

Metzingen, 7. März 2024

HUGO BOSS MIT REKORDJAHR 2023 – WEITERE UMSATZ- UND ERGEBNIS- VERBESSERUNGEN FÜR 2024 GEPLANT

Geschäftsjahr 2023

- Konzernumsatz steigt währungsbereinigt um 18 % auf ein Rekordniveau von 4,2 Mrd. EUR
- EBIT wächst um 22 % auf 410 Mio. EUR; EBIT-Marge steigt um 60 Basispunkte auf 9,8 %
- Dividendenvorschlag in Höhe von 1,35 EUR um 35 % über Vorjahr

Ausblick 2024

- Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie steht weiterhin klar im Mittelpunkt
- Sicherstellung der Kontinuität im Vorstand durch Wiederbestellung der Vorstandsmitglieder
- Konzernumsatz soll zwischen 3 % und 6 % auf rund 4,30 Mrd. EUR bis 4,45 Mrd. EUR steigen
- EBIT soll um 5 % bis 15 % auf rund 430 Mio. EUR bis 475 Mio. EUR zulegen; Verbesserung der EBIT-Marge auf ein Niveau zwischen 10,0 % und 10,7 % geplant

„CLAIM 5“ Ambition

- Verstärkte Nutzung der Business-Plattform zur Erzielung weiterer Effizienz- und Profitabilitätssteigerungen
- Erreichen des Umsatzziels von 5 Mrd. EUR könnte sich angesichts des schwachen Konsumklimas leicht verzögern
- EBIT-Margenziel für 2025 von mindestens 12% bestätigt

HUGO BOSS blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2023 mit starken Umsatz- und Ergebnisverbesserungen zurück. Diese Entwicklung spiegelt in erster Linie die robuste Markendynamik von BOSS und HUGO wider, die auf die weitere konsequente Umsetzung wichtiger Marken-, Produkt- und Vertriebsinitiativen im Rahmen der „CLAIM 5“-Strategie des Unternehmens zurückzuführen ist. Sowohl BOSS als auch HUGO konnten 2023 ihren Wachstumskurs fortsetzen und weitere Marktanteile erzielen. Dadurch hat HUGO BOSS seine im Laufe des Jahres zweimal nach oben angepassten Umsatz- und Ergebnisziele für das Geschäftsjahr 2023 erreicht.

„2023 war für HUGO BOSS ein weiteres überaus erfolgreiches Jahr,“ sagt Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender von HUGO BOSS. „Im zweiten vollen Jahr der Umsetzung unserer Wachstumsstrategie ‚CLAIM 5‘ haben wir große Fortschritte in sämtlichen Geschäftsbereichen erzielt und die Dynamik von BOSS und HUGO weiter beschleunigt. Diese Erfolge belegen, dass

wir mit ‚CLAIM 5‘ die richtige Strategie haben, um das volle Potenzial unserer Marken zu erschließen.“

HUGO BOSS verzeichnet 2023 starke Umsatz- und Ergebnisverbesserungen

Wie im Januar 2024 angekündigt, legte der Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2023 währungsberichtigt um 18 % zu. In Berichtswährung stieg der Umsatz um 15 % auf ein Rekordniveau von 4.197 Mio. EUR (2022: 3.651 Mio. EUR). Damit überschritt HUGO BOSS erstmals in seiner Geschichte die Umsatzmarke von 4 Mrd. EUR und übertraf sein ursprüngliches mittelfristiges Umsatzziel zwei Jahre früher als geplant. Das Wachstum stand erneut auf breiter Basis, da beide Marken, alle Regionen und sämtliche Vertriebskanäle zweistellige Umsatzverbesserungen erzielten.

Gleichzeitig verzeichnete HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2023 deutliche Ergebnisverbesserungen, wobei das operative Ergebnis (EBIT) um 22 % auf 410 Mio. EUR stieg (2022: 335 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist hauptsächlich auf die Umsatzentwicklung zurückzuführen, die weitere Investitionen in das Geschäft mehr als ausglich. Infolgedessen stieg die EBIT-Marge um 60 Basispunkte auf ein Niveau von 9,8 % (2022: 9,2 %).

Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie steht weiterhin klar im Mittelpunkt

Nach mehr als zwei Jahren erfolgreicher Strategieumsetzung hat HUGO BOSS eine wichtige Grundlage für nachhaltiges und profitables Wachstum geschaffen. Auch im laufenden Jahr wird das Unternehmen daher auf der wiedererlangten Markenstärke von BOSS und HUGO aufbauen und deren Relevanz weiter steigern. Nachdem HUGO BOSS in den letzten Jahren seine Position bei den Konsumenten erfolgreich gefestigt hat, wird das Unternehmen in Zukunft einen noch stärkeren Fokus auf die Interaktion mit ihnen legen, um sie langfristig an sich zu binden. Damit im Zusammenhang stehen Investitionen in markenbildende Initiativen und eine stetige Verbesserung des Produktangebotes, um so das 24/7-Lifestyle-Image der Marken zu festigen. Der kürzlich erfolgte Launch der Frühjahr/Sommer-2024-Kollektionen von BOSS und HUGO, einschließlich der Einführung von HUGO Blue, markiert das nächste Kapitel von „CLAIM 5“.

Um weiteres Wachstum und Effizienzsteigerungen zu erzielen, wird HUGO BOSS auch künftig seinen hochwertigen Vertriebskanalmix nutzen. Ziel ist es, ein nahtloses Markenerlebnis zu schaffen und Synergien über alle Kundenkontaktpunkte hinweg zu heben. Dazu gehört auch der anhaltende Roll-out der neuesten BOSS und HUGO Storekonzepte. Mit mehr als 200 modernisierten Stores weltweit hat HUGO BOSS die Umsetzung seines Omnichannel-Ansatzes erfolgreich beschleunigt, und somit das Einkaufserlebnis weiter verbessert und zugleich Produktivitätssteigerungen erzielt. Darüber hinaus setzt HUGO BOSS auch auf die kontinuierliche Optimierung seiner operativen Plattform, um die Effektivität und Effizienz weiter zu steigern. In diesem Zusammenhang wird das Unternehmen einen besonderen Schwerpunkt auf die Digitalisierung und die Nutzung von künstlicher Intelligenz in den Bereichen

Beschaffung, Produktion und Logistik legen. Insgesamt bilden diese strategischen Initiativen eine robuste Grundlage für künftige Umsatz- und Ergebnisverbesserungen.

Vorzeitige Wiederbestellung der Vorstände zur Wahrung der unternehmerischen Kontinuität

Um Kontinuität und den langfristigen unternehmerischen Erfolg sicherzustellen, hat der Aufsichtsrat von HUGO BOSS mit Wirkung zum 1. April 2024 die langfristige Besetzung des Vorstands beschlossen. Wie am 6. März bekannt gegeben, wurde Daniel Grieder als Vorstandsvorsitzender und CEO von HUGO BOSS für den Zeitraum bis zum 31. Dezember 2028 wiederbestellt. Gleichzeitig wurde Oliver Timm, zusätzlich zu seiner Rolle als CSO von HUGO BOSS, zum stellvertretenden CEO bestellt. Bereits im März 2023 wurde er als CSO für den Zeitraum bis zum 31. Dezember 2026 wiederbestellt. Ebenfalls am 6. März wurde Yves Müller als CFO und COO von HUGO BOSS für den Zeitraum bis zum 31. Dezember 2027 wiederbestellt. Mit der langfristigen und zeitlich gestaffelten Bestellung aller Vorstandsmitglieder stellt der Aufsichtsrat wichtige Weichen für die Zukunft von HUGO BOSS, mit dem Ziel der weiteren erfolgreichen Umsetzung von „CLAIM 5“.

HUGO BOSS strebt weitere Marktanteilsgewinne im Jahr 2024 und darüber hinaus an

Angesichts der wiedergewonnenen Markendynamik und der weiteren konsequenten Umsetzung von „CLAIM 5“ ist HUGO BOSS zuversichtlich, seinen Wachstumskurs erfolgreich fortsetzen zu können. Insbesondere will das Unternehmen auch in den kommenden Jahren weitere Marktanteile gewinnen. In diesem Zusammenhang erwartet HUGO BOSS für das Geschäftsjahr 2024 einen Anstieg des Konzernumsatzes in Berichtswährung von 3 % bis 6 % auf ein Niveau von rund 4,30 Mrd. EUR bis 4,45 Mrd. EUR. Mit der Prognose berücksichtigt das Unternehmen das anhaltend schwache Konsumklima, das derzeit die weltweiten Konsumausgaben, insbesondere in verschiedenen europäischen Märkten, belastet. Geopolitische Spannungen, einschließlich der unvermindert andauernden Konflikte in der Ukraine und im Nahen Osten, stellen im Jahr 2024 eine zusätzliche Unsicherheit dar.

Vor dem Hintergrund der anhaltenden makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten könnte sich die Erreichung des Umsatzziels für das Jahr 2025 in Höhe von 5 Mrd. EUR leicht verzögern. Ungeachtet dessen sieht HUGO BOSS im Rahmen von „CLAIM 5“ unverändert erhebliche Wachstumschancen. Das Unternehmen ist daher weiterhin fest entschlossen, diese Chancen im Jahr 2024 und darüber hinaus auszuschöpfen – sei es aus Marken-, Produkt-, Vertriebs- oder regionaler Sicht.

„Mit ‚CLAIM 5‘ haben wir eine wichtige Grundlage für nachhaltigen, langfristigen Erfolg geschaffen“, sagt Daniel Grieder. „Wir werden auf dieser Grundlage weiter aufbauen und unsere zahlreichen Wachstumschancen ergreifen, auch wenn das makroökonomische und geopolitische Umfeld unsicher bleibt. Während wir unseren Wachstumskurs fortsetzen, werden wir unsere operative Umsetzung weiter verbessern, die Effektivität erhöhen und dank unserer starken Plattform deutliche Effizienzsteigerungen erzielen.“

EBIT-Margenziel von mindestens 12 % bis 2025 bestätigt

HUGO BOSS blickt weiterhin sehr positiv auf seine zukünftigen Ertragschancen. Das Unternehmen strebt eine deutliche Verbesserung der Profitabilität an, wobei das EBIT auch in den kommenden Jahren stärker als der Umsatz wachsen soll. Dementsprechend bestätigt HUGO BOSS sein Ziel, die EBIT-Marge bis 2025 auf mindestens 12 % zu steigern. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet das Unternehmen das EBIT zwischen 5 % und 15 % auf ein Niveau von rund 430 Mio. EUR bis 475 Mio. EUR zu steigern. Die EBIT-Marge soll demnach 2024 auf ein Niveau zwischen 10,0 % und 10,7 % steigen.

Die erwarteten Profitabilitätsverbesserungen gehen in erster Linie auf die in den vergangenen Jahren geschaffene, robuste organisatorische und operative Plattform des Unternehmens zurück. Diese wird es HUGO BOSS ermöglichen, seine operative Umsetzung weiter zu verbessern und die Effektivität zu erhöhen um in Zukunft deutliche Effizienzsteigerungen zu erzielen. Das Unternehmen strebt vor allem eine weitere Optimierung seiner Business-Operations-Plattform an. Dazu gehört die effektive Ausrichtung der globalen Beschaffungsaktivitäten, aber auch die Optimierung der Lieferantenzuteilung und der Transportarten. Insgesamt werden diese Effekte bereits im Jahr 2024 für erheblichen Rückenwind bei der Entwicklung der Bruttomarge sorgen und damit einen wichtigen Beitrag zur Erreichung des Bruttomargenziels von 62 % bis 64 % bis einschließlich 2025 leisten. Zu dem für 2025 angestrebten EBIT-Margenziel wird auch der unverminderte Fokus auf die weitere Optimierung der Betriebskostenstruktur beitragen. Neben einem besonderen Schwerpunkt auf der kontinuierlichen Verbesserung der Kosteneffizienz im stationären Einzelhandel und in den Zentralfunktionen gehört dazu auch die allgemeine Komplexitätsreduzierung der Kollektionen beider Marken.

Vorschlag zur Erhöhung der Dividende um 35 % für das Geschäftsjahr 2023

Angesichts der starken operativen und finanziellen Geschäftsentwicklung im Jahr 2023, der äußerst soliden Finanzlage und des Vertrauens des Managements in die langfristigen Wachstumschancen des Unternehmens, beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat, der Hauptversammlung am 14. Mai 2024 eine Dividende von 1,35 EUR je Aktie für das Geschäftsjahr 2023 vorzuschlagen. Der Vorschlag entspricht einer Steigerung von 35 % gegenüber dem Vorjahr (2022: 1,00 EUR) und einer Ausschüttungsquote von 36 % des auf Anteilseigner entfallenden Konzernergebnisses (2022: 33 %). Letzteres steht im Einklang mit der im Rahmen von „CLAIM 5“ angestrebten Ausschüttungsquote von 30 % bis 50 %.

Weitere Informationen sind unter group.hugoboss.com zu finden. Dort erscheint auch der [HUGO BOSS Geschäftsberichts 2023](#) mit vielen interaktiven Elementen, spannenden Storys und Videobotschaften aller drei Vorstandsmitglieder.

Ergebnisentwicklung im Geschäftsjahr 2023

GEWINN-UND-VERLUST-RECHNUNG (in Mio. EUR)

	Jan. – Dez. 2023	Jan. – Dez. 2022	Veränderung in %
Umsatzerlöse	4.197	3.651	15
Umsatzkosten	-1.617	-1.395	-16
Bruttoertrag	2.581	2.256	14
In % vom Umsatz	61,5	61,8	-30 bp
Operative Aufwendungen	-2.171	-1.921	-13
In % vom Umsatz	-51,7	-52,6	90 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-1.745	-1.539	-13
davon Verwaltungsaufwendungen	-426	-382	-11
Operatives Ergebnis (EBIT)	410	335	22
In % vom Umsatz	9,8	9,2	60 bp
Finanzergebnis	-53	-50	-7
Ergebnis vor Ertragsteuern	357	285	25
Ertragsteueraufwand	-87	-63	-37
Konzernergebnis	270	222	22
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	258	209	23
Nicht beherrschende Anteile	11	12	-8
Ergebnis je Aktie (in EUR) ¹	3,74	3,04	23
Ertragsteuerquote in %	24	22	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie

- Der Konzernumsatz stieg 2023 währungsbereinigt um 18 % auf ein Rekordniveau von 4.197 Mio. EUR. In Konzernwährung entspricht dies einem Anstieg von 15 %.
 - Auch im Jahr 2023 wurden die Kollektionen von BOSS und HUGO sowohl von Kunden als auch von Großhandelspartnern weltweit sehr gut angenommen. Dank der begleitenden globalen 360°-Markenkampagnen sowie zahlreicher aufsehenerregender Fashionevents verzeichneten BOSS und HUGO das ganze Jahr über eine robuste Dynamik. Mit zweistelligen Umsatzverbesserungen über alle Trageanlässe hinweg stand das Wachstum erneut auf breiter Basis und spiegelte das 24/7-Lifestyle-Image beider Marken voll wider. Insgesamt stieg der währungsbereinigte Umsatz von BOSS Menswear um 16 %, während der Umsatz von BOSS Womenswear im Vergleich zum Vorjahr sogar um 24 % zulegte. Bei HUGO stieg der währungsbereinigte Umsatz um 22 %.
 - Alle Regionen trugen mit zweistelligen Umsatzverbesserungen zum Wachstum im Jahr 2023 bei. In EMEA stieg der währungsbereinigte Umsatz um 13 %, was auf zweistelliges Wachstum in wichtigen Märkten wie Deutschland und Frankreich, sowie eine besonders starke Performance in den Emerging Markets zurückzuführen ist. Mit einem währungsbereinigten Plus von 23 % blieb die Dynamik in Amerika im gesamten Geschäftsjahr 2023 stark, wobei sämtliche Märkte der Region zweistelliges Wachstum verzeichneten, darunter auch der wichtige US-Markt. In Asien/Pazifik lag der währungsbereinigte Umsatz um 32 % über dem Vorjahresniveau, was auf zweistellige Umsatzverbesserungen in China und Südostasien & Pazifik zurückzuführen ist. Der währungsbereinigte Umsatz im Lizenzgeschäft erhöhte sich um 13 %, getragen von einem zweistelligen Plus im wichtigen Geschäft mit Düften.

- Auch aus Vertriebskanalsicht erzielte HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2023 Umsatzverbesserungen auf breiter Basis, mit zweistelligen Zuwächsen entlang sämtlicher Kundenkontaktpunkte. Der währungsbereinigte Umsatz im stationären Einzelhandel (einschließlich freistehender Stores, Shop-in-Shops und Outlets) lag 15 % über dem Vorjahresniveau, was neben einer Steigerung der Flächenproduktivität auch auf eine Ausweitung der Gesamtverkaufsfläche zurückzuführen ist. Ersteres spiegelt auch die erfolgreiche Umsetzung verschiedener strategischer Initiativen zur weiteren Optimierung und Modernisierung des weltweiten Storenetzwerkes wider, darunter der Rollout der neuesten Storekonzepte für BOSS und HUGO. Im stationären Großhandel stieg der währungsbereinigte Umsatz im Geschäftsjahr 2023 um 18 %. Diese Entwicklung spiegelt das 24/7-Lifestyle-Image der Marken sowie die anhaltend hohe Nachfrage nach den BOSS und HUGO Kollektionen wider, die es beiden Marken ermöglichte, ihre Sichtbarkeit weiter zu verbessern und weltweit Marktanteile zu gewinnen. Gleichzeitig wurde das Wachstum durch die weitere Expansion des Franchise-Geschäfts, insbesondere in aufstrebenden Märkten, unterstützt. Das digitale Geschäft des Konzerns setzte seinen zweistelligen Wachstumskurs erfolgreich fort. So stieg der währungsbereinigte Umsatz um 26 %, was sowohl auf zweistellige Umsatzverbesserungen bei hugoboss.com als auch auf deutliche Zuwächse bei den mit Partnern erzielten digitalen Umsätzen zurückzuführen ist. Insgesamt belief sich der Anteil des digitalen Geschäfts am Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2023 damit auf 19 % (2022: 18 %).
- Die Bruttomarge lag im Geschäftsjahr 2023 mit 61,5 % um 30 Basispunkte unter dem Niveau des Vorjahres. Positive Effekte niedrigerer Frachtkosten wurden durch eine unvorteilhafte Entwicklung der Wechselkurse sowie ein gegen Ende des Jahres zunehmend rabattintensives Umfeld mehr als ausgeglichen.
- Die operativen Aufwendungen erhöhten sich im Geschäftsjahr 2023 um 13 %, was sowohl auf einen Anstieg der Vertriebs- und Marketingaufwendungen als auch auf höhere Verwaltungsaufwendungen zurückzuführen ist. Im Verhältnis zum Umsatz reduzierten sich die operativen Aufwendungen hingegen um 90 Basispunkte auf ein Niveau von 51,7 %. Weitere Effizienzsteigerungen, insbesondere im stationären Einzelhandel, konnten dabei wichtige Investitionen in das Geschäft im Rahmen von „CLAIM 5“ mehr als ausgleichen.
 - Die Vertriebs- und Marketingaufwendungen stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 13 %, was vor allem auf einen Anstieg der Logistik-, der variablen Miet- und der Personalaufwendungen angesichts der starken Umsatzdynamik zurückzuführen ist. Darüber hinaus steht die Entwicklung auch im Zusammenhang mit höheren Marketinginvestitionen, die im Wesentlichen die erfolgreichen Markenkampagnen und Fashionevents von BOSS und HUGO im Jahresverlauf widerspiegeln. Insgesamt stiegen die Marketingaufwendungen um 14 % auf 328 Mio. EUR, was 7,8 % des Konzernumsatzes entspricht (2022: 288 Mio. EUR; 7,9 % des Umsatzes). Somit lagen die Marketingaufwendungen im Einklang mit dem im Rahmen von „CLAIM 5“ formulierten Zielkorridor von 7 % bis 8 %. Die Aufwendungen für das stationäre Einzelhandels-geschäft beliefen sich im Geschäftsjahr 2023 auf 870 Mio. EUR, was einem Anstieg von

8 % gegenüber dem Vorjahr entspricht (2022: 807 Mio. EUR). Im Verhältnis zum Umsatz verbesserten sich die Aufwendungen für das stationäre Einzelhandelsgeschäft auf ein Niveau von 20,7 % (2022: 22,1 %). Insgesamt reduzierten sich die Vertriebs- und Marketingaufwendungen im Verhältnis zum Umsatz um 60 Basispunkte auf ein Niveau von 41,6 % (2022: 42,1 %).

- Die Verwaltungsaufwendungen lagen im Jahr 2023 um 11 % über dem Vorjahr. Diese Entwicklung ist vor allem auf die anhaltenden Investitionen in die Organisation und ihre Mitarbeiter zurückzuführen, die zu höheren Personalaufwendungen und einem Anstieg der Investitionen in den Digitalbereich geführt haben. Insgesamt sanken die Verwaltungsaufwendungen im Verhältnis zum Umsatz um 30 Basispunkte auf ein Niveau von 10,1 % (2022: 10,5 %).
- Das operative Ergebnis (EBIT) erhöhte sich im Geschäftsjahr 2023 um 22 % auf 410 Mio. EUR. Diese Entwicklung ist auf die starke Umsatzentwicklung zurückzuführen, die es dem Unternehmen ermöglichte, trotz der anhaltenden Investitionen in das Geschäft sowie der leicht rückläufigen Bruttomarge einen unterproportionalen Anstieg der operativen Aufwendungen zu erzielen. Infolgedessen legte die EBIT-Marge des Konzerns um 60 Basispunkte auf 9,8 % zu.
- Die Nettofinanzaufwendungen (Finanzergebnis) beliefen sich im Geschäftsjahr 2023 auf 53 Mio. EUR und lagen damit 7 % über dem Vorjahresniveau. So verzeichnete das Unternehmen höhere Zinsaufwendungen bei der Bilanzierung von Leasingverträgen nach IFRS 16, was das insgesamt höhere Zinsniveau widerspiegelt.
- Die Konzernsteuerquote lag leicht über dem Vorjahr und normalisierte sich somit schrittweise auf ein Niveau von 24 %. Im Vorjahr hatten geringer als erwartet ausfallende Steuernachzahlungen und die Neubewertung aktiver latenter Steuern zu einer besonders niedrigen Steuerquote geführt.
- Das Konzernergebnis belief sich im Geschäftsjahr 2023 folglich auf 270 Mio. EUR und lag damit um 22 % über dem Vorjahresniveau. Das auf die Anteilseigner entfallende Konzernergebnis stieg um 23 % auf 258 Mio. EUR, während das Ergebnis je Aktie im Geschäftsjahr 2023 um 23 % auf 3,74 EUR zulegte.

Vermögens- und Finanzlage im Geschäftsjahr 2023

31. Dezember 2023	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
TNWC	870	42	46
Vorräte	1.066	9	11

- Das kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC) stieg währungsbereinigt um 46 %, was in erster Linie eine höhere Vorratsposition widerspiegelt, die das Wachstum in sämtlichen Vertriebskanälen unterstützen soll. Der gleitende Durchschnitt des TNWC im Verhältnis zum Umsatz auf Basis der letzten vier Quartale lag bei 20,8 % (2022: 15,0 %).
 - Die Vorräte stiegen währungsbereinigt um 11 %, wobei der überwiegende Teil des Bestands auf Kernprodukte sowie neue Ware für aktuelle und kommende Kollektionen entfällt, mit dem Ziel, die Umsatzdynamik weiter zu unterstützen. Angesichts der eingeleiteten Maßnahmen zur Optimierung der Vorräte verzeichnete das Unternehmen gegen Ende des Geschäftsjahres 2023 eine schrittweise Normalisierung des Vorratsbestands, und erzielte einen Rückgang von 8 % im Vergleich zu Q3 2023. Infolgedessen lagen die Vorräte im Verhältnis zum Konzernumsatz bei 25,4 % und damit unter dem Vorjahresniveau (2022: 26,7 %). Vor diesem Hintergrund bleibt HUGO BOSS zuversichtlich, den Vorratsbestand bis 2025 auf ein Niveau von unter 20 % des Konzernumsatzes zu verbessern. Gleichzeitig verzeichneten die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen einen spürbaren Anstieg, was vor allem auf die starke Performance im Großhandel sowie auf den weiteren Ausbau des globalen Franchise-Geschäfts zurückzuführen ist. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen lagen hingegen ein Stück weit unter dem Niveau des Vorjahres. Dies ist in erster Linie auf ein geringeres Auftragsvolumen im Rahmen der Maßnahmen zur Reduzierung des Bestands an Kernprodukten zurückzuführen.

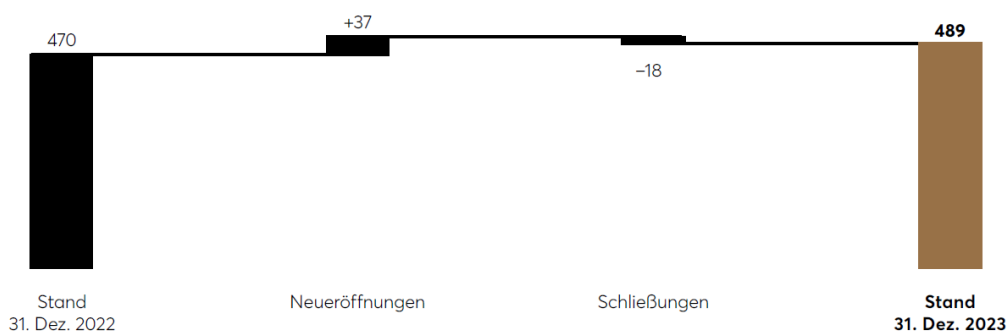
2023	in Mio. EUR	Veränderung in %
Investitionen	298	55
Free Cashflow	96	-42
Nettofinanzposition ¹	-213	< -100

¹ Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16.

- Die Investitionen stiegen im Jahr 2023 um 55 % auf 298 Mio. EUR (2022: 192 Mio. EUR). Der weitere Anstieg der Investitionen zielt darauf ab, die erfolgreiche Umsetzung von „CLAIM 5“ zu unterstützen, insbesondere durch höhere Investitionen in das globale Storenetzwerk, die weitere Digitalisierung des Geschäftsmodells sowie den Ausbau der Logistikkapazitäten.

- Der Free Cashflow belief sich im Geschäftsjahr 2023 auf 96 Mio. EUR (2022: 166 Mio. EUR). Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr ist vor allem auf den Anstieg der Investitionen zurückzuführen, der durch die erzielten EBIT-Verbesserungen nur teilweise ausgeglichen werden konnte.
- Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16 belief sich die Nettofinanzposition von HUGO BOSS zum Ende des Geschäftsjahres 2023 auf minus 213 Mio. EUR (31. Dezember 2022: plus 38 Mio. EUR). Unter Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16 belief sich die Nettofinanzposition zum Ende des Geschäftsjahres 2023 auf minus 1.006 Mio. EUR (31. Dezember 2022: minus 767 Mio. EUR).

Netzwerk freistehender Einzelhandelsgeschäfte



- Im Geschäftsjahr 2023 erhöhte sich die Anzahl der eigenen freistehenden Einzelhandelsgeschäfte moderat auf 489.
 - Insgesamt eröffneten weltweit 33 neue BOSS Stores, wobei ein besonderer Fokus auf der Expansion in China lag. Zusätzlich wurden insgesamt vier neue HUGO Stores in EMEA und Amerika eröffnet. Dem gegenüber stand die Schließung von insgesamt 18 Stores in EMEA und Asien/Pazifik im Zuge auslaufender Mietverträge, mit dem Ziel der weiteren Optimierung des Vertriebsnetzwerks.
 - Die Gesamtverkaufsfläche im eigenen Einzelhandel erhöhte sich um 5 % und lag zum Jahresende bei rund 186.000 Quadratmetern (31. Dezember 2022: rund 177.000 Quadratmeter). Die Flächenproduktivität im stationären Einzelhandel erhöhte sich um 4 % auf rund 12.400 EUR pro Quadratmeter (2022: rund 11.900 EUR pro Quadratmeter). Dies steht im Einklang mit dem Ziel des Unternehmens, die Flächenproduktivität bis 2025 um mindestens 3 % pro Jahr auf ein Niveau von über 13.000 EUR pro Quadratmeter zu steigern. Der Anstieg im Jahr 2023 reflektiert in erster Linie die robuste Umsatzentwicklung sowie die erfolgreiche Umsetzung strategischer Initiativen zur weiteren Optimierung und Modernisierung des globalen Storenetzwerks, einschließlich der Einführung der neuesten Storekonzepte für BOSS und HUGO.

Ausblick 2024

AUSBLICK FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2024

	Ergebnis 2023	Prognose 2024
Konzernumsatz	Anstieg um 15 % auf 4.197 Mio. EUR	Anstieg im Bereich zwischen 3 % und 6 %
Umsatzentwicklung nach Regionen		
EMEA	Anstieg um 11 % auf 2.562 Mio. EUR	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich
Amerika	Anstieg um 21 % auf 955 Mio. EUR	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich
Asien/Pazifik	Anstieg um 23 % auf 576 Mio. EUR	Anstieg im hohen einstelligen bis niedrig zweistelligen Prozentbereich
Operatives Ergebnis (EBIT)	Anstieg um 22 % auf 410 Mio. EUR	Anstieg im Bereich zwischen 5 % und 15 % auf rund 430 Mio. EUR bis 475 Mio. EUR
Konzernergebnis	Anstieg um 22 % auf 270 Mio. EUR	Anstieg im Bereich zwischen 5 % und 15 %
Kurzfristiges operatives Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz	20,8%	Verbesserung auf einen Wert in Richtung 20 %
Investitionen	Anstieg um 55 % auf 298 Mio. EUR	Anstieg auf 300 Mio. EUR bis 350 Mio. EUR

- Aufbauend auf der robusten Markendynamik von BOSS und HUGO wird der Fokus von HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2024 auf der weiteren Umsetzung der „CLAIM 5“-Strategie liegen. Insbesondere strebt HUGO BOSS weitere Marktanteilsgewinne sowie weitere Umsatz- und Ergebnisverbesserungen an.
- Das Geschäftsjahr 2024 wird für die globale Bekleidungsindustrie voraussichtlich von anhaltend hohen makroökonomischen Unsicherheiten, einschließlich hoher Inflations- und Zinsniveaus sowie zunehmender geopolitischer Spannungen, geprägt sein, die sich weiterhin negativ auf die weltweite Verbraucherstimmung und die Konsumausgaben auswirken werden.
- Vor diesem Hintergrund erwartet HUGO BOSS für das Jahr 2024 einen Anstieg des Konzernumsatzes in Berichtswährung im Bereich zwischen 3 % und 6 %, wobei sämtliche Segmente zum Wachstum beitragen sollen. So erwartet das Unternehmen für die Region EMEA ein Umsatzwachstum im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich, während der Umsatz in Amerika im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich zulegen sollte. Für die Region Asien/Pazifik ist HUGO BOSS zuversichtlich, im Jahr 2024 ein Wachstum im hohen einstelligen bis niedrig zweistelligen Prozentbereich zu erzielen.
- Gleichzeitig rechnet HUGO BOSS mit einem Anstieg des operativen Ergebnisses (EBIT) zwischen 5 % und 15 % auf rund 430 Mio. EUR bis 475 Mio. EUR. Folglich wird für die EBIT-Marge eine Verbesserung auf einen Wert zwischen 10,0 % und 10,7 % prognostiziert (2023: 9,8 %), wozu eine erwartete Verbesserung der Bruttomarge im Jahr 2024 maßgeblich beitragen sollte. Letztere soll vor allem von der weiteren Optimierung der Business-Operations-Plattform des Unternehmens profitieren, wobei geringere Produktkosten infolge eines Rückgangs der Rohstoffpreise einen zusätzlichen positiven Effekt haben sollten.

- Im Einklang mit dem prognostizierten EBIT-Wachstum erwartet HUGO BOSS auch für das Konzernergebnis eine Verbesserung von 5 % bis 15 % im Jahr 2024.
- Für das kurzfristige operative Nettovermögen in Prozent des Umsatzes geht HUGO BOSS für das Jahr 2024 von einer leichten Verbesserung in Richtung 20 % aus. Insbesondere will das Unternehmen im Jahr 2024 seinen Vorratsbestand weiter optimieren und somit dem Ziel, die Vorräte bis 2025 auf unter 20 % des Konzernumsatzes zu senken, einen wichtigen Schritt näherkommen.
- Die Investitionen werden im Jahr 2024 voraussichtlich auf ein Niveau zwischen 300 Mio. EUR und 350 Mio. EUR steigen. Der Schwerpunkt der Investitionstätigkeit wird auch weiterhin auf der Modernisierung und dem selektiven Ausbau des weltweiten Storenetzwerks des Unternehmens sowie auf der fortschreitenden Digitalisierung des Geschäftsmodells liegen. Gleichzeitig wird HUGO BOSS, im Einklang mit dem strategischen Claim „Organize for Growth“, weiter in den Ausbau seiner Logistikkapazitäten investieren.
- Weitere Informationen zum Ausblick für das Jahr 2024 sind dem [Geschäftsbericht 2023](#) zu entnehmen.

Finanzkalender und Kontakte

2. Mai 2024

Ergebnisse des ersten Quartals 2024

14. Mai 2024

Hauptversammlung

1. August 2024

Ergebnisse des zweiten Quartals 2024 & Halbjahresfinanzbericht 2024

5. November 2024

Ergebnisse des dritten Quartals 2024

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Carolin Westermann

Senior Vice President Global Corporate Communications

Telefon +49 7123 94 – 86321

E-Mail carolin_westermann@hugoboss.com

Christian Stöhr

Senior Vice President Investor Relations

Telefon +49 7123 94 – 87563

E-Mail christian_stoehr@hugoboss.com

HUGO BOSS

FINANZINFORMATIONEN

zu Q4 2023 und Jan. – Dez. 2023

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

Konzernkennzahlen – Quartal

(in Mio. EUR)	Q4 2023	Q4 2022	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	1.177	1.068	10	13
Umsatz nach Marken				
BOSS Menswear	914	831	10	13
BOSS Womenswear	81	74	11	14
HUGO	182	163	11	14
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	680	647	5	7
Amerika	295	258	15	18
Asien/Pazifik	172	137	25	33
Lizenzen	30	26	15	15
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Stationärer Einzelhandel	675	620	9	12
Stationärer Großhandel	235	229	3	6
Digital	236	193	23	25
Lizenzen	30	26	15	15
Ertragslage				
Bruttoertrag	724	655	10	
Bruttomarge in %	61,5	61,4	20 bp	
EBIT	121	104	17	
EBIT-Marge in %	10,3	9,7	60 bp	
EBITDA	219	195	12	
EBITDA-Marge in %	18,6	18,2	40 bp	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	85	70	22	
Finanzlage				
Investitionen	121	88	37	
Free Cashflow	177	69	> 100	
Abschreibungen	98	91	7	
Weitere Erfolgsfaktoren				
Personalaufwand	239	210	14	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	1,23	1,02	22	
Schlusskurs (zum 31. Dez.)	67,46	54,16	25	
Aktienanzahl in Stück (zum 31. Dez.)	70.400.000	70.400.000	0	

Umsatz nach Regionen und Vertriebskanälen – Quartal

EMEA

(in Mio. EUR)	Q4 2023	Q4 2022	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	325	321	1	3
Stationärer Großhandel	176	179	-2	1
Digital	179	147	22	24
Gesamt	680	647	5	7

Amerika

(in Mio. EUR)	Q4 2023	Q4 2022	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	211	186	14	17
Stationärer Großhandel	46	44	5	9
Digital	38	28	35	41
Gesamt	295	258	15	18

Asien/Pazifik

(in Mio. EUR)	Q4 2023	Q4 2022	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	139	113	23	32
Stationärer Großhandel	13	6	> 100	> 100
Digital	19	18	5	11
Gesamt	172	137	25	33

Konzernkennzahlen – Gesamtjahr 2023

(in Mio. EUR)	2023	2022	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz	4.197	3.651	15	18
Umsatz nach Marken				
BOSS Menswear	3.256	2.868	14	16
BOSS Womenswear	288	239	21	24
HUGO	653	545	20	22
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	2.562	2.303	11	13
Amerika	955	789	21	23
Asien/Pazifik	576	467	23	32
Lizenzen	104	92	13	13
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Stationärer Einzelhandel	2.262	2.016	12	15
Stationärer Großhandel	1.033	895	15	18
Digital	798	648	23	26
Lizenzen	104	92	13	13
Ertragslage				
Bruttoertrag	2.581	2.256	14	
Bruttomarge in %	61,5	61,8	-30 bp	
EBIT	410	335	22	
EBIT-Marge in %	9,8	9,2	60 bp	
EBITDA	752	680	11	
EBITDA-Marge in %	17,9	18,6	-70 bp	
Auf die Anteilseigner entfallendes Konzernergebnis	258	209	23	
Vermögenslage und Kapitalstruktur zum 31. Dez.				
Kurzfristiges operatives Nettovermögen	870	613	42	46
Kurzfristiges operatives Nettovermögen in % vom Umsatz ¹	20,8	15,0	580 bp	
Langfristige Vermögenswerte	1.681	1.535	9	
Eigenkapital	1.311	1.135	15	
Eigenkapitalquote in %	38	36	140 bp	
Bilanzsumme	3.472	3.127	11	
Finanzlage				
Investitionen	298	192	55	
Free Cashflow	96	166	-42	
Abschreibungen	342	345	-1	
Nettoverschuldung (zum 31. Dez.)	1.006	767	31	
Weitere Erfolgsfaktoren				
Mitarbeiter (zum 31. Dez.) ²	18.738	16.930	11	
Personalaufwand	918	794	16	
Aktien (in EUR)				
Ergebnis je Aktie	3,74	3,04	23	
Dividende je Aktie	1,35 ³	1,00	35	
Schlusskurs (zum 31. Dez.)	67,46	54,16	25	
Aktienanzahl in Stück (zum 31. Dez.)	70.400.000	70.400.000	0	

¹ Gleitender Durchschnitt der letzten vier Quartale.

² Vollzeitäquivalent (Full-time equivalent, FTE).

³ Dividendenvorschlag.

Umsatz nach Regionen und Vertriebskanälen – Gesamtjahr 2023

EMEA

(in Mio. EUR)	2023	2022	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	1.133	1.074	6	7
Stationärer Großhandel	813	716	13	16
Digital	616	513	20	22
Gesamt	2.562	2.303	11	13

Amerika

(in Mio. EUR)	2023	2022	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	648	551	18	20
Stationärer Großhandel	182	150	21	23
Digital	125	89	41	45
Gesamt	955	789	21	23

Asien/Pazifik

(in Mio. EUR)	2023	2022	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	481	392	23	31
Stationärer Großhandel	39	29	36	41
Digital	56	47	21	28
Gesamt	576	467	23	32

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung – Quartal

(in Mio. EUR)	Q4 2023	Q4 2022	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.177	1.068	10
Umsatzkosten	-453	-413	-10
Bruttoertrag	724	655	10
In % vom Umsatz	61,5	61,4	20 bp
Operative Aufwendungen	-603	-552	-9
In % vom Umsatz	-51,2	-51,7	40 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-496	-450	-10
davon Verwaltungsaufwendungen	-107	-101	-6
Operatives Ergebnis (EBIT)	121	104	17
In % vom Umsatz	10,3	9,7	60 bp
Finanzergebnis	-14	-22	37
Ergebnis vor Ertragsteuern	107	82	31
Ertragsteueraufwand	-17	-6	< -100
Konzernergebnis	90	75	20
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	85	70	22
Nicht beherrschende Anteile	5	5	-7
Ergebnis je Aktie (EUR) ¹	1,23	1,02	22
Ertragsteuerquote in %	16	8	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBIT und EBITDA – Quartal

(in Mio. EUR)	Q4 2023	Q4 2022	Veränderung in %
EBIT	121	104	17
In % vom Umsatz	10,3	9,7	60 bp
Abschreibungen	-98	-91	-7
EBITDA	219	195	12
In % vom Umsatz	18,6	18,2	40 bp

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung – Gesamtjahr 2023

(in Mio. EUR)	2023	2022	Veränderung in %
Umsatzerlöse	4.197	3.651	15
Umsatzkosten	-1.617	-1.395	-16
Bruttoertrag	2.581	2.256	14
In % vom Umsatz	61,5	61,8	-30 bp
Operative Aufwendungen	-2.171	-1.921	-13
In % vom Umsatz	-51,7	-52,6	90 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-1.745	-1.539	-13
davon Verwaltungsaufwendungen	-426	-382	-11
Operatives Ergebnis (EBIT)	410	335	22
In % vom Umsatz	9,8	9,2	60 bp
Finanzergebnis	-53	-50	-7
Ergebnis vor Ertragsteuern	357	285	25
Ertragsteueraufwand	-87	-63	-37
Konzernergebnis	270	222	22
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	258	209	23
Nicht beherrschende Anteile	11	12	-8
Ergebnis je Aktie (EUR) ¹	3,74	3,04	23
Ertragsteuerquote in %	24	22	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

EBIT und EBITDA – Gesamtjahr 2023

(in Mio. EUR)	2023	2022	Veränderung in %
EBIT	410	335	22
In % vom Umsatz	9,8	9,2	60 bp
Abschreibungen	-342	-345	1
EBITDA	752	680	11
In % vom Umsatz	17,9	18,6	-70 bp

Konzernbilanz

(in Mio. EUR)	31. Dezember 2023	31. Dezember 2022
Aktiva		
Sachanlagen	604	471
Immaterielle Vermögenswerte	196	177
Nutzungsrechte an Leasingobjekten	722	708
Aktive latente Steuern	130	151
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	27	26
Sonstige langfristige Vermögenswerte	2	2
Langfristige Vermögenswerte	1.681	1.535
Vorräte	1.066	974
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	376	256
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	23	23
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	54	41
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	127	150
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	118	147
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte ¹	27	0
Kurzfristige Vermögenswerte	1.791	1.592
Gesamt	3.472	3.127
Passiva		
Gezeichnetes Kapital	70	70
Eigene Aktien	-42	-42
Andere Kapitalrücklagen	4	2
Gewinnrücklagen	1.201	1.022
Kumuliertes übriges Eigenkapital	60	65
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	1.293	1.117
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	18	19
Konzerneigenkapital	1.311	1.135
Langfristige Rückstellungen	109	92
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	316	89
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	624	605
Passive latente Steuern	19	10
Sonstige langfristige Schulden	2	2
Langfristige Schulden	1.071	798
Kurzfristige Rückstellungen	92	123
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	24	33
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	169	199
Ertragsteuerschulden	7	20
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	572	617
Sonstige kurzfristige Schulden	207	201
Zur Veräußerung gehaltene Verbindlichkeiten ¹	19	0
Kurzfristige Schulden	1.090	1.193
Gesamt	3.472	3.127

¹ HUGO BOSS überprüft derzeit sein Geschäftsmodell in Russland. Dies schließt Überlegungen ein, dieses in ein Großhandelsgeschäft zu überführen. Infolge dessen hat das Unternehmen sämtliche diesbezüglichen Vermögenswerte und Schulden zum 31. Dezember 2023 als zur Veräußerung gehalten klassifiziert.

Kurzfristiges operatives Nettovermögen (TNWC)

(in Mio. EUR)	31. Dezember 2023	31. Dezember 2022	Veränderung in %	Währungs-bereinigte Veränderung in %
Vorräte	1.066	974	9	11
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	376	256	46	47
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	572	617	-7	-8
Kurzfristiges operatives Nettovermögen (TNWC)	870	613	42	46

Konzernkapitalflussrechnung

(in Mio. EUR)	Jan. – Dez. 2023	Jan. – Dez. 2022
Konzernergebnis	270	222
Abschreibungen/Zuschreibungen	342	345
Ergebnis aus der Nettoposition der monetären Posten gemäß IAS 29	1	-1
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto	13	13
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge	4	9
Ertragsteueraufwand/-ertrag	87	63
Zinserträge und -aufwendungen	45	24
Veränderung der Vorräte	-100	-361
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	-123	-84
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-51	182
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	5	-6
Veränderung Pensionsrückstellungen	-10	-5
Veränderung übrige Rückstellungen	-18	31
Gezahlte Ertragsteuern	-71	-75
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	394	357
Investitionen in Sachanlagen	-247	-151
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-50	-39
Investitionen in Finanzanlagen	0	-4
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-2	0
Erhaltene Zinsen	1	3
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-298	-192
An die Anteilseigner des Mutterunternehmens gezahlte Dividenden	-69	-48
An Inhaber nicht beherrschender Anteile gezahlte Dividenden	-11	-8
Aufnahme von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	2	0
Tilgung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	-61	-11
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	279	0
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-222	-216
Gezahlte Zinsen	-41	-24
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit ¹	-122	-307
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-3	4
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-29	-137
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	147	285
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	118	147

Free Cashflow

(in Mio. EUR)	Jan. – Dez. 2023	Jan. – Dez. 2022
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	394	357
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit ¹	-298	-192
Free Cashflow	96	166

Anzahl eigener Einzelhandelsgeschäfte

31. Dez. 2023	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	587	456	375	1.418
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	212	115	162	489
<hr/>				
31. Dez. 2022				
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	581	383	352	1.316
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	212	106	152	470