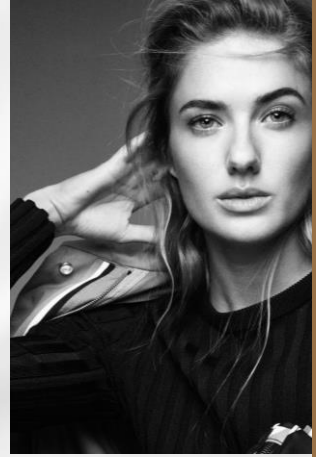


—
HAUPT-
VERSAMMLUNG

24. MAI



HUGO BOSS

2022

—

DANIEL GRIEDER

VORSTANDSVORSITZENDER

HUGO BOSS

DANKE



DANKE
DANKE
DANKE
IKE
IKE
IKE
IKE
IKE
IKE
IKE

HUGO BOSS

AGENDA

„CLAIM 5“-
STRATEGIE

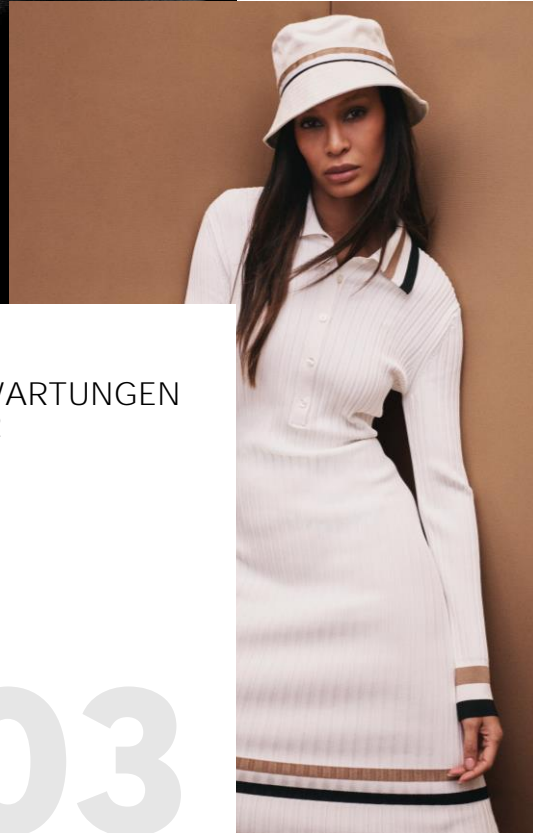
01

GESCHÄFTS-
ENTWICKLUNG
2021

02

ERWARTUNGEN
2022

03



WE 
SUPPORT

HUGO BOSS

1924

Gründung



1950

Erster
Herrenanzug



1970

Etablierung
BOSS



1984

Einstieg
Lizenz-
geschäft



1993

Motorsport



1993

Etablierung
HUGO



2000

Etablierung
BOSS
Women



2008

Launch
hugoboss.
com



2017

Aufnahme in
DJSI WORLD



2021

„CLAIM 5“-
Strategie



PIONIER IN DER
MODEBRANCHE



Globale
Marken-
bekanntheit

Positionierung
im Bereich
Premium/
Lifestyle

Diversifiziertes
Geschäfts-
modell

Starkes
Vertriebsnetz

Motivierte
Mitarbeiter

Solide
finanzielle
Lage

Eigenfertigung

Fokus auf
Nachhaltigkeit

EINE STARKE GRUNDLAGE



—
SCHÖPFT HUGO BOSS
SEIN GROSSES POTENZIAL
BEREITS VOLL AUS?





DIE WELTWEIT FÜHRENDE
TECHNOLOGIEGESTEUERTE
MODEPLATTFORM IM
PREMIUMBEREICH ZU SEIN

VISION

—
MISSION

WE LOVE FASHION,
WE CHANGE FASHION



HUGO BOSS



FINANZZIELE
2025

4 MRD. €
KONZERNUMSATZ

12 %
EBIT-MARGE

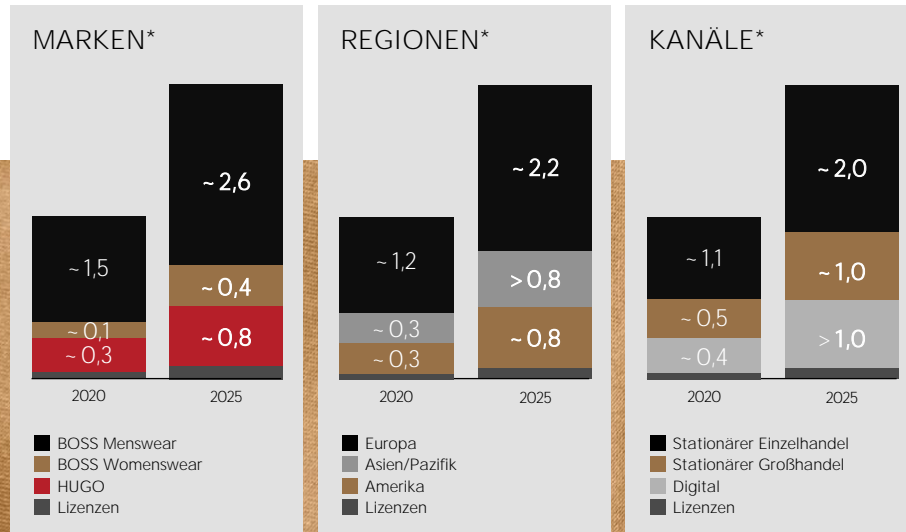
— AMBITION

EINE DER 100 WELT-
WEIT FÜHRENDEN
MARKEN ZU SEIN



BREITES WACHSTUM BIS 2025 ÜBER ALLE MARKEN, REGIONEN UND KANÄLE HINWEG

* IN MRD. EUR.



„CLAIM 5“-STRATEGIE

HUGO BOSS

WHY

CONSUMER FIRST

1

2

3

4

5

WHAT

BOOST
BRANDS

PRODUCT
IS KING

LEAD IN
DIGITAL

REBALANCE
OMNI-
CHANNEL

ORGANIZE
FOR
GROWTH

SUSTAINABLE THROUGHOUT

HOW

RIGOROUS EXECUTION

EMPOWER PEOPLE AND TEAMS



—
STARKE KUNDENORIENTIERUNG
UM FANS FÜR UNSERE MARKEN ZU GEWINNEN



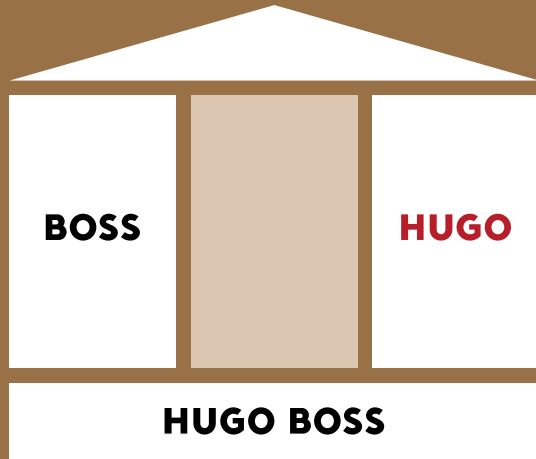
DEN
KONSUMENTEN
IMMER AN
ERSTER STELLE

WIR WOLLEN
FANS, NICHT NUR
KUNDEN

BOOST BRANDS

CLAIM 1





MARKEN- PORTFOLIO- STRATEGIE

Eine HUGO BOSS
Plattform mit
aktuell zwei Marken



HUGO

BOSS





BOSS

BE YOUR OWN

—
BE YOUR
OWN
BOSS

Eine hochkarätig besetzte
BOSS Kampagne als Teil
der Markenerneuerung



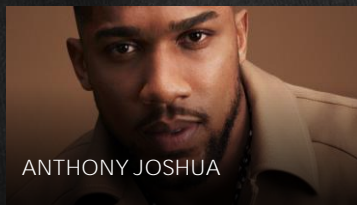
BOSS

JUNG

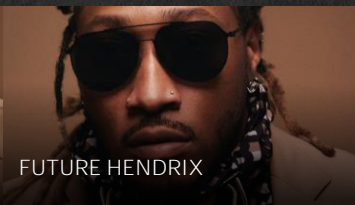
MUTIG

MODERN

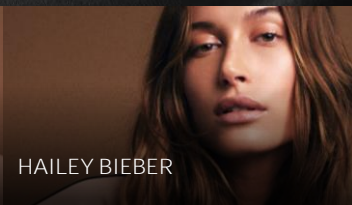
DIE BOSS CREW



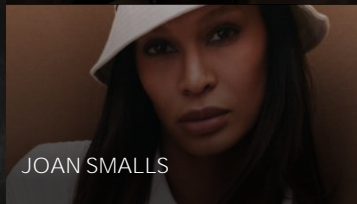
ANTHONY JOSHUA



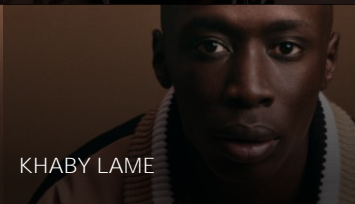
FUTURE HENDRIX



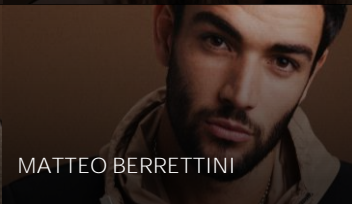
HAILEY BIEBER



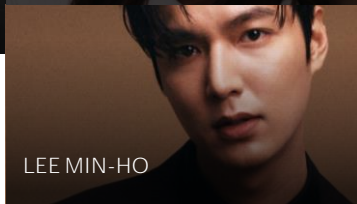
JOAN SMALLS



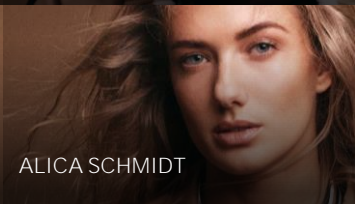
KHABY LAME



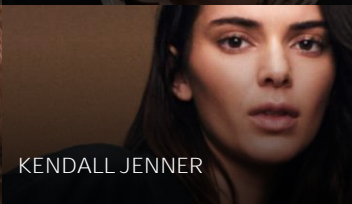
MATTEO BERRETTINI



LEE MIN-HO

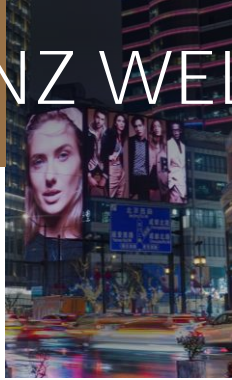


ALICA SCHMIDT



KENDALL JENNER

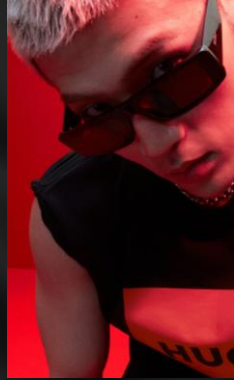
STARKE PRÄSENZ WELTWEIT



—
DIE BEGEISTERUNG
GEHT WEIT ÜBER
DIE SOZIALEN
MEDIEN HINAUS

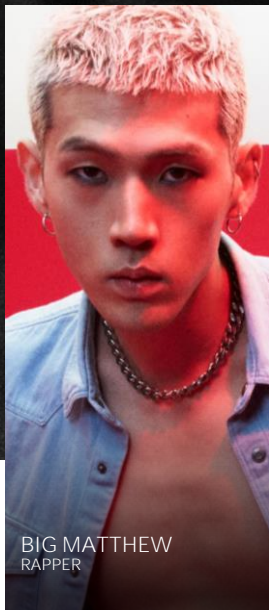
—
HOW
DO YOU
HUGO

Eine hochkarätig besetzte
HUGO Kampagne als Teil
der Markenerneuerung



HUGO

DIE HUGO CREW



BIG MATTHEW
RAPPER



MADDIE ZIEGLER
TÄNZERIN



SAINT JHN
RAPPER



ADUT AKECH
TOPMODEL

HUGO BOSS

—
MARKENERNEUERUNG
BRICHT ALLE REKORDE
IN DEN SOZIALEN MEDIEN

←
~24 MRD.

Aufrufe in 3 Monaten

←
~1 MRD.

Soziale Interaktionen in 3 Monaten

MARKENERNEUERUNG

PRODUCT IS KING

CLAIM 2



BOSS ALS 24/7-LIFESTYLE MARKE ETABLIEREN

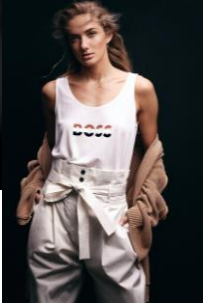
Erstklassiges Preis-Leistungs-Verhältnis und
hohes Maß an Innovation und Nachhaltigkeit



OFFICE



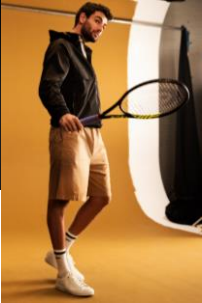
DINNER



WOCHENENDE



REISEN



SPORT

—
DER ANZUG VON
HEUTE ALS TEIL
EINES MODERNEN,
INNOVATIVEN
LEBENSSTILS

BOSS



Neues Logo

BOSS Monogramm

Unverkennbare
Farbpalette

BOSS

—
FRÜHJAHR/SOMMER
2022 KOLLEKTION
VERKÖRPERT
NEUES BRANDING



HUGO

HUGO SORGT FÜR STYLISCHEN AUFTRITT 24/7

Erster Kontaktpunkt für jüngere Konsumenten,
mit Fokus auf Generation Z



OFFICE



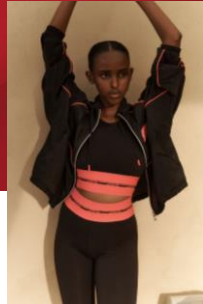
FEIERN



FREIZEIT



ENTDECKEN



SPORT

Neues Logo

Ikonische Farben

HUGO Monogramm

HUGO

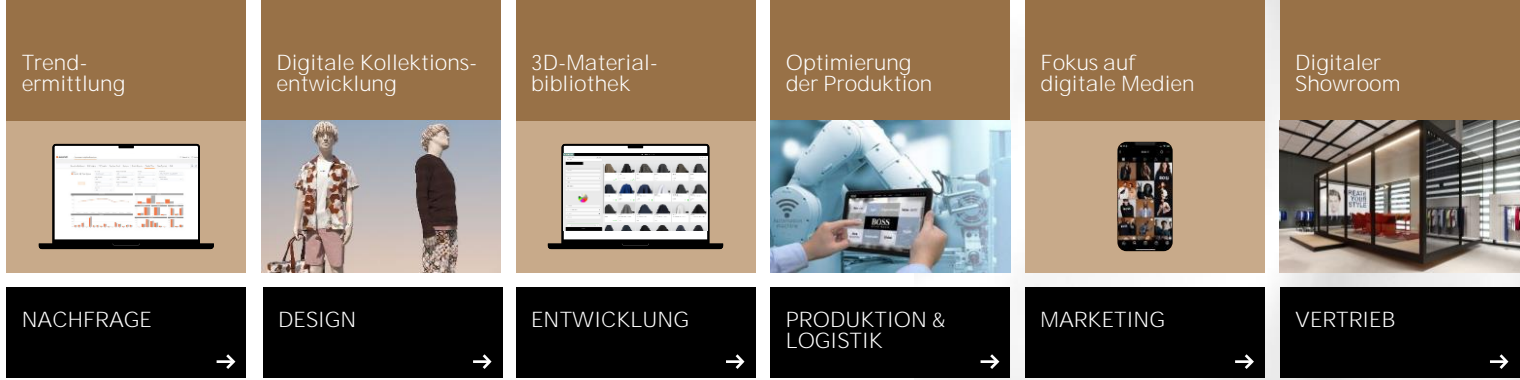
—
NEUES HUGO
BRANDING MIT DER
FRÜHJAHR/SOMMER 2022
KOLLEKTION EINGEFÜHRT



LEAD IN DIGITAL

CLAIM 3





ORGANISATION →

DIGITALISIERUNG ENTLANG DER GESAMTEN WERTSCHÖPFUNGSKETTE

DIGITALER CAMPUS NEU GEGRÜNDET

Verbessertes Kundenerlebnis durch
den gezielten Einsatz von Daten

Funktionsübergreifende digitale
Initiativen in den Bereichen
E-Commerce, Technologie und
Daten



— RELAUNCH VON HUGOBOSS.COM ZUR STÄRKUNG DER ONLINE- AKTIVITÄTEN

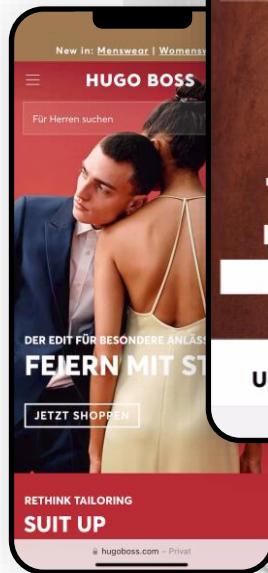
Neues
Look & Feel



Erstklassiges
E-Com-Erlebnis



Klarer
Mobile-First-Ansatz



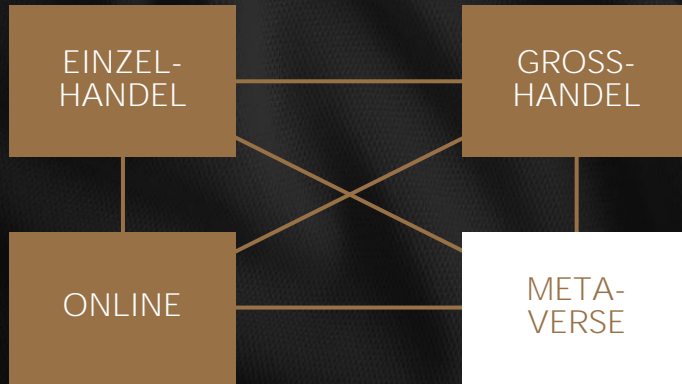
HUGO BOSS

REBALANCE OMNICHANNEL

CLAIM 4



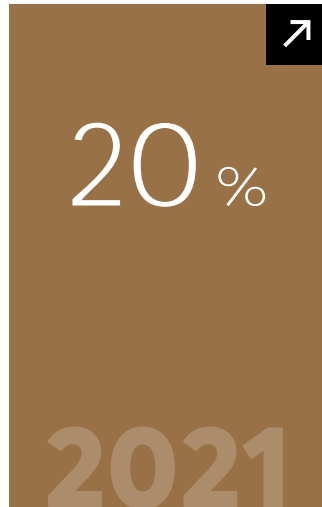
—
WIR WERDEN DORT SEIN,
WO UNS DIE KONSUMENTEN
ERWARTEN



HUGO BOSS

—
AUSSCHÖPFEN DES
POTENZIALS IN ALLEN
DIGITALEN FORMATEN

Anteil des digitalen
Geschäfts am
Konzernumsatz



EINZELHANDELS- ERLEBNIS SOLL NEUES LEVEL ERREICHEN

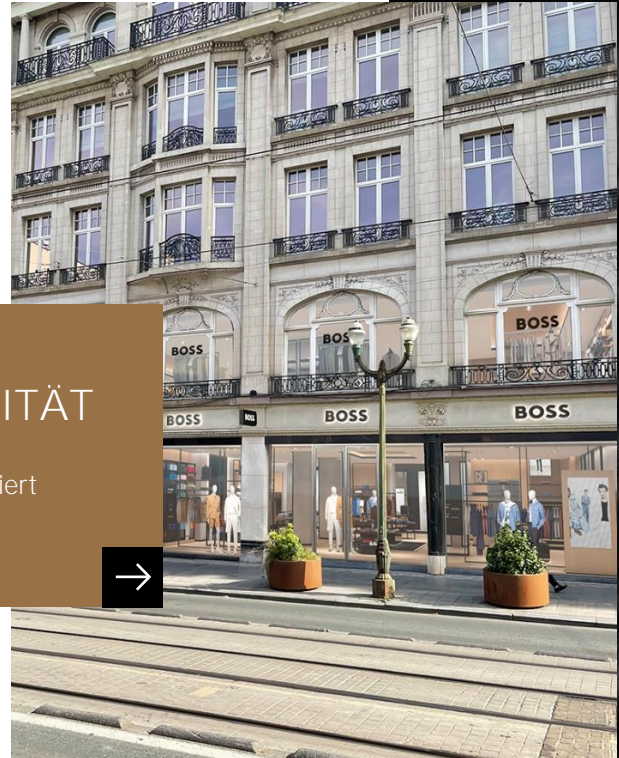
NEUES LOOK & FEEL

Markenerneuerung in
Stores erlebbar machen



FLÄCHEN- PRODUKTIVITÄT

Verbesserung um
+3 % pro Jahr anvisiert



Lotte Main
SEOUL



Westfield Centro
OBERHAUSEN



Mall of Emirates
DUBAI



HUGO



RENOVIERUNG VON
> 100 STORES IN 2022

IMPLEMENTIERUNG DES NEUEN
STOREKONZEPTS IN VOLLEM GANGE

HUGO BOSS

NEUES LOOK & FEEL

Implementierung
der Marken-
erneuerung im
Großhandel



WICHTIGE PARTNER

Stärkung der
Geschäftsbeziehung
mit wichtigen
Partnern



> 40 %

Umsatzanteil im Großhandel
mit den Top-20-Kunden



ERHÖHUNG DER RELEVANZ
UND SICHTBARKEIT UNSERER
MARKEN IM GROSSHANDEL

ORGANIZE FOR GROWTH

CLAIM 5



— STEIGERUNG DER EFFIZIENZ UND FLEXIBILITÄT ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE



MODULARE & DIGITALE
PRODUKTENTWICKLUNG



KÜRZERE
VORLAUFZEITEN

>90 %

Digital entwickelte
Produkte bis 2025

~30 %

Reduzierung der
Vorlaufzeiten bis 2025

STÄRKUNG DER EIGENFERTIGUNG & VERLAGERUNG NACH EUROPA



Größere Unabhängigkeit
von Außenfaktoren

Schnellere Reaktion auf aktuelle
Kundenanforderungen und Trends

Risikominimierung hinsichtlich
Kapazitätsengpässen

„CLAIM 5“-STRATEGIE

HUGO BOSS

WHY

CONSUMER FIRST

1

2

3

4

5

WHAT

BOOST
BRANDS

PRODUCT
IS KING

LEAD IN
DIGITAL

REBALANCE
OMNI-
CHANNEL

ORGANIZE
FOR
GROWTH

SUSTAINABLE THROUGHOUT

HOW

RIGOROUS EXECUTION

EMPOWER PEOPLE AND TEAMS





MESSBAREN
MEHR-
WERT
SCHAFFEN

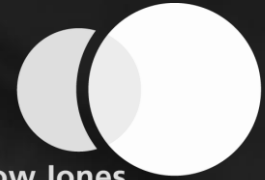
—
STARKES
BEKENNTNIS ZU
NACHHALTIGKEIT



KUNDEN
BEGEISTERN

— NACHHALTIGKEITS- ERFOLG

Dow Jones Sustainability Index (DJSI)



Dow Jones
Sustainability Indexes

5. Mal in
Folge
gelistet

2. Platz im Segment
Textil, Bekleidung
und Luxus

WORLD

HUGO BOSS

HUGO BOSS

—
FÜR EINE
NACHHALTIGE
ZUKUNFT

NO PLANET
NO FASHION



WE LOVE
FASHION,
WE CHANGE
FASHION

—

HUGO BOSS

STRATEGISCHE
PARTNERSCHAFT
MIT HEIQ AEONIQ



Polyester durch
Zellulosegarn
ersetzen



Kreislauf-
fähigkeit
verbessern



Kohlenstoff aus
der Atmosphäre
binden



I
NACHHALTIGKEITS-
AMBITIONEN

PRODUKT

60 %

RESPONSIBLE Styles
bis 2025

80 %

Kreislauffähige Produkte
bis 2030

UMWELT

2030

Klimaneutralität eigener
Verantwortungsbereich

2045

Klimaneutralität gesamte
Wertschöpfungskette



ES IST ZEIT FÜR
EIN NEUES MINDSET
UND EINE ECHTE
WACHSTUMSKULTUR



HUGO BOSS

WACHSTUMSKULTUR
& STARKE WERTE

UNTERNEHMERGEIST

VERANTWORTUNG

TEAMMENTALITÄT

EINFACHHEIT & QUALITÄT

JUGENDLICHER SPIRIT

VERTRAUEN

TRANSPARENZ UND VERTRAUEN ALS FUNDAMENT FÜR DEN UNTERNEHMENSERFOLG



FINANZZIELE 2025



UNSERE ZIELE BIS 2025

EINE DER 100 WELTWEIT
FÜHRENDEN MARKEN ZU SEIN



4 MRD. €

KONZERNUMSATZ
BIS 2025

~12%

EBIT-MARGE
BIS 2025

AUSGEWOGENER ANSATZ ZWISCHEN WACHSTUM UND RENDITE

~2 MRD.€

2021 2025

FREE-CASHFLOW-ENTWICKLUNG
(INKL. IFRS 16)

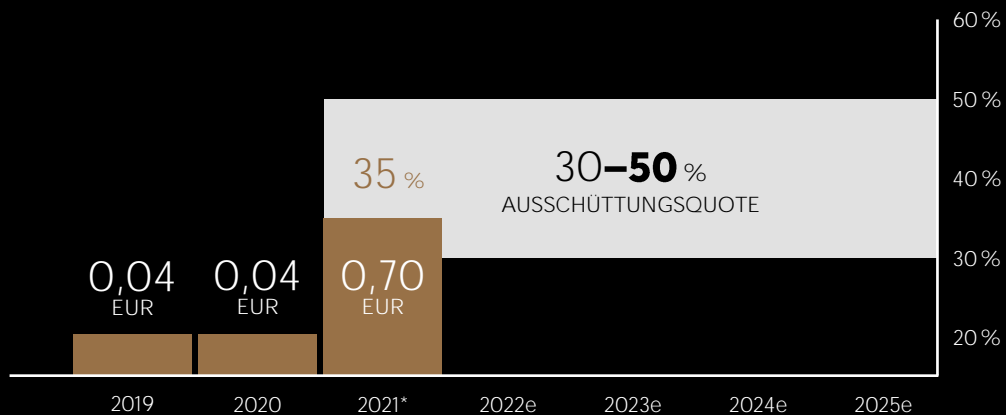
Investitionen in
organisches Wachstum

Attraktive Dividende
mit einer Ausschüttungs-
quote von 30–50 %

Strategische
Investitionen zur
Stärkung des Geschäfts

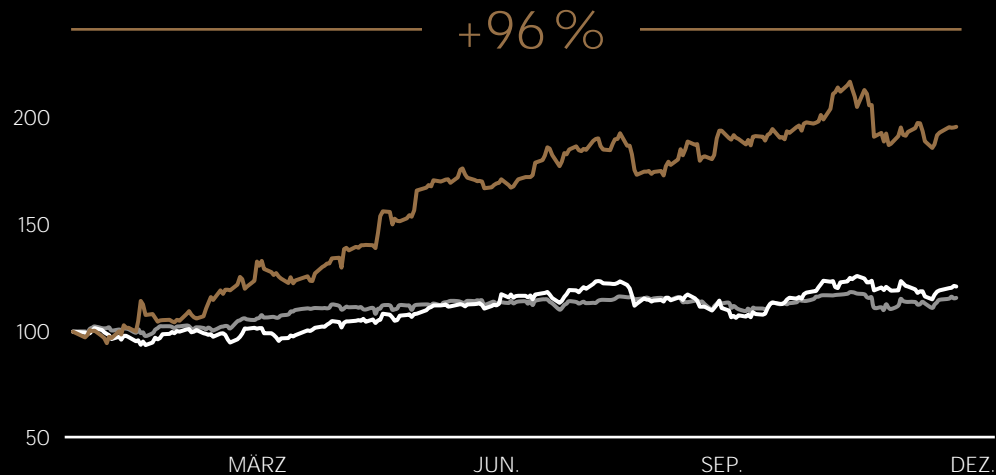
— ATTRAKTIVE DIVIDENDENPOLITIK

HUGO BOSS



* DIVIDENDENVORSCHLAG.

HUGO BOSS AKTIE WÄCHST SCHNELLER ALS WICHTIGE INDIZES



31. Dezember 2021

53,50 EUR

HUGO BOSS

DAX

MSCI World

—
DIE
ZUKUNFT
BEGINNT
JETZT.



HUGO BOSS

SS
SS
SS
SS
SS
SS
SS
SS
SS
SS

—
YVES
MÜLLER

FINANZVORSTAND

HUGO BOSS

—
GESCHÄFTS-
ENTWICKLUNG
2021



HUGO BOSS MIT STARKEM COMEBACK IN 2021

Deutliche
Verbesserung
von Umsatz
und Ergebnis



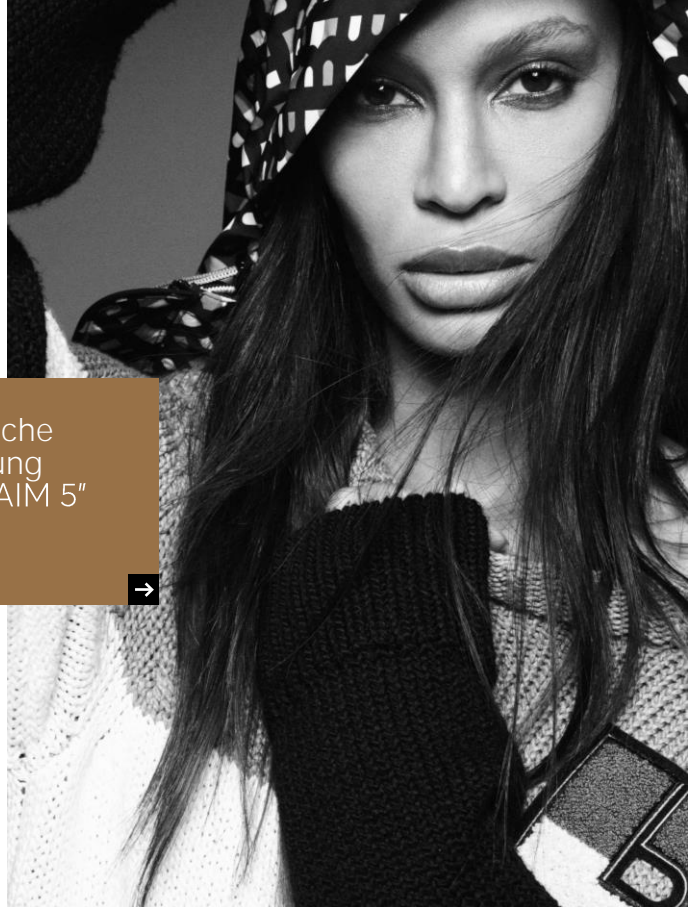
Starke Free-
Cashflow-
Entwicklung



Erfolgreiche
Umsetzung
von „CLAIM 5“



2021



2.786

MIO. EUR
KONZERNUMSATZ

+43 %

VS. 2020*

-1 %

VS. 2019*

228

MIO. EUR
OPERATIVES ERGEBNIS
(EBIT)

ERGEBNISSE IN 2021
ÜBERTREFFEN PROGNOSE

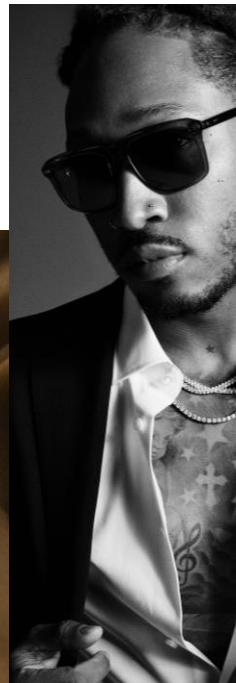
* WÄHRUNGSBEREINIGT.

— STARKE UMSATZ- BESCHLEUNIGUNG IN 2021

Verbesserung der allgemeinen
Verbraucherstimmung unterstützt
Erholung des Geschäfts

Erfolgreiche Umsetzung von
„CLAIM 5“ führt zu
Beschleunigung der
Geschäftsentwicklung

Starkes Wachstum über alle
Marken, Regionen und Kanäle
hinweg



* WÄHRUNGSBEREINIGT.

BOSS

MENSWEAR

+42 %
VS 2020*

-2 %
VS 2019*

WOMENSWEAR

+46 %
VS 2020*

-6 %
VS 2019*

HUGO

+45 %
VS 2020*

+6 %
VS 2019*

EUROPA

INKL. NAHER OSTEN UND AFRIKA

Spürbarer Anstieg der lokalen Nachfrage insbesondere im zweiten Halbjahr

Sämtliche Kernmärkte tragen zu starkem Wachstum bei

Wachstumsmärkte wie die Vereinigten Arabischen Emirate verzeichnen besonders starke Dynamik



+41%

VS. 2020*

-2%

VS. 2019*

* WÄHRUNGSBEREINIGT.



AMERIKA

Starke Geschäftsentwicklung
mit deutlicher Beschleunigung
im Schlussquartal

Trendwende im wichtigen
US-Markt erfolgreich vollzogen

Stärkung des Produktangebots
in der Casualwear



+78 %
VS. 2020*

+4 %
VS. 2019*



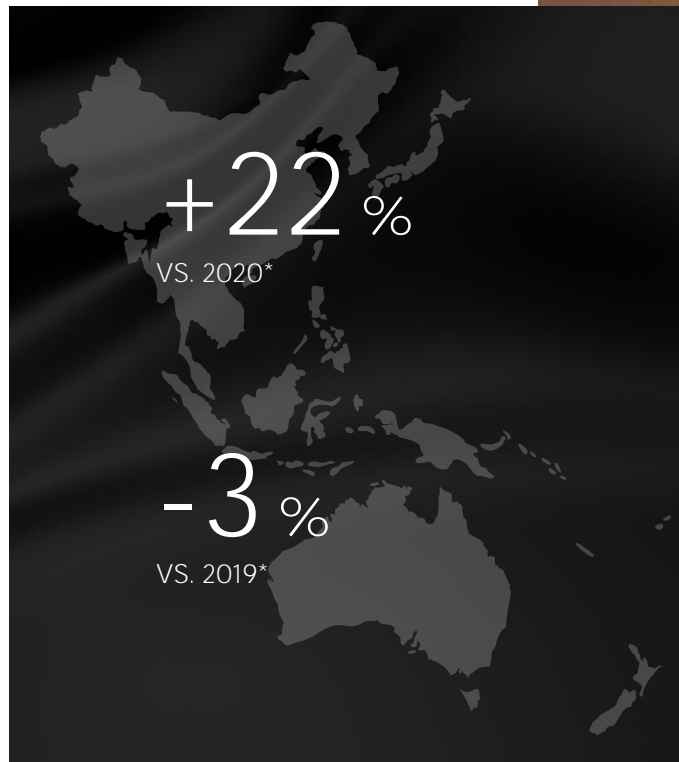
ASIEN/ PAZIFIK

Allgemeiner Aufwärtstrend setzt sich fort

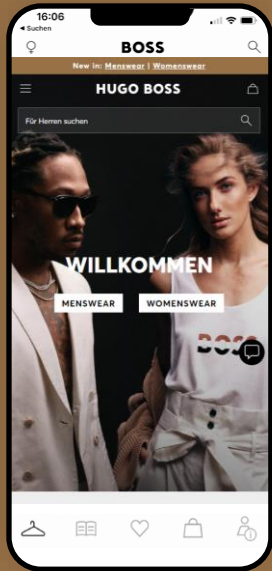
Robuste lokale Nachfrage treibt das Wachstum in China an

Temporäre Storeschließungen lasten auf Geschäftsentwicklung in einzelnen Märkten

* WÄHRUNGSBEREINIGT



DIGITAL



+55 %
VS. 2020*

+85 %
VS. 2019*

Anteil des digitalen Geschäfts am Konzernumsatz steigt auf 20%

Zweistelliges Wachstum über alle Kanäle und Regionen hinweg

* WAHRUNGSBEREINIGT.



+43 %

VS. 2020*

-9 %

VS. 2019*

STATIONÄRER EINZELHANDEL

Rückkehr zu zweistelligem
Wachstum gegenüber 2019
in der zweiten Jahreshälfte

Robuste lokale Nachfrage
insbesondere in Europa und
Amerika





+37 %

VS. 2020*

-16 %

VS. 2019*

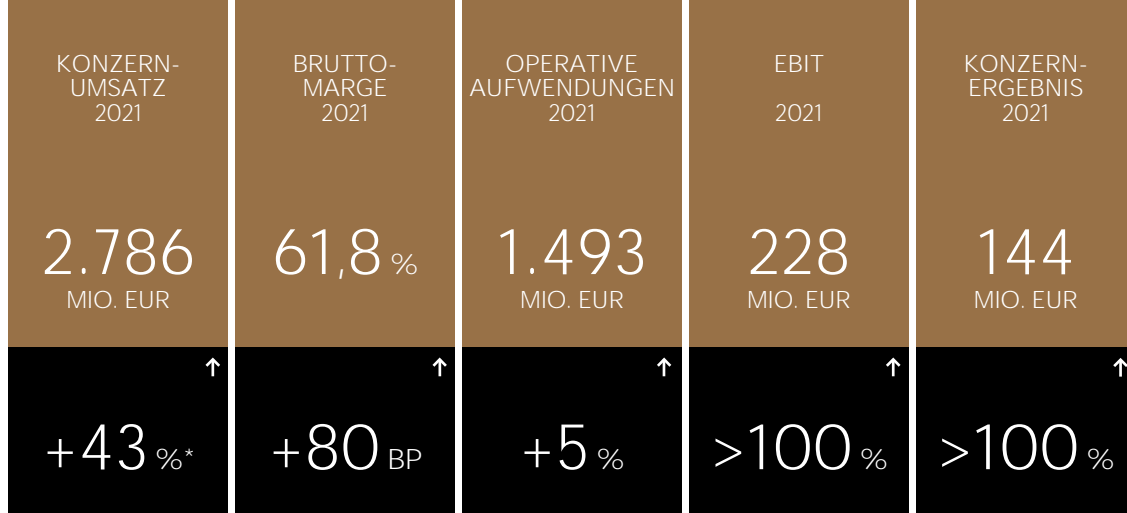
STATIONÄRER GROSSHANDEL

Gestiegene Nachfrage der
Partner nach BOSS und
HUGO Kollektionen

Erfolgreiche Umsetzung der
Strategie soll für weiteren
Auftrieb sorgen

* WAHRUNGSBEREINIGT.





DEUTLICHER ANSTIEG DES OPERATIVEN ERGEBNISSES

* WÄHRUNGSBEREINIGT.

—
FREE CASHFLOW
AUF REKORD-
NIVEAU

2021
FREE CASHFLOW

559
MIO. EUR

>100 %



—
HUGO BOSS
ERSTMALS
„CASH-RICH“

31. DEZ. 2021
NETTOFINANZPOSITION*

167
MIO. EUR

>100 %



FREE CASHFLOW x3

AUSBLICK
2022



UPDATE
ZU UKRAINE
UND RUSSLAND



HUGO BOSS

—
WEITERE UMSATZ- UND
ERGEBNISVERBESSERUNGEN
IM ERSTEN QUARTAL

KONZERNUMSATZ
772 MIO. EUR

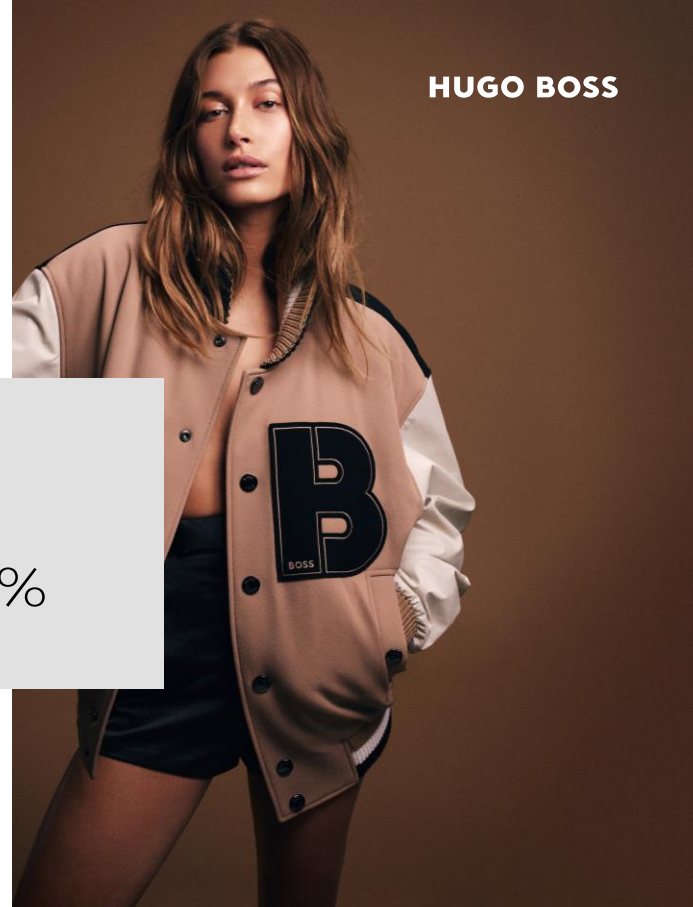
+52 %*

* WÄHRUNGSBEREINIGT.

EBIT
40 MIO. EUR

>100 %

Q1 2022





— UMSATZ- PROGNOSE

Umsatz soll 2022 auf
neues Rekordniveau
steigen

Alle Marken und Kanäle
sowie die wichtigsten
Regionen sollen zum
Wachstum beitragen

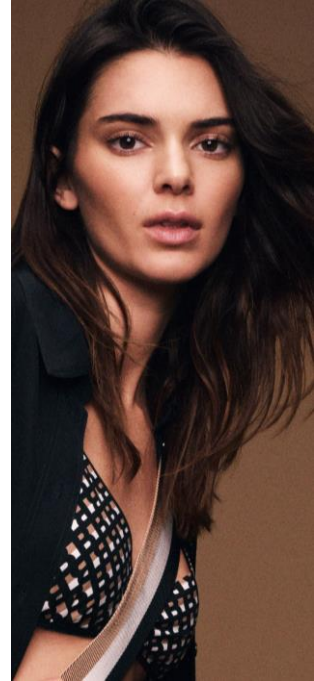




— EBIT- PROGNOSE

Robuste Ergebnis-
verbesserungen trotz
erheblicher Investitionen im
Rahmen von „CLAIM 5“

Umsatzwachstum und
robuste Marktpositionierung
sollen makroökonomische
Unsicherheiten ausgleichen



—
2022 – EIN WEITERES
ERFOLGREICHES JAHR
FÜR HUGO BOSS

Marken-
erneuerung
ist großer Erfolg



Neue
Kollektionen
kommen gut an



Investitionen zur
Steigerung der
Markenrelevanz



2022

