

HUGO BOSS

Pressemitteilung zu den Gesamtjahresergebnissen 2020

Metzingen, 11. März 2021

HUGO BOSS erzielt operativen Gewinn im vierten Quartal – Sukzessive Erholung des globalen Geschäfts für 2021 erwartet

Geschäftsjahr 2020

- **Umsatz- und Ergebnisentwicklung von COVID-19-Pandemie beeinträchtigt**
- **Hohe Wachstumsdynamik im Onlinegeschäft (+49 %) und in China (+5 %)**
- **Zugrunde liegendes EBIT beläuft sich auf minus 126 Mio. EUR***
- **Erfolgreiche Umsetzung umfangreicher Maßnahmen zur Sicherung der finanziellen Stabilität – Free Cashflow beläuft sich auf 164 Mio. EUR**

Ausblick 2021

- **Deutliche Zuwächse bei Umsatz und EBIT erwartet**
- **Erstes Quartal weiterhin von negativen Auswirkungen der Pandemie beeinträchtigt; starke Verbesserung im weiteren Jahresverlauf erwartet**

„Für HUGO BOSS war 2020 zweifelsohne ein anspruchsvolles Jahr. Ich bin stolz, dass wir es geschafft haben, die enormen Herausforderungen der Pandemie zu meistern und das Jahr mit einem positiven Free Cashflow zu beenden“, sagt **Yves Müller, Sprecher des Vorstands der HUGO BOSS AG**. „Wir sind mit der Umsetzung unserer strategischen Initiativen deutlich vorangekommen – allen voran im wichtigen Onlinegeschäft und in China. Auch wenn die Pandemie unser Geschäft kurzfristig noch stark beeinträchtigt, bin ich für die Entwicklung im weiteren Jahresverlauf sehr zuversichtlich. Wir werden den globalen Trend der Casualisierung auch weiterhin für uns zu nutzen wissen.“

* HUGO BOSS verzeichnete im Geschäftsjahr 2020 nicht zahlungswirksame Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte in Höhe von 110 Mio. EUR. Unter Berücksichtigung dieser Wertminderungen beläuft sich das EBIT auf minus 236 Mio. EUR.

HUGO BOSS

Die COVID-19-Pandemie hat das Geschäft von HUGO BOSS im vergangenen Jahr deutlich beeinträchtigt. Weltweite Lockdowns führten zu weitreichenden vorübergehenden Storeschließungen. Hinzu kamen eine erhebliche Einschränkung des öffentlichen Lebens mit umfangreichen Social-Distancing-Maßnahmen sowie internationale Reisebeschränkungen. Diese Effekte lasteten spürbar auf der operativen und finanziellen Entwicklung des Unternehmens.

HUGO BOSS schließt viertes Quartal mit positivem EBIT ab

Auch im wichtigen Schlussquartal waren die Auswirkungen der Pandemie auf das Geschäft von HUGO BOSS deutlich spürbar. Insbesondere in Europa, der mit Abstand umsatzstärksten Region des Konzerns, lasteten erneute Lockdowns einschließlich vielerorts langandauernder Storeschließungen auf der Umsatzentwicklung. In Amerika und Asien/Pazifik gelang es HUGO BOSS indes, die sukzessive Erholung seines Geschäfts auch im vierten Quartal erfolgreich fortzusetzen. Während sich in Amerika vor allem eine fortschreitende Verbesserung im wichtigen US-Markt positiv auswirkte, sorgte ein abermals deutlich zweistelliges Umsatzplus auf dem chinesischen Festland dafür, dass die Umsätze in der Region Asien/Pazifik nur leicht hinter dem Vorjahr zurückblieben. Insgesamt verzeichnete HUGO BOSS im vierten Quartal 2020 ein währungsbereinigtes Umsatzminus von 26 %. Mit 583 Mio. EUR lagen die Umsätze in Konzernwährung um 29 % unter dem Vorjahr (Q4 2019: 825 Mio. EUR).

Ungeachtet des deutlichen Umsatzrückgangs ist es HUGO BOSS gelungen, das vierte Quartal mit einem positiven EBIT in Höhe von 13 Mio. EUR abzuschließen (Q4 2019: 124 Mio. EUR). Dabei wirkten sich vor allem das strikte Kostenmanagement sowie die auch im Schlussquartal konsequent fortgeführte Umsetzung der bereits frühzeitig implementierten Maßnahmen zur Kostensenkung positiv auf das EBIT aus.

Umsatzentwicklung im Jahr 2020 spürbar von COVID-19 belastet

Insgesamt verzeichnete HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2020 einen währungsbereinigten Umsatzrückgang von 31 %. Die Umsätze im Geschäftsjahr beliefen sich

HUGO BOSS

auf 1.946 Mio. EUR und lagen somit in Konzernwährung 33 % unter dem Vorjahr (2019: 2.884 Mio. EUR). Die negativen Auswirkungen der Pandemie zeigten sich besonders in Europa und in Amerika. In Asien hingegen kompensierte die zügige Erholung des Geschäfts auf dem chinesischen Festland einen Teil der Umsatzrückgänge in den übrigen asiatischen Märkten.

Angesichts weitreichender temporärer Storeschließungen infolge weltweiter Lock-downs verzeichneten sowohl der eigene Einzelhandel als auch das Großhandelsgeschäft im Jahr 2020 zweistellige Rückgänge. Insgesamt waren 2020 im Durchschnitt rund 20 % der weltweit über 1.000 eigenen Verkaufspunkte vorübergehend geschlossen. Aus Markensicht fiel das Umsatzminus bei HUGO etwas geringer aus als bei BOSS. Dabei liefen die Casualwear-Angebote bei beiden Marken deutlich besser als die Formalwear. Dies ist in erster Linie auf den globalen Trend der Casualisierung zurückzuführen, der sich 2020 mit der Pandemie weiter beschleunigt hat.

Hohe Wachstumsdynamik im Onlinegeschäft und in China setzt sich fort

Bei den strategischen Wachstumstreibern erzielte HUGO BOSS auch im Jahr 2020 deutliche Fortschritte. Vor allem das eigene Onlinegeschäft entwickelte sich mit einem währungsbereinigten Umsatzplus von 49 % äußerst dynamisch und legte im dritten Jahr in Folge deutlich zweistellig zu. Erstmals in seiner Geschichte ist es HUGO BOSS gelungen, auf Jahressicht Onlineumsätze von mehr als 200 Mio. EUR zu erzielen. Dazu trug auch die erfolgreiche Expansion des Online-Flagshipstores hugoboss.com in 32 weitere Märkte bei. Das Geschäft auf dem chinesischen Festland entwickelte nach dem Lockdown zu Jahresbeginn eine starke Dynamik. Bereits im zweiten Quartal kehrte HUGO BOSS dort zu zweistelligem Wachstum zurück und setzte dieses im weiteren Jahresverlauf fort. Insgesamt stiegen die Umsätze auf dem chinesischen Festland währungsbereinigt um 5 %.

Maßnahmen zur Kostensenkung begrenzen Ergebnisrückgang

Der deutliche Umsatzrückgang lastete zwangsläufig auch auf der Ergebnisentwicklung von HUGO BOSS. Darüber hinaus wirkte sich eine rückläufige Rohertragsmarge negativ auf das EBIT aus. Diese Entwicklung geht vor allem auf das

HUGO BOSS

allgemein rabattintensive Marktumfeld im Zuge der Pandemie zurück, insbesondere in Europa und Amerika. Dank eines strikten Kostenmanagements und der erfolgreichen Umsetzung umfangreicher Maßnahmen zur Kostensenkung hat HUGO BOSS jedoch einen Teil des Rückgangs kompensiert. So konnte das Unternehmen insbesondere die Aufwendungen im eigenen Einzelhandel deutlich reduzieren und nicht geschäftskritische Ausgaben im Jahr 2020 weitestgehend vermeiden. Das EBIT belief sich, ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen, folglich auf minus 126 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: 355 Mio. EUR)*.

Umfangreiche Maßnahmen zur Cashflow-Sicherung erfolgreich umgesetzt

Dank seiner gesunden Bilanzstruktur war HUGO BOSS für die finanziellen Herausforderungen der Pandemie während des gesamten Jahres 2020 gut gerüstet. Zudem hat das Unternehmen frühzeitig umfangreiche Maßnahmen, im Gesamtvolumen von mehr als 600 Mio. EUR, zur zusätzlichen Sicherung des Cashflows eingeleitet und im weiteren Jahresverlauf erfolgreich umgesetzt. Dazu gehörten die deutliche Reduzierung der operativen Aufwendungen, die Aufschiebung nicht geschäftskritischer Investitionen, die spürbare Verringerung des Bestandszuflusses sowie das Aussetzen der Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2019, mit Ausnahme der gesetzlichen Mindestdividende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie. Dies hat dazu beigetragen, dass HUGO BOSS jederzeit über ausreichende Liquidität verfügte und das Jahr 2020 letztlich mit einem positiven Free Cashflow in Höhe von 164 Mio. EUR abgeschlossen hat. Zusätzliche Kreditlinien hat sich das Unternehmen im Laufe des Jahres gesichert, aber bis heute nicht in Anspruch genommen.

Sukzessive Verbesserung des Einzelhandelsumfelds im Jahr 2021 erwartet

Auch aktuell ist das globale Geschäft von HUGO BOSS noch erheblich von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie betroffen. So waren seit Jahresbeginn durchschnittlich rund 30 % der eigenen Verkaufspunkte infolge anhaltender Lockdowns

* HUGO BOSS verzeichnete im Geschäftsjahr 2020 nicht zahlungswirksame Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte in Höhe von 110 Mio. EUR. Unter Berücksichtigung dieser Wertminderungen beläuft sich das EBIT auf minus 236 Mio. EUR.

HUGO BOSS

vorübergehend geschlossen. Das gilt insbesondere für wichtige europäische Märkte wie Großbritannien und Deutschland. Darüber hinaus lasten vielerorts noch deutliche Einschränkungen des öffentlichen Lebens sowie internationale Reisebeschränkungen auf der Erholung der Branche und auch auf dem Geschäft von HUGO BOSS. Das Unternehmen rechnet folglich damit, dass vor allem das erste Quartal 2021 noch deutlich von den negativen Auswirkungen der Pandemie beeinträchtigt sein wird.

Gleichzeitig ist das Unternehmen zuversichtlich, dass sich das globale Einzelhandelsumfeld, beginnend mit dem zweiten Quartal, sukzessive verbessern wird. In diesem Zusammenhang erwartet HUGO BOSS für den weiteren Jahresverlauf eine spürbare Erholung seines globalen Geschäfts. Dabei sollten sich vor allem die weltweit fortschreitenden Impfkampagnen sowie die vielerorts angestrebte schrittweise Aufhebung der Lockdowns und der Einschränkungen des öffentlichen Lebens positiv auf die Geschäftsentwicklung auswirken. Folglich geht das Unternehmen aktuell davon aus, dass sowohl Konzernumsatz als auch EBIT im Jahr 2021 deutlich über dem Niveau des Jahres 2020 liegen werden.

Für den weiteren Aufschwung des Geschäfts bleibt die Umsetzung der strategischen Initiativen von entscheidender Bedeutung. Neben dem starken Fokus auf die Wachstumstreiber Online und China wird sich HUGO BOSS deshalb vor allem auf die weitere Casualisierung seines Geschäftsmodells konzentrieren – über alle Marken, Gender und Trageanlässe hinweg.

Vielfältige Markeninitiativen steigern Begehrlichkeit von BOSS und HUGO

Auch die weitere Steigerung der Markenbegehrlichkeit steht für HUGO BOSS im Jahr 2021 klar im Fokus. Mit vielfältigen Marken- und Produktinitiativen wird das Unternehmen die Attraktivität von BOSS und HUGO weiter erhöhen und vor allem jüngere Kunden für beide Marken begeistern. Mit Hollywood-Schauspieler Chris Hemsworth hat das Unternehmen erst kürzlich den ersten globalen Markenbotschafter für die BOSS Menswear gewonnen. In dieser Rolle wird der 37-jährige Australier künftig das Gesicht weltweiter Kampagnen sein und dem wichtigen Casualwear-Geschäft zusätzlichen Auftrieb verleihen.

H U G O B O S S

Das gleiche Ziel verfolgt das Unternehmen mit zwei jüngst geschlossenen Partnerschaften von BOSS mit der amerikanischen Sportswear-Marke Russell Athletic und mit der Profi-Basketballliga NBA. Die beiden jeweils in enger Zusammenarbeit entwickelten Kollektionen sollen mit ihrem klaren Fokus auf Streetstyle die Strahlkraft der Casualwear von BOSS zusätzlich stärken. Während der Verkaufsstart der ersten gemeinsamen Kollektion von BOSS und Russell Athletic unmittelbar bevorsteht, ist bereits im Februar „BOSS x NBA“ überaus erfolgreich gestartet. Das zeigen die starken Verkaufszahlen sowohl online auf hugoboss.com als auch im stationären Handel.

Weitere Informationen sind auf der Unternehmenswebsite group.hugoboss.com verfügbar. Dort erscheint auch der Geschäftsbericht von HUGO BOSS als Online-Version mit vielen interaktiven Elementen und einer Videobotschaft des Sprechers des Vorstands Yves Müller.

HUGO BOSS

Ergebnisentwicklung im vierten Quartal 2020

(in Mio. EUR)			
	Q4 2020	Q4 2019	Veränderung in %
Umsatzerlöse	583	825	-29
Umsatzkosten	-225	-275	18
Rohertrag	358	551	-35
In % vom Umsatz	61,4	66,7	-530 bp
Operative Aufwendungen	-345	-426	19
In % vom Umsatz	-59,2	-51,7	-750 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-271	-349	23
davon Verwaltungsaufwendungen	-74	-77	3
Operatives Ergebnis (EBIT)	13	124	-89
In % vom Umsatz	2,2	15,1	-1.280 bp
Finanzergebnis	-8	-15	43
Ergebnis vor Ertragsteuern	5	110	-96
Ertragsteuern	-24	-49	52
Konzernergebnis	-19	60	< -100
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	-0,30	0,87	< -100

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

- Auch im vierten Quartal des Geschäftsjahres 2020 waren die **Auswirkungen der COVID-19-Pandemie** auf das Geschäft von HUGO BOSS deutlich spürbar. Vor allem in Europa lasteten erneute Lockdowns einschließlich lang andauernder Storeschließungen in vielen wichtigen Märkten auf der Umsatzentwicklung. Dies bremste den sukzessiven Aufschwung, den das dortige Geschäft seit dem Ende des zweiten Quartals verzeichnete, ein Stück weit ab. Daneben war das globale Geschäft von HUGO BOSS auch im wichtigen Schlussquartal spürbar von den vielerorts anhaltenden Einschränkungen des öffentlichen Lebens sowie einem nach wie vor schwachen Geschäft mit Touristen geprägt. In Summe verzeichnete HUGO BOSS im vierten Quartal 2020 einen währungsbereinigten Umsatzrückgang von 26 %. Mit 583 Mio. EUR lagen die Umsätze in Konzernwährung um 29 % unter dem Vorjahr (Q4 2019: 825 Mio. EUR).
 - In **Europa** lasteten weitreichende temporäre Storeschließungen infolge regionaler Lockdowns spürbar auf der Umsatzentwicklung. So waren im vierten Quartal durchschnittlich rund 25 % der eigenen Verkaufspunkte der Region geschlossen. Besonders betroffen waren dabei wichtige Märkte wie Deutschland, Großbritannien und Frankreich. Insgesamt verringerte sich der Umsatz in Europa im Dreimonatszeitraum folglich um währungsbereinigt 32 % auf 327 Mio. EUR (Q4 2019: 499 Mio. EUR). In **Amerika** gelang es HUGO BOSS indes, die sukzessive Erholung seines Geschäfts auch im vierten

HUGO BOSS

Quartal erfolgreich fortzusetzen. So konnte der Umsatzrückgang vor allem dank einer fortschreitenden Verbesserung im wichtigen US-Markt auf insgesamt 28 % begrenzt und ein Umsatz von 110 Mio. EUR erzielt werden (Q4 2019: 169 Mio. EUR). Auch in der Region **Asien/Pazifik** setzte HUGO BOSS den Aufschwung seines Geschäfts im vierten Quartal erfolgreich fort. Insbesondere sorgte ein abermals deutlich zweistelliges Umsatzplus in Höhe von 24 % auf dem chinesischen Festland dafür, dass die Umsätze in der Region Asien/Pazifik mit insgesamt minus 3 % nur leicht hinter dem Vorjahr zurückblieben. Der Umsatz in dieser Region summierte sich auf insgesamt 124 Mio. EUR (Q4 2019: 131 Mio. EUR).

- Die Umsätze im eigenen **Einzelhandel** gingen währungsbereinigt um 24 % auf 418 Mio. EUR zurück (Q4 2019: 579 Mio. EUR). Flächen- und währungsbereinigt lag das Minus bei 28 %. Während das stationäre Einzelhandels-geschäft auch im vierten Quartal von den Lockdowns und den starken Ein-schränkungen des öffentlichen Lebens betroffen war, konnte das **eigene Onlinegeschäft** erneut deutlich zweistellig zulegen. Mit 80 Mio. EUR lagen die Onlineumsätze währungsbereinigt um 33 % über dem Vorjahr (Q4 2019: 62 Mio. EUR). Im **Großhandelsgeschäft** führte das zurückhaltende Bestell-verhalten im Zuge der Pandemie weiterhin zu geringeren Auslieferungen an Handelspartner und folglich zu einem währungsbereinigten Umsatzrückgang von 33 % auf 143 Mio. EUR (Q4 2019: 220 Mio. EUR). Der Umsatz mit **Lizenzen** sank um 16 % auf 22 Mio. EUR (Q4 2019: 26 Mio. EUR).
- **BOSS** verzeichnete im vierten Quartal einen währungsbereinigten Umsatz-rückgang in Höhe von 27 %, während das Minus bei **HUGO** mit 23 % etwas geringer ausfiel. Dabei erwies sich das Casualwear-Geschäft bei beiden Marken auch im vierten Quartal grundsätzlich robuster als das der Formal-wear. In diesem Zusammenhang erzielte die Casualwear von HUGO sogar ein moderates Umsatzplus.
- Der Rückgang der **Rohertragsmarge** um 530 Basispunkte auf 61,4 % ist einer-seits auf das allgemein rabattintensive Marktumfeld im Zuge der Pandemie zurück-zuführen, allen voran in Europa und Amerika (Q4 2019: 66,7 %). Daneben lasteten

H U G O B O S S

negative Effekte aus der Bestandsbewertung auf der Entwicklung der Rohertragsmarge im vierten Quartal.

- Dank seines weiterhin strikten Kostenmanagements und der auch im Schlussquartal konsequent fortgeführten Umsetzung der Maßnahmen zur Kostensenkung gelang HUGO BOSS eine deutliche Reduzierung der **operativen Aufwendungen** um 19 % auf 345 Mio. EUR (Q4 2019: 426 Mio. EUR).
- Dies wirkte sich positiv auf die Entwicklung des **EBIT** aus. So konnten die Auswirkungen des Umsatzrückgangs und der geringeren Rohertragsmarge deutlich kompensiert und ein positives EBIT im vierten Quartal von 13 Mio. EUR erzielt werden (Q4 2019: plus 124 Mio. EUR).

Ergebnisentwicklung im Geschäftsjahr 2020

Gewinn-und-Verlust-Rechnung (in Mio. EUR)			
	Jan. – Dez. 2020	Jan. – Dez. 2019	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.946	2.884	-33
Umsatzkosten	-759	-1.009	25
Rohhertrag	1.187	1.875	-37
In % vom Umsatz	61,0	65,0	-400 bp
Operative Aufwendungen	-1.423	-1.531	7
In % vom Umsatz	-73,1	-53,1	-2.000 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-1.138	-1.235	8
davon Wertminderungen ¹	-110	-10	< -100
davon Verwaltungsaufwendungen	-285	-296	4
Operatives Ergebnis (EBIT)	-236	344	< -100
In % vom Umsatz	-12,1	11,9	-2.410 bp
Finanzergebnis	-38	-39	3
Ergebnis vor Ertragsteuern	-273	306	< -100
Ertragsteueraufwand/-ertrag	54	-100	> 100
Konzernergebnis	-219	205	< -100
Ergebnis je Aktie (in EUR)²	-3,18	2,97	< -100
Ertragsteuerquote in %	20	33	

¹ Nicht zahlungswirksame Wertminderungen im Zusammenhang mit den negativen Auswirkungen von COVID-19 auf das eigene Einzelhandelsgeschäft.

² Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

- Im Zuge der negativen Auswirkungen der Pandemie sank der **Konzernumsatz** im Geschäftsjahr 2020 währungsbereinigt um 31 %. In Konzernwährung lag der Umsatz um 33 % unter dem Niveau des Vorjahres und summierte sich auf 1.946 Mio. EUR (2019: 2.884 Mio. EUR).
- In der **Region Europa** verringerte sich der Umsatz währungsbereinigt um 31 % auf 1.231 Mio. EUR (2019: 1.803 Mio. EUR). Das Minus ist auf zweistellige Rückgänge in allen wesentlichen Absatzmärkten zurückzuführen und spiegelt vor allem die temporären Storeschließungen infolge weitreichender Lockdowns wider, die die Umsatzentwicklung der Region vor allem im zweiten und vierten Quartal stark beeinträchtigt haben. Daneben lastete ein deutlicher Rückgang der mit Touristen erzielten Umsätze auf der regionalen Entwicklung. Auch in der **Region Amerika** waren die weitreichenden Auswirkungen der Pandemie deutlich spürbar. Insbesondere die temporäre Schließung eines Großteils der Stores in Verbindung mit einem deutlich schwächeren Tourismusgeschäft belastete auch hier die Umsatzentwicklung. Währungsbereinigt reduzierten sich die Umsätze im Geschäftsjahr 2020 folglich um 42 % auf 308 Mio. EUR (2019: 560 Mio. EUR). In der **Region Asien/Pazifik** verzeichneten viele Märkte eben-

HUGO BOSS

falls zweistellige Umsatzrückgänge. Das Geschäft auf dem chinesischen Festland kehrte hingegen bereits im Verlauf des zweiten Quartals zu zweistelligem Wachstum zurück und konnte folglich einen Teil des regionalen Umsatzminus kompensieren. Auf Jahressicht erzielte HUGO BOSS auf dem chinesischen Festland ein Umsatzplus von währungsbereinigt 5 %. Insgesamt lagen die währungsbereinigten Umsätze in der Region Asien/Pazifik mit 343 Mio. EUR um 20 % unter dem Vorjahreswert (2019: 438 Mio. EUR).

- Die Umsätze im **eigenen Einzelhandel** gingen im Geschäftsjahr 2020 währungsbereinigt um 30 % auf 1.279 Mio. EUR zurück (2019: 1.869 Mio. EUR). Auf vergleichbarer Fläche lagen die Umsätze währungsbereinigt um 32 % unter dem Niveau des Vorjahres. Dies ist hauptsächlich auf die vorübergehenden Storeschließungen im Zusammenhang mit der Pandemie zurückzuführen, die die Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel erheblich belasteten. Hingegen hat sich die Dynamik des eigenen **Onlinegeschäfts** im Geschäftsjahr 2020 weiter beschleunigt. So stiegen die währungsbereinigten Umsätze im dritten Jahr in Folge deutlich zweistellig und lagen mit 221 Mio. EUR um 49 % über dem Vorjahreswert (2019: 151 Mio. EUR). Neben einer starken Verbesserung bei Besucherzahlen und Konvertierungsraten trug auch die erfolgreiche Expansion von hugoboss.com in 32 weitere Märkte positiv zum Umsatzwachstum bei. Im **Großhandelsgeschäft** verzeichnete HUGO BOSS im Jahr 2020 einen währungsbereinigten Umsatzrückgang von 34 % auf 603 Mio. EUR (2019: 931 Mio. EUR). Ein zurückhaltendes Bestellverhalten im Zuge der Pandemie führte zu geringeren Auslieferungen an Handelspartner, vor allem in Europa und den USA. Die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie lasteten auch auf dem **Lizenzgeschäft**, das vor allem aufgrund eines schwachen Travel-Retailgeschäfts ein währungsbereinigtes Umsatzminus von 23 % auf 64 Mio. EUR verzeichnete (2019: 84 Mio. EUR).
- Bei **BOSS** belief sich der Umsatzrückgang auf währungsbereinigt 32 %. Dabei fiel das Minus bei der Casual- und Athleisurewear geringer aus als bei der Formalwear. Auch bei **HUGO** erwies sich die Casualwear deutlich robuster als die Formalwear. Insgesamt ging der Umsatz dort um 27 % zurück.

HUGO BOSS

- Die **Rohertragsmarge** lag im Geschäftsjahr 2020 mit 61,0 % um 400 Basispunkte unter dem Niveau des Vorjahres (2019: 65,0 %). Der Rückgang ist vor allem auf das im Zuge der Pandemie allgemein rabattintensive Marktumfeld, allen voran in Europa und den USA, zurückzuführen. Daneben trugen negative Effekte aus der Bestandsbewertung zum Rückgang der Rohertragsmarge bei.
- Im Geschäftsjahr 2020 lasteten nicht zahlungswirksame **Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte** in Höhe von 110 Mio. EUR auf der Entwicklung der Vertriebs- und Marketingaufwendungen (2019: 10 Mio. EUR). Diese hauptsächlich im zweiten Quartal verbuchten Wertminderungen standen im direkten Zusammenhang mit den Auswirkungen der Pandemie auf das globale Einzelhandelsgeschäft und bezogen sich vorrangig auf Wertminderungen auf das Sachanlagevermögen der eigenen Stores in Höhe von 69 Mio. EUR sowie Wertminderungen von Nutzungsrechten an Leasingobjekten in Höhe von 37 Mio. EUR.
- Ohne Berücksichtigung der Wertminderungen reduzierten sich die zugrunde liegenden **operativen Aufwendungen** im Geschäftsjahr 2020 um insgesamt 14 % auf 1.313 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: 1.521 Mio. EUR). Der deutliche Rückgang reflektiert die frühzeitige Implementierung und Umsetzung umfassender Maßnahmen zur Kostensenkung und spiegelt insbesondere deutlich geringere Vertriebs- und Marketingaufwendungen wider.
 - Die zugrunde liegenden **Vertriebs- und Marketingaufwendungen** verzeichneten einen Rückgang von 16 % auf 1.028 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: 1.224 Mio. EUR). Dies war vor allem eine Folge der umfassenden Maßnahmen zur Kostensenkung, die HUGO BOSS im Zuge der Pandemie erfolgreich umgesetzt hatte. So gelang es dem Unternehmen, insbesondere seine Mietaufwendungen und Personalkosten im eigenen Einzelhandel deutlich zu verringern. Zudem konnte ein Rückgang der Marketingaufwendungen erzielt werden.
 - Auch die **Verwaltungsaufwendungen** lagen 2020 unter dem Vorjahr. Der Rückgang um 4 % ist vor allem auf positive Effekte aus den Maßnahmen zur Kostensenkung zurückzuführen, die sich hauptsächlich auf eine Reduzierung

H U G O B O S S

der Personalkosten und die Vermeidung nicht geschäftskritischer Ausgaben bezogen.

- Der deutliche Umsatzrückgang sowie die geringere Rohertragsmarge lasteten zwangsläufig auf der Ergebnisentwicklung des Konzerns. Das zugrunde liegende **EBIT** belief sich auf minus 126 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: plus 355 Mio. EUR). Dabei kompensierte die erfolgreiche Umsetzung der vielfältigen Maßnahmen zur Kostensenkung den Ergebnisrückgang teilweise. Folglich lag die zugrunde liegende **EBIT-Marge** bei minus 6,5 % (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: plus 12,3 %).
- Das zugrunde liegende **Konzernergebnis** lag bei minus 131 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung von Wertminderungen: plus 212 Mio. EUR). Der Rückgang war somit geringer als der des EBIT. Dies ist vor allem auf eine Steuergutschrift infolge des Vorsteuerverlusts zurückzuführen.

HUGO BOSS

Vermögens- und Finanzlage im Geschäftsjahr 2020

31. Dezember 2020		in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
TNWC		491	↘ -7	↘ -2
Vorräte		618	↘ -1	↗ +2

- Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** lag währungsbereinigt um 2 % unter dem Vorjahreswert. Während die Vorräte zum Jahresende leicht über dem Vorjahresniveau lagen, gingen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen vor allem infolge des Umsatzminus im Großhandelsgeschäft deutlich zurück. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen lagen zum Geschäftsjahresende ebenfalls leicht unter dem Wert des Vorjahres. Der gleitende Durchschnitt des kurzfristigen operativen Nettovermögens im Verhältnis zum Umsatz auf Basis der letzten vier Quartale belief sich auf 28,7 % (2019: 20,1 %).
- Auf währungsbereinigter Basis lagen die **Vorräte** um 2 % über dem Vorjahresniveau. Dabei wirkten sich die im Zuge der Pandemie vom Konzern erfolgreich implementierten Maßnahmen zur Begrenzung des Anstiegs des Vorratsvermögens sowie die Abschreibung von Beständen positiv auf die Entwicklung der Vorräte aus.

2020		in Mio. EUR	Veränderung in %
Investitionen		80	↘ -59
Free Cashflow		164	↘ -64
Netto- verschuldung		1.004	↘ -3

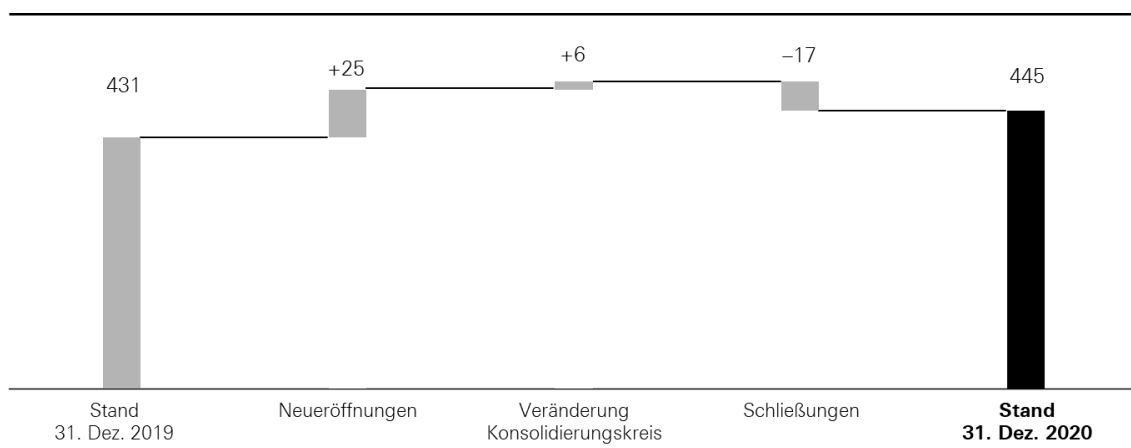
- Aufgrund der frühzeitigen Anpassung des Investitionsbudgets im Rahmen der Maßnahmen zur Sicherung des Cashflows lagen die **Investitionen** mit 80 Mio. EUR deutlich unter dem Vorjahreswert (2019: 192 Mio. EUR). Den Schwerpunkt der Investitionstätigkeit bildeten im Jahr 2020 die Optimierung und

HUGO BOSS

Modernisierung des eigenen Storenetzwerks, der globale Ausbau des eigenen Onlinegeschäfts sowie die IT-Infrastruktur des Konzerns.

- HUGO BOSS hat im Zuge der Pandemie frühzeitig umfangreiche Maßnahmen im Gesamtvolumen von mehr als 600 Mio. EUR zur Sicherung des Cashflows eingeleitet und diese im Jahresverlauf erfolgreich umgesetzt. Der **Free Cashflow** summierte sich im Geschäftsjahr 2020 folglich auf 164 Mio. EUR (2019: 457 Mio. EUR).
- Zur Sicherung seiner finanziellen Flexibilität während der COVID-19-Pandemie hatte HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2020 die Option auf eine Erhöhung seines **revolvierenden Konsortialkredits** auf nunmehr 633 Mio. EUR ausgeübt (31. Dezember 2019: 450 Mio. EUR). Zum Ende des Jahres wurden 105 Mio. EUR des Kredits in Anspruch genommen (31. Dezember 2019: 0 Mio. EUR). Zur weiteren Liquiditätssicherung verfügt der Konzern über **bilaterale Kreditlinien** in Höhe von 198 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 337 Mio. EUR), von denen zum Ende des Berichtszeitraums 161 Mio. EUR beansprucht wurden (31. Dezember 2019: 215 Mio. EUR). Zusätzlich hat sich HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2020 **weitere Kreditzusagen** in Höhe von insgesamt 275 Mio. EUR gesichert, diese jedoch bisher nicht in Anspruch nehmen müssen. Daneben verfügte der Konzern zum Bilanzstichtag über 125 Mio. EUR **liquide Mittel** (31. Dezember 2019: 133 Mio. EUR).
- In diesem Zusammenhang verringerte sich die **Nettoverschuldung** zum Ende des Jahres 2020 geringfügig auf 1.004 Mio. EUR (31. Dezember 2019: 1.040 Mio. EUR). Dabei konnte die Inanspruchnahme des Konsortialkredits insbesondere durch geringere Leasingverbindlichkeiten sowie die erfolgreiche Umsetzung der Maßnahmen zur Sicherung des Cashflows mehr als kompensiert werden. Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16 lag die Nettoverschuldung bei 141 Mio. EUR (2019 ohne Berücksichtigung des IFRS 16: 83 Mio. EUR).

Netzwerk freistehender Einzelhandelsgeschäfte



- Die Anzahl der eigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** erhöhte sich im Geschäftsjahr 2020 um netto 14 auf 445 (2019: 431).
 - Im Geschäftsjahr 2020 eröffneten 24 **BOSS Stores**, hauptsächlich in Asien und Europa, sowie ein **HUGO Store** in Moskau. Zusätzlich werden im Zuge einer Änderung des Konsolidierungskreises seit dem 1. Januar 2020 auch fünf BOSS Stores sowie ein HUGO Store in den Vereinigten Arabischen Emiraten dem eigenen Storenetzwerk zugerechnet. Demgegenüber stand die Schließung von weltweit 17 Stores im Zuge auslaufender Mietverträge.
- Die **Gesamtverkaufsfläche** der eigenen Einzelhandelsgeschäfte erhöhte sich um 3 % und lag zum Jahresende bei rund 161.000 Quadratmetern (31. Dezember 2019: 156.000 Quadratmeter). Der leichte Anstieg reflektiert die selektiven Neueröffnungen im vergangenen Geschäftsjahr einschließlich der neu hinzuzurechnenden sechs Stores in den Vereinigten Arabischen Emiraten.

HUGO BOSS

Prognose 2021

- Auch zum jetzigen Zeitpunkt ist das globale Geschäft von HUGO BOSS noch erheblich von den **Auswirkungen der COVID-19-Pandemie** betroffen. So wird erwartet, dass vor allem im ersten Halbjahr 2021 weitreichende temporäre Storeschließungen infolge anhaltender Lockdowns, eine nach wie vor vielerorts deutliche Einschränkung des öffentlichen Lebens sowie das Andauern der internationalen Reisebeschränkungen auf der Erholung der Branche und somit auch dem Geschäft von HUGO BOSS lasten werden. So waren seit Jahresbeginn durchschnittlich rund 30 % der eigenen Verkaufspunkte infolge anhaltender Lockdowns vorübergehend geschlossen, allen voran in wichtigen europäischen Märkten, darunter Großbritannien und Deutschland.
- HUGO BOSS rechnet folglich damit, dass vor allem das **erste Quartal** noch deutlich von den negativen Auswirkungen der Pandemie beeinträchtigt sein wird. Gleichzeitig erwartet HUGO BOSS für den **weiteren Jahresverlauf** eine spürbare Erholung seines globalen Geschäfts. Dabei sollten sich vor allem die weltweit fortschreitenden Impfkampagnen sowie die vielerorts angestrebte schrittweise Aufhebung der Lockdowns und Einschränkungen des öffentlichen Lebens positiv auf die Geschäftsentwicklung im Jahresverlauf auswirken.
- In diesem Zusammenhang rechnet das Unternehmen für das Geschäftsjahr 2021 zum jetzigen Zeitpunkt damit, dass der **Konzernumsatz** deutlich über dem Niveau des Jahres 2020 liegen wird. Gleichzeitig erwartet HUGO BOSS für 2021 einen starken Anstieg des **EBIT** sowie des **Konzernergebnisses**.
- Darüber hinaus prognostiziert das Unternehmen einen moderaten Anstieg der **Investitionen** im Vergleich zum Vorjahr. Zudem wird erwartet, dass sich das **kurzfristige operative Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz** im Jahr 2021 moderat reduzieren wird.
- Mit Blick auf das insgesamt äußerst herausfordernde Geschäftsjahr 2020 und angesichts der anhaltend hohen Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem weiteren Verlauf der Pandemie beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat, der Hauptversammlung 2021 vorzuschlagen, lediglich die **gesetzliche Mindestdi-**

H U G O B O S S

vidende in Höhe von 0,04 EUR je Aktie zu zahlen. Dadurch will das Unternehmen seine Innenfinanzierungskraft weiter stärken. Ungeachtet dessen bleibt HUGO BOSS jedoch zuversichtlich, auf der Grundlage einer allgemeinen Erholung seines Geschäfts und dank seines stark cashflowgenerierenden Geschäftsmodells auch zukünftig einen deutlich positiven Free Cashflow zu generieren. Dies wiederum sollte es dem Unternehmen ermöglichen, zu einer attraktiven Dividendenpolitik zurückzukehren.

- Weitere Informationen zum **Ausblick von HUGO BOSS** für das Jahr 2021 sind dem [Geschäftsbericht 2020](#) zu entnehmen.

H U G O B O S S

Finanzkalender und Kontakte

11. März 2021

Ergebnisse des Geschäftsjahres 2020,
Bilanzpressekonferenz sowie Telefonkonferenz für Finanzanalysten und Investoren

5. Mai 2021

Ergebnisse des ersten Quartals 2021

11. Mai 2021

Hauptversammlung

4. August 2021

Ergebnisse des zweiten Quartals 2021 & Halbjahresfinanzbericht 2021

4. November 2021

Ergebnisse des dritten Quartals 2021

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Christian Stöhr

Senior Leiter Investor Relations und Unternehmenskommunikation

Phone: +49 7123 94-87563

E-mail: christian_stoehr@hugoboss.com

Carolin Westermann

Leiterin Unternehmenskommunikation

Phone: +49 7123 94-86321

E-mail: carolin_westermann@hugoboss.com

H U G O B O S S

FINANZINFORMATIONEN

zu Q4 2020 und Jan. – Dez. 2020

Es ist möglich, dass sich einzelne Zahlen aufgrund von Rundungen nicht genau zur angegebenen Summe addieren.

HUGO BOSS

Konzernkennzahlen – Quartal

(in Mio. EUR)	Q4 2020	Q4 2019	Veränderung in %	Veränderung in % ¹
Konzernumsatz	583	825	-29	-26
Umsatz nach Segmenten				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	327	499	-34	-32
Amerika	110	169	-35	-28
Asien/Pazifik	124	131	-5	-3
Lizenzen	22	26	-16	-16
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Eigener Einzelhandel	418	579	-28	-24 ²
Großhandel	143	220	-35	-33
Lizenzen	22	26	-16	-16
Umsatz nach Marken				
BOSS	502	715	-30	-27
HUGO	81	110	-26	-23
Umsatz nach Gender				
Menswear	529	748	-29	-26
Womenswear	54	77	-31	-28
Ertragslage				
Rohertrag	358	551	-35	
Rohertragsmarge in %	61,4	66,7	-530 bp	
EBIT	13	124	-89	
EBIT-Marge in %	2,2	15,1	-1.280 bp	
EBITDA	85	226	-62	
EBITDA-Marge in %	14,6	27,4	-1.280 bp	
Konzernergebnis	-19	60	< -100	
Finanzlage				
Investitionen	27	62	-56	
Free Cashflow	55	259	-79	
Abschreibungen	72	102	30	
Weitere Erfolgsfaktoren				
Personalaufwand	149	144	3	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	-0,30	0,87	< -100	
Schlusskurs (zum 31. Dez.)	27,29	43,26	-37	
Aktienanzahl in Stück (zum 31. Dez.)	70.400.000	70.400.000	0	

¹ Währungsbereinigt.

² Auf flächenbereinigter Basis minus 28 %.

HUGO BOSS

Konzernkennzahlen – Gesamtjahr

(in Mio. EUR)	2020 ¹	2019	Veränderung in %	Veränderung in % ²
Konzernumsatz	1.946	2.884	-33	-31
Umsatz nach Segmenten				
Europa inkl. Naher Osten/Afrika	1.231	1.803	-32	-31
Amerika	308	560	-45	-42
Asien/Pazifik	343	438	-22	-20
Lizenzen	64	84	-23	-23
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Eigener Einzelhandel	1.279	1.869	-32	-30 ³
Großhandel	603	931	-35	-34
Lizenzen	64	84	-23	-23
Umsatz nach Marken				
BOSS	1.661	2.488	-33	-32
HUGO	285	396	-28	-27
Umsatz nach Gender				
Menswear	1.759	2.609	-33	-31
Womenswear	187	275	-32	-31
Ertragslage				
Rohertrag	1.187	1.875	-37	
Rohertragsmarge in %	61,0	65,0	-400 bp	
EBIT	-236 ⁴	344	< -100	
EBIT-Marge in %	-12,1 ⁵	11,9	-2.410 bp	
EBITDA	230	707	-68	
EBITDA-Marge in %	11,8	24,5	-1.270 bp	
Konzernergebnis	-219 ⁶	205	< -100	
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 31. Dez.				
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	491	528	-7	-2
Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % vom Umsatz ⁷	28,7	20,1	860 bp	
Langfristige Vermögenswerte	1.516	1.713	-12	
Eigenkapital	760	1.002	-24	
Eigenkapitalquote in %	29,6	34,8	-520 bp	
Bilanzsumme	2.570	2.877	-11	
Finanzlage				
Investitionen	80	192	-59	
Free Cashflow	164	457	-64	
Abschreibungen	465 ⁸	362	28	
Nettoverschuldung (zum 31. Dez.)	1.004	1.040	-4	
Weitere Erfolgsfaktoren				
Mitarbeiter (zum 31. Dez.) ⁹	13.759	14.633	-6	
Personalaufwand	570	659	-14	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	-3,18 ¹⁰	2,97	< -100	
Schlusskurs (zum 31. Dez.)	27,29	43,26	-37	
Aktienanzahl in Stück (zum 31. Dez.)	70.400.000	70.400.000	0	

¹ Unter Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen in Höhe von 110 Mio. EUR im Zusammenhang mit den negativen Auswirkungen von COVID-19 auf das eigene Einzelhandelsgeschäft.

² Währungsbereinigt.

³ Auf flächenbereinigter Basis minus 32%

⁴ Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen beläuft sich das EBIT auf minus 126 Mio. EUR.

⁵ Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen beläuft sich die EBIT-Marge auf minus 6,5 %.

⁶ Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen beläuft sich das Konzernergebnis auf minus 131 Mio. EUR.

⁷ Gleitender Durchschnitt der letzten vier Quartale.

⁸ Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen belaufen sich die Abschreibungen auf 355 Mio. EUR.

⁹ Vollzeitäquivalent (Full-time equivalent, FTE).

¹⁰ Ohne Berücksichtigung nicht zahlungswirksamer Wertminderungen beläuft sich das Ergebnis je Aktie auf minus 1,90 EUR.

HUGO BOSS

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung – Quartal

(in Mio. EUR)			
	Q4 2020	Q4 2019	Veränderung in %
Umsatzerlöse	583	825	-29
Umsatzkosten	-225	-275	18
Rohertrag	358	551	-35
In % vom Umsatz	61,4	66,7	-530 bp
Operative Aufwendungen	-345	-426	19
In % vom Umsatz	-59,2	-51,7	-750 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-271	-349	23
davon Verwaltungsaufwendungen	-74	-77	3
Operatives Ergebnis (EBIT)	13	124	-89
In % vom Umsatz	2,2	15,1	-1.280 bp
Finanzergebnis	-8	-15	43
Ergebnis vor Ertragsteuern	5	110	-96
Ertragsteuern	-24	-49	52
Konzernergebnis	-19	60	< -100
Ergebnis je Aktie (EUR)¹	-0,30	0,87	< -100

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBIT und EBITDA – Quartal

(in Mio. EUR)			
	Q4 2020	Q4 2019	Veränderung in %
EBIT	13	124	-89
In % vom Umsatz	2,2	15,1	-1.280 bp
Abschreibungen	-72	-102	30
EBITDA	85	226	-62
In % vom Umsatz	14,6	27,4	-1.280 bp

HUGO BOSS

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung – Gesamtjahr

(in Mio. EUR)			
	Jan. - Dez. 2020	Jan. - Dez. 2019	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.946	2.884	-33
Umsatzkosten	-759	-1.009	25
Rohertrag	1.187	1.875	-37
In % vom Umsatz	61,0	65,0	-400 bp
Operative Aufwendungen	-1.423	-1.531	7
In % vom Umsatz	-73,1	-53,1	-2,000 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-1.138	-1.235	8
davon Wertminderungen ¹	-110	-10	< -100
davon Verwaltungsaufwendungen	-285	-296	4
Operatives Ergebnis (EBIT)	-236	344	< -100
In % vom Umsatz	-12,1	11,9	-2.410 bp
Finanzergebnis	-38	-39	3
Ergebnis vor Ertragsteuern	-273	306	< -100
Ertragsteuern	54	-100	> 100
Konzernergebnis	-219	205	< -100
Ergebnis je Aktie (EUR)²	-3,18	2,97	< -100
Ertragsteuerquote in %	20	33	

¹ Nicht zahlungswirksame Wertminderungen im Zusammenhang mit den negativen Auswirkungen von COVID-19 auf das eigene Einzelhandelsgeschäft.

² Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBIT und EBITDA – Gesamtjahr

(in Mio. EUR)			
	Jan. - Dez. 2020	Jan. - Dez. 2019	Veränderung in %
EBIT	-236	344	< -100
In % vom Umsatz	-12,1	11,9	-2.410 bp
Abschreibungen	-465	-362	-28
EBITDA	230	707	-68
In % vom Umsatz	11,8	24,5	-1.270 bp

HUGO BOSS

Konzernbilanz

(in Mio. EUR)		
Aktiva	31. Dezember 2020	31. Dezember 2019
Sachanlagen	408	517
Immaterielle Vermögenswerte ¹	170	177
Nutzungsrechte an Leasingobjekten ¹	744	898
Aktive latente Steuern	171	98
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	21	22
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1	2
Langfristige Vermögenswerte	1.516	1.713
Vorräte	618	627
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	172	216
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	18	33
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	21	32
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	100	123
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	125	133
Kurzfristige Vermögenswerte	1.055	1.164
GESAMT	2.570	2.877
Passiva		
	31. Dezember 2020	31. Dezember 2019
Gezeichnetes Kapital	70	70
Eigene Aktien	-42	-42
Kapitalrücklage	0	0
Gewinnrücklagen	706	933
Kumuliertes übriges Eigenkapital	19	40
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	754	1.002
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	6	0
Konzerner Eigenkapital	760	1.002
Langfristige Rückstellungen	91	87
Langfristige Finanzverbindlichkeiten ¹	196	106
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	649	789
Passive latente Steuern	13	11
Sonstige langfristige Schulden ¹	2	0
Langfristige Schulden	951	994
Kurzfristige Rückstellungen	118	92
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten ¹	85	118
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	213	168
Ertragsteuerschulden	42	66
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	299	315
Sonstige kurzfristige Schulden ¹	104	124
Kurzfristige Schulden	860	882
GESAMT	2.570	2.877

¹ Die für den 31. Dezember 2019 dargestellten Beträge weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den im Vorjahr berichteten Werten ab.

Kurzfristiges operatives Nettovermögen (TNWC)

(in Mio. EUR)				
	31. Dezember 2020	31. Dezember 2019	Veränderung in %	Währungs-bereinigte Veränderung in %
Vorräte	618	627	-1	2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	172	216	-20	-18
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	299	315	-5	-4
TNWC	491	528	-7	-2

HUGO BOSS

Konzernkapitalflussrechnung

(in Mio. EUR)

	Jan. – Dez. 2020	Jan. – Dez. 2019
Konzernergebnis	-219	205
Abschreibungen/Zuschreibungen	465	362
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	21	-4
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	-1	1
Ertragsteueraufwand/-ertrag	-54	100
Zinserträge und -aufwendungen	26	31
Veränderung der Vorräte	-5	4
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	65	9
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-44	38
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	-2	-1
Veränderung Pensionsrückstellungen	-8	-12
Veränderung übrige Rückstellungen	28	-5
Gezahlte Ertragsteuern	-32	-77
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	240	652
Investitionen in Sachanlagen	-58	-158
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-20	-34
Erwerb von Tochtergesellschaften und sonstigen Geschäftseinheiten	2	0
Erwerb von Gruppen von Vermögenswerten	0	-4
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	0	0
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-76	-195
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	-3	-186
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-57	0
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	105	0
Tilgung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	0	-35
Tilgung von kurz- und langfristigen Leasingverbindlichkeiten	-187	-227
Gezahlte Zinsen	-28	-25
Erhaltene Zinsen	2	2
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-167	-472
Änderungen des Konsolidierungskreises	0	0
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-4	1
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-7	-14
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	133	147
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	125	133

Free Cashflow

(in Mio. EUR)

	Jan. – Dez. 2020	Jan. – Dez. 2019
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	240	652
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-76	-195
Free Cashflow	164	457

HUGO BOSS

Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte

	Freistehende Geschäfte	Shop-in-Shops	Outlets	GESAMT
31. Dez. 2020				
Europa	212	302	75	589
Amerika	92	105	54	251
Asien/Pazifik	141	105	71	317
GESAMT	445	512	200	1.157
31. Dez. 2019				
Europa	203	311	70	584
Amerika	94	84	50	228
Asien/Pazifik	134	109	58	301
GESAMT	431	504	178	1.113