Effizienzsteigerungen im Bereich Beschaffung sowie geringere globale Frachtraten mehr als aus, die der Bruttomargenentwicklung im Geschäftsjahr 2025 spürbaren Rückenwind verliehen. > **Business Operations**

ENTWICKLUNG BRUTTOERTRAG UND BRUTTOMARGE



HUGO BOSS setzte die erfolgreiche Umsetzung verschiedener Maßnahmen zur Steigerung der Kosteneffizienz im Geschäftsjahr 2025 konsequent fort, insbesondere durch die Verschlankung und Optimierung zentraler Geschäftsbereiche, darunter Vertrieb, Marketing und Verwaltung. Infolgedessen gingen die **operativen Aufwendungen** um 3 % zurück und verbesserten sich im Verhältnis zum Konzernumsatz um 100 Basispunkte auf 52,4 %. Diese Entwicklung ist vor allem auf niedrigere Vertriebs- und Marketingaufwendungen zurückzuführen, während die Verwaltungsaufwendungen weitgehend auf dem Vorjahresniveau lagen. > **Konzernanhang, Textziffer 2, 3 und 9**

ENTWICKLUNG OPERATIVE AUFWENDUNGEN



Die **Vertriebs- und Marketingaufwendungen** lagen um 3 % unter dem Vorjahresniveau. Im Verhältnis zum Umsatz verbesserten sich die Vertriebs- und Marketingaufwendungen um 110 Basispunkte auf 42,3 % (2024: 43,4 %), was die anhaltende Kostendisziplin sowie Effizienzgewinne widerspiegelt. Dabei sanken die **Aufwendungen für das stationäre Einzelhandelsgeschäft** des Konzerns um 5 % auf 943 Mio. EUR und entsprachen folglich 22,1 % des Konzernumsatzes (2024: 989 Mio. EUR; 23,0 %). Diese Entwicklung ist vor allem auf die Verbesserung von Kostenstrukturen im Einklang mit den allgemeinen Besuchertrends sowie auf geringere nicht zahlungswirksame Wertminderungen zurückzuführen. Gleichzeitig sanken die **Marketinginvestitionen** um 2 % auf 303 Mio. EUR und beliefen sich folglich auf 7,1 % des Konzernumsatzes (2024: 309 Mio. EUR; 7,2 %). Diese Entwicklung spiegelt in erster Linie den verstärkten Fokus auf die Steigerung der Marketingeffizienz wider, die das Unternehmen mittels Priorisierung von Markeninitiativen mit dem höchsten Return erzielt.

> Konzernanhang, Textziffer 2, > Konzernstrategie, Brand Excellence

Die **Verwaltungsaufwendungen** lagen dank eines disziplinierten Kostenmanagements auf dem Niveau des Vorjahres. Im Verhältnis zum Umsatz erhöhten sich die Verwaltungsaufwendungen hingegen leicht um 10 Basispunkte auf 10,1 % (2024: 10,0 %). Dabei stiegen die **allgemeinen Verwaltungsaufwendungen** mit 344 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr leicht an (2024: 341 Mio. EUR), was höhere Personalaufwendungen sowie die allgemeine Kosteninflation widerspiegelt. Demgegenüber lagen die im Rahmen der Kollektionsentwicklung anfallenden **Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen** mit 87 Mio. EUR um 4 % unter dem Niveau des Jahres 2024 (2024: 90 Mio. EUR). > Konzernanhang, Textziffer 3, > Produktentwicklung und -innovation

Angetrieben durch den konsequenten Fokus des Unternehmens auf die Steigerung der Kosteneffizienz legte das **operative Ergebnis (EBIT)** im Geschäftsjahr 2025 um 8 % auf 391 Mio. EUR zu. Infolgedessen verbesserte sich die **EBIT-Marge** des Konzerns um 80 Basispunkte auf 9,2 %, was den überproportionalen Rückgang der Vertriebs- und Marketingaufwendungen widerspiegelt. Währungseffekte hatten 2025 einen spürbar negativen Einfluss auf das EBIT.

ENTWICKLUNG EBIT UND EBIT-MARGE

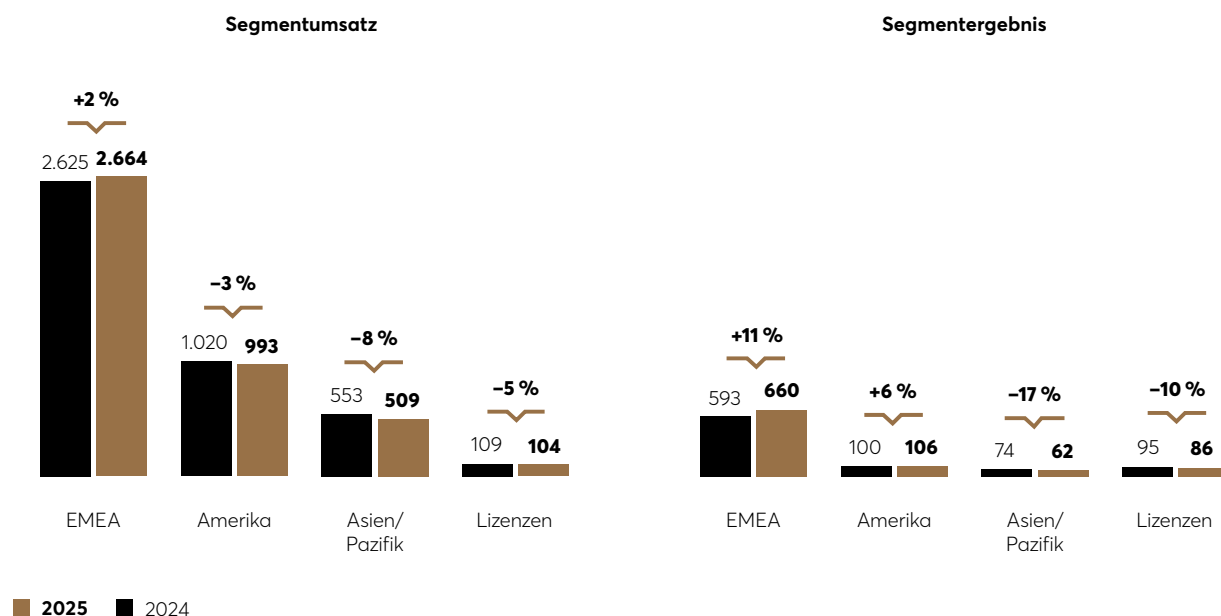


Die **Abschreibungen** lagen mit 391 Mio. EUR um 6 % unter dem Vorjahresniveau (2024: 414 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist auf geringere **nicht zahlungswirksame Wertminderungen** in Höhe von 29 Mio. EUR zurückzuführen (2024: 47 Mio. EUR), die im Zusammenhang mit Wertminderungen auf das Sachanlagevermögen eigener Einzelhandelsgeschäfte sowie entsprechende Nutzungsrechte standen. > Konzernanhang, Textziffer 7

Die **Nettofinanzaufwendungen (Finanzergebnis)** beliefen sich im Geschäftsjahr 2025 auf 46 Mio. EUR und lagen damit 23 % unter dem Vorjahr (2024: 59 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist sowohl auf vorteilhafte Währungseffekte als auch geringere Zinsaufwendungen zurückzuführen. Die **Konzernsteuerquote** lag mit 25 % leicht unter dem Vorjahresniveau (2024: 26 %). Das **Konzernergebnis** belief sich im Geschäftsjahr 2025 folglich auf 259 Mio. EUR und lag damit 16 % über dem Vorjahreswert (2024: 224 Mio. EUR). Das auf die Anteilseigner entfallende Konzernergebnis erhöhte sich um 17 % auf 249 Mio. EUR (2024: 213 Mio. EUR), was zu einem **Ergebnis je Aktie** von 3,61 EUR führte (2024: 3,09 EUR). Währungseffekte wirkten sich im Geschäftsjahr 2025 moderat negativ auf das Konzernergebnis aus. > **Konzernanhang, Textziffer 4 und 5**

Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente

ENTWICKLUNG SEGMENTUMSATZ UND SEGMENTERGEBNIS (IN MIO. EUR)



EMEA

Der währungsbereinigte Umsatz in der **Region EMEA** (Europa, Naher Osten und Afrika) legte im Geschäftsjahr 2025 um insgesamt 2 % zu. Das Wachstum wurde vor allem durch Umsatzverbesserungen in **Deutschland** und **Frankreich** vorangetrieben, die leicht rückläufige Umsätze im **Vereinigten Königreich** mehr als ausglich.

UMSATZENTWICKLUNG EMEA (IN MIO. EUR)

	2025	In % des Umsatzes	2024	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	1.093	41	1.108	42	-1	0
Stationärer Großhandel	859	32	860	33	0	1
Digital	712	27	657	25	8	9
Gesamt	2.664	100	2.625	100	2	2

Aus **Vertriebskanalsicht** wurde das Wachstum in EMEA durch währungsbereinigte Umsatzverbesserungen im digitalen Geschäft sowie im stationären Großhandelsgeschäft vorangetrieben. Gleichzeitig blieb der Umsatz im stationären Einzelhandel auf dem Niveau des Vorjahres, was geringere Besucherzahlen in wichtigen Märkten widerspiegelt.

Das **Segmentergebnis** in EMEA lag mit 660 Mio. EUR um 11 % über dem Vorjahresniveau (2024: 593 Mio. EUR). Entsprechend stieg die EBIT-Marge um 220 Basispunkte auf 24,8 % (2024: 22,6 %). Dies ist vor allem auf einen unterproportionalen Anstieg der operativen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz zurückzuführen, angetrieben durch geringere Aufwendungen für das stationäre Einzelhandelsgeschäft sowie diszipliniertes Kostenmanagement in der allgemeinen Verwaltung. > **Konzernanhang, Textziffer 24**

Amerika

In der Region **Amerika** verzeichnete HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2025 ein währungsbereinigtes Umsatzplus von 3 %. Diese Entwicklung spiegelt vor allem einen leichten Umsatzanstieg in den **USA** wider, trotz einer insbesondere zu Jahresbeginn verhaltenen Nachfrage lokaler Konsumenten und internationaler Touristen, die sich in geringeren Besucherzahlen in Shopping Malls und Stores zeigte. Gleichzeitig verzeichnete **Lateinamerika** im Geschäftsjahr 2025 zweistelliges Wachstum, während die Umsätze in **Kanada** aufgrund des Rückzugs eines lokalen Partners aus dem Markt leicht unter dem Vorjahresniveau blieben.

UMSATZENTWICKLUNG AMERIKA (IN MIO. EUR)

	2025	In % des Umsatzes	2024	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	650	65	676	66	-4	2
Stationärer Großhandel	210	21	207	20	2	7
Digital	133	13	137	13	-3	2
Gesamt	993	100	1.020	100	-3	3

Aus **Vertriebskanalsicht** war das währungsbereinigte Wachstum in Amerika im Geschäftsjahr 2025 breit gefächert. So trugen sämtliche Kundenkontaktpunkte zu dieser Entwicklung bei, darunter der stationäre Einzelhandel, der stationäre Großhandel und das Digitalgeschäft.

Das **Segmentergebnis** in der Region Amerika stieg im Geschäftsjahr 2025 um 6 % auf 106 Mio. EUR (2024: 100 Mio. EUR). Entsprechend legte die EBIT-Marge um 90 Basispunkte auf 10,7 % zu (2024: 9,8 %). Diese Entwicklung spiegelt vor allem das strikte Kostenmanagement in wichtigen Geschäftsbereichen wider, das den Umsatzrückgang in Konzernwährung mehr als ausgeglichen hat. > **Konzernanhang, Textziffer 24**

Asien/Pazifik

In der Region **Asien/Pazifik** blieb der Umsatz währungsbereinigt um 5 % unter dem Vorjahreswert, was die anhaltend gedämpfte Nachfrage in **China** widerspiegelt. In **Südostasien & Pazifik** lag der Umsatz hingegen leicht über dem Vorjahresniveau, angetrieben durch eine robuste Entwicklung in **Japan**.

UMSATZENTWICKLUNG ASIEN/PAZIFIK (IN MIO. EUR)

	2025	In % des Umsatzes	2024	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	424	83	457	83	-7	-4
Stationärer Großhandel	39	8	44	8	-11	-7
Digital	45	9	52	9	-13	-10
Gesamt	509	100	553	100	-8	-5

Das herausfordernde Marktumfeld in China wirkte sich auf die Umsatzentwicklung sämtlicher **Vertriebskanäle** in der Region Asien/Pazifik aus, wobei der stationäre Einzelhandel sich etwas widerstandsfähiger zeigte.

Das **Segmentergebnis** in der Region Asien/Pazifik blieb mit 62 Mio. EUR um 17 % unter dem Vorjahresniveau (2024: 74 Mio. EUR), was einem Rückgang der EBIT-Marge um 140 Basispunkte auf 12,1 % entspricht (2024: 13,5 %). Dies spiegelt vor allem die schwächere Umsatzentwicklung wider, die durch eine Reduzierung der operativen Aufwendungen nur teilweise kompensiert wurde. > **Konzernanhang, Textziffer 24**

Lizenzen

Der Umsatz im **Lizenzgeschäft** sank im Geschäftsjahr 2025 währungsbereinigt um 5 % auf 104 Mio. EUR (2024: 109 Mio. EUR). Diese Entwicklung spiegelt in erster Linie die anspruchsvolle Vergleichsbasis des Geschäftsjahres 2024 wider, die von mehreren Vertragsverlängerungen profitierte, sowie das insgesamt herausfordernde Marktumfeld im Jahr 2025. > **Ertragslage, Umsatz nach Vertriebskanälen**

Folglich ging das **Ergebnis des Segments** Lizenzen um 10 % auf 86 Mio. EUR zurück (2024: 95 Mio. EUR). > **Konzernanhang, Textziffer 24**

Fünffjahresübersicht der Geschäftssegmente

ENTWICKLUNG SEGMENTUMSATZ (IN MIO. EUR)

	2025	2024	2023	2022	2021
EMEA	2.664	2.625	2.562	2.303	1.742
Amerika	993	1.020	955	789	543
Asien/Pazifik	509	553	576	467	423
Lizenzen	104	109	104	92	77

ENTWICKLUNG SEGMENTERGEBNIS (IN MIO. EUR)

	2025	2024	2023	2022	2021
EMEA	660	593	586	548	347
Amerika	106	100	157	123	61
Asien/Pazifik	62	74	124	74	74
Lizenzen	86	95	88	77	63

VERMÖGENSLAGE

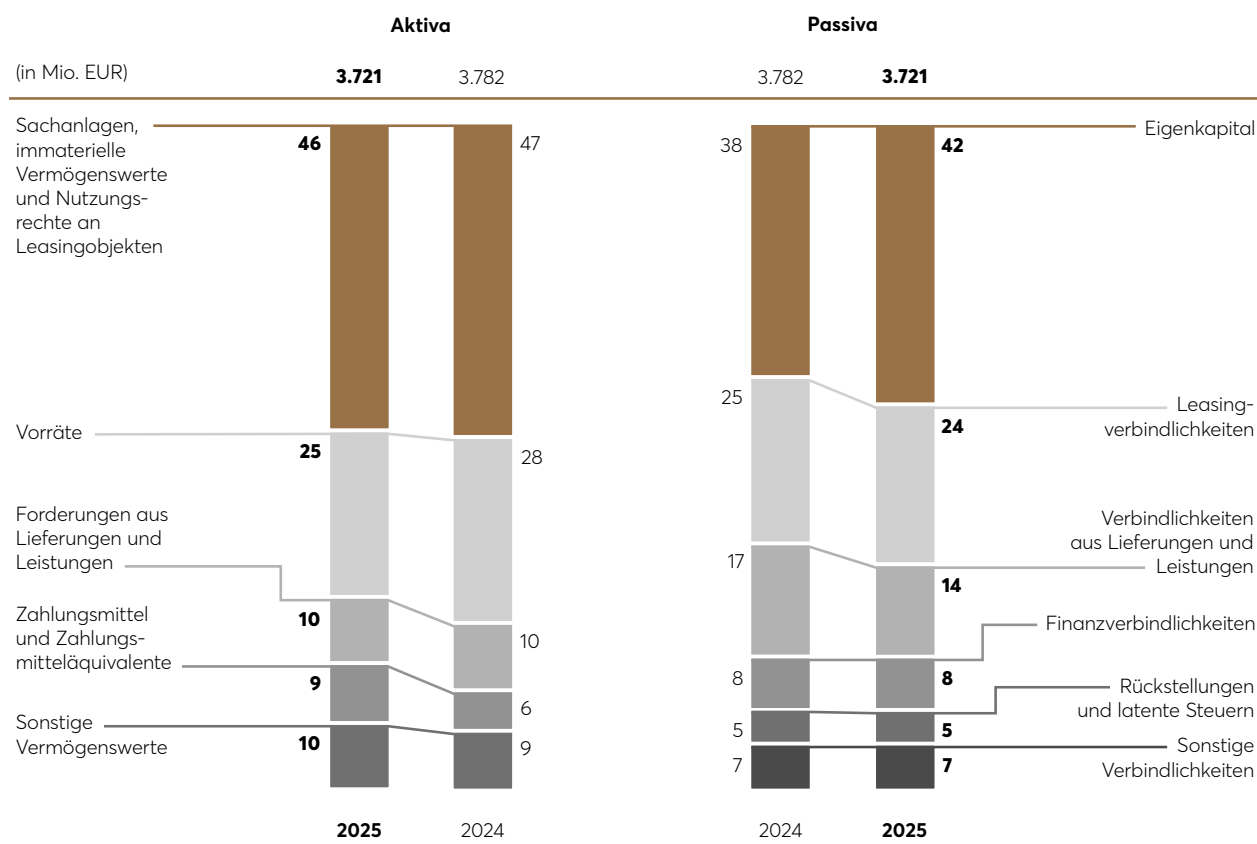
Rückgang der Bilanzsumme spiegelt geringere Vorratsposition und Effizienz bei den Investitionen wider

Kurzfristiges operatives Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz beläuft sich auf 20,0 %

Eigenkapitalquote erhöht sich auf ein Niveau von 42 %

Die **Bilanzsumme** verringerte sich zum Jahresende um 2 % auf 3.721 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 3.782 Mio. EUR). Diese Entwicklung spiegelt vor allem den Rückgang der Vorräte sowie einen niedrigeren Bestand an Sachanlagen und Nutzungsrechten an Leasingobjekten wider, die einen Anstieg der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente mehr als ausgleichen.

BILANZSTRUKTUR ZUM 31. DEZEMBER (IN %)



Der **Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte** stieg zum 31. Dezember 2025 leicht auf 50 % (31. Dezember 2024: 49 %), was im Wesentlichen auf einen Anstieg der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zurückzuführen ist. Entsprechend belief sich der **Anteil der langfristigen Vermögenswerte** zum Jahresende ebenfalls auf 50 % (31. Dezember 2024: 51 %). Die **Eigenkapitalquote** lag zum Jahresende mit 42 % über dem Niveau des Vorjahres (31. Dezember 2024: 38 %). > **Konzernabschluss, Konzernbilanz**

KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN ZUM 31. DEZEMBER (IN MIO. EUR)

	2025	2024	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Vorräte	918	1.072	-14	-10
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	386	362	7	10
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	529	643	-18	-17
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	775	791	-2	5

Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** lag währungsbereinigt um 5 % über dem Vorjahresniveau, was vor allem auf geringere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen ist. Die **Vorräte** gingen im Vergleich zum Vorjahr währungsbereinigt um 10 % zurück, was auf ein diszipliniertes Bestandsmanagement sowie eine robuste Umsatzdynamik im vierten Quartal 2025 zurückzuführen ist. Im Verhältnis zum Umsatz beliefen sich die Vorräte auf 21,5 %, und lagen damit deutlich unter dem Niveau des Vorjahres (31. Dezember 2024: 24,9 %). Gleichzeitig stiegen die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** um 10 %, was vor allem auf unsere robuste Performance sowohl im stationären als auch im digitalen Großhandelsgeschäft im vierten Quartal 2025 zurückzuführen ist. Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** lagen hingegen deutlich unter dem Vorjahresniveau, was in erster Linie geringere Auftragsvolumen im Rahmen unserer Maßnahmen zur Reduzierung des Bestands an Kernprodukten widerspiegelt. Der gleitende Durchschnitt des **TNWC im Verhältnis zum Umsatz** auf Basis der letzten vier Quartale belief sich auf 20,0 % und lag damit 40 Basispunkte über dem Vorjahresniveau (31. Dezember 2024: 19,6 %). > **Konzernanhang, Textziffer 12 und 13**

Der Bestand an **Sachanlagen, immateriellen Vermögenswerten und Nutzungsrechten an Leasingobjekten** sank im Vergleich zum Vorjahr um 4 % und belief sich zum Jahresende auf insgesamt 1.700 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 1.775 Mio. EUR). Diese Entwicklung reflektiert vor allem den Fokus des Unternehmens auf Effizienzsteigerungen, der zu geringeren Investitionen im Geschäftsjahr 2025 führte, sowie einen Rückgang der Nutzungsrechte aufgrund selektiver Storeschließungen, die die Neueröffnungen mehr als ausglich. Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** beliefen sich zum Ende des Geschäftsjahres 2025 auf 343 Mio. EUR und lagen damit deutlich über dem Vorjahresniveau (31. Dezember 2024: 211 Mio. EUR), was auf die besonders starke Cashflow-Entwicklung im vierten Quartal zurückzuführen ist. > **Konzernanhang, Textziffer 8 und 14, > Finanzlage, Kapitalflussrechnung und Free Cashflow**

Die Summe der **kurz- und langfristigen Leasingverbindlichkeiten**, die hauptsächlich im Zusammenhang mit der Anmietung von Einzelhandelsstandorten, Logistik- und Verwaltungsimmobiliien stehen, verringerten sich zum Bilanzstichtag um 8 % auf 887 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 959 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist hauptsächlich auf eine moderate Verkleinerung unseres weltweiten Storenetzwerks zurückzuführen, die in erster Linie die Nutzung auslaufender Mietverträge widerspiegelt. Die **kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** blieben mit 296 Mio. EUR weitgehend auf dem Niveau des Vorjahres (31. Dezember 2024: 297 Mio. EUR). Die **Rückstellungen und passiven latenten Steuern** stiegen um 8 % auf 202 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 187 Mio. EUR), was in erster Linie auf höhere latente Steuern zurückzuführen ist. > **Konzernanhang, Textziffer 9, 17, 19 und 20, > Finanzlage, Kapitalstruktur und Finanzierung**

FINANZLAGE

Flexible und diversifizierte Finanzierungsstruktur unterstützt Umsetzung der Strategie

Neuer revolvingender Konsortialkredit mit ESG-Bezug bietet hohes Maß an finanzieller Flexibilität

Starke Free-Cashflow-Generierung dank Effizienzsteigerungen bei Investitionen

Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

Das **unternehmensweite Finanzmanagement** wird zentral durch die Konzern-Treasury-Abteilung gesteuert. Zu den übergeordneten Zielen gehören die Sicherung der finanziellen Stabilität und Flexibilität, die Gewährleistung der jederzeitigen Zahlungsfähigkeit sowie die Steuerung finanzieller Risiken. Es umfasst die Konzernfinanzierung, das Cash- und Liquiditätsmanagement sowie das Management von Marktpreisrisiken und Kontrahentenrisiken. Konzernweit gültige **Treasury-Grundsätze** regeln dabei Sachverhalte wie etwa die Genehmigung von Bankbeziehungen, den Umgang mit Finanzierungsvereinbarungen, das Liquiditäts- und Anlagemanagement sowie das Management von Währungs- und Zinsrisiken.

Bei der Auswahl der Finanzierungsinstrumente im Rahmen der **Konzernfinanzierung** werden Faktoren wie die Marktkapazität, Finanzierungskosten, Kreditauflagen und Fälligkeiten berücksichtigt. Externe Finanzierungen werden zentral und überwiegend in Euro aufgenommen und anschließend im Rahmen eines „**Inhouse-Bank**“-**Konzepts** über unternehmensinterne Darlehen in der jeweiligen Landeswährung an die Konzerngesellschaften weitergereicht. Dadurch sollen Größenvorteile genutzt und Kapitalkosten minimiert werden. In Einzelfällen vereinbaren Tochtergesellschaften ergänzend Kreditlinien mit lokalen Banken, um rechtlichen oder operativen Anforderungen Rechnung zu tragen. Die Finanzverbindlichkeiten des Konzerns sind grundsätzlich unbesichert und unterliegen gegebenenfalls marktüblichen Kreditauflagen, die quartalsweise überprüft werden.

Die wichtigste Liquiditätsquelle von HUGO BOSS stellen die Mittelzuflüsse aus der operativen Geschäftstätigkeit dar. Im Zuge des **Cash- und Liquiditätsmanagements** überwacht und optimiert die Treasury-Abteilung diese Zahlungsströme. Liquiditätsüberschüsse einzelner Konzerngesellschaften werden etwa im Rahmen eines Cash-Pooling-Verfahrens an die Inhouse-Bank übertragen und zur Deckung des Finanzierungsbedarfs anderer Konzerngesellschaften genutzt. Dieser unternehmensinterne Finanzausgleich reduziert den externen Finanzierungsbedarf und die allgemeinen Zinsaufwendungen.

Um **Marktpreisrisiken** zu begrenzen, setzt HUGO BOSS Hedging-Instrumente wie Devisentermingeschäfte, Devisenswaps, Plain-Vanilla-Optionen und Zinsswaps ein, um die Auswirkungen von Währungs- und Zinsschwankungen zu begrenzen. Das **Kontrahentenrisiko** wird durch eine möglichst breite Streuung der Volumen und die Beschränkung der Transaktionen auf Kontrahenten mit sehr guter Bonität gemäß den internen Treasury-Richtlinien gesteuert. > **Risiko- und Chancenbericht, Währungsrisiken**

Kapitalstruktur und Finanzierung

HUGO BOSS verfügt über **Investment-Grade-Ratings** der führenden Ratingagenturen Standard & Poor's (S&P) und Moody's, die die starke Finanzlage und die cash-generierende Ausrichtung unseres Geschäftsmodells unterstreichen. Moody's erteilte HUGO BOSS ein „Baa2“-Rating, das 2025 bestätigt wurde. S&P bewertet das Unternehmen derzeit mit „BBB–“, nachdem die Bewertung im Dezember 2025 um eine Stufe herabgestuft wurde, vor dem Hintergrund einer vorsichtigeren Finanzpolitik, die unter anderem ein Verschuldungsziel von 1,0–2,0 x vorsieht. Insgesamt zählt HUGO BOSS mit diesen Ratings weiterhin zu den am besten bewerteten Unternehmen in der globalen Premium-Bekleidungsbranche, was die starke Markenwahrnehmung, die solide finanzielle Position und die finanzielle Flexibilität des Unternehmens widerspiegelt.

Die wichtigste Komponente in der Finanzierungsstruktur von HUGO BOSS ist ein an **Nachhaltigkeitskriterien** (Environment, Social, Governance; ESG) gebundener **revolvierender Konsortialkredit** in Höhe von 600 Mio. EUR, der dem Unternehmen umfassenden finanziellen Spielraum für die erfolgreiche Umsetzung strategischer Initiativen sichert. Der im Dezember 2025 abgeschlossene Kredit ersetzt den bisherigen Konsortialkredit vom November 2021 und steht für allgemeine Unternehmenszwecke zur Verfügung. Er hat eine Laufzeit von fünf Jahren und umfasst zwei Optionen zur Laufzeitverlängerung um jeweils ein Jahr sowie eine Option zur Erhöhung des Kreditvolumens um bis zu 300 Mio. EUR. Im Vergleich zum bisherigen Kredit enthält er keine finanziellen Auflagen (Financial Covenants) mehr. Der Konsortialkredit basiert auf variablen Zinssätzen mit entsprechenden Kreditmargen in Abhängigkeit von der externen Bonität und der Erfüllung fest definierter ESG-Kriterien. Zum Ende des Geschäftsjahres 2025 wurde der Konsortialkredit mit 8 Mio. EUR in Anspruch genommen, die ausschließlich für Avalkredite verwendet wurden (31. Dezember 2024: 11 Mio. EUR).

Im Mai 2025 hat HUGO BOSS erfolgreich ein **Commercial-Paper-(CP)-Programm** aufgelegt, das es dem Konzern ermöglicht, kurzfristige, unbesicherte Schuldverschreibungen in einer Gesamthöhe von bis zu 500 Mio. EUR auszugeben. Das Programm erhöht die finanzielle Flexibilität des Unternehmens zusätzlich und erweitert den Zugang zu den Kapitalmärkten über die traditionelle Bankfinanzierung hinaus. Commercial Papers können in verschiedenen Währungen ausgegeben werden und sind für allgemeine Unternehmenszwecke vorgesehen. Zum 31. Dezember 2025 waren keine Commercial Papers ausstehend.

HUGO BOSS hat zudem im Jahr 2023 ein **Schuldscheindarlehen** in Höhe von 175 Mio. EUR platziert, das vier Tranchen mit Laufzeiten von drei und fünf Jahren umfasst, die jeweils mit fixer und variabler Verzinsung angeboten wurden. Die Erlöse dienen allgemeinen Unternehmenszwecken und damit insbesondere strategischen Investitionen, einschließlich der Erweiterung unseres globalen Logistiknetzwerkes. Darüber hinaus hat HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2024 eine **Immobilienfinanzierung** in Höhe von 43 Mio. EUR für die Expansion der Konzernzentrale in Metzingen (Deutschland) abgeschlossen. Die Finanzierung besteht aus zwei separaten, festverzinslichen Tilgungsdarlehen in Höhe von 10 Mio. EUR und 33 Mio. EUR, jeweils mit einer Laufzeit von zehn Jahren. Zum 31. Dezember 2025 wurden 1 Mio. EUR des Gesamtbetrags in Anspruch genommen (31. Dezember 2024: 0 Mio. EUR). > **Finanzlage, Investitionen**

Seit 2020 bietet HUGO BOSS ein **Supplier-Financing-Programm** zur Unterstützung der finanziellen Stabilität seiner Lieferanten an. Zur Deckung der anhaltend hohen Nachfrage nach dem Programm setzt HUGO BOSS auf eine umfassende Lösung bestehend aus einem Einzelbankenprogramm und einer bankenunabhängigen Plattform. Das kombinierte Kreditlimit beider Programme beläuft sich auf 255 Mio. EUR, wovon zum Ende des Geschäftsjahres 2025 insgesamt 110 Mio. EUR in Anspruch genommen wurden (31. Dezember 2024: kombiniertes Kreditlimit: 268 Mio. EUR, Inanspruchnahme: 148 Mio. EUR). > **Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, Unternehmensführung**

Zur weiteren Liquiditätssicherung verfügt HUGO BOSS über fest zugesagte und nicht fest zugesagte **bilaterale Kreditlinien** in Höhe von insgesamt 258 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 208 Mio. EUR), von denen zum Ende des Geschäftsjahrs 118 Mio. EUR beansprucht wurden (31. Dezember 2024: 108 Mio. EUR). Daneben verfügte HUGO BOSS zum Bilanzstichtag über 343 Mio. EUR **liquide Mittel** (31. Dezember 2024: 211 Mio. EUR).

> **Konzernanhang, Textziffer 14, > Finanzlage, Kapitalflussrechnung und Free Cashflow**

Insgesamt belief sich das **Fremdkapital** zum Geschäftsjahresende auf 2.163 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 2.332 Mio. EUR), was einem Anteil an der Bilanzsumme von 58 % entspricht (31. Dezember 2024: 62 %). Davon entfielen 887 Mio. EUR auf **kurz- und langfristige Leasingverbindlichkeiten** (31. Dezember 2024: 959 Mio. EUR), die hauptsächlich im Zusammenhang mit der Anmietung von Einzelhandelsstandorten, Logistik- und Verwaltungsimmobiliien stehen. Die **kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** summierten sich zum Geschäftsjahresende auf 296 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 297 Mio. EUR). > **Vermögenslage, > Konzernanhang, Textziffer 9 und 20**

Kapitalflussrechnung und Free Cashflow

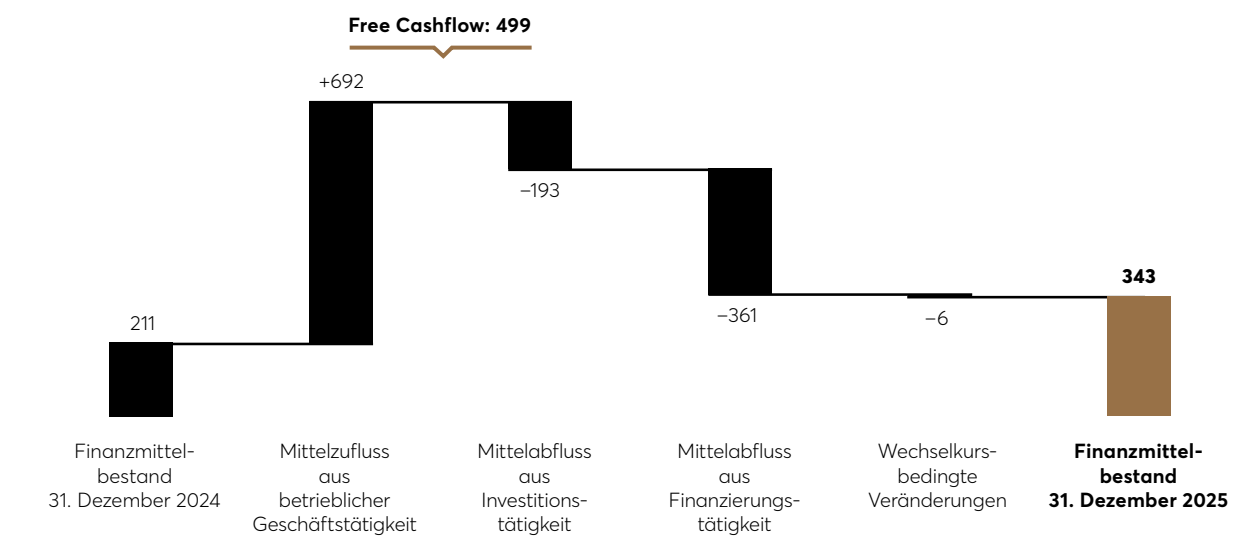
KAPITALFLUSSRECHNUNG¹ (IN MIO. EUR)

	2025	2024
Mittelzufluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	692	786
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-193	-289
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-361	-405
Veränderung Finanzmittelbestand	133	92
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	211	118
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	343	211

¹ Aufgrund der währungsbereinigten Darstellung der Kapitalflussrechnung lassen sich die Werte nicht aus der Konzernbilanz ableiten. Der betrachtete Finanzmittelbestand entspricht der Bilanzposition „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“.

Der **Free Cashflow** belief sich im Geschäftsjahr 2025 auf 499 Mio. EUR und lag damit leicht über dem Vorjahresniveau (2024: 497 Mio. EUR), was die cash-generierende Ausrichtung unseres Geschäftsmodells unterstreicht. Diese Entwicklung ist vor allem auf einen geringeren Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit zurückzuführen, der den verstärkten Fokus auf Effizienz bei den Investitionsausgaben widerspiegelt und einen geringeren Mittelzufluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit mehr als ausglich. Der Free Cashflow ermittelt sich als Summe aus Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit (ohne Leasingaufwendungen nach IFRS 16) und Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit. > **Vermögenslage**

VERÄNDERUNG DES FINANZMITTELBESTANDS (IN MIO. EUR)



Der **Mittelzufluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit** verringerte sich im Vergleich zum Vorjahr um 12 % und belief sich auf 692 Mio. EUR (2024: 786 Mio. EUR). Der Anstieg des EBIT und die verbesserte Vorratsposition wurden durch geringere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen mehr als ausgeglichen. Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit** blieb mit 193 Mio. EUR (2024: 289 Mio. EUR) um 33 % unter dem Vorjahreswert. Diese Entwicklung spiegelt vor allem den Rückgang der Investitionen wider. > **Vermögenslage, Finanzlage, Investitionen**

Der **Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit** verringerte sich im Jahr 2025 um 11 % auf 361 Mio. EUR (2024: 405 Mio. EUR), was in erster Linie auf eine geringere Schuldentilgung im Vergleich zum Vorjahr zurückzuführen ist. > **Finanzlage, Kapitalstruktur und Finanzierung**

Nettofinanzposition

Die **Nettofinanzposition** ergibt sich als Summe aller Finanz- und Leasingverbindlichkeiten abzüglich des Finanzmittelbestands. **Unter Berücksichtigung der Leasingverbindlichkeiten nach IFRS 16** belief sich die Nettofinanzposition von HUGO BOSS auf minus 839 Mio. EUR (31. Dezember 2024: minus 1.038 Mio. EUR). **Ohne Berücksichtigung der Leasingverbindlichkeiten nach IFRS 16** entspricht dies einem Betrag von plus 48 Mio. EUR zum Ende des Geschäftsjahres 2025 (31. Dezember 2024: minus 78 Mio. EUR), was die starke Free-Cashflow-Generierung sowie die damit verbundene geringere Inanspruchnahme der verfügbaren Kreditlinien widerspiegelt. > **Finanzlage, Kapitalstruktur und Finanzierung, Konzernanhang, Textziffer 9**

Investitionen

HUGO BOSS hat im Geschäftsjahr 2025 insgesamt 195 Mio. EUR in **Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte** investiert, was einem Rückgang von 32 % gegenüber dem Vorjahr entspricht (2024: 286 Mio. EUR). Diese Entwicklung spiegelt den verstärkten Fokus des Unternehmens auf Effizienz bei den Investitionsausgaben wider, nachdem in den vergangenen Jahren umfangreiche Investitionen getätigt wurden, während gleichzeitig die strategischen Prioritäten des Konzerns unterstützt wurden. So haben wir auch im Jahr 2025 in unser globales Storenetzwerk, die fortschreitende Digitalisierung unseres Geschäftsmodells sowie den Ausbau unserer Logistikkapazitäten und unserer Konzernzentrale investiert.

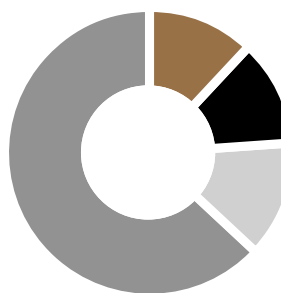
INVESTITIONEN (IN %)

Nach Funktionsbereichen



■ Eigener Einzelhandel
34 (45)
■ Verwaltung (inkl. IT und Gebäuden)
52 (41)
■ Sonstige Investitionen
14 (14)

Nach Regionen



■ EMEA
12 (21)
■ Amerika
12 (16)
■ Asien/Pazifik
13 (12)
■ Corporate Units
63 (51)

2025 (2024)

HUGO BOSS hat es sich zum Ziel gesetzt, seinen Kundinnen und Kunden weltweit ein einzigartiges Einkaufs- und ein erstklassiges Omnichannel-Erlebnis zu bieten. Unserem eigenen Einzelhandelsgeschäft kommt in diesem Zusammenhang eine Schlüsselrolle zu. Folglich legten wir auch im Jahr 2025 einen starken Fokus auf die gezielte **Optimierung und Modernisierung** unseres globalen Store-Netzwerks, einschließlich der Einführung **innovativer Storekonzepte**. Da bereits der Großteil unserer freistehenden BOSS und HUGO Stores in den vergangenen Jahren umfassend renoviert wurde, spiegeln die Investitionen einen fokussierteren und selektiveren Ansatz wider, wobei der Schwerpunkt auf Einzelhandelsstandorten in bestmöglicher Lage liegt. Infolgedessen beliefen sich die Investitionen in den eigenen Einzelhandel im Geschäftsjahr 2025 auf 67 Mio. EUR und lagen damit deutlich unter dem Vorjahresniveau (2024: 129 Mio. EUR). Darin enthalten sind Investitionen in die kontinuierliche **Optimierung und Modernisierung bestehender Standorte** in Höhe von 46 Mio. EUR (2024: 82 Mio. EUR) sowie in die selektive **Eröffnung neuer Einzelhandelsgeschäfte** in Höhe von 22 Mio. EUR (2024: 47 Mio. EUR), darunter neue BOSS Stores in Barcelona, Bangkok und Macau. [> Kundenkontaktpunkte](#)

Die Investitionen in den **Verwaltungsbereich** beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 101 Mio. EUR (2024: 117 Mio. EUR). Darin enthalten sind Investitionen in unsere globale **IT-Infrastruktur** in Höhe von 59 Mio. EUR (2024: 62 Mio. EUR), die in erster Linie die weitere Digitalisierung unseres Geschäftsmodells unterstützen, einschließlich der unternehmensweiten, mehrjährigen Einführung eines ERP-Systems der nächsten Generation. Gleichzeitig wurden 42 Mio. EUR in **Gebäude** investiert (2024: 54 Mio. EUR), einschließlich des weiteren Ausbaus unserer Konzernzentrale in Metzingen (Deutschland) und unseres zentralen Distributionszentrums für Liegewaren in Filderstadt (Deutschland). **Sonstige Investitionen** in die Produktions- und Vertriebsstruktur sowie in Forschung und Entwicklung beliefen sich 2025 auf 27 Mio. EUR und lagen damit ebenfalls unter dem Vorjahresniveau (2024: 40 Mio. EUR). > **Konzernstrategie, Operational Excellence, > Business Operations**

Die **kumulierten Abschreibungen** auf das Anlagevermögen unter Einbezug von aktivierten Eigenleistungen beliefen sich im Geschäftsjahr 2025 auf 1.349 Mio. EUR (2024: 1.321 Mio. EUR). Die bestehenden **Verpflichtungen aus begonnenen Investitionsvorhaben** beliefen sich zum 31. Dezember 2025 auf 5 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 18 Mio. EUR). > **Konzernanhang, Textziffer 8**

HUGO BOSS AG

HUGO BOSS AG ist Muttergesellschaft des HUGO BOSS Konzerns

Leistungsbeziehungen zu Tochtergesellschaften prägen operative Entwicklung

Aufstellung des Jahresabschlusses erfolgt nach Regeln des HGB

Die HUGO BOSS AG ist die **Muttergesellschaft des HUGO BOSS Konzerns**. Ihr Jahresabschluss wird nach den Regeln des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) aufgestellt. Neben dem operativen Geschäft beeinflusst insbesondere die Steuerung der Zentralfunktionen die Ergebnisse der HUGO BOSS AG. Wesentlicher Posten ist dabei die Weiterberechnung von Kosten für erbrachte Dienstleistungen an die Konzerngesellschaften.

Ertragslage

GEWINN-UND-VERLUST-RECHNUNG HUGO BOSS AG (IN MIO. EUR)

	2025	In % des Umsatzes	2024	In % des Umsatzes	Veränderung in %
Umsatzerlöse	2.273	100,0	2.264	100,0	0
Umsatzkosten	-1.475	-64,9	-1.469	-64,9	0
Bruttoergebnis vom Umsatz	798	35,1	795	35,1	0
Vertriebskosten	-487	-21,4	-480	-21,2	1
Allgemeine Verwaltungskosten	-169	-7,4	-155	-6,8	9
Sonstige betriebliche Erträge	56	2,5	52	2,3	8
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-103	-4,5	-89	-3,9	15
Ergebnis aus Betriebstätigkeit	96	4,2	123	5,4	-22
Beteiligungsergebnis	22	1,0	0	0,0	>100
Zinsergebnis	-10	-0,5	-11	-0,5	-9
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	79	3,5	94	4,1	-16
Ertragsteuern und sonstige Steuern	-32	-1,4	-35	-1,6	-9
Jahresüberschuss	154	6,8	170	7,5	-9
Einstellung in (-)/Entnahme aus (+) anderen Gewinnrücklagen	-77	-3,4	-85	-3,8	9
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	34	1,5	46	2,0	-25
Bilanzgewinn	111	4,9	131	5,8	-14

Der **Umsatz** der HUGO BOSS AG setzt sich im Wesentlichen aus den in Deutschland, Österreich und Polen erzielten stationären Einzelhandels-, stationären Großhandels- und digitalen Umsätzen sowie konzerninternen Umsätzen mit internationalen Tochtergesellschaften zusammen.

UMSATZ NACH REGIONEN (IN MIO. EUR)

	2025	In % des Umsatzes	2024	In % des Umsatzes	Veränderung in %
EMEA	1.869	82	1.860	82	0
Amerika	278	12	264	12	5
Asien/Pazifik	126	6	140	6	-10
Gesamt	2.273	100	2.264	100	0

Im Geschäftsjahr 2025 lag der Umsatz der HUGO BOSS AG weitgehend auf dem Niveau des Vorjahres. Dabei blieb der Umsatz in der Region **EMEA** im Vergleich zum Vorjahr in etwa stabil, unterstützt durch leichtes Wachstum in Deutschland. **Amerika** verzeichnete im Geschäftsjahr 2025 hingegen robuste Umsatzverbesserungen, die einen Rückgang des Umsatzes mit Tochtergesellschaften in **Asien/Pazifik** ausglich. Letzterer steht auch im Zusammenhang mit einer Anpassung der konzerninternen Verrechnung, die die aktuellen externen Marktfaktoren widerspiegelt.

UMSATZ NACH MARKEN (IN MIO. EUR)

	2025	In % des Umsatzes	2024	In % des Umsatzes	Veränderung in %
BOSS	1.600	70	1.566	69	2
HUGO	401	18	413	18	-3
Sonstige Leistungen	272	12	285	13	-4
Gesamt	2.273	100	2.264	100	0

Die Umsätze der einzelnen Marken entwickelten sich 2025 unterschiedlich. So verzeichnete **BOSS** eine moderate Umsatzverbesserung, die in erster Linie auf die starke Positionierung des BOSS Menswear-Geschäfts zurückzuführen ist. Die Umsätze von **HUGO** blieben hingegen unter dem Vorjahresniveau, bedingt durch proaktive Maßnahmen zur Schärfung der Markenpositionierung und zur Verbesserung der langfristigen Entwicklung. Auch die Umsätze aus **sonstigen Leistungen** lagen im Zuge geringerer Weiterbelastungen konzerninterner Aufwendungen an Tochtergesellschaften, insbesondere im Zusammenhang mit Service- und IT-Leistungen, leicht unter dem Niveau von 2024.

Die **Bruttomarge** der HUGO BOSS AG lag mit 35,1% auf dem Niveau des Vorjahres (2024: 35,1%). Die **Vertriebskosten** blieben ebenfalls weitgehend auf dem Niveau von 2024, während die **allgemeinen Verwaltungskosten** im Vergleich zum Vorjahr um 9 % stiegen, was hauptsächlich auf höhere Personalaufwendungen und die allgemeine Kosteninflation zurückzuführen ist. Die **sonstigen betrieblichen Erträge** und **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** stiegen um 8 % bzw. 15 %, was vor allem auf unvorteilhafte Währungseffekte zurückzuführen ist. Das **Beteiligungsergebnis** in Höhe von 22 Mio. EUR ist im Wesentlichen auf konzerninterne Dividendenerträge eines verbundenen Unternehmens in der Türkei zurückzuführen (2024: 0 Mio. EUR). Die **Erträge aus Gewinnabführungsverträgen** in Höhe von 79 Mio. EUR entfallen auf die HUGO BOSS Internationale Beteiligungs-GmbH (2024: 94 Mio. EUR).

Vermögens- und Finanzlage

Das **Anlagevermögen** der HUGO BOSS AG stieg im Vergleich zum Vorjahr um 7 % auf 1.188 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 1.115 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist vor allem auf Investitionen in die Erweiterung der Konzernzentrale in Metzingen (Deutschland), das unternehmenseigene Logistikzentrum für Liegewaren in Filderstadt (Deutschland) sowie die konzernweite Einführung eines ERP-Systems der nächsten Generation zurückzuführen. In geringem Umfang spiegelt der Anstieg zudem die Anwachsung der ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Metzingen KG an die HUGO BOSS AG zum 1. September 2025 wider.

KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN (IN MIO. EUR)

	2025	2024	Veränderung in %
Vorräte	206	288	-28
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	111	91	22
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	227	284	-20
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	90	95	-5

Der Rückgang der **Vorräte** spiegelt in erster Linie diszipliniertes Bestandsmanagement sowie eine robuste Umsatzdynamik im vierten Quartal 2025 wider. Die HUGO BOSS AG fungiert als Hauptlieferant für die weltweiten Vertriebsgesellschaften des Konzerns. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** der HUGO BOSS AG lagen über dem Vorjahresniveau, was vor allem auf die starke Entwicklung sowohl im stationären als auch im digitalen Großhandel im vierten Quartal 2025 zurückzuführen ist. Gleichzeitig verzeichnete das Unternehmen einen Rückgang der **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen**, was vor allem das geringere Auftragsvolumen im Rahmen der Maßnahmen zur Reduzierung des Bestands an Kernprodukten widerspiegelt. Folglich lag das **kurzfristige operative Nettovermögen** der HUGO BOSS AG zum Ende des Geschäftsjahres 2025 leicht unter dem Niveau des Vorjahres.

Die **Forderungen gegen verbundene Unternehmen** lagen zum Ende des Geschäftsjahres 2025 mit 105 Mio. EUR um 7 % über dem Vorjahresniveau (31. Dezember 2024: 98 Mio. EUR). Die **Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen** stiegen um 11 % auf 104 Mio. EUR, was im Wesentlichen auf eine Anpassung der konzerninternen Verrechnung zurückzuführen ist, die zu höheren Salden führte. (31. Dezember 2024: 94 Mio. EUR). Die **Rückstellungen** blieben mit 164 Mio. EUR in etwa auf dem Vorjahresniveau (31. Dezember 2024: 163 Mio. EUR). Mit 218 Mio. EUR lagen die **Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten** zum Jahresende ebenfalls weitgehend auf dem Niveau des Vorjahres (31. Dezember 2024: 219 Mio. EUR).

Der **Finanzmittelbestand** – definiert als Summe aus Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten – lag zum 31. Dezember 2025 bei 8 Mio. EUR (31. Dezember 2024: 7 Mio. EUR). Der leichte Anstieg ist vor allem auf einen höheren **Mittelzufluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit** zurückzuführen.

Prognose, Risiken und Chancen

Die **Erwartungen** für die HUGO BOSS AG spiegeln sich aufgrund ihrer Verflechtungen mit den Konzerngesellschaften und ihrer Bedeutung für den Konzern größtenteils im Prognosebericht des Konzerns wider. Für den **Jahresüberschuss** der HUGO BOSS AG, der den wesentlichen Leistungsindikator der Gesellschaft darstellt, wird in diesem Zusammenhang für das Geschäftsjahr 2026 mit einem moderaten Rückgang gerechnet. Spezifische Besonderheiten mit Blick auf die HUGO BOSS AG bestehen nicht. Die Geschäftsentwicklung der HUGO BOSS AG unterliegt zudem im Wesentlichen den gleichen **Risiken und Chancen** wie die des Konzerns. Daher gelten die im Risiko- und Chancenbericht für den Konzern getroffenen Aussagen auch für die HUGO BOSS AG. > [Prognosebericht](#), > [Risiko- und Chancenbericht](#)