

Metzingen, 15. Juni 2023

HUGO BOSS PRÄSENTIERT „CLAIM 5“-UPDATE UND HEBT UMSATZZIEL FÜR 2025 AUF 5 MILLIARDEN EURO AN

Strategische Fortschritte seit Einführung von „CLAIM 5“:

- Deutlicher Ausbau der Marktanteile von BOSS und HUGO dank beschleunigtem Umsatzwachstum infolge umfassender Markenerneuerung
- Starke Erhöhung des Markenwerts spiegelt gestiegene Relevanz wider
- 24/7-Lifestyle-Image durch Markenlinien erfolgreich gestärkt
- Einführung des Digital Campus verbessert Möglichkeiten zur Datenanalyse erheblich
- Erstklassiges Omnichannel-Erlebnis führt weltweit zu breitem Wachstum
- Signifikante Fortschritte beim Aufbau einer hochmodernen Operations-Plattform

Neue Finanzziele bis 2025:

- Umsatzziel 2025 auf 5 Mrd. EUR angehoben (+11 % CAGR gegenüber 2022)
- EBIT soll auf mindestens 600 Mio. EUR steigen (EBIT-Marge von mindestens 12 %)
- Höhere Bruttomarge wird zusätzliche Investitionen in das Geschäft mehr als ausgleichen
- Kumulierter Free Cashflow von rund 2,5 Mrd. EUR für 2021 bis 2025 angestrebt

„Mit ‚CLAIM 5‘ haben wir die richtige Strategie zum richtigen Zeitpunkt eingeführt. Dank des großen Engagements und der Leidenschaft unserer Teams haben wir ein beeindruckendes Comeback hingelegt und herausragende Ergebnisse erzielt. Wir werden deshalb unser mittelfristiges Umsatzziel von 4 Mrd. EUR voraussichtlich bereits in diesem Jahr erreichen – und damit zwei Jahre früher als geplant“, sagt Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender von HUGO BOSS. „Wir haben alles, was wir brauchen, um unsere Erfolgsgeschichte fortzuschreiben. Deshalb erhöhen wir heute unsere Umsatz- und Ergebnisziele. Bis 2025 wollen wir nunmehr einen Umsatz von 5 Mrd. EUR und eine EBIT-Marge von mindestens 12 % erreichen.“

HUGO BOSS präsentiert heute ein Update seiner Wachstumsstrategie „CLAIM 5“ und seiner Finanzziele für 2025. Zwei Jahre nach Einführung von „CLAIM 5“ hat das Unternehmen signifikante Fortschritte in allen fünf strategischen Prioritäten erzielt. Dank der konsequenten Strategiemsetzung und unterstützt durch die Anfang 2022 vollzogene Markenerneuerung

hat sich die Dynamik von BOSS und HUGO stark beschleunigt. Beide Marken haben ihre Marktanteile weltweit erheblich ausgebaut und ihre Relevanz deutlich gesteigert.

Angesichts dieser Erfolge erhöht HUGO BOSS seine Umsatz- und Ergebnisziele für 2025. Nachdem das bisherige mittelfristige Umsatzziel von 4 Mrd. EUR bereits in diesem Jahr erreicht werden soll, ist das Unternehmen nun zuversichtlich, bis 2025 einen Umsatz von rund 5 Mrd. EUR zu erzielen. Dies entspricht einer starken durchschnittlichen Wachstumsrate von +11 % (CAGR 2022-2025; 2022: 3,7 Mrd. EUR) und liegt damit deutlich über dem erwarteten Branchenwachstum. Das überdurchschnittliche Umsatzwachstum geht mit einer erheblichen Verbesserung des EBIT einher, das bis zum Jahr 2025 auf mindestens 600 Mio. EUR steigen soll (bisheriges Ziel: rund 480 Mio. EUR). Dies entspricht einem starken CAGR von mindestens 21 % gegenüber dem Geschäftsjahr 2022. Folglich strebt HUGO BOSS nun eine EBIT-Marge von mindestens 12% bis 2025 an (bisher: rund 12 %). Das erhöhte EBIT-Margenziel spiegelt die gestiegenen Erwartungen des Unternehmens hinsichtlich der Bruttomargenentwicklung wider. Letztere soll nun bis 2025 in einer Spanne von 62 % bis 64 % liegen (bisher: 60 % bis 62 %), was auf die anhaltend hohe Markendynamik sowie das Potenzial zusätzlicher Effizienzsteigerungen im Bereich Business Operations zurückzuführen ist.

Um seine Finanzziele bis 2025 zu erreichen, wird HUGO BOSS auch weiterhin in sein Geschäft investieren und die „CLAIM 5“-Strategie konsequent umsetzen. Das Unternehmen ist fest entschlossen, weitere Fortschritte entlang seiner fünf strategischen Prioritäten zu erzielen, um globale Wachstumschancen zu nutzen und bis 2025 und darüber hinaus erhebliche Umsatz- und Ergebnisverbesserungen zu erzielen.

CLAIM 1 – „Boost Brands“: Weitere Steigerung der Relevanz dank starker Markendynamik

Nach der erfolgreichen Markenerneuerung wird HUGO BOSS auch weiterhin auf der hohen Dynamik von BOSS und HUGO aufbauen, die Position in den Köpfen der Konsumenten festigen und die Markenstärke in den kommenden Jahren weiter ausbauen. In direktem Zusammenhang dazu steht die Ambition des Unternehmens, zu den 100 weltweit führenden Marken zu gehören. Um die Relevanz vor allem bei jüngeren Zielgruppen weiter zu steigern, wird HUGO BOSS seine Zweimarkenstrategie konsequent verfolgen. So werden BOSS und HUGO auch in den kommenden Jahren auf zwei klar voneinander unterscheidbare Marketingstrategien setzen, mit dem Ziel, Verbraucher über sämtliche Kundenkontaktpunkte hinweg zu aktivieren. Dazu wird das Unternehmen seine erfolgreiche, digital ausgerichtete Marketingstrategie fortsetzen, unterstützt durch starbesetzte Kampagnen, starke Kooperationen und einzigartige Markenevents. HUGO BOSS strebt deshalb auch zukünftig Marketinginvestitionen in Höhe von 7 % bis 8 % des Konzernumsatzes bis 2025 an (2022:

7,9 %). Infolgedessen rechnet das Unternehmen nun bis 2025 mit einem Umsatz von rund 3,5 Mrd. EUR für BOSS Menswear (bisher: 2,6 Mrd. EUR), rund 500 Mio. EUR für BOSS Womenswear (bisher: 400 Mio. EUR) und rund 1 Mrd. EUR für HUGO (bisher: 800 Mio. EUR).

CLAIM 2 – **„Product is Key“**: Markenlinien stärken 24/7-Lifestyle-Image

HUGO BOSS wird auch in Zukunft einen besonderen Fokus auf die weitere Stärkung des 24/7-Lifestyle-Images beider Marken legen, um sicherzustellen, dass seine Kunden für jede Gelegenheit perfekt gekleidet sind. Um dieses Ziel zu erreichen, wird das Unternehmen auch künftig das Potenzial seiner Markenlinien BOSS Black, BOSS Orange und BOSS Green für die Menswear-Kollektion voll ausschöpfen und die Ende 2022 eingeführte exklusive Linie BOSS Camel weiter ausbauen. Gleichzeitig wird BOSS Womenswear die Orange-Linie wieder einführen und das Angebot zusätzlich mit der Camel-Linie stärken. Somit werden fortan sowohl bei BOSS Menswear als auch bei BOSS Womenswear Produkte von High-End Tailoring bis hin zu Smart Casual und Active Lifestyle zu finden sein. Darüber hinaus wird HUGO BOSS mit der Markteinführung von HUGO BLUE Anfang 2024 gezielt Chancen im Bereich Denimwear nutzen, um die Gen Z und junge Konsumenten weiter für sich zu gewinnen. Beide Marken, BOSS und HUGO, werden auch in Zukunft ihr exzellentes Preis-Leistungs-Verhältnis beibehalten und damit ihre einzigartige Positionierung im Premiumsegment weiter ausbauen.

CLAIM 3 – **„Lead in Digital“**: Effizienzsteigerungen dank datengestützter Erkenntnisse

Das Unternehmen arbeitet weiter an der Vision, die weltweit führende technologiegesteuerte Modeplattform im Premiumbereich zu sein. Dazu wird es das große Potenzial der Digitalisierung voll ausschöpfen. In den vergangenen zwei Jahren hat HUGO BOSS große Fortschritte bei der weiteren Digitalisierung wichtiger Geschäftsaktivitäten erzielt – von der digitalen Trenderkennung und Produktentwicklung über KI-gestützte Preisgestaltung bis hin zu innovativen Erlebnissen im Metaverse. Damit wurde die Grundlage für weitere Initiativen geschaffen. Der HUGO BOSS Digital Campus, der dieses Jahr in Porto, Portugal, eingeweiht wurde, bildet das Herzstück der digitalen Aktivitäten des Unternehmens. Er baut die Möglichkeiten zur Datenanalyse erheblich aus. Durch die Nutzung datengestützter Erkenntnisse wird der Digital Campus zu weiteren Einblicken und spürbaren Effizienzsteigerungen entlang der Wertschöpfungskette beitragen. Damit unterstützt er bei dem Ziel, ein nahtloses Kundenerlebnis über sämtliche Kundenkontaktpunkte hinweg zu schaffen.

CLAIM 4 – **„Drive Omnichannel“**: Hochwertiger Vertriebsmix treibt Wachstum an

HUGO BOSS hat in den vergangenen zwei Jahren erhebliche Fortschritte erzielt, die wiedergewonnene Markenstärke auf sämtliche Kundenkontaktpunkte zu übertragen und den

Kunden ein erstklassiges Omnichannel-Erlebnis zu bieten. Auch künftig wird das Unternehmen seinen hochwertigen Vertriebsmix auf globaler Ebene voll ausschöpfen. Im stationären Einzelhandel strebt HUGO BOSS an, den Umsatz bis zum Jahr 2025 auf mehr als 2,5 Mrd. EUR zu steigern (bisher: rund 2 Mrd. EUR). In diesem Zusammenhang will das Unternehmen Produktivitätssteigerungen im stationären Einzelhandel von mindestens 3 % pro Jahr erzielen. Investitionen von bis zu 600 Mio. EUR (bisher: 500 Mio. EUR) zwischen 2021 und 2025 sollen zur Modernisierung, weiteren Optimierung und selektiven Ausweitung seiner globalen Einzelhandelspräsenz beitragen. Letzteres beinhaltet den weiteren Rollout der neuesten und stärker digitalisierten BOSS- und HUGO-Storekonzepte sowie den Ausbau des Filialnetzwerks im Vollpreissegment auf rund 500 Verkaufspunkte bis 2025 (2022: 470). Gleichzeitig wird HUGO BOSS seine wiedergewonnene Stärke im stationären Großhandel weiter ausbauen. Beide Marken konnten ihre Sichtbarkeit und Marktpräsenz in wichtigen europäischen und US-amerikanischen Department Stores bereits erfolgreich steigern. Um das Geschäft in aufstrebenden Märkten auf die nächste Stufe zu heben, wird HUGO BOSS den Ausbau seines globalen Franchise-Geschäfts forcieren, indem es die Gesamtzahl der Franchise-Stores im Vollpreissegment in den kommenden Jahren von 300 auf rund 500 erhöht. Insgesamt strebt das Unternehmen im stationären Großhandel nunmehr einen Umsatz von rund 1,3 Mrd. EUR bis 2025 an (vorher: rund 1 Mrd. EUR). Das digitale Geschäft soll auch in den kommenden Jahren zweistellig wachsen, wobei das Umsatzziel bis 2025 unverändert bei mehr als 1 Mrd. EUR bleibt. In diesem Zusammenhang wird sich HUGO BOSS vor allem darauf konzentrieren, die Besucherzahlen und Konvertierungsraten seines digitalen Flaggschiffs hugoboss.com weiter zu steigern und gleichzeitig das Wachstum mit seinen digitalen Partnern voranzutreiben. Das Lizenzgeschäft soll bis zum Jahr 2025 weiterhin bis zu 200 Mio. EUR zum Konzernumsatz beitragen.

Aus regionaler Sicht wird HUGO BOSS seine breit angelegte Dynamik weiter vorantreiben und damit seine Marktanteile bis 2025 weiter ausbauen. Das Unternehmen will sein starkes Momentum in der Region EMEA auch künftig voll ausschöpfen. Hier wird ein jährlicher Umsatzanstieg im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich (CAGR 2022-2025) auf mehr als 2,8 Mrd. EUR prognostiziert, wozu sowohl Kernmärkte als auch wichtige Wachstumsmärkte wie etwa der Nahe Osten beitragen sollen. Für Amerika wird ein jährliches Wachstum im hohen einstelligen Prozentbereich (CAGR 2022-2025) erwartet, wodurch sich die Umsätze bis 2025 auf rund 1 Mrd. EUR belaufen werden. Auf dem wichtigen US-Markt, wo das Unternehmen in den vergangenen zwei Jahren eine außergewöhnlich starke Dynamik verzeichnete, wird HUGO BOSS insbesondere sein 24/7-Markenimage weiter vorantreiben. In der Region Asien/Pazifik sollen die Umsätze jährlich im niedrigen zweistelligen Prozentbereich steigen (CAGR 2022-2025), wodurch der Umsatzanteil der Region bis 2025 von derzeit 13 % auf rund 20 % zulegen soll, was einem Umsatzniveau von rund 1 Mrd. EUR entspricht. In diesem

Zusammenhang wird sich HUGO BOSS weiter darauf fokussieren, das große Potenzial beider Marken in China voll auszuschöpfen. Darüber hinaus wird das Unternehmen die sich ihm bietenden Chancen in der Region Südostasien & Pazifik bestmöglich nutzen.

CLAIM 5 – „**Organize for Growth**“: Robuste Operations-Plattform für künftiges Wachstum

HUGO BOSS hat in den vergangenen zwei Jahren sein Geschäftsmodell erfolgreich auf einen Plattformansatz umgestellt. In diesem Zuge hat das Unternehmen eine schlanke, marken-geführte Organisationsstruktur implementiert, die profitables Wachstum und eine konsequente Umsetzung der Strategie auf globaler Ebene ermöglicht. Verstärkte Investitionen in seine Lieferkette sollen künftiges Wachstum und weitere Effizienzsteigerungen sicherstellen. In diesem Zusammenhang hat HUGO BOSS vor kurzem die wichtige „Digital Twin“-Initiative ins Leben gerufen. Diese zielt darauf ab, durch den Aufbau einer technologiegestützten Operations-Plattform smarte Entscheidungen zu ermöglichen und die Kundennachfrage in Zukunft noch besser bedienen zu können. Der Digital Twin wird die Stabilität und Transparenz der globalen Lieferkette weiter erhöhen und einen positiven Beitrag zum zukünftigen Wachstum, zur Profitabilität und zur Nachhaltigkeit des Unternehmens leisten. Gleichzeitig wird HUGO BOSS seine globalen Logistikkapazitäten um rund 40 % erhöhen und auch seine Nearshoring-Initiativen fortsetzen, indem es seine Produktion noch näher an EMEA und Amerika heranführt.

Nachhaltigkeitsbemühungen für einen sauberen Planeten weiter intensiviert

Nachhaltigkeit steht weiterhin im Mittelpunkt von „CLAIM 5“ – ein Anliegen, das für die unternehmerische Verantwortung und die laufende Geschäftstätigkeit des Unternehmens von zentraler Bedeutung ist. HUGO BOSS wird daher seine Anstrengungen in diesem wichtigen Bereich weiter intensivieren und seinen Beitrag zu einem Planeten leisten, der frei von Abfall und Verschmutzung ist. Im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie wird HUGO BOSS unter anderem seine Initiativen zur Kreislaufwirtschaft deutlich ausweiten, naturverträgliche Materialien einsetzen, Mikroplastik bekämpfen und weiter konsequent auf Null-Emissionen hinarbeiten.

„Unsere ‚CLAIM 5‘-Strategie ist ein starkes Fundament für den nachhaltigen, langfristigen Erfolg von HUGO BOSS,“ sagt Daniel Grieder. „Dank unserer leistungsstarken Organisation, unserem konsequenten Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und unseren hochmotivierten und engagierten Teams weltweit sind wir äußerst zuversichtlich, auch in den kommenden Jahren deutliche Umsatz- und Ergebnisverbesserungen zu erzielen.“

Weiterhin konsequente Strategieumsetzung soll Unternehmenswert nachhaltig steigern

Mit seiner „CLAIM 5“-Strategie hat HUGO BOSS die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt. In diesem Zusammenhang erwartet das Unternehmen, dass der anhaltende Fokus auf überdurchschnittliches Umsatzwachstum und eine deutliche Steigerung der Ergebnismargen zu einem starken kumulierten Free Cashflow von rund 2,5 Mrd. EUR zwischen 2021 und 2025 führen wird (vorher: rund 2 Mrd. EUR). Im Einklang mit den Grundsätzen seiner Kapitalallokation wird der Großteil des Free Cashflows dabei entweder in das Geschäft reinvestiert oder über regelmäßige Dividendenzahlungen an die Aktionäre zurückgeführt. Die Ausschüttungsquote des Unternehmens soll bis 2025 auch weiterhin in einer Spanne zwischen 30 % und 50 % des auf Anteilseigner entfallenden Konzernergebnisses liegen.

Um die für 2025 gesteckten Finanzziele zu erreichen, wird die konsequente Umsetzung von „CLAIM 5“ auch weiterhin im Mittelpunkt stehen. Das Unternehmen wird dabei auf der starken Markendynamik von BOSS und HUGO aufbauen und die globalen Wachstumschancen aus Marken-, regionaler und Vertriebsicht voll ausschöpfen. Damit ist HUGO BOSS bestens aufgestellt, um weitere Marktanteile zu gewinnen, signifikante Ergebnisverbesserungen zu erzielen und einen überdurchschnittlichen Free Cashflow zu generieren. Dies soll eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts bis 2025 und darüber hinaus sicherstellen.

Neue Finanzziele bis 2025

	Bisheriges Ziel 2025	Neues Ziel 2025
Konzernumsatz	4 Mrd. EUR	5 Mrd. EUR
Umsatz-CAGR (2019–2025)	6 %	10 %
Bruttomarge	60 % – 62 %	62 % – 64 %
EBIT	~ 480 Mio. EUR	≥ 600 Mio. EUR
EBIT-Marge	~ 12 %	≥ 12 %
Kumulierter Free Cashflow (2021–2025)	~ 2 Mrd. EUR	~ 2,5 Mrd. EUR

Pressemitteilung
HUGO BOSS PRÄSENTIERT „CLAIM 5“-UPDATE UND
HEBT UMSATZZIEL FÜR 2025 AUF 5 MILLIARDEN EURO AN
Metzingen, 15. Juni 2023
Seite 7

HUGO BOSS

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Carolin Westermann
Vice President Global Corporate Communications
Telefon: 07123 94-86321
E-Mail: carolin_westermann@hugoboss.com

Christian Stöhr
Vice President Investor Relations
Telefon: 07123 94-87563
E-Mail: christian_stoehr@hugoboss.com