HUGO BOSS

HUGO BOSS

Hauptversammlung 2018

Stuttgart – 3. Mai 2018

Mark Langer, Vorstandsvorsitzender

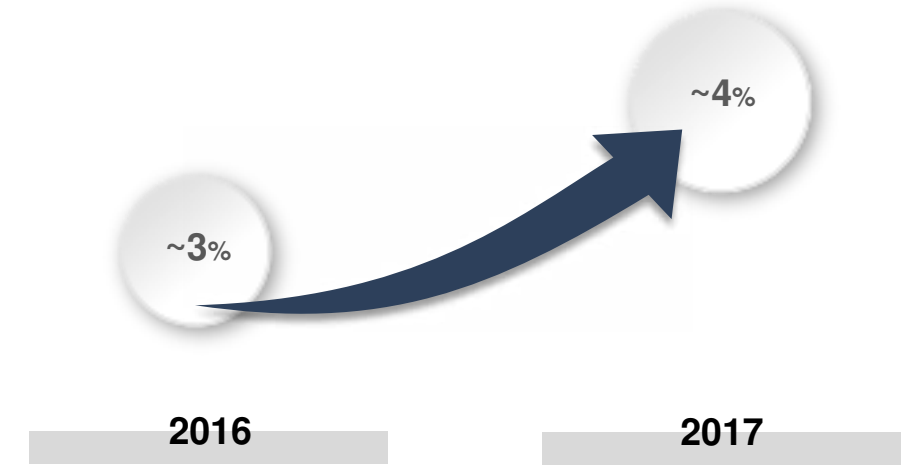
HUGO BOSS erreicht Ziele im Jahr 2017

Branchenwachstum beschleunigt sich im Jahr 2017 leicht

Regionale Entwicklung

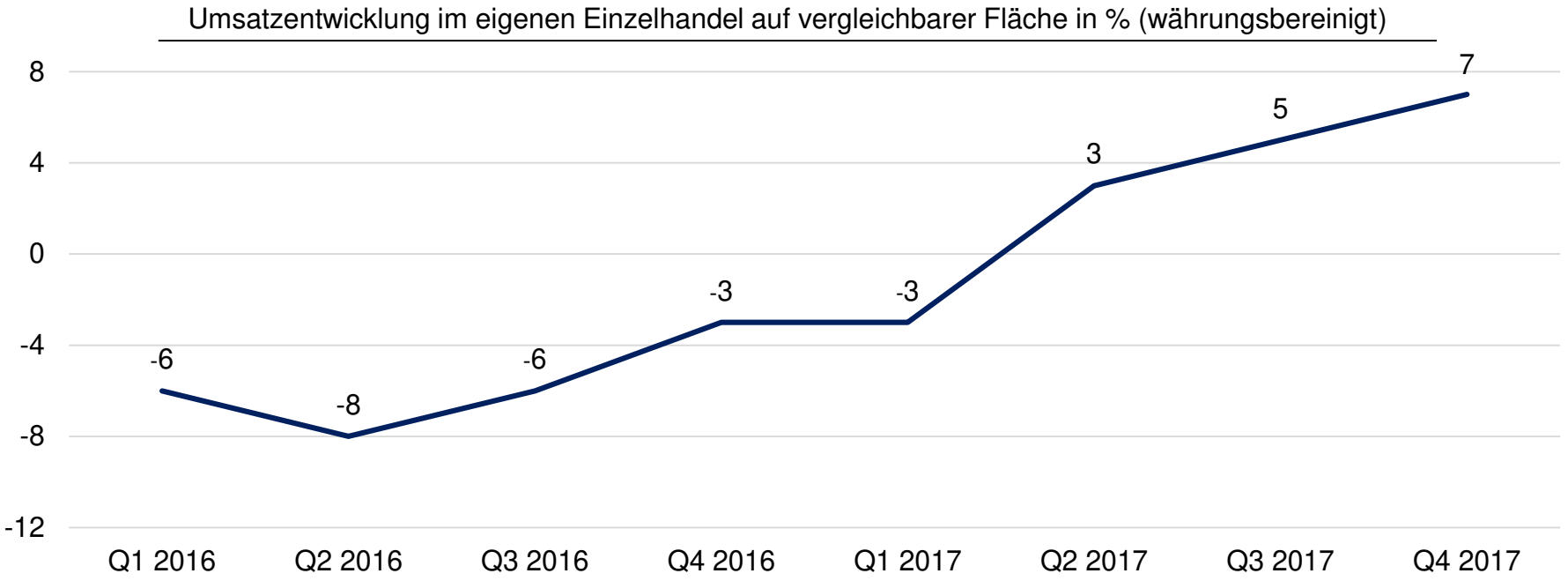
- Trends in Europa unterscheiden sich von Markt zu Markt
- Hohe Rabattintensität in den USA setzt sich fort
- Asien profitiert von einer Erholung der lokalen Nachfrage

Wachstum des gehobenen Premiumsegments in der globalen Bekleidungsindustrie*



* The Business of Fashion und McKinsey & Company.

Umsatzentwicklung von HUGO BOSS gewinnt deutlich an Schwung



Wachstum im vierten Quartal 2017 so hoch wie seit fünf Jahren nicht mehr

HUGO BOSS wächst auf breiter Basis

EUROPA

+2%*

- Großbritannien ist Wachstums-lokomotive der Region
- Stabile Umsatzentwicklung in Deutschland

AMERIKA

+1%*

- Geschäft in den USA kehrt auf Wachstumskurs zurück
- Rationalisierung der Distribution im US-Großhandelsgeschäft abgeschlossen

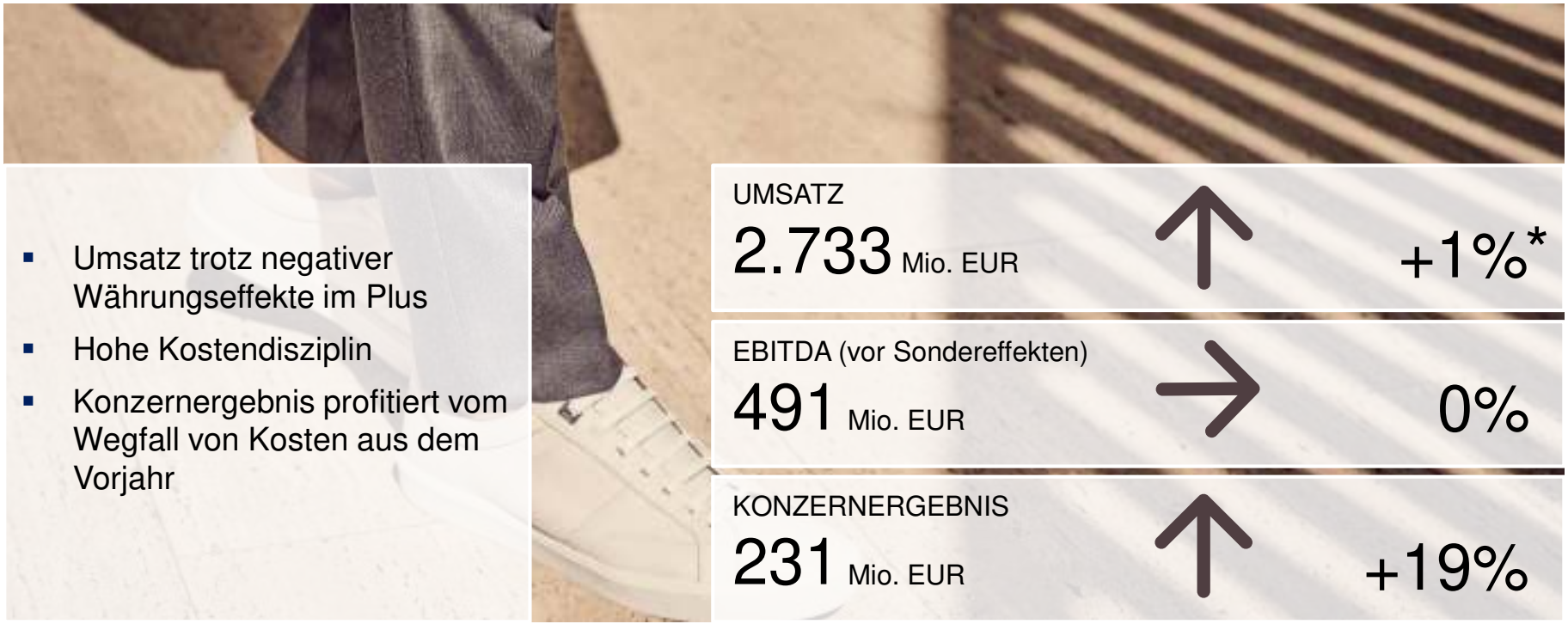
ASIEN/ PAZIFIK

+6%*

- Zweistelliger Umsatzanstieg auf vergleichbarer Fläche in China
- Japan profitiert von starker Touristennachfrage

*Umsatzwachstum in 2017 auf währungsbereinigter Basis.

HUGO BOSS steigert im Jahr 2017 Umsatz und Ergebnis



- Umsatz trotz negativer Währungseffekte im Plus
- Hohe Kostendisziplin
- Konzernergebnis profitiert vom Wegfall von Kosten aus dem Vorjahr

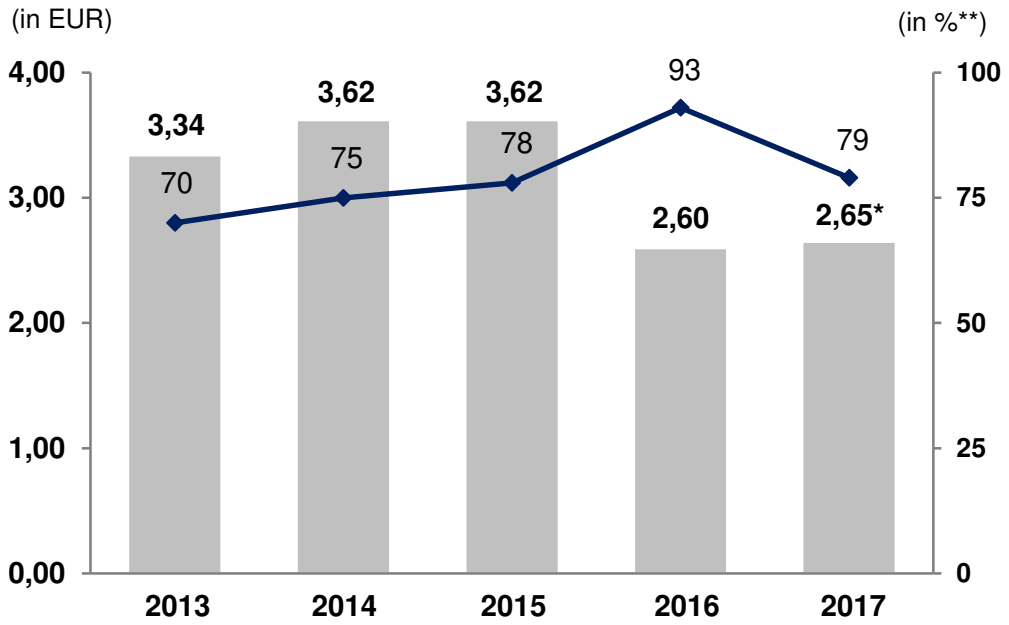
UMSATZ	2.733 Mio. EUR	↑ +1%*
EBITDA (vor Sondereffekten)	491 Mio. EUR	→ 0%
KONZERNERGEBNIS	231 Mio. EUR	↑ +19%

*+3% auf währungsbereinigter Basis.

Dividendenerhöhung trägt zu attraktiver Aktionärsrendite bei

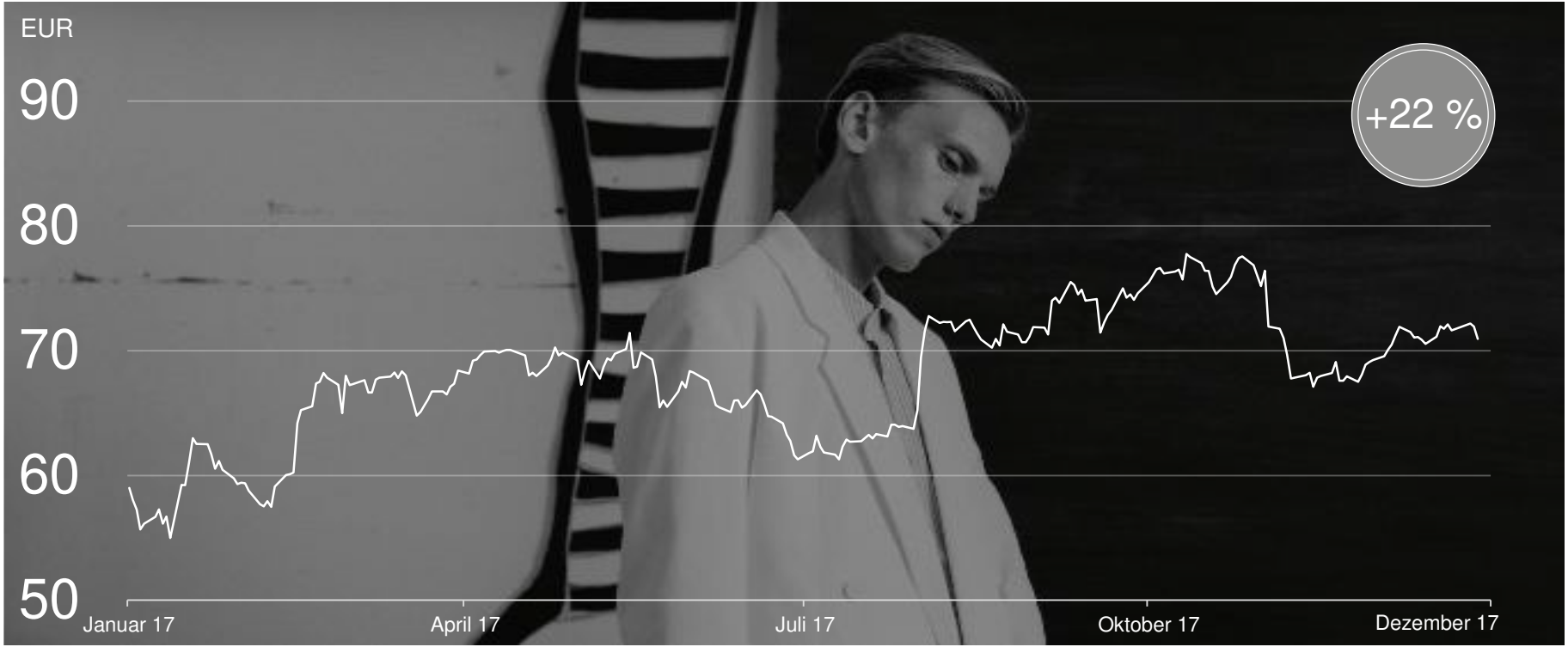
- Dividendenerhöhung auf EUR 2,65 vorgeschlagen
- Rückkehr zur Dividendenpolitik einer Ausschüttung zwischen 60% und 80% des Konzernergebnisses

Dividende je Aktie und Ausschüttungsquote



* Vorschlag für das Geschäftsjahr 2017. **Als prozentualer Anteil des auf die Anteilseigner entfallenden Konzernergebnisses.

HUGO BOSS Aktie entwickelt sich besser als Vergleichsindizes



HUGO BOSS setzt strategische Neuausrichtung konsequent um

DIGITAL

I. Neuausrichtung des Markenportfolios

III. Digitale Transformation des Geschäftsmodells

GLOBAL

AGIL

II. Weiterentwicklung der Distributionsstrategie

IV. Aktiver Wandel der Unternehmenskultur

NACHHALTIG

Konzentration auf zwei starke Marken – BOSS und HUGO

Positive Resonanz auf BOSS Fashion Shows

HUGO startet mit einer Fashion Show in Florenz in eine neue Ära

Umsatzproduktivität im eigenen Einzelhandel soll deutlich steigen

Ausweitung des Casualwear-Angebots im eigenen Einzelhandel

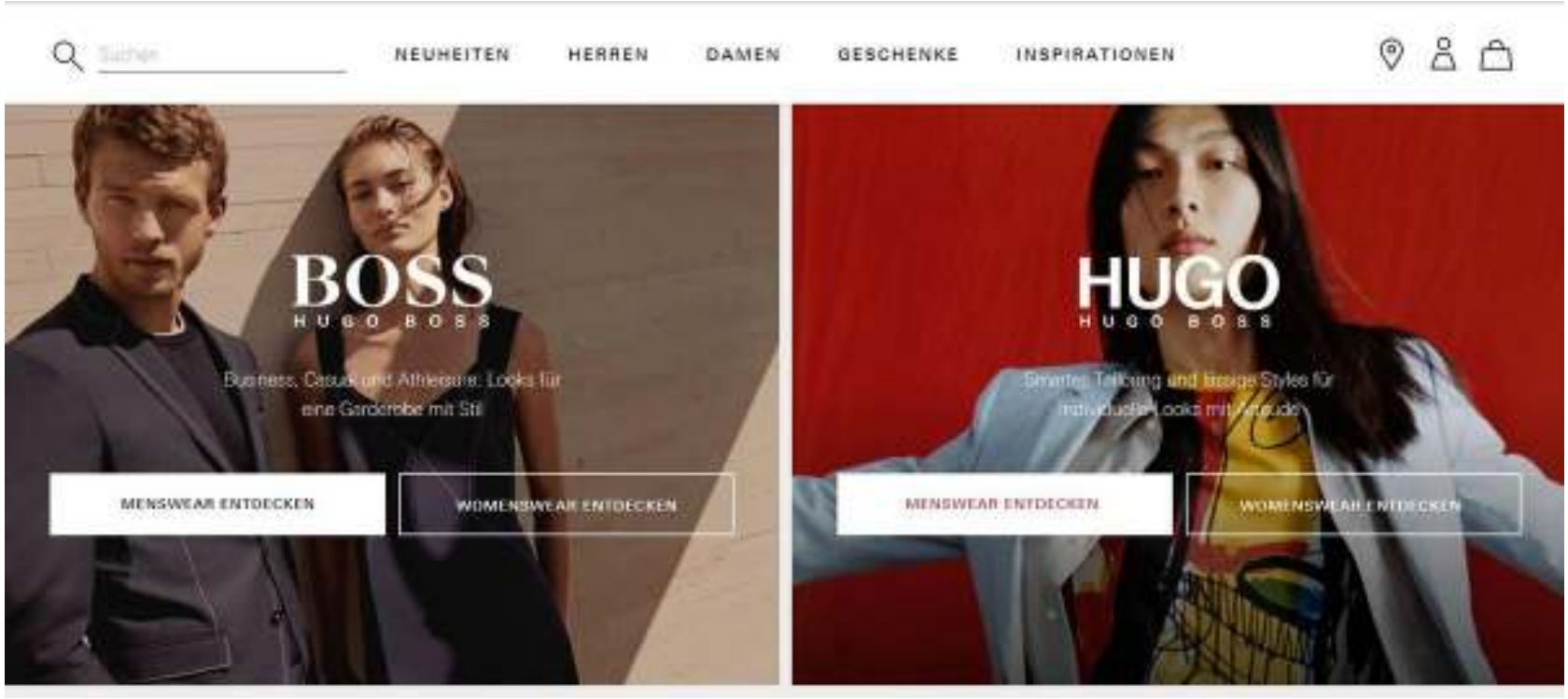
Einführung neuer Storekonzepte für BOSS und HUGO

Neubau des Flagship Outlets in Metzingen

Personalisiertes Serviceangebot verbessert Einkaufserlebnis

Omnichannel verbindet Online und stationären Handel

HUGO BOSS erzielt deutliche Fortschritte im Onlinegeschäft



HUGO stellt erste vollständig digital entwickelte Kollektion vor

////////// DIGITAL [e] VOLUTION //////////

Digitaler HUGO Showroom startet in weiteren europäischen Märkten

Transformation von HUGO beschleunigt den Wandel der Unternehmenskultur

HUGO BOSS erstmals im Dow Jones Sustainability Index vertreten

Stakeholder Dialog intensiviert

Transparenz erhöht

Arbeit in Bündnissen ausgebaut

Nachhaltige Produktinnovationen entwickelt

Ausblick 2018: höherer Umsatz, höheres Konzernergebnis

KONZERNUMSATZ

Anstieg
im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich

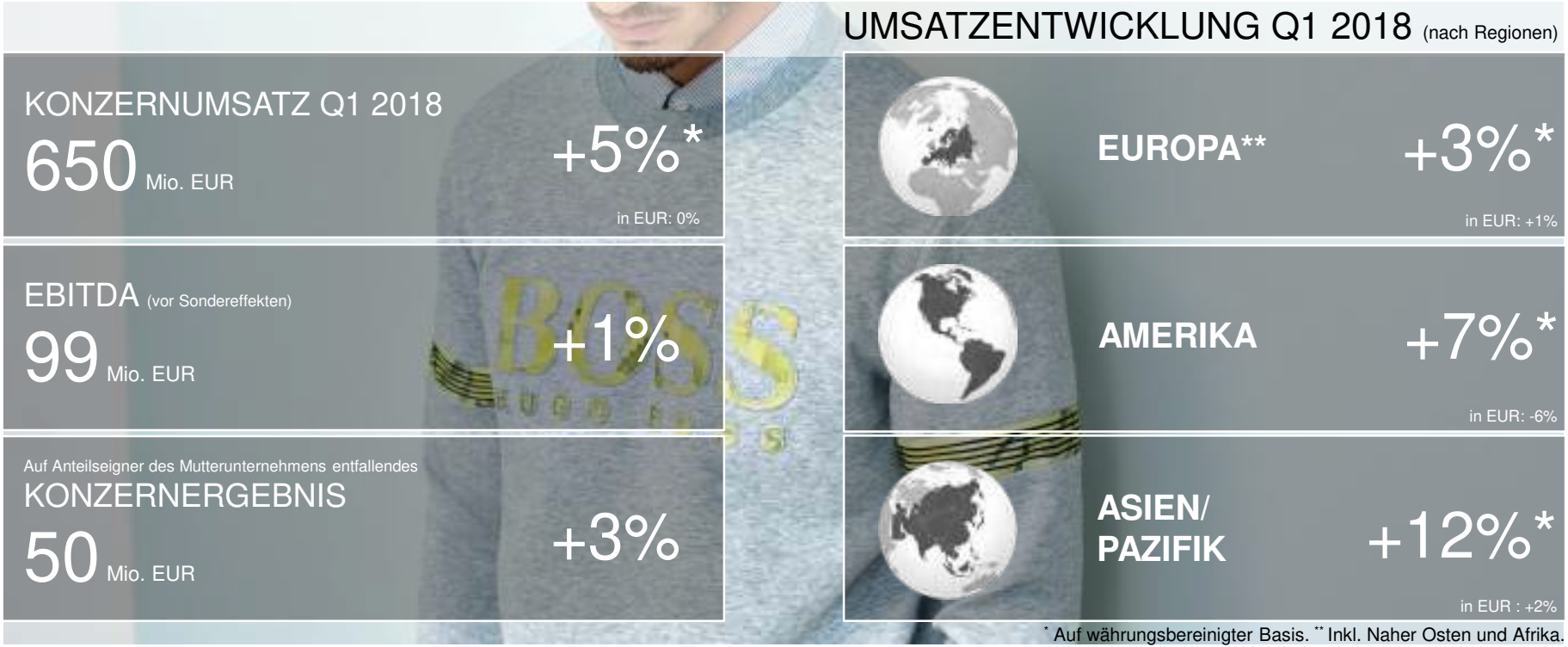
EBITDA (vor Sondereffekten)

Veränderung zwischen
–2% und +2%

KONZERNERGEBNIS

Anstieg
im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich

Ergebnisse des ersten Quartals 2018 bestätigen Ausblick für das Gesamtjahr



KONZERNUMSATZ Q1 2018
650 Mio. EUR
+5%*
in EUR: 0%

EBITDA (vor Sondereffekten)
99 Mio. EUR
+1%

Auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes KONZERNERGEBNIS
50 Mio. EUR
+3%

UMSATZENTWICKLUNG Q1 2018 (nach Regionen)

EUROPA**
+3%*
in EUR: +1%

AMERIKA
+7%*
in EUR: -6%

ASIEN/ PAZIFIK
+12%*
in EUR : +2%

* Auf währungsbereinigter Basis. ** Inkl. Naher Osten und Afrika.

Strategische Neuausrichtung kommt gut voran

HUGO BOSS

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Zukunftsgerichtete Aussagen bergen Risiken

Dieses Dokument enthält zukunftsgerichtete Aussagen, welche die derzeitige Einschätzung der Unternehmensleitung in Bezug auf zukünftige Ereignisse widerspiegeln. Die Begriffe "erwarten" "annehmen", "glauben", "schätzen", "davon ausgehen", "beabsichtigen", "können", "planen", "prognostizieren", "sollten" und ähnliche Ausdrücke stehen für in die Zukunft gerichtete Aussagen. Derartige Aussagen unterliegen Risiken und Unsicherheiten. Treten diese oder andere Risiken und Unsicherheiten ein oder stellen sich Annahmen, auf denen solche Aussagen basieren als falsch heraus, so können sich die tatsächlichen Ergebnisse gravierend von denen unterscheiden, die durch derartige Aussagen ausgedrückt oder angedeutet wurden. Wir übernehmen keine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren, die nur für das Datum gelten, an dem sie getroffen wurden.

HUGO BOSS