

Metzingen, 17. Januar 2023

HUGO BOSS ÜBERTRIFFT ZIELE FÜR 2022 DANK ANHALTEND STARKER DYNAMIK IN Q4

Q4 2022

- Konzernumsatz wächst währungsbereinigt um 15% auf 1.068 Mio. EUR; +29% vs. 2019
- Anhaltend robuste Dynamik in EMEA¹ (+18%) und Amerika (+17%)
- EBIT steigt auf vorläufiger Basis um 4% auf 104 Mio. EUR

Geschäftsjahr 2022

- Umsatz steigt währungsbereinigt um 27% auf einen Rekordwert von 3.651 Mio. EUR
- EBIT wächst auf vorläufiger Basis um 47% auf 335 Mio. EUR
- Veröffentlichung der finalen Ergebnisse und des Ausblicks für 2023 am 9. März

„2022 war ein echtes Rekordjahr für HUGO BOSS. Dank des außerordentlich starken Schlussquartals konnten wir unsere eigenen hohen Erwartungen sogar übertreffen,“ sagt Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender der HUGO BOSS AG. „Unser erfolgreiches Comeback in 2022 belegt die konsequente und entschlossene Umsetzung unserer 'CLAIM 5'-Strategie. Insbesondere die umfassende Markenerneuerung hat die Relevanz von BOSS und HUGO im Jahresverlauf deutlich erhöht. Aufbauend auf diesem starken Fundament werden wir auch weiterhin unsere Ambition verfolgen, eine der 100 weltweit führenden Marken zu sein.“

Anknüpfend an die starke Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten des Jahres 2022 setzte HUGO BOSS seine hohe Dynamik auch im Schlussquartal erfolgreich fort. Auf vorläufiger Basis stieg der währungsbereinigte Umsatz im vierten Quartal um 15% gegenüber dem Vorjahr und übertraf damit das Niveau des Vergleichszeitraums 2019 um 29%. In Berichtswährung erhöhte sich der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 18% auf 1.068 Mio. EUR (Q4 2021: 905 Mio. EUR). Damit überschritt der Quartalsumsatz erstmals in der Geschichte von HUGO BOSS die Marke von 1 Mrd. EUR. Diese Entwicklung spiegelt die weiterhin erfolgreiche Umsetzung wichtiger Marken-, Produkt- und Vertriebsinitiativen im Rahmen der "CLAIM 5"-Strategie wider, die auch im vierten Quartal zu einer robusten Verbrauchernachfrage nach BOSS und HUGO führten.

¹ Europa inkl. Naher Osten und Afrika.

Anhaltende Dynamik sorgt für zweistelliges Umsatzwachstum bei Marken

Auch im vierten Quartal verzeichneten sowohl BOSS Menswear und BOSS Womenswear als auch HUGO zweistellige Umsatzverbesserungen. Zahlreiche Initiativen, darunter aufsehenerregende Marketingkampagnen sowie viel beachtete Fashion Events, trieben die Marken im Jahresverlauf weiter an. Infolgedessen legten die Umsätze von BOSS Menswear und BOSS Womenswear im vierten Quartal währungsbereinigt um jeweils 14 % zu. Auch HUGO setzte seinen zweistelligen Wachstumskurs fort und verzeichnete ein Umsatzplus von 18 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Im Dreijahresvergleich stiegen die währungsbereinigten Umsätze von BOSS Menswear (+27 %), BOSS Womenswear (+24 %) und HUGO (+46 %) ebenfalls deutlich zweistellig, wobei sich die Dynamik bei BOSS Womenswear und HUGO gegenüber den Vorquartalen sogar beschleunigte.

Anhaltendes zweistelliges Wachstum in EMEA und Amerika

Aus regionaler Sicht setzten EMEA und Amerika auch im vierten Quartal ihr starkes Umsatzwachstum fort. Der Umsatz in EMEA stieg im Vergleich zum Vorjahr währungsbereinigt um 18 %. Mit einem währungsbereinigten Plus von 33 % entspricht dies einer weiteren Beschleunigung im Vergleich zu 2019. Diese Entwicklung wurde durch weiteres Wachstum in Kernmärkten wie Großbritannien, Frankreich und Deutschland sowie durch eine besonders starke Performance in Wachstumsmärkten wie dem Nahen Osten getragen. In der Region Amerika legte der Umsatz währungsbereinigt um 17 % zu, wozu ein zweistelliges Plus im wichtigen US-Markt beitrug. Im Dreijahresvergleich entspricht dies einem signifikanten Anstieg von 44 % und damit einer starken Beschleunigung gegenüber den Vorquartalen. Die Umsätze in der Region Asien/Pazifik gingen währungsbereinigt um 3 % zurück. Deutlich zweistellige Verbesserungen in Südostasien & Pazifik konnten einen Umsatzrückgang auf dem chinesischen Festland nicht vollständig kompensieren. Dieser spiegelt insbesondere die anhaltenden Auswirkungen der COVID-19-Pandemie wider, einschließlich vorübergehender Store-schließungen im vierten Quartal. Im Vergleich zum Schlussquartal 2019 stieg der währungsbereinigte Umsatz in Asien/Pazifik jedoch um 4 %.

Breites Wachstum entlang sämtlicher Kundenkontaktpunkte

Bei den Vertriebskanälen verzeichnete das digitale Geschäft des Konzerns im Vergleich zum Vorjahr ein währungsbereinigtes Plus von 9 %. Das Wachstum wurde von zweistelligen Umsatzsteigerungen des digitalen Flagships hugoboss.com, sowie robustem Wachstum der mit Partnern generierten digitalen Umsätzen getrieben. Im Vergleich zu 2019 haben sich die digitalen Umsätze nahezu verdoppelt und stiegen währungsbereinigt um 92 %. Im stationären Einzelhandel verzeichnete das Unternehmen mit einem währungsbereinigten Zuwachs von 12 % gegenüber dem Vorjahr eine anhaltend hohe Dynamik. Auf Dreijahressicht betrug das Wachstum 22 %. Im stationären Großhandel stieg der währungsbereinigte Umsatz um 29 % gegenüber dem Vorjahr. Dies ist vor allem auf die anhaltend hohe Nachfrage der Handelspartner nach unseren Kollektionen zurückzuführen, was es BOSS und HUGO ermöglicht hat,

die Sichtbarkeit und Marktdurchdringung bei wichtigen Großhandelspartnern deutlich zu verbessern. Gegenüber dem Vor-Pandemie-Niveau entspricht dies einem deutlich zweistelligen Wachstum von 21 %.

Deutliche Umsatz- und Ergebnisverbesserungen im Geschäftsjahr 2022

Angesichts der starken Performance im Schlussquartal 2022 hat HUGO BOSS seine Umsatz- und Ergebnisziele für das Geschäftsjahr 2022 übertroffen, die im Laufe des Jahres zweimal nach oben angepasst wurden. Das Geschäftsjahr 2022 markiert somit einen ersten wichtigen Meilenstein bei der erfolgreichen Umsetzung von „CLAIM 5“. Insbesondere das neue und moderne Image von BOSS und HUGO sorgte im Jahresverlauf für eine starke Markendynamik, die sich weltweit in hohen Abverkaufsrate niederschlug und es beiden Marken ermöglichte, ihren Marktanteil erfolgreich auszubauen. Auf vorläufiger, nicht testierter Basis erzielte HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2022 einen Rekordumsatz von 3.651 Mio. EUR (2021: 2.786 Mio. EUR), was ein starkes Wachstum von 31 % in Berichtswährung widerspiegelt (Prognose: Anstieg zwischen 25 % und 30 % auf 3,5 Mrd. EUR bis 3,6 Mrd. EUR). Auf währungsbereinigter Basis entspricht dies einem Zuwachs von 27 %.

Gleichzeitig verzeichnete HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2022 deutliche Ergebnisverbesserungen, wobei die starke Umsatzentwicklung die laufenden Investitionen in Marken, Produkte und die Digitalisierung im Rahmen von "CLAIM 5" mehr als ausglich. Vorbehaltlich des noch andauernden Jahresabschlusses rechnet der Konzern für das Geschäftsjahr 2022 mit einem Anstieg des operativen Ergebnisses (EBIT) von 47 % auf einen Betrag von 335 Mio. EUR, was über den aktuellen Markterwartungen liegt (Prognose: Anstieg zwischen 35 % und 45 % auf ein Niveau von 310 Mio. EUR bis 330 Mio. EUR; 2021: 228 Mio. EUR). Dabei wird das vierte Quartal voraussichtlich ein EBIT von 104 Mio. EUR beitragen. Letzteres entspricht einem Anstieg von 4 % gegenüber dem Vorjahresquartal (2021: 100 Mio. EUR). Infolgedessen erwartet der Konzern, dass die EBIT-Marge für das Gesamtjahr 2022 auf ein Niveau von 9,2 % (2021: 8,2 %) steigen wird.

HUGO BOSS wird seine finalen Ergebnisse für das Jahr 2022 und seinen Finanzausblick für das Geschäftsjahr 2023 am 9. März 2023 veröffentlichen.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Carolin Westermann
Vice President Globale Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 7123 94-86321
E-Mail: carolin_westermann@hugoboss.com

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

HUGO BOSS

Umsatzkennzahlen

zu Q4 2022 und Gesamtjahr 2022

Umsatzkennzahlen – Q4 2022

	Q4 2022	Q4 2021	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	1.068	905	18	15
Umsatz nach Marken				
BOSS Menswear	831	710	17	14
BOSS Womenswear	74	63	17	14
HUGO	163	132	23	18
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	647	546	19	18
Amerika	258	197	31	17
Asien/Pazifik	137	141	-3	-3
Lizenzen	26	22	20	20
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Stationärer Einzelhandel	620	539	15	12
Stationärer Großhandel	229	171	34	29
Digital	193	173	11	9
Lizenzen	26	22	20	20

Umsatzkennzahlen – Gesamtjahr 2022

	Jan. - Dez. 2022	Jan. - Dez. 2021	Veränderung in %	Währungs- bereinigte Veränderung in %
Konzernumsatz (in Mio. EUR)	3.651	2.786	31	27
Umsatz nach Marken				
BOSS Menswear	2.868	2.181	31	27
BOSS Womenswear	239	192	24	21
HUGO	545	413	32	27
Umsatz nach Segmenten				
EMEA	2.303	1.742	32	32
Amerika	789	543	45	29
Asien/Pazifik	467	423	10	6
Lizenzen	92	77	19	19
Umsatz nach Vertriebskanälen				
Stationärer Einzelhandel	2.016	1.512	33	29
Stationärer Großhandel	895	647	38	33
Digital	648	549	18	15
Lizenzen	92	77	19	19