

HUGO BOSS

Pressemitteilung

HUGO BOSS hebt sein Onlinegeschäft auf das nächste Level

- **Eigener Onlineumsatz soll bis 2022 auf über 400 Mio. EUR wachsen**
- **Go-Live von hugoboss.com in 24 weiteren Märkten bis August 2020**
- **Globaler Ausbau des Onlinekonzessionsmodells weiter fortgesetzt**

Metzingen, 1. Juli 2020. Für HUGO BOSS ist die weitere Expansion des eigenen Onlinegeschäfts von großer strategischer Bedeutung. Sie stellt zudem einen der wichtigsten Wachstumstreiber des Konzerns dar. In den vergangenen Jahren hat das Unternehmen seine Investitionen in diesen Vertriebskanal erheblich ausgeweitet, um das damit verbundene Wachstumspotenzial künftig voll auszuschöpfen. HUGO BOSS plant bis 2022 einen Umsatz von mehr als 400 Mio. EUR im eigenen Onlinegeschäft zu erwirtschaften (2019: 151 Mio. EUR). Um dieses Ziel zu erreichen, erschließt der Konzern das volle Potenzial seines Onlinestores hugoboss.com und baut gleichzeitig sein Konzessionsgeschäft weiter aus.

„Die wachsende Bedeutung des Onlinegeschäfts ist 2020 noch deutlicher geworden. Unsere Branche ist mit einer noch nie dagewesenen Situation konfrontiert und das Einkaufsverhalten der Kunden verlagert sich zunehmend von stationär auf online“, sagt Matthew Dean, Direktor Global E-Commerce bei HUGO BOSS. „Wir beschleunigen daher die internationale Expansion unseres Onlinestores und treiben damit die Digitalisierung unseres Geschäftsmodells systematisch voran.“

Go-Live von hugoboss.com in 24 weiteren Märkten bis August 2020

Bereits heute können Kunden in 15 wichtigen Märkten weltweit – darunter die USA, Großbritannien, Deutschland, Frankreich und China – über hugoboss.com das gesamte Sortiment der Marken BOSS und HUGO einkaufen. Im Rahmen seiner Strategie plant HUGO BOSS durch die internationale Expansion seines digitalen Flagship Stores dessen Umsätze bis 2022 auf mindestens 200 Mio. EUR zu steigern (2019: rund 100 Mio. EUR).

H U G O B O S S

In diesem Zusammenhang stellt die Ausweitung von hugoboss.com auf 24 neue Märkte im Jahr 2020 einen wichtigen Meilenstein dar. Dazu zählt auch das für August dieses Jahres geplante Go-Live in Kanada und Mexiko, mit dem das Unternehmen seine Onlinepräsenz in der wichtigen Region Amerika weiter stärkt.

Bereits im Juni hat HUGO BOSS 22 neue Onlinemärkte erschlossen, darunter Australien, Japan, Hongkong, Polen und Portugal. Um seinen Kunden auch in diesen Märkten ein erstklassiges Einkaufserlebnis zu bieten, hat HUGO BOSS eine strategische Partnerschaft mit Global-e geschlossen, einem führenden Anbieter vollumfänglicher, länderübergreifender Lösungen im Onlinehandel. Dabei profitieren die Kunden von einem nahtlosen, auf die lokalen Bedürfnisse zugeschnittenen Onlineerlebnis. Dieses umfasst Begrüßungen in Landessprache, Preisangaben in lokalen Währungen, eine breite Auswahl gängiger lokaler Zahlungsmethoden, eine schnelle und zuverlässige Lieferung sowie transparente und bequeme Retourenprozesse.

HUGO BOSS wird seinen Onlinestore hugoboss.com in allen 24 neu erschlossenen Onlinemärkten selbst führen und seine Kunden über die eigenen zentralen Online-warenlager in Deutschland und den USA beliefern. Damit stellt das Unternehmen seine hohen Standards hinsichtlich Markenpräsentation und Kundenservice sicher.

Globaler Ausbau des Onlinekonzessionsmodells weiter fortgesetzt

Auch über die Mehrmarken-Websites bedeutender Onlinepartner spricht HUGO BOSS immer mehr Kunden direkt an. In den vergangenen Jahren hat das Unternehmen zahlreiche Partnerschaften durch den Ausbau des Onlinekonzessionsmodells in vielen Schlüsselmärkten intensiviert.

Dieses Geschäftsmodell ermöglicht dem Konzern die direkte Steuerung der Präsentation und des Vertriebs seiner Marken in den Onlinestores seiner Partner und stellt gleichzeitig eine einheitliche und stringente Preispolitik sicher. Die Umwandlung des BOSS Angebots auf Zalando im Jahr 2019 unterstreicht den Erfolg dieser Strategie. Auch auf dem strategisch wichtigen asiatisch-pazifischen Markt hat

HUGO BOSS

HUGO BOSS durch enge Partnerschaften mit den beiden führenden Onlineplattformen der Region – Tmall und JD.com – beim Ausbau des Konzessionsmodells zuletzt große Fortschritte gemacht.

Auch in den kommenden Jahren werden die Regionen Europa und Asien/Pazifik den Schwerpunkt für den weiteren Ausbau des Onlinekonzessionsmodells bilden. Allein im Jahr 2020 strebt HUGO BOSS die Umwandlung von sieben weiteren Partnerschaften an. Bis 2022 sollen derartige Partnerschaften mindestens 200 Mio. EUR zum eigenen Onlineumsatz beitragen (2019: rund 50 Mio. EUR).

Beschleunigte Dynamik im eigenen Onlinegeschäft im zweiten Quartal 2020

Derweil genießt HUGO BOSS eine ungebrochen starke Dynamik in seinem eigenen, weltweiten Onlinegeschäft. So erwartet das Unternehmen im eigenen Onlinehandel für den Zeitraum April bis Juni eine deutliche Beschleunigung des Umsatzwachstums. Das zweite Quartal 2020 wird somit das elfte Quartal in Folge mit deutlich zweistelligem Online-Wachstum markieren. Am 4. August 2020 wird HUGO BOSS seine Finanzergebnisse für Q2 2020 veröffentlichen und sowohl für Medienvertreter als auch für Finanzanalysten und Investoren Telefonkonferenzen anbieten.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Hjördis Kettenbach
Leiterin Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 7123 94-83377
E-Mail: hjoerdis_kettenbach@hugoboss.com

Christian Stöhr
Leiter Investor Relations
Telefon: +49 7123 94-87563
E-Mail: christian_stoehr@hugoboss.com