

Metzingen, 3. Dezember 2025

HUGO BOSS GIBT STRATEGISCHES UPDATE BEKANNT UND EBNET DEN WEG FÜR PROFITABLES WACHSTUM

- Nächste strategische Phase zur Refokussierung, Straffung und Stärkung des Geschäfts
- Klarer Fokus auf Marken-, Vertriebs- und operativer Exzellenz bis 2028
- Starker Free Cashflow von rund 300 Mio. EUR jährlich bis 2028 angestrebt¹
- 2026 wird Jahr der Refokussierung der Marken und Vertriebskanäle für langfristige Effizienzsteigerungen
- Für 2026 Rückgang des währungsbereinigten Konzernumsatzes im mittleren bis hohen einstelligen Bereich erwartet
- EBIT für 2026 voraussichtlich zwischen 300 und 350 Mio. EUR, da die Umsatzentwicklung eine angestrebte Verbesserung der Bruttomarge und Kosteneffizienzgewinne überkompensieren wird
- Rückkehr zu profitabilem Wachstum ab 2027 geplant
- Langfristiges Potenzial: stärkeres Wachstum als der Markt und Steigerung der EBIT-Marge auf rund 12 %

„Seit 2021 haben wir unser Unternehmen mit CLAIM 5 neu positioniert und damit eine starke Basis für die Zukunft gelegt. Wir haben den Auftritt unserer beiden Marken erneuert und umfangreich in unsere organisatorische Plattform investiert,“ sagt **Daniel Grieder, Vorstandsvorsitzender von HUGO BOSS**. „Nach den Erfolgen der letzten Jahre treten wir nun bewusst einen Schritt zurück, um uns auf das Wachstum von morgen vorzubereiten. Unser Fokus wird in den kommenden Jahren auf der kontinuierlichen Optimierung der Marken, des Vertriebs und des Bereichs Operations liegen, mit dem klaren Ziel, diese weiterzuentwickeln – von hervorragend zu exzellent. Dies wird neben einer starken Cash-Generierung nachhaltiges, profitables Wachstum vorantreiben und letztlich langfristig Wert für unsere Aktionärinnen und Aktionäre schaffen. Unsere Vision ist klar: die weltweit führende, technologiegesteuerte, kundenorientierte Modeplattform im Premiumbereich zu sein.“

HUGO BOSS legt heute mit CLAIM 5 TOUCHDOWN bis 2028 den Kurs fest, der die Weichen für nachhaltiges, profitables Wachstum stellt. In einem herausfordernden Marktumfeld baut

¹ Das durchschnittliche jährliche Free-Cashflow-Ziel ist ohne Berücksichtigung der Auswirkungen von IFRS 16 angegeben. Unter Einbeziehung von IFRS 16 entspricht dies rund 500 Mio. EUR.

diese Strategie auf den Erfolgen von CLAIM 5 seit 2021 auf. Beide Marken, BOSS und HUGO, verzeichneten ein starkes Wachstum (CAGR 2020-2024: +22 %) und gewannen global Marktanteile, während strukturelle Investitionen eine robuste Business-Plattform für die Zukunft geschaffen haben.

Mit Blick nach vorne bleibt HUGO BOSS seiner strategischen Ausrichtung treu und schärft jedoch den Fokus. 2026 wird ein Jahr der Anpassung sein, in dem das Geschäft durch die Straffung von Prozessen, die Überarbeitung des Sortiments und die Optimierung des Vertriebsnetzwerks gestärkt wird. Gleichzeitig wird HUGO BOSS die Free-Cashflow-Generierung deutlich beschleunigen und damit die Grundlage für fortgesetzte Aktienrenditen schaffen. Um dies zu erreichen, wird sich die Umsetzung auf drei zentrale Bereiche konzentrieren: Marke, Vertrieb und Operations. Diese Prioritäten werden die Effizienz steigern und die Voraussetzungen für eine Rückkehr zu Umsatz- und Ergebniswachstum ab 2027 schaffen.

Brand Excellence

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, die Markenexzellenz voranzutreiben, indem BOSS und HUGO weiter aufgewertet, die Markenrelevanz erhöht und die Kundenbindung vertieft werden. BOSS Menswear wird seine starke Positionierung als 24/7-Lifestyle-Marke ausbauen, während das Unternehmen die langfristige Performance von BOSS Womenswear und HUGO steigern wird. Der Fokus von BOSS Womenswear liegt auf einem optimierten Sortiment mit starken Kernprodukten, um die Relevanz bei den Konsumentinnen zu erhöhen. HUGO wird seine Identität mit einer geschärften Positionierung und einer zugänglicheren Produktpalette weiterentwickeln und sich noch stärker auf Contemporary Tailoring konzentrieren. Eine neue Organisationsstruktur mit zwei eigenständigen Powerhouses für Menswear und Womenswear wird Synergien zwischen den beiden Marken erschließen. Die Marketingaufwendungen werden bei rund 7 % des Konzernumsatzes liegen, wobei der Schwerpunkt auf ertragsstarken Initiativen liegt, darunter wichtige Partnerschaften wie Beckham x BOSS und produktorientierte Kampagnen, die die Konversionsrate steigern.

Distribution Excellence

Ein klarer Fokus auf Vertriebsexzellenz dient der Steigerung des Markenerlebnisses über alle Kontaktpunkte hinweg, mit dem Ziel einer qualitativ hochwertigeren Vertriebspräsenz. HUGO BOSS wird sein eigenes Storeportfolio weiter optimieren, um das Kundenerlebnis kontinuierlich zu verbessern und gleichzeitig die Flächenproduktivität und die Effizienz im eigenen Einzelhandel zu steigern. Im stationären Großhandel wird das Unternehmen strategische Partnerschaften ausbauen, einen selektiveren Sortimentsansatz verfolgen und sein Franchisingeschäft ausweiten. HUGO BOSS wird sein digitales Geschäft stärken, indem es nahtlose

Marken- und Kundenerlebnisse über alle Plattformen hinweg weiter vorantreibt. Mit Blick auf die Regionen wird das Unternehmen seine Position im US-Markt und in China weiter ausbauen, wobei ein besonderer Schwerpunkt auf der Optimierung des Vertriebs und der Anpassung der Markenaktivitäten an die lokalen Bedürfnisse liegt. HUGO BOSS wird seine starke Präsenz in Europa nutzen, um weitere Marktanteile zu gewinnen, und auch neue Wachstumsmöglichkeiten in den Emerging Markets erschließen.

Operational Excellence

HUGO BOSS wird die operative Exzellenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette steigern, indem es die bisherigen Investitionen nutzt, um langfristiges Wachstum, Profitabilität und Cash-Generierung zu fördern. Zu den wichtigsten Prioritäten gehören weitere Effizienzsteigerungen im Bereich Beschaffung durch die kontinuierliche Optimierung des Lieferantennetzwerks, eine Bevorzugung von Seefracht und kürzere Lieferzeiten. Parallel dazu wird das Unternehmen seine Planungskapazitäten verbessern und durch Technologie und künstliche Intelligenz schnellere und intelligenter Entscheidungen ermöglichen. HUGO BOSS wird außerdem die Vorteile seines erweiterten und automatisierten Logistiknetzwerks nutzen und die Effizienz im Backend durch optimierte Prozesse und Automatisierung stärken.

Finanzielle Ambition mit Schwerpunkt auf Profitabilität und Cash-Generierung

CLAIM 5 TOUCHDOWN baut auf den bisherigen Erfolgen auf und konzentriert sich auf Effizienzsteigerungen für zukünftiges, nachhaltiges Wachstum. Mittel- bis langfristig strebt das Unternehmen an, schneller als der Markt zu wachsen und eine EBIT-Marge von rund 12 % zu erzielen. Vor diesem Hintergrund stehen die nächsten Jahre im Zeichen einer bewussten Refokussierung, in der HUGO BOSS seine operative und finanzielle Basis weiter stärkt. Der Free Cashflow soll sich jährlich auf rund 300 Mio. EUR belaufen und sich damit gegenüber den letzten Jahren nahezu verdreifachen². Dies wird durch geringere Investitionen (3 % bis 4 % des Konzernumsatzes) und ein striktes Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens (18 % bis 20 % des Konzernumsatzes) unterstützt. Die Vorräte sollen schrittweise reduziert werden und sich bis 2028 auf etwa 20 % des Umsatzes annähern.

² Das durchschnittliche jährliche Free-Cashflow-Ziel ist ohne Berücksichtigung der Auswirkungen von IFRS 16 angegeben. Unter Einbeziehung von IFRS 16 entspricht dies rund 500 Mio. EUR.

„2026 wird ein Jahr der Konsolidierung und Refokussierung sein – ein wichtiger Schritt, um HUGO BOSS für langfristiges profitables Wachstum zu positionieren,“ sagt **Yves Müller, Chief Financial Officer und Chief Operating Officer von HUGO BOSS**. „Während wir kurzfristig einen Umsatzrückgang erwarten, werden wir unsere Effizienzmaßnahmen entlang der Wertschöpfungskette weiter vorantreiben, um unsere Margen zu sichern und die Cashflow-Generierung deutlich zu beschleunigen. Mit dieser gestärkten finanziellen Basis sind wir bestens aufgestellt, um ab 2027 zu Umsatz- und Ergebniswachstum zurückzukehren und uns auf unser langfristiges EBIT-Margenziel von rund 12 % zuzubewegen, womit wir unser Bekenntnis zur Wertschöpfung für alle Aktionärinnen und Aktionäre bekräftigen.“

Refokussierung in 2026 ebnet den Weg für erneutes profitables Wachstum in 2027

Vor dem Hintergrund einer bewussten Refokussierung der Marken und Vertriebskanäle wird für 2026 ein währungsbereinigter Umsatzrückgang im mittleren bis hohen einstelligen Bereich erwartet, bevor 2027 eine Rückkehr zu Wachstum erfolgt, das sich 2028 beschleunigen soll. Für 2026 und darüber hinaus wird eine Verbesserung der Bruttomarge erwartet, die durch Effizienzsteigerungen bei der Beschaffung, selektive Preisanpassungen und einen höheren Durchverkauf zum vollen Preis unterstützt wird. Angesichts der anhaltenden Kostendisziplin wird für 2026 ein EBIT zwischen 300 und 350 Mio. EUR erwartet, wobei sich die Profitabilität ab 2027 verbessern soll.

Kapitalallokationsmodell mit klarem Bekenntnis zu Aktienrenditen

Im Rahmen von CLAIM 5 TOUCHDOWN ist das Kapitalallokationsmodell des Unternehmens darauf ausgerichtet, Investitionen, Wertschöpfung und Widerstandsfähigkeit in Einklang zu bringen. Das Modell unterstreicht die Bedeutung weiterer Investitionen in das Geschäft, um langfristiges profitables Wachstum zu unterstützen, und beinhaltet gleichzeitig ein klares Bekenntnis zu fortgesetzten Aktienrenditen mittels Dividenden und/oder Aktienrückkäufen. Darüber hinaus wird HUGO BOSS seine Bilanz in den kommenden Jahren weiter stärken, mit dem Ziel, den Verschuldungsgrad zu senken, dabei innerhalb seines Zielkorridors zu bleiben und die starken Investment-Grade-Ratings von S&P („BBB“) und Moody's („Baa2“) aufrechtzuerhalten. Das Unternehmen wahrt zudem seine strategische Flexibilität zur Nutzung zukünftiger M&A-Chancen.

From Great to Excellent

CLAIM 5 TOUCHDOWN hat das Ziel, den Fokus, die Disziplin und die Umsetzung im gesamten Unternehmen zu schärfen. Mit klaren Prioritäten, einer performance-orientierten Kultur und engagierten Teams ist HUGO BOSS bereit, die Herausforderungen von heute zu meistern,

indem es den strategischen Fokus in greifbare Ergebnisse für morgen umsetzt. Gestützt auf ein starkes Cashflow-Profil und einen klaren Kurs in Richtung nachhaltigem, profitabilem Wachstum bleibt HUGO BOSS fest entschlossen, langfristig Wert für seine Aktionäre zu schaffen.

Einen detaillierten Ausblick für das Geschäftsjahr 2026 einschließlich Einzelheiten zur Kapitalallokation wird HUGO BOSS im Rahmen der Veröffentlichung seiner Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2025 am 10. März 2026 geben.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Media Relations

Carolin Westermann

Senior Vice President Global Corporate Communications

Telefon: +49 7123 94-86321

E-Mail: carolin_westermann@hugoboss.com

Investor Relations

Christian Stöhr

Senior Vice President Investor Relations

Telefon: +49 7123 94-87563

E-Mail: christian_stoehr@hugoboss.com