

HUGO BOSS

Pressemitteilung zu den Gesamtjahresergebnissen 2019

Metzingen, 5. März 2020

HUGO BOSS erzielt deutliche Fortschritte bei der Umsetzung seiner Strategie – Dividendenerhöhung dank starker Free-Cashflow-Entwicklung

Geschäftsjahr 2019

- **Umsatz wächst währungsbereinigt um 2 % auf 2,9 Mrd. EUR**
- **EBIT beläuft sich auf 333 Mio. EUR***
- **Dividende steigt um 5 Cent auf 2,75 EUR je Aktie**

Ausblick 2020

- **Ausbreitung des Coronavirus wird das Geschäft von HUGO BOSS belasten, allen voran in China**
- **Umsatz soll sich in einer Spanne von währungsbereinigt 0 % bis +2 % entwickeln; EBIT zwischen 320 Mio. EUR und 350 Mio. EUR prognostiziert**

„2019 war für HUGO BOSS ein bewegtes Jahr. Umso wichtiger sind die Fortschritte, die wir bei der Umsetzung unserer Strategie erzielt haben“, sagt **Mark Langer, Vorstandsvorsitzender der HUGO BOSS AG**. „Wir haben unser Angebot noch stärker personalisiert, das Onlinegeschäft deutlich ausgebaut und die Flächenproduktivität in unseren Stores erhöht. Nach einem sehr guten Start in das Jahr 2020 ist unser Geschäft in Asien aktuell von den Auswirkungen des Coronavirus erheblich beeinträchtigt. Dennoch sind wir vom großen Potenzial unserer Marken BOSS und HUGO in dieser für uns so wichtigen Region fest überzeugt.“

HUGO BOSS hat den Umsatz im Geschäftsjahr 2019 um 3 % auf 2.884 Mio. EUR gesteigert. Dies entspricht einem währungsbereinigten Plus von 2 % gegenüber dem Vorjahr. Im eigenen Einzelhandel legten die Umsätze währungsbereinigt um 4 % zu. Dabei verzeichnete das Onlinegeschäft wie schon im Vorjahr ein deutlich

* Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16. Die Auswirkungen des IFRS 16 auf die Ertragslage des Konzerns im Jahr 2019 sind auf Seite 5 ff. dieser Mitteilung dargestellt.

HUGO BOSS

zweistelliges Wachstum. Die Großhandelsumsätze gingen auch wegen des anhaltend schwierigen Marktumfelds in den USA um insgesamt 3% zurück. Das operative Ergebnis (EBIT) lag im Geschäftsjahr 2019 mit 333 Mio. EUR um 4% unter dem Vorjahreswert (ohne Berücksichtigung des IFRS 16). Ursächlich waren eine geringere Rohertragsmarge sowie ein Anstieg der operativen Aufwendungen. Letzterer war vor allem eine Folge zusätzlicher Investitionen in den eigenen Einzelhandel.

Konsequente Umsetzung der strategischen Initiativen zahlt sich aus

HUGO BOSS ist 2019 bei der Umsetzung seiner strategischen Initiativen deutlich vorangekommen. Sämtliche strategischen Wachstumstreiber – Online, Flächenproduktivität, HUGO und Asien – trugen vergangenes Jahr überproportional zum Umsatzwachstum bei:

- Die Umsätze im eigenen Onlinegeschäft stiegen im abgelaufenen Jahr währungsbereinigt um 35% auf 151 Mio. EUR. Das Wachstum geht vor allem auf den Ausbau von Online-Partnerschaften zurück. Zugleich unterstreicht es die wachsende Bedeutung des eigenen Onlinestores hugoboss.com.
- Auch die Investitionen in das Storenetzwerk zahlen sich aus. Bereits heute präsentiert das Unternehmen seine BOSS Kollektionen weltweit in rund 100 eigenen Stores im neuesten Ambiente. Dies hat wesentlich dazu beigetragen, dass sich die Flächenproduktivität im stationären Einzelhandel im vergangenen Jahr um insgesamt 4% erhöht hat.
- Der Umsatz von HUGO legte im Jahr 2019 währungsbereinigt um 5% und damit ebenfalls überproportional zu. Ausschlaggebend hierfür war ein deutlich zweistelliges Plus der Casualwear-Kollektionen von HUGO.
- Regional stach im vergangenen Jahr Asien/Pazifik mit einem währungsbereinigten Zuwachs von ebenfalls 5% besonders positiv hervor. Die Erfolge in dieser für HUGO BOSS strategisch wichtigen Region werden dabei nirgends sichtbarer als auf dem chinesischen Festland, wo die Umsätze im vergangenen Jahr erneut deutlich zweistellig gewachsen sind.

HUGO BOSS

Wirtschaftliche Folgen des Coronavirus werden Umsatz- und Ergebnisentwicklung belasten

Mit der Ausbreitung des Coronavirus und der Einschränkung des öffentlichen Lebens ist das Einzelhandelsumfeld in der Region Asien/Pazifik, vor allem auf dem chinesischen Festland, seit Ende Januar stark beeinträchtigt. Ungeachtet des unvermindert großen mittel- und langfristigen Potenzials von HUGO BOSS in dieser Region sieht sich das Unternehmen dort kurzfristig mit deutlichen Umsatzeinbußen konfrontiert. Nach einem äußerst erfreulichen Start in das neue Jahr sind seit Ende Januar mehr als die Hälfte der rund 150 eigenen Verkaufspunkte auf dem chinesischen Festland, in Hongkong und in Macau geschlossen. Die restlichen Verkaufspunkte operieren größtenteils mit stark eingeschränkten Öffnungszeiten und verzeichnen einen erheblichen Besucherrückgang. Zudem registriert das Unternehmen momentan einen deutlichen Rückgang der Umsätze in weiteren wichtigen Märkten.

Trotz der anhaltend großen Unsicherheiten rechnet HUGO BOSS Stand heute damit, dass sich das Geschäft bis zur Jahresmitte größtenteils normalisieren sollte. Gleichzeitig geht HUGO BOSS davon aus, dass die wirtschaftlichen Folgen der Ausbreitung des Coronavirus die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Unternehmens im Jahr 2020 erheblich belasten werden, allen voran im ersten Quartal. Die im folgenden Absatz dargestellten Einschätzungen zum erwarteten Geschäftsverlauf in diesem Jahr berücksichtigen dies.

HUGO BOSS rechnet damit, dass sich der Konzernumsatz im Jahr 2020 in einer Spanne von währungsbereinigt 0 % bis +2 % entwickeln wird. Während für Europa ein währungsbereinigter Anstieg im niedrigen einstelligen Prozentbereich prognostiziert wird, ist für die Region Amerika mit einer ungefähr stabilen Entwicklung der währungsbereinigten Umsätze zu rechnen. Für die Entwicklung der währungsbereinigten Umsätze in der Region Asien/Pazifik prognostiziert das Unternehmen einen Rückgang im einstelligen Prozentbereich. Für den eigenen Einzelhandel geht der Konzern im Jahr 2020 insgesamt von einem währungsbereinigten Umsatzanstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich aus. Für das Großhandels-

HUGO BOSS

geschäft wird mit einem Rückgang der währungsbereinigten Umsätze im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich gerechnet. Dies wird vor allem eine Folge der erwarteten Umsatzverschiebung im Zusammenhang mit der Intensivierung des Online-Konzessionsmodells sein. HUGO BOSS erwartet zudem, dass das EBIT in einer Spanne zwischen 320 Mio. EUR und 350 Mio. EUR liegen wird, wobei die letztendliche Umsatzentwicklung maßgeblich für die Höhe des zu erwartenden EBIT sein wird. Die Prognose weiterer Kennzahlen für das Jahr 2020 ist Seite 10 f. dieser Mitteilung zu entnehmen.

Höhere Dividende für 2019 vorgeschlagen

Vor dem Hintergrund seiner gesunden Bilanzstruktur und der auch für die Zukunft erwarteten starken Free-Cashflow-Entwicklung beabsichtigen Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG, der Hauptversammlung am 7. Mai 2020 für das Geschäftsjahr 2019 eine um fünf Cent erhöhte Dividende von 2,75 EUR je Aktie vorzuschlagen (2018: 2,70 EUR). Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 93 % des auf die Anteilseigner entfallenden Konzernergebnisses im Jahr 2019 (2018: 79 %). Basierend auf der Anzahl der am Jahresende ausstehenden Aktien wird die Ausschüttungssumme 190 Mio. EUR betragen (2018: 186 Mio. EUR).

Weitere Informationen finden sich zudem unter group.hugoboss.com. Dort erscheint auch der Geschäftsbericht von HUGO BOSS als Online-Version mit vielen interaktiven Elementen und einer Videobotschaft des Vorstandsvorsitzenden Mark Langer.

HUGO BOSS

Ergebnisentwicklung im Gesamtjahr 2019

(in Mio. EUR)

	Jan. - Dez. 2019	Auswirkung IFRS 16	Jan. - Dez. 2019 ohne Berücksich- tigung des IFRS 16	Jan. - Dez. 2018	Veränderung in %	Veränderung in % ohne Berücksichti- gung des IFRS 16
Umsatzerlöse	2.884	0	2.884	2.796	3	3
Umsatzkosten	-1.009	0	-1.009	-973	-4	-4
Rohertag	1.875	0	1.875	1.823	3	3
In % vom Umsatz	65,0	0	65,0	65,2	-20 bp	-20 bp
Operative Aufwendungen	-1.531	12	-1.543	-1.477	-4	-4
In % vom Umsatz	-53,1	40 bp	-53,5	-52,8	-30 bp	-70 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-1.235	10	-1.245	-1.176 ¹	-5	-6
davon Verwaltungs- aufwendungen	-296	2	-298	-301 ¹	1	1
Operatives Ergebnis (EBIT)	344	12	333	347	-1	-4
In % vom Umsatz	11,9	40 bp	11,5	12,4	-50 bp	-90 bp
Finanzergebnis	-39	-22	-17	-10	< -100	-65
Ergebnis vor Ertragsteuern	306	-10	316	337	-9	-6
Ertragsteuern	-100	3	-104	-101	0	-3
Konzernergebnis	205	-7	212	236	-13	-10
Ergebnis je Aktie (in EUR)	2,97	-0,10	3,07	3,42	-13	-10
Ertragsteuerquote in %	33		33	30		

¹ Die dargestellten Werte weichen von den im Vorjahr berichteten Werten ab. Die im Geschäftsbericht für das Jahr 2018 separat ausgewiesenen sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge wurden rückwirkend anteilig den Umsatzkosten, den Vertriebs- und Marketingaufwendungen sowie den Verwaltungsaufwendungen zugeordnet. Dies soll eine bessere Vergleichbarkeit der Aufwandsposten zwischen 2019 und 2018 gewährleisten.

- Der **Umsatz** des HUGO BOSS Konzerns stieg im Jahr 2019 um 3 % auf 2.884 Mio. EUR (2018: 2.796 Mio. EUR). Dies entspricht einem währungs- bereinigten Wachstum von 2 %.
 - Die **Region Europa** profitierte von Umsatzzuwächsen in vielen wichtigen Märkten, darunter Großbritannien und Frankreich. Währungsbereinigt stiegen die Umsätze in Europa um 4 %. In der **Region Amerika** belastete das schwierige Marktumfeld in den USA und Kanada das Geschäft im Jahr 2019. Neben einer schwachen lokalen Nachfrage entwickelten sich dort auch die mit Touristen erzielten Umsätze rückläufig. Die währungsbereinigten Umsätze der Region gingen folglich um 7 % zurück. Die **Region Asien/Pazifik** konnte vor allem dank höherer Umsätze in China überproportional zulegen. Währungs- bereinigt stieg der Umsatz der Region um 5 %. Auf dem chinesischen Festland stiegen die währungsbereinigten Umsätze dabei zweistellig.

HUGO BOSS

- Die Umsätze im **eigenen Einzelhandel** legten 2019 währungsbereinigt um 4% zu. Dabei erzielte insbesondere das eigene **Onlinegeschäft**, auch dank positiver Effekte aus der Intensivierung von Online-Partnerschaften im Konzessionsmodell, deutlich zweistellige Zuwächse und stieg währungsbereinigt um 35% auf 151 Mio. EUR (2018: 110 Mio. EUR). Auf vergleichbarer Fläche lagen die währungsbereinigten Umsätze im eigenen Einzelhandel 3% über dem Niveau des Vorjahres. Im **Großhandelskanal** gingen die Umsätze im Jahr 2019 um 3% zurück. Dies ist vor allem auf das anhaltend schwierige Marktumfeld in den USA zurückzuführen. Darüber hinaus wirkte sich auch die Intensivierung von Online-Partnerschaften im Konzessionsmodell wie erwartet negativ auf die Großhandelsumsätze aus. Die Umsätze im **Lizenzgeschäft** lagen um 10% über dem Niveau des Vorjahres.
- Beide Marken, **BOSS** und **HUGO**, verzeichneten 2019 Umsatzzuwächse. Dabei profitierte BOSS von niedrigen einstelligen Zuwächsen sowohl in der Businesswear als auch in der Casualwear. Währungsbereinigt stiegen die Umsätze von BOSS um insgesamt 1%. Dank eines deutlich zweistelligen Umsatzplus in der Casualwear legten die Umsätze von HUGO um währungsbereinigt 5% zu.
- Die **Rohertragsmarge** lag im Geschäftsjahr 2019 geringfügig unter dem Niveau des Vorjahres. Neben einer erhöhten Rabattintensität, allen voran in Nordamerika, wirkten sich vor allem Währungseffekte negativ auf die Margenentwicklung aus. Positive Effekte aus dem gestiegenen Umsatzanteil des eigenen Einzelhandels glichen dies nur teilweise aus.
- Die **operativen Aufwendungen** lagen im Jahr 2019 sowohl absolut als auch im Verhältnis zum Umsatz über dem Vorjahresniveau. Der Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ist vor allem auf Investitionen in den eigenen Einzelhandel zurückzuführen. Neben der Modernisierung und dem selektiven Ausbau des Stornetzwerks trug auch die Ausweitung des Konzessionsmodells im Onlinebereich zu einem Anstieg der **Vertriebsaufwendungen** bei. Die **Verwaltungsaufwendungen** lagen hingegen leicht unter dem Vorjahreswert. Dabei glich eine hohe Kostendisziplin höhere Aufwendungen im Zusammenhang mit Veränderungen im Management des Konzerns sowie zusätzliche Investitionen in die fortschreitende Digitalisierung

H U G O B O S S

des Geschäftsmodells mehr als aus. Wechselkursveränderungen wirkten sich 2019 insgesamt negativ auf die operativen Aufwendungen aus.

- Das **EBIT** lag im Geschäftsjahr 2019 um 1 % unter dem Vorjahreswert. Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 entspricht dies einem Rückgang von 4 %. Neben der geringeren Rohertragsmarge trug auch der Anstieg der operativen Aufwendungen zum Ergebnisrückgang bei. Auch die **EBIT-Marge** entwickelte sich folglich rückläufig.
- Die **Steuerquote** belief sich im Geschäftsjahr 2019 auf 33 % und lag damit wie erwartet über dem Vorjahr (2018: 30 %). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf Aufwendungen im Zusammenhang mit der steuerlichen Außenprüfung bei der HUGO BOSS AG zurückzuführen. Das **Konzernergebnis** sank folglich um 13 %. Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 entspricht dies einem Rückgang von 10 %.

HUGO BOSS

Vermögens- und Finanzlage im Gesamtjahr 2019

31. Dezember 2019	in Mio. EUR	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
TNWC	528	↘ -2	↘ -3
Vorräte	627	↗ +1	→ 0

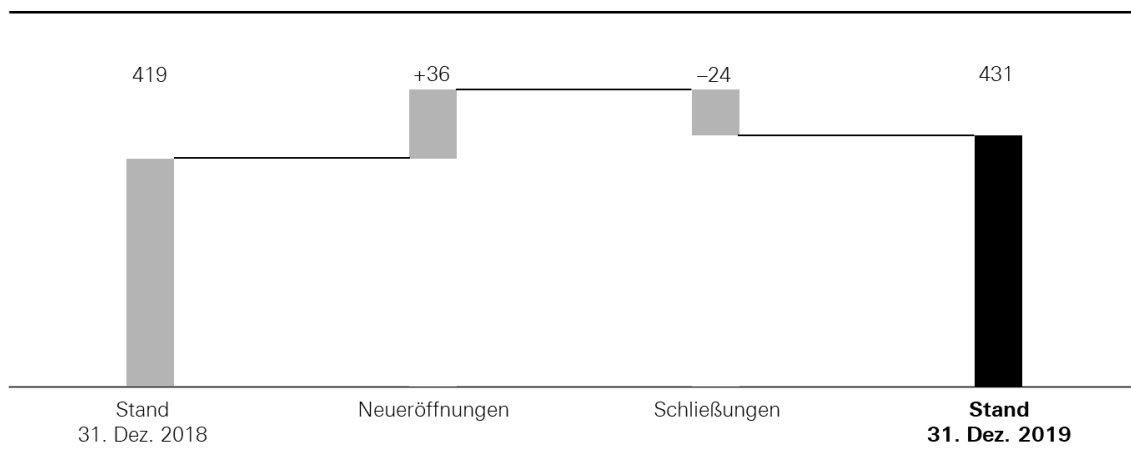
- Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** lag währungsbereinigt um 3% unter dem Vorjahreswert. Auf währungsbereinigter Basis lagen die **Vorräte** dabei auf Vorjahresniveau. Der gleitende Durchschnitt des kurzfristigen operativen Nettovermögens im Verhältnis zum Umsatz auf Basis der letzten vier Quartale belief sich auf 20,1% (2018: 19,7%).

2019	in Mio. EUR	Veränderung in %
Investitionen	192	↗ +24
Free Cashflow	457	↗ >100
Netto- verschuldung	1.040	↗ >100

- Das **Investitionsvolumen** lag im Jahr 2019 deutlich über dem Vorjahresniveau. Ausschlaggebend dafür waren vor allem höhere Investitionen in die Modernisierung des eigenen Einzelhandelsnetzwerks sowie selektive Storeeröffnungen, darunter auch das weltweit größte HUGO BOSS Outlet am Standort Metzingen.
- Der **Free Cashflow** belief sich auf 457 Mio. EUR. Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 lag der Free Cashflow hingegen bei 207 Mio. EUR und damit 22% über dem Vorjahreswert (2018: 170 Mio. EUR). Dies ist im Wesentlichen auf Verbesserungen im kurzfristigen operativen Nettovermögen zurückzuführen.
- Die Anwendung des IFRS 16 führte aufgrund der erstmaligen Einbeziehung von Leasingverbindlichkeiten im Geschäftsjahr 2019 zu einem deutlichen Anstieg der **Nettoverschuldung**. Ohne Berücksichtigung des IFRS 16 lag die Kennzahl bei 83 Mio. EUR und damit nur geringfügig über dem Vorjahr (31. Dezember 2018: 22 Mio. EUR).

HUGO BOSS

Netzwerk freistehender Einzelhandelsgeschäfte



- Die Anzahl der eigenen **freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** erhöhte sich im Geschäftsjahr 2019 um netto 12 auf 431 (31. Dezember 2018: 419).
 - 31 neu eröffneten **BOSS Stores**, hauptsächlich in Asien und Europa, standen 22 Schließungen von Stores mit auslaufenden Mietverträgen gegenüber. Zudem eröffneten fünf **HUGO Stores** mit eigenem Möbelkonzept in internationalen Metropolen wie Singapur und Tokio. Dem standen zwei Schließungen gegenüber.
- Die **Gesamtverkaufsfläche** der eigenen Einzelhandelsgeschäfte erhöhte sich um 1 % und lag zum Jahresende bei rund 156.000 Quadratmetern (31. Dezember 2018: 154.500 Quadratmeter). Einer moderaten Ausweitung der Verkaufsfläche in Asien und Europa stand dabei eine leichte Reduzierung der Fläche in Amerika gegenüber.
- Die **Flächenproduktivität** im stationären Einzelhandelsgeschäft konnte im Geschäftsjahr 2019 um 4 % auf rund 11.100 EUR pro Quadratmeter gesteigert werden (2018: 10.700 EUR pro Quadratmeter).

HUGO BOSS

Prognose 2020

Ausblick für das Jahr 2020

	Ergebnis 2019 ¹	Prognose 2020 ¹
Konzernumsatz ²	Anstieg um 2 % auf 2.884 Mio. EUR	Entwicklung in einer Spanne von 0 % bis +2 %
Umsatzentwicklung nach Regionen ²		
Europa	Anstieg um 4 % auf 1.803 Mio. EUR	Anstieg im niedrigen einstelligen Prozentbereich
Amerika	Rückgang um 7 % auf 560 Mio. EUR	Ungefähr stabile Entwicklung
Asien/Pazifik	Anstieg um 5 % auf 438 Mio. EUR	Rückgang im einstelligen Prozentbereich
Umsatzentwicklung nach Vertriebskanälen ²		
Eigener Einzelhandel	Anstieg um 4 % auf 1.869 Mio. EUR	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich
Großhandel	Rückgang um 3 % auf 931 Mio. EUR	Rückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich
Operatives Ergebnis (EBIT)	Rückgang um 1 % auf 344 Mio. EUR	320 Mio. EUR bis 350 Mio. EUR
Konzernergebnis	Rückgang um 13 % auf 205 Mio. EUR	Anstieg um bis zu 10 %
Kurzfristiges operatives Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz	Anstieg um 40 Basispunkte auf 20,1 %	Anstieg um etwa 50 Basispunkte
Investitionen	192 Mio. EUR	140 Mio. EUR bis 160 Mio. EUR

¹ Unter Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16.

² Auf währungsbereinigter Basis.

- Die Prognoseaussagen für das Geschäftsjahr 2020 berücksichtigen allesamt die **Auswirkungen des IFRS 16**. Basis bilden dabei die jeweiligen Ergebnisgrößen des Geschäftsjahres 2019, ebenfalls unter Einbezug der Auswirkungen des IFRS 16.
- Vor dem Hintergrund der gesamtwirtschaftlichen und branchenbezogenen Rahmenbedingungen und unter Einbezug der auf Seite 3 dieser Mitteilung dargestellten Einschätzung zu den voraussichtlichen finanziellen Auswirkungen des Coronavirus geht HUGO BOSS davon aus, dass sich der **Konzernumsatz** im Jahr 2020 in einer Spanne von währungsbereinigt 0 % bis +2 % entwickeln wird. Dabei wird das Wachstum voraussichtlich regional uneinheitlich ausfallen.
- HUGO BOSS erwartet, dass das **operative Ergebnis (EBIT)** im Jahr 2020 in einer Spanne zwischen 320 Mio. EUR und 350 Mio. EUR liegen wird (2019: 344 Mio. EUR), wobei die letztendliche Umsatzentwicklung maßgeblich für die Höhe des zu erwartenden EBIT sein wird.

HUGO BOSS

- Für das **Konzernergebnis** geht das Unternehmen von einem Anstieg um bis zu 10% aus. Dabei rechnet der Konzern auch mit einer Verbesserung der Konzernsteuerquote.
- Vor dem Hintergrund der anhaltenden Unsicherheiten im Zusammenhang mit der Ausbreitung des Coronavirus geht HUGO BOSS davon aus, dass sich das **kurzfristige operative Nettovermögen im Verhältnis zum Umsatz** im Jahr 2020 um etwa 50 Basispunkte erhöhen dürfte.
- Die **Investitionen** werden sich 2020 voraussichtlich auf 140 Mio. EUR bis 160 Mio. EUR summieren (2019: 192 Mio. EUR). Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr ist dabei vor allem auf nicht wiederkehrende Investitionen für den Neubau des weltweit größten Outlets von HUGO BOSS am Standort Metzingen zurückzuführen.
- Eine **detaillierte Darstellung der Prognose** von HUGO BOSS für das Jahr 2020 ist dem Geschäftsbericht 2019 zu entnehmen.

H U G O B O S S

Finanzkalender und Kontakte

5. März 2020

Ergebnisse des Geschäftsjahres 2019,
Bilanzpressekonferenz sowie Telefonkonferenz für Finanzanalysten und Investoren

5. Mai 2020

Ergebnisse des ersten Quartals 2020

7. Mai 2020

Hauptversammlung

4. August 2020

Ergebnisse des zweiten Quartals 2020 & Halbjahresfinanzbericht 2020

3. November 2020

Ergebnisse des dritten Quartals 2020

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