

# GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE UND BRANCHEN- ENTWICKLUNG

2024 geprägt von hoher  
makroökonomischer  
und geopolitischer  
Unsicherheit

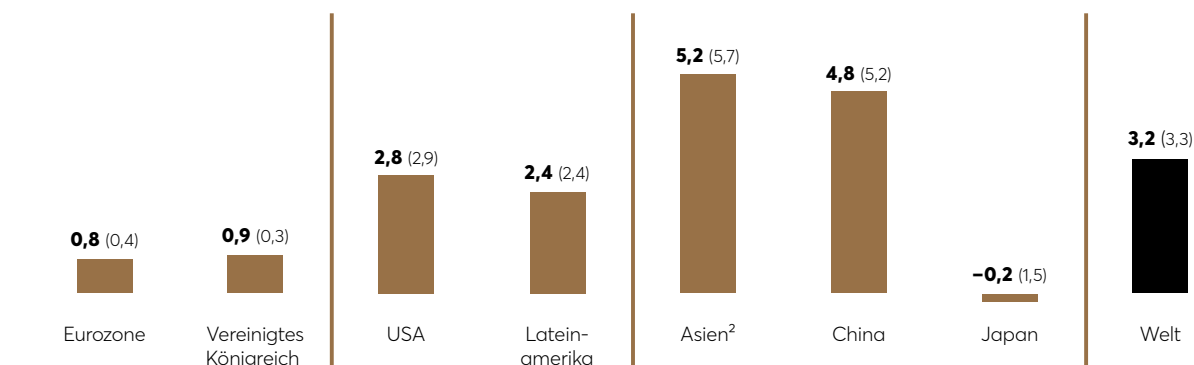
Zurückhaltende  
Verbraucherstimmung  
prägt globale  
Bekleidungsindustrie

Gedämpftes Branchen-  
wachstum zeigt sich  
insbesondere in Europa  
und China

## Gesamtwirtschaftliche Lage

Im Geschäftsjahr 2024 sah sich die Weltwirtschaft mit **zahlreichen Herausforderungen und Unsicherheiten** konfrontiert, da anhaltend hohe Zinssätze, ein gedämpfter Welthandel und schwache Investitionsströme die globale Konjunktur belasteten. Geopolitische Spannungen, darunter die Konflikte in der Ukraine und im Nahen Osten, sowie die Ergebnisse wichtiger Wahlen verstärkten die Unsicherheit. Diese Faktoren beeinträchtigten das Verbrauchervertrauen und trugen zu einer erhöhten Volatilität der Finanzmärkte bei. Allerdings gelang es der US-Notenbank (Fed) und der Europäischen Zentralbank (EZB) dank einer straffen Geldpolitik, die Inflation auf ein tragbareres Niveau zu senken. Dabei war der Inflationsdruck in einzelnen Regionen jedoch sehr unterschiedlich, wobei einige Branchen und Länder nach wie vor von einem erhöhten Preisniveau betroffen sind. Trotz dieser Gegenwinde zeigte sich die Weltwirtschaft insgesamt widerstandsfähig. In seiner jüngsten Prognose, veröffentlicht im Januar 2025, schätzt der Internationale Währungsfonds (IWF) das **globale Wirtschaftswachstum** für 2024 auf 3,2%, was in etwa dem Niveau des Vorjahres entspricht (2023: 3,3%).

### WACHSTUM DER WELTWIRTSCHAFT<sup>1</sup> (IN %)



2024 (2023)

<sup>1</sup> Schätzung IWF.

<sup>2</sup> Ohne Japan.

Nach Schätzung des IWF hat sich das Wirtschaftswachstum in der **Eurozone** leicht erholt und stieg 2024 auf 0,8 % (2023: 0,4 %). Frankreich zeigte ein stabiles Wachstum von 1,1 % (2023: 1,1 %), während andere europäische Volkswirtschaften nur geringe Verbesserungen vorwiesen. Deutschland hingegen verzeichnete mit –0,2 % abermals einen Rückgang der Wirtschaftsleistung (2023: –0,3 %), verursacht durch anhaltende Schwächen im produzierenden Gewerbe und eine verhaltene Gesamtnachfrage. Obwohl die restriktive Geldpolitik der EZB half, den Inflationsdruck zu verringern, blieben hohe Unsicherheiten und strukturelle Herausforderungen bestehen. Das Wirtschaftswachstum im **Vereinigten Königreich** verbesserte sich 2024 auf ein Niveau von 0,9 % (2023: 0,3 %), unterstützt durch die sinkende Inflation sowie eine schrittweise Erholung des Konsumklimas.

Die **US-Wirtschaft** zeigte sich erneut robust und erreichte 2024 ein Wachstum von 2,8 %, was in etwa dem Niveau des Vorjahres entspricht (2023: 2,9 %). Angetrieben durch eine solide Verbrauchernachfrage, einen starken Arbeitsmarkt und einen im Vergleich zu 2023 zurückhaltenderen Ansatz der Fed übertrafen die USA erneut andere große Volkswirtschaften. Während Bedenken über mögliche Politikwechsel nach den Wahlen vorherrschten, blieb die zugrunde liegende wirtschaftliche Dynamik der USA ein wesentlicher Treiber des globalen Wachstums. In **Lateinamerika** blieb das Wachstum 2024 mit 2,4 % stabil (2023: 2,4 %). Die Region zeigte sich trotz globaler Unsicherheiten widerstandsfähig, unterstützt durch schrittweise Verbesserungen der politischen Rahmenbedingungen und eine moderate Belebung der Verbrauchernachfrage.

**China** sah sich 2024 mit spürbaren wirtschaftlichen Herausforderungen konfrontiert, infolgedessen sich das Wachstum auf 4,8 % abschwächte (2023: 5,2 %). Konjunkturelle Herausforderungen, einschließlich der anhaltenden Krise im Immobiliensektor und einer besonders schwachen Verbraucherstimmung, belasteten die Wirtschaft deutlich und glichen Zuwächse infolge stärkerer Nettoexporte aus. Die Region **Asien (ohne Japan)** verzeichnete ein Wachstum von 5,2 % (2023: 5,7 %), was auf eine Verlangsamung in wichtigen Volkswirtschaften wie Indien und Südostasien angesichts einer nachlassenden industriellen Aktivität zurückzuführen ist. In **Japan** ging das Wirtschaftswachstum 2024 auf –0,2 % zurück (2023: 1,5 %), was insbesondere auf vorübergehende Lieferunterbrechungen und eine schwächere Exportnachfrage zurückzuführen ist.

## Branchenentwicklung

Für die **globale Bekleidungsindustrie** war das Jahr 2024 geprägt von anhaltenden makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten, darunter hohe Inflation, straffe Geldpolitik und schwache Verbraucherstimmung. Darüber hinaus führten anhaltende Veränderungen im Welthandel sowie Unterbrechungen in den Lieferketten zu zusätzlicher Volatilität. In der ersten Jahreshälfte blieb das Marktumfeld über alle Regionen hinweg eingetrübt, mit verhaltenem Optimismus im Hinblick auf Verbesserung. Jedoch trübten sich die regionalen Entwicklungen in der zweiten Jahreshälfte weiter ein. Laut einer gemeinsamen Studie von The Business of Fashion und McKinsey & Company, veröffentlicht im November 2024, lag das **Wachstum der globalen Bekleidungsindustrie** (ohne Berücksichtigung des Luxussegments) voraussichtlich bei 2 % bis 3 %, was das insgesamt herausfordernde Marktumfeld im Jahr 2024 widerspiegelt.

In **Europa** sah sich die Bekleidungsindustrie (ohne Berücksichtigung des Luxussegments) im Jahr 2024 mit einer insgesamt verhaltenen Verbrauchernachfrage konfrontiert, was zu einem verlangsamten Umsatzwachstum auf 1 % bis 3 % führte (2023: 4 %). Während der Inflationsdruck leicht nachließ, führten die wirtschaftliche Unsicherheit und geopolitische Spannungen zu anhaltend hohen privaten Sparquoten, was wiederum die Konsumausgaben belastete. Auf dem wichtigen **US-Markt** hingegen kehrte die Branche (ohne Berücksichtigung des Luxussegments) mit einem Umsatzplus von 2 % bis 3 % (2023: –1 %) auf den Wachstumspfad zurück. Die Branche profitierte von einer moderaten Erholung der Konsumstimmung und ersten Anzeichen einer Stabilisierung des gesamtwirtschaftlichen Umfelds gegen Ende des Jahres, unterstützt durch den Ausgang der Präsidentschaftswahlen. **China** hingegen sah sich das gesamte Jahr über mit deutlichen wirtschaftlichen Herausforderungen konfrontiert. Konjunkturelle Faktoren, darunter eine schwache Verbraucherstimmung, sowie eine nur begrenzte Wirkung staatlicher Konjunkturmaßnahmen führten zu einem erwarteten Branchenwachstum (ohne Berücksichtigung des Luxussegments) von 3 % bis 4 % (2023: 9 %). Damit fiel das Wachstum Chinas im Vergleich zu historischen Werten moderat aus, was die anhaltenden Herausforderungen sowie gestiegene Sparquoten widerspiegelt. Insbesondere der chinesische Luxusmarkt verzeichnete spürbare Umsatzrückgänge von zeitweise bis zu 10 % im Jahresverlauf.

# VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM PROGNOTIZIERTEN GESCHÄFTSVERLAUF

**Geschäftsjahr 2024  
von herausforderndem  
Branchenumfeld geprägt**

**Erfolgreiche Umsetzung  
der „CLAIM 5“-Strategie  
unterstützt Geschäfts-  
entwicklung**

**Angepasste Umsatz-  
und Ergebnisziele für  
das Geschäftsjahr 2024  
erreicht**

Seit der Einführung im Geschäftsjahr 2021 hat HUGO BOSS bei der Umsetzung seiner **„CLAIM 5“-Strategie** erhebliche Fortschritte erzielt. Dies spiegelt sich in deutlichen Erfolgen entlang aller fünf strategischen Prioritäten wider. Durch verstärkte Investitionen in unsere Marken, Produkte und Kundenkontaktpunkte hat sich die Dynamik sowohl bei BOSS als auch bei HUGO spürbar beschleunigt, was zu Rekordumsätzen in drei aufeinanderfolgenden Jahren sowie Marktanteilsgewinnen geführt hat. Gleichzeitig haben wir im Rahmen von „CLAIM 5“ eine robuste organisatorische und operative Plattform geschaffen, die die Basis für nachhaltiges und profitables Wachstum bildet. Diese Plattform ermöglicht es uns, unsere operative Umsetzung weiter zu verbessern, die Effektivität zu erhöhen und unternehmensweit Effizienzsteigerungen zu realisieren. Mit „CLAIM 5“ haben wir somit erfolgreich den Weg geebnet, um unsere finanzielle Ambition von 5 Mrd. EUR Umsatz und einer EBIT-Marge von mindestens 12 % zu erreichen.

Gleichzeitig hat sich das **globale Marktumfeld** im Geschäftsjahr 2024 deutlich eingetrübt, was in den meisten Märkten zu einer Abschwächung des Konsumklimas und damit zu einer Verlangsamung des Branchenwachstums führte. Während sich das insgesamt gedämpfte Verbrauchervertrauen unweigerlich auf die Performance des Unternehmens auswirkte und zu einem im Vergleich zu den Vorjahren moderateren Umsatzanstieg führte, profitierte HUGO BOSS weiterhin von der gestiegenen Markenrelevanz von BOSS und HUGO. Infolgedessen legte der **Konzernumsatz** sowohl währungsbereinigt als auch in Konzernwährung um 3 % auf 4,3 Mrd. EUR zu (2023: 4,2 Mrd. EUR). Im Laufe des Jahres haben wir **wichtige Wachstumschancen** genutzt, die Markenrelevanz weiter erhöht, unser Produktangebot verbessert und die Kundenbindung gestärkt. Zu den Highlights gehörten der Launch erfolgreicher 360-Grad-Markenkampagnen, der Beginn unserer Partnerschaft mit David Beckham sowie aufsehenerregende Markenevents wie die BOSS Fashion Show in Mailand. Gleichzeitig haben wir die Stärkung des 24/7-Lifestyle-Images beider Marken weiter vorangetrieben. Neben der konsequenten Nutzung unserer BOSS Markenlinien über alle Kontaktpunkte hinweg haben wir unser Denimwear-Angebot mit dem Launch von HUGO Blue erweitert. Mit dem Ziel, das Kundenerlebnis weiter zu verbessern, haben wir darüber hinaus unsere Omnichannel-Aktivitäten ausgeweitet, unter anderem durch die Eröffnung neuer BOSS Halo Stores in Düsseldorf und Shanghai. Zudem haben wir unser neues Loyalty-Programm HUGO BOSS XP erfolgreich eingeführt, um die **Markentreue zu stärken und die Bindung an unsere Marken und Produkte zu vertiefen**. > **Konzernstrategie**, > **Kundenkontaktpunkte**

Angesichts der schwächeren Verbraucherstimmung haben wir uns im Jahresverlauf 2024 verstärkt auf die **Steigerung der Kosteneffizienz** konzentriert. Dazu zählten das Vorantreiben von Effizienzverbesserungen in unseren globalen Beschaffungsaktivitäten und die Optimierung der Frachtarten, was sich positiv auf die Entwicklung der Bruttomarge im Geschäftsjahr 2024 auswirkte. In der zweiten Jahreshälfte haben wir zusätzliche Maßnahmen zur Steigerung von Effizienz und Effektivität umgesetzt und dabei von unserer robusten organisatorischen Plattform profitiert. Neben einem starken Fokus auf die Steigerung der Marketingeffektivität haben wir vor allem Produktivitätssteigerungen in den globalen Vertriebs- und Verwaltungsfunktionen vorangetrieben. Dazu zählten die Optimierung der Kostenstruktur im Einzelhandel sowie die **Priorisierung von Ausgaben in strategisch relevante Bereiche**. Vor dem Hintergrund dieser Effizienzmaßnahmen konnten wir den Anstieg der operativen Aufwendungen in der zweiten Jahreshälfte begrenzen und so die Profitabilität im Jahr 2024 unterstützen. Infolgedessen belief sich das EBIT im Geschäftsjahr 2024 auf 361 Mio. EUR, was einer EBIT-Marge von 8,4 % entspricht (2023: 410 Mio. EUR; 9,8 %). Damit hat HUGO BOSS seine im Juli 2024 vor dem Hintergrund des herausfordernden Marktumfelds angepassten **Umsatz- und Ergebnisziele für das Geschäftsjahr 2024 erreicht**. > **Ertragslage**

#### VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM PROGNOTIZIERTEN GESCHÄFTSVERLAUF

	Ergebnis 2023	Ursprüngliche Prognose 2024	Jüngste Prognose 2024 <sup>1</sup>	Ergebnis 2024
<b>Konzernumsatz</b>	4.197 Mio. EUR	Anstieg von 3 % und 6 %	Anstieg von 1 % bis 4 % auf 4,20 Mrd. EUR bis 4,35 Mrd. EUR	Anstieg um 3 % auf 4,3 Mrd. EUR
<b>Umsatzentwicklung nach Segmenten</b>				
<b>EMEA</b>	2.562 Mio. EUR	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich	Anstieg im niedrigen einsteiligen Prozentbereich	Anstieg um 3 % auf 2.625 Mio. EUR
<b>Amerika</b>	955 Mio. EUR	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich	Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich	Anstieg um 8 % auf 1.020 Mio. EUR
<b>Asien/Pazifik</b>	576 Mio. EUR	Anstieg im hohen einsteiligen bis niedrig zweistelligen Prozentbereich	Moderater Rückgang	Rückgang um 2 % auf 553 Mio. EUR
<b>Operatives Ergebnis (EBIT)</b>	410 Mio. EUR	430 Mio. EUR bis 475 Mio. EUR	350 Mio. EUR bis 430 Mio. EUR	Rückgang um 12 % auf 361 Mio. EUR
<b>Konzernergebnis</b>	270 Mio. EUR	Anstieg von 5 % bis 15 %	Entwicklung innerhalb von minus 15 % bis plus 5 %	Rückgang um 17 % auf 224 Mio. EUR
<b>TNWC im Verhältnis zum Umsatz</b>	20,8 %	Verbesserung auf einen Wert in Richtung 20 %	Verbesserung auf einen Wert in Richtung 20 %	Verbesserung um 120 Basispunkte auf 19,6 %
<b>Investitionen</b>	298 Mio. EUR	300 Mio. EUR bis 350 Mio. EUR	Rund 300 Mio. EUR	Rückgang um 4 % auf 286 Mio. EUR

<sup>1</sup> Die Prognose des Konzernumsatzes und des EBIT wurde im Juli 2024 angepasst; die Prognosen der Umsatzentwicklung nach Segmenten, des Konzernergebnisses und der Investitionen wurden mit der Veröffentlichung der Ergebnisse des ersten Halbjahres im August 2024 angepasst.

Der **Konzernumsatz** legte im Geschäftsjahr 2024 sowohl währungsbereinigt als auch in Konzernwährung um 3 % auf 4.307 Mio. EUR zu (2023: 4.197 Mio. EUR). Der Umsatz lag damit im Rahmen der jüngsten Prognosespanne, die einen Umsatzanstieg im Bereich zwischen 1 % und 4 % vorsah. Das Wachstum im Geschäftsjahr 2024 wurde durch Umsatzsteigerungen bei beiden Marken, BOSS und HUGO, sowie in den meisten Regionen und Vertriebskanälen angetrieben. > **Ertragslage, Umsatzlage**

Unterstützt durch die solide Umsatzentwicklung und einen Anstieg der Bruttomarge konnte der Rückgang des **operativen Ergebnisses (EBIT)**, der auf höhere operative Aufwendungen zurückzuführen ist, letztlich auf 12% begrenzt werden. Folglich belief sich das EBIT im Geschäftsjahr 2024 auf 361 Mio. EUR (2023: 410 Mio. EUR) und lag damit im Rahmen der jüngsten Prognosespanne von 350 Mio. EUR bis 430 Mio. EUR. Infolgedessen belief sich die EBIT-Marge auf 8,4% und lag damit 140 Basispunkte unter dem Vorjahresniveau (2023: 9,8%). Das **Konzernergebnis** verringerte sich im Geschäftsjahr 2024 dementsprechend um 17% auf 224 Mio. EUR (2023: 270 Mio. EUR). > **Ertragslage, Gewinn-und-Verlust-Rechnung**

Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** im Verhältnis zum Umsatz verbesserte sich im Geschäftsjahr 2024 auf 19,6% (2023: 20,8%) und übertraf damit die jüngste Prognose, die eine Verbesserung auf einen Wert in Richtung 20% vorsah. Diese Entwicklung spiegelt eine Verbesserung unserer Vorräte im Verhältnis zum Umsatz, geringere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen wider. > **Vermögenslage**

Die **Investitionen** gingen 2024 um 4% auf 286 Mio. EUR zurück und lagen damit leicht unter der jüngsten Prognose von rund 300 Mio. EUR (2023: 298 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist vor allem auf unsere Fortschritte bei der Steigerung der Effizienz der Investitionen zurückzuführen, die wir durch die Priorisierung strategisch relevanter Investitionen erzielt haben. > **Finanzlage, Investitionen**

Der **Free Cashflow** belief sich im Geschäftsjahr 2024 auf 497 Mio. EUR und lag damit deutlich über dem Niveau des Vorjahres (2023: 96 Mio. EUR). Diese Entwicklung unterstreicht die starke Cash-Generierung unseres Geschäftsmodells. Der starke Anstieg ist insbesondere auf Verbesserungen im kurzfristigen operativen Nettovermögen zurückzuführen. > **Finanzlage, Kapitalflussrechnung und Free Cashflow**

# ERTRAGSLAGE

**HUGO BOSS verzeichnet solides Umsatzwachstum trotz schwierigem Marktumfeld**

**Starker Fokus auf Effizienzsteigerung begrenzt Anstieg der operativen Aufwendungen**

**Kostendisziplin unterstützt Entwicklung des operativen Ergebnisses (EBIT)**

HUGO BOSS verzeichnete im Geschäftsjahr 2024 **solide Umsatzverbesserungen** und profitierte dabei von der in den letzten Jahren gestärkten Markenrelevanz von BOSS und HUGO. Gleichzeitig ist das Wachstum im Vergleich zu den Vorjahren geringer ausgefallen, was hauptsächlich auf anhaltende makroökonomische und geopolitische Herausforderungen zurückzuführen ist. Letztere belasteten die Verbrauchernachfrage in den meisten Märkten und führten 2024 somit zu einer allgemeinen Verlangsamung des Branchenwachstums. Während das Unternehmen auch weiterhin wichtige Wachstumschancen nutzte, verstärkte HUGO BOSS angesichts des gedämpften Konsumklimas seinen Fokus auf die **Steigerung der Kosteneffizienz** entlang sämtlicher Unternehmensbereiche – Operations, Marketing, Vertrieb und Verwaltung – und erzielte bereits in der zweiten Jahreshälfte erhebliche Fortschritte. Gleichzeitig investierte das Unternehmen auch weiterhin in **wichtige strategische Initiativen**, um die Markenstärke zu erhöhen und die Kundenbindung zu BOSS und HUGO zu vertiefen. Dieser ausgewogene Ansatz war entscheidend, um den Anstieg der operativen Aufwendungen in der zweiten Jahreshälfte zu begrenzen und so die Profitabilität im Jahr 2024 zu unterstützen. Akquisitionen oder Desinvestitionen hatten im Berichtszeitraum keine wesentlichen Auswirkungen auf die finanzielle Entwicklung des Konzerns.

## Umsatzlage

Trotz eines herausfordernden makroökonomischen und geopolitischen Umfelds verzeichnete HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2024 solide Umsatzsteigerungen. Insgesamt lag der **Konzernumsatz** mit 4.307 Mio. EUR (2023: 4.197 Mio. EUR) währungsbereinigt um 3% über dem Vorjahresniveau, und markierte folglich ein weiteres Rekordjahr für HUGO BOSS. In Konzernwährung stieg der Umsatz ebenfalls um 3%, da sich Währungseffekte weitestgehend ausglich. Das Wachstum in 2024 wurde durch Umsatzverbesserungen bei beiden Marken, BOSS und HUGO, sowie in den meisten Regionen und Vertriebskanälen angetrieben.

## Umsatz nach Marken

### UMSATZ NACH MARKEN (IN MIO. EUR)

	2024	In % des Umsatzes	2023	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
BOSS Menswear	3.329	77	3.256	78	2	3
BOSS Womenswear	297	7	288	7	3	3
HUGO	682	16	653	16	4	5
<b>Gesamt</b>	<b>4.307</b>	<b>100</b>	<b>4.197</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

Im Rahmen unserer „CLAIM 5“-Strategie haben wir 2024 wichtige Marken- und Produktinitiativen vorangetrieben. So wurden die jüngsten Kollektionen von BOSS und HUGO erneut sowohl von Konsumenten als auch von Großhandelspartnern positiv aufgenommen. Infolgedessen lagen die währungsbereinigten Umsätze von **BOSS Menswear** und **BOSS Womenswear** jeweils 3 % über dem Vorjahresniveau. Unterstützt wurde diese Performance durch starbesetzte 360-Grad-Markenkampagnen, den Beginn der langfristigen Partnerschaft mit David Beckham und die BOSS Frühjahr/Sommer 2025 Fashion Show in Mailand. Bei **HUGO** erhöhte sich der Umsatz währungsbereinigt um 5 %. Neben der erfolgreichen Einführung der Denim-Markenlinie HUGO Blue wurde die Dynamik durch mehrere Kapselkollektionen, darunter HUGO x Racing Bulls, angetrieben.

> Konzernstrategie

## Umsatz nach Regionen

### UMSATZ NACH REGIONEN (IN MIO. EUR)

	2024	In % des Umsatzes	2023	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
EMEA	2.625	61	2.562	61	2	3
Amerika	1.020	24	955	23	7	8
Asien/Pazifik	553	13	576	14	-4	-2
Lizenzen	109	3	104	2	4	4
<b>Gesamt</b>	<b>4.307</b>	<b>100</b>	<b>4.197</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

Die Wachstumsdynamik variierte im Geschäftsjahr 2024 je nach Region. In der Region **EMEA** legte der Umsatz währungsbereinigt um 3 % zu, unterstützt durch solide Umsatzverbesserungen in Deutschland sowie zweistelliges Wachstum in den Emerging Markets. In **Amerika** stieg der Umsatz währungsbereinigt um 8 %, wobei sämtliche Märkte zum Wachstum beitrugen. Das umfasst auch ein hohes einstelliges Plus auf dem wichtigen US-Markt. Der Umsatz in der Region **Asien/Pazifik** blieb hingegen um 2 % unter dem Vorjahresniveau. Während HUGO BOSS in Südostasien & Pazifik hohes einstelliges Wachstum verzeichnete, blieben die Umsätze in China aufgrund der insgesamt verhaltenen lokalen Nachfrage unter dem Vorjahresniveau.

> Ertragslage, Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente

## Umsatz nach Vertriebskanälen

### UMSATZ NACH VERTRIEBSKANÄLEN (IN MIO. EUR)

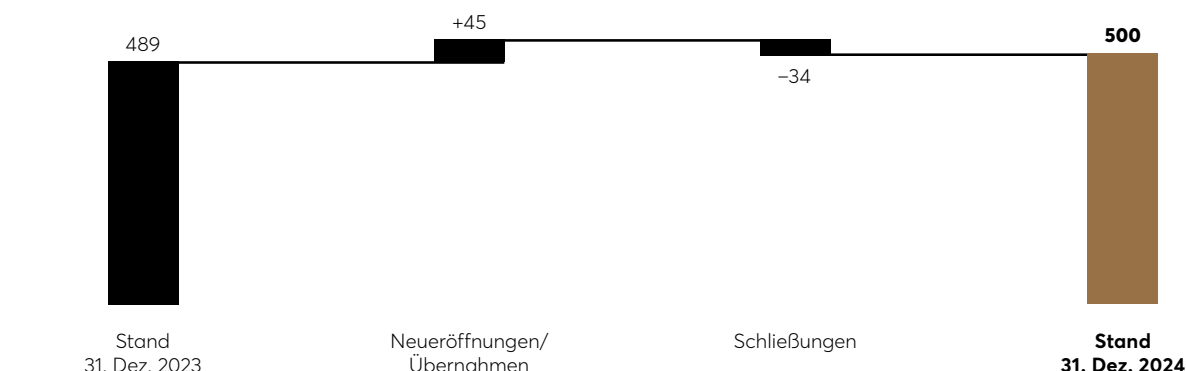
	2024	In % des Umsatzes	2023	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	2.241	52	2.262	54	-1	0
Stationärer Großhandel	1.111	26	1.033	25	8	8
Digital	846	20	798	19	6	6
Lizenzen	109	3	104	2	4	4
<b>Gesamt</b>	<b>4.307</b>	<b>100</b>	<b>4.197</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>3</b>



Aus Vertriebskanalsicht wurde das Wachstum in 2024 vom stationären Großhandel und dem digitalen Geschäft getragen, während der Umsatz im **stationären Einzelhandel** (einschließlich freistehender Stores, Shop-in-Shops und Outlets) währungsbereinigt auf dem Niveau des Vorjahres blieb. Dort glichen höhere Umsätze pro Transaktion geringere Besucherzahlen in den Stores weitgehend aus, wobei Letzteres die gedämpfte Verbraucherstimmung in wichtigen Märkten, allen voran China, widerspiegelt. Der währungsbereinigte Umsatz im **stationären Großhandel** stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr um 8 %, was die robuste Nachfrage der Großhandelspartner nach BOSS und HUGO widerspiegelt. Dadurch konnten beide Marken ihre Sichtbarkeit und Reichweite in wichtigen Department Stores weiter verbessern. Gleichzeitig haben wir 2024 unser globales Franchisegeschäft in ausgewählten Märkten erfolgreich ausgebaut. Zudem setzte auch unser **digitales Geschäft** seinen Wachstumskurs erfolgreich fort und erzielte ein währungsbereinigtes Umsatzplus von 6 %. Dies ist sowohl auf Verbesserungen bei hugoboss.com als auch auf höhere digitale Umsätze mit Partnern zurückzuführen. Insgesamt stieg der Anteil der digitalen Umsätze am Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2024 damit auf 20 % (2023: 19 %). Der Umsatz im **Lizenzgeschäft** stieg währungsbereinigt um 4 %, unterstützt durch besonders starke Verbesserungen im Geschäft mit Brillen. > [Kundenkontaktpunkte](#)

## Netzwerk eigener Einzelhandelsgeschäfte

### ANZAHL EIGENER FREISTEHENDER EINZELHANDELSGESCHÄFTE



Im Geschäftsjahr 2024 erhöhte sich die Anzahl der **eigenen freistehenden Einzelhandelsgeschäfte** leicht auf 500 (2023: 489), was die selektive Ausweitung unserer globalen Einzelhandelspräsenz in Kernmärkten widerspiegelt, darunter die USA und China. > [Kundenkontaktpunkte](#)

Insgesamt **eröffneten** wir weltweit 37 zusätzliche BOSS Stores über alle drei Regionen hinweg, einschließlich neuer Halo-Stores in Düsseldorf und Shanghai. Gleichzeitig wurde das Storenetzwerk um acht HUGO Stores erweitert, davon drei Stores im Rahmen einer Franchiseübernahme in Warschau. Dem gegenüber stand die **Schließung** von 34 Stores in EMEA und Asien/Pazifik. Darin enthalten waren neben Stores mit auslaufenden Mietverträgen auch 12 Stores in Russland, deren Geschäftsbetrieb bereits seit März 2022 eingestellt war und die im Juli 2024 an einen Großhandelspartner veräußert wurden.

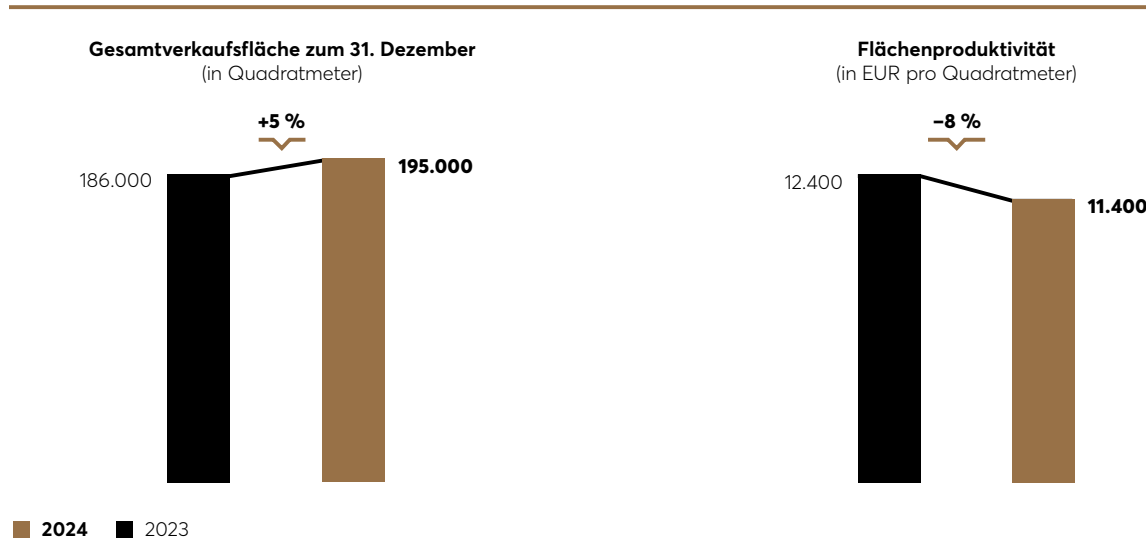
## ANZAHL EIGENER EINZELHANDELSVERKAUFSPUNKTE

2024	EMEA	Amerika	Asien/Pazifik	Gesamt
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	572	579	381	1.532
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	199	139	162	500

2023				
Anzahl eigener Einzelhandelsverkaufspunkte	587	456	375	1.418
davon freistehende Einzelhandelsgeschäfte	212	115	162	489

Unter Einbezug von Shop-in-Shops und Outlets erhöhte sich die **Gesamtzahl der eigenen Einzelhandelsverkaufspunkte** zum 31. Dezember 2024 weltweit auf 1.532 (2023: 1.418). Neben dem leichten Anstieg an freistehenden Einzelhandelsgeschäften spiegelt dies vor allem den weiteren Ausbau des Shop-in-Shop-Netzwerks wider, mit dem Ziel, die Präsenz der Marken bei wichtigen Handelspartnern, insbesondere in Amerika, zu stärken.



Die **Gesamtverkaufsfläche** im eigenen Einzelhandel erhöhte sich 2024 um 5% und lag zum Jahresende bei rund 195.000 Quadratmetern (31. Dezember 2023: rund 186.000 Quadratmeter). Gleichzeitig ging die **Flächenproduktivität im stationären Einzelhandel** um 8% auf rund 11.400 EUR pro Quadratmeter zurück, was vor allem die geringeren Besucherzahlen im stationären Einzelhandel widerspiegelt (2023: rund 12.400 EUR pro Quadratmeter).

## Gewinn-und-Verlust-Rechnung

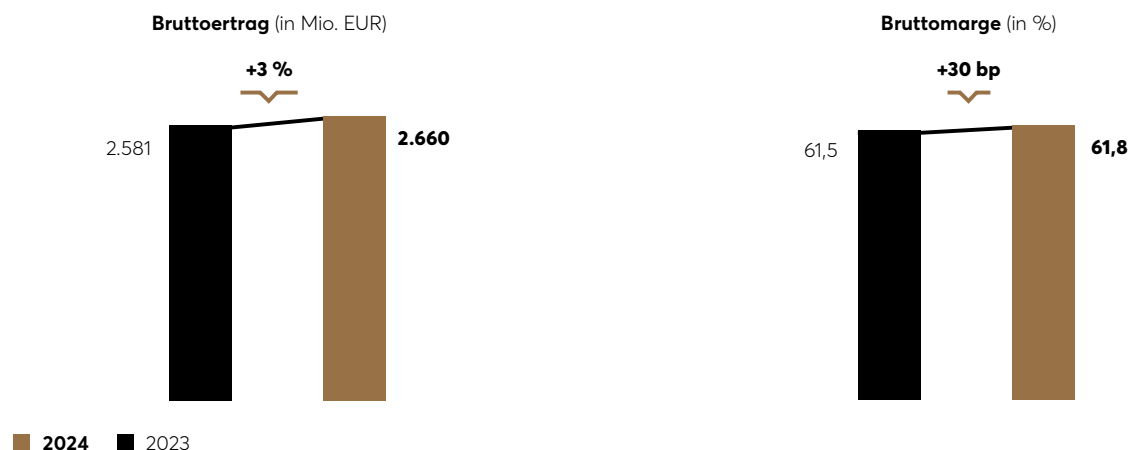
### GEWINN-UND-VERLUST-RECHNUNG (IN MIO. EUR)

	Jan.–Dez. 2024	Jan.–Dez. 2023	Veränderung in %
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>4.307</b>	<b>4.197</b>	<b>3</b>
Umsatzkosten	–1.648	–1.617	–2
<b>Bruttoertrag</b>	<b>2.660</b>	<b>2.581</b>	<b>3</b>
In % vom Umsatz	61,8	61,5	30 bp
<b>Operative Aufwendungen</b>	<b>–2.299</b>	<b>–2.171</b>	<b>–6</b>
In % vom Umsatz	–53,4	–51,7	–170 bp
davon Vertriebs- und Marketingaufwendungen	–1.868	–1.745	–7
davon Verwaltungsaufwendungen	–431	–426	–1
<b>Operatives Ergebnis (EBIT)</b>	<b>361</b>	<b>410</b>	<b>–12</b>
In % vom Umsatz	8,4	9,8	–140 bp
Finanzergebnis	–59	–53	–11
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>302</b>	<b>357</b>	<b>–16</b>
Ertragsteueraufwand	–78	–87	11
<b>Konzernergebnis</b>	<b>224</b>	<b>270</b>	<b>–17</b>
<b>Davon entfallen auf:</b>			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	213	258	–17
Nicht beherrschende Anteile	10	11	–11
<b>Ergebnis je Aktie (in EUR)<sup>1</sup></b>	<b>3,09</b>	<b>3,74</b>	<b>–17</b>
<b>Ertragsteuerquote in %</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	

<sup>1</sup> Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

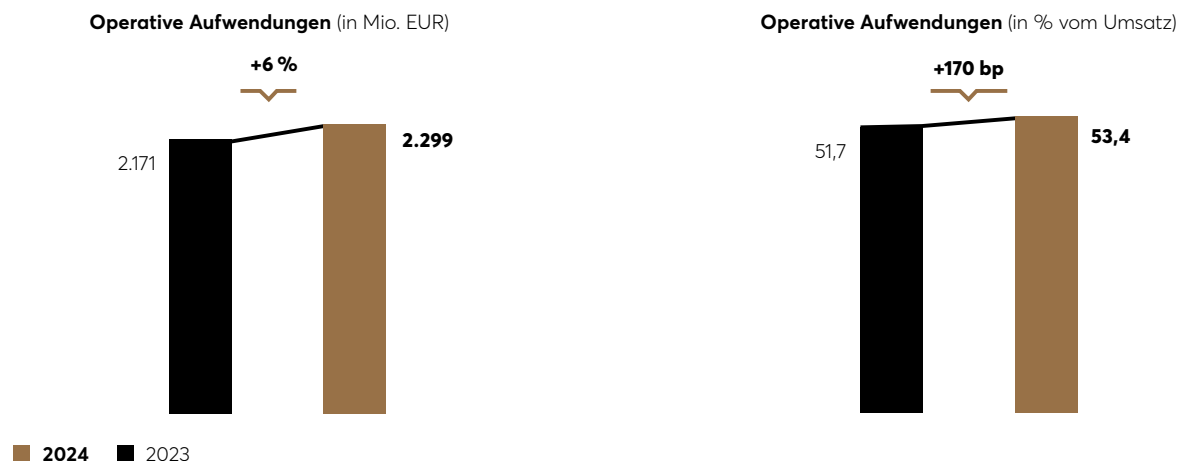
HUGO BOSS verzeichnete im Geschäftsjahr 2024 eine solide Verbesserung der **Bruttomarge** um 30 Basispunkte auf 61,8 % (2023: 61,5 %). Effizienzsteigerungen im Bereich Beschaffung sowie eine erfolgreiche Verringerung des Luftfrachtanteils, die einen allgemeinen Anstieg der globalen Frachtkosten mehr als ausglich, verliehen der Entwicklung der Bruttomarge spürbaren Rückenwind. Dadurch konnten unvorteilhafte Vertriebskanal- und regionale Mixeffekte, ungünstige Währungseffekte sowie ein allgemein rabattintensives Marktumfeld mehr als ausgeglichen werden. > **Business Operations**

## ENTWICKLUNG BRUTTOERTRAG UND BRUTTOMARGE



Infolge der konsequenten Umsetzung zahlreicher Kostenmaßnahmen zur Stärkung der Profitabilität konnte HUGO BOSS den Anstieg der **operativen Aufwendungen** im Jahresverlauf wirksam begrenzen. Insgesamt führte dies im Geschäftsjahr 2024 zu einer Erhöhung der operativen Aufwendungen um 6 %, wobei der Anstieg im zweiten Halbjahr deutlich geringer ausfiel als in der ersten Jahreshälfte. Insgesamt spiegelt diese Entwicklung vor allem höhere Vertriebs- und Marketingaufwendungen wider, während die Verwaltungsaufwendungen im Vergleich zum Vorjahr weitgehend stabil blieben. In Prozent vom Umsatz erhöhten sich die operativen Aufwendungen um 170 Basispunkte auf 53,4 % (2023: 51,7 %). > **Konzernanhang, Textziffer 2, 3 und 9**

## ENTWICKLUNG OPERATIVE AUFWENDUNGEN



Die **Vertriebs- und Marketingaufwendungen** lagen um 7 % über dem Vorjahresniveau und stiegen damit um 180 Basispunkte auf 43,4 % des Konzernumsatzes (2023: 41,6 %). Dabei erhöhten sich die **Aufwendungen für das stationäre Einzelhandelsgeschäft** des Konzerns um 14 % auf 989 Mio. EUR und entsprachen folglich 23,0 % des Konzernumsatzes (2023: 870 Mio. EUR; 20,7 %). Der Anstieg ist auf inflations- und expansionsbedingte Kosten sowie höhere nicht zahlungswirksame Wertminderungen zurückzuführen. Gleichzeitig trugen auch höhere **Logistikaufwendungen**, die um 10 % auf 183 Mio. EUR (2023: 166 Mio. EUR) stiegen, zum allgemeinen Anstieg der Vertriebs- und Marketingaufwendungen bei. Die **Marketinginvestitionen** sanken hingegen um 6 % auf 309 Mio. EUR (2023: 328 Mio. EUR). Dies spiegelt in erster Linie den verstärkten Fokus des Unternehmens auf die Steigerung der Marketingeffizienz durch die Priorisierung von Markeninitiativen mit dem höchsten Return wider. Folglich lagen die Marketinginvestitionen im Verhältnis zum Konzernumsatz bei 7,2 % und standen somit im Einklang mit dem im Rahmen von „CLAIM 5“ formulierten Zielkorridor von 7 % bis 8 % (2023: 7,8 %). > Konzernanhang, Textziffer 2, > Konzernstrategie, „Boost Brands“

Die **Verwaltungsaufwendungen** lagen im Geschäftsjahr 2024 in etwa auf dem Niveau des Vorjahres, da die allgemeine Kosteninflation durch ein diszipliniertes Kostenmanagement weitgehend ausgeglichen wurde. HUGO BOSS hat im abgelaufenen Geschäftsjahr mehrere Initiativen zur Steigerung der organisatorischen Produktivität umgesetzt, darunter die spürbare Reduzierung von Ausgaben in nicht geschäftskritischen Bereichen sowie die Priorisierung wichtiger strategischer Initiativen. Infolgedessen stiegen die **allgemeinen Verwaltungsaufwendungen** mit 341 Mio. EUR nur leicht an (2023: 336 Mio. EUR), während die im Rahmen der Kollektionsentwicklung anfallenden **Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen** mit 90 Mio. EUR (2023: 89 Mio. EUR) in etwa auf dem Niveau von 2023 lagen. Insgesamt sanken die Verwaltungsaufwendungen im Verhältnis zum Umsatz um 10 Basispunkte auf ein Niveau von 10,0 % (2023: 10,1 %). > Konzernanhang, Textziffer 3, > Produktentwicklung und -innovation

Unterstützt durch den insbesondere in der zweiten Jahreshälfte verstärkten Fokus auf Kosteneffizienz, konnte der Rückgang des **operativen Ergebnisses (EBIT)** auf 12 % begrenzt werden. Somit belief sich das EBIT im Geschäftsjahr 2024 auf 361 Mio. EUR (2023: 410 Mio. EUR). Dementsprechend sank die **EBIT-Marge** um 140 Basispunkte auf 8,4 % (2023: 9,8 %), da der Umsatzanstieg und die Verbesserung der Bruttomarge durch die höheren operativen Aufwendungen mehr als ausgeglichen wurden. Währungseffekte hatten 2024 einen leicht negativen Einfluss auf das EBIT.

#### ENTWICKLUNG EBIT UND EBIT-MARGE

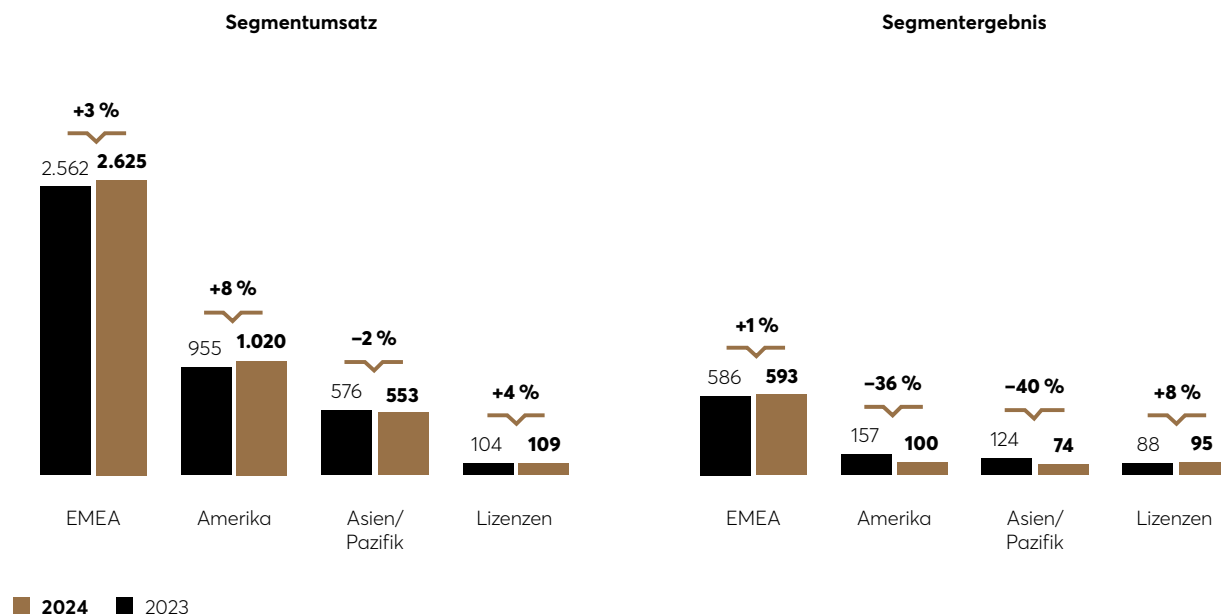


Die **Abschreibungen** lagen mit 414 Mio. EUR (2023: 342 Mio. EUR) um 21% über dem Vorjahresniveau. Der Anstieg ist hauptsächlich auf **nicht zahlungswirksame Wertminderungen** in Höhe von 47 Mio. EUR (2023: Wertaufholungen in Höhe von 4 Mio. EUR) zurückzuführen. Letztere spiegeln Wertminderungen auf das Sachanlagevermögen eigener Einzelhandelsgeschäfte sowie entsprechende Nutzungsrechte wider, bedingt durch das herausfordernde Marktumfeld im stationären Einzelhandel im Geschäftsjahr 2024. > **Konzernanhang, Textziffer 7**

Die **Nettofinanzaufwendungen (Finanzergebnis)** beliefen sich im Geschäftsjahr 2024 auf 59 Mio. EUR und lagen damit 11% über dem Vorjahr (2023: 53 Mio. EUR). So verzeichnete das Unternehmen höhere Zinsaufwendungen bei der Bilanzierung von Leasingverhältnissen nach IFRS 16, was das insgesamt höhere Zinsniveau widerspiegelt. Die **Konzernsteuerquote** lag leicht über dem Vorjahr und normalisierte sich somit schrittweise auf ein Niveau von 26 % (2023: 24 %). Das **Konzernergebnis** belief sich im Geschäftsjahr 2024 folglich auf 224 Mio. EUR und lag damit 17% unter dem Vorjahresniveau (2023: 270 Mio. EUR). Das auf die Anteilseigner entfallende Konzernergebnis verringerte sich ebenfalls um 17% auf 213 Mio. EUR (2023: 258 Mio. EUR), was zu einem **Ergebnis je Aktie** von 3,09 EUR (2023: 3,74 EUR) führte. Währungseffekte wirkten sich im Geschäftsjahr 2024 leicht negativ auf das Konzernergebnis aus. > **Konzernanhang, Textziffer 4 und 5**

## Umsatz- und Ertragsentwicklung der Geschäftssegmente

ENTWICKLUNG SEGMENTUMSATZ UND SEGMENTERGEBNIS (IN MIO. EUR)



## EMEA

Der währungsbereinigte Umsatz in der **Region EMEA** (Europa, Naher Osten und Afrika) legte im Geschäftsjahr 2024 insgesamt um 3 % zu. Diese Entwicklung wurde durch Umsatzverbesserungen im **stationären Großhandel** sowie im **digitalen Geschäft** vorangetrieben. Das Wachstum in diesen Vertriebskanälen konnte einen leichten Rückgang im **stationären Einzelhandel** infolge geringerer Besucherzahlen mehr als ausgleichen.

### UMSATZENTWICKLUNG EMEA (IN MIO. EUR)

	2024	In % des Umsatzes	2023	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	1.108	42	1.133	44	-2	-2
Stationärer Großhandel	860	33	813	32	6	6
Digital	657	25	616	24	7	6
<b>Gesamt</b>	<b>2.625</b>	<b>100</b>	<b>2.562</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>3</b>

Die Märkte in der Region EMEA entwickelten sich in 2024 uneinheitlich. Während **Deutschland** solide Umsatzverbesserungen verzeichnete, blieben die Umsätze sowohl in **Frankreich** als auch im **Vereinigten Königreich** unter dem Vorjahreswert, was auf die insgesamt verhaltene Verbraucherstimmung zurückzuführen ist. Gleichzeitig blieb die Dynamik in den **Emerging Markets**, einschließlich Osteuropa und dem Nahen Osten, stark, was sich in zweistelligen Umsatzverbesserungen widerspiegelte.

Das **Segmentergebnis** in EMEA lag mit 593 Mio. EUR um 1% über dem Vorjahresniveau (2023: 586 Mio. EUR). Die EBIT-Marge belief sich auf 22,6 % (2023: 22,9 %), wobei Verbesserungen beim Umsatz und bei der Bruttomarge durch höhere operative Aufwendungen mehr als ausgeglichen wurden. Letztere spiegeln insbesondere höhere Logistikaufwendungen sowie einen Anstieg der Aufwendungen für das stationäre Einzelhandelsgeschäft wider. > **Konzernanhang, Textziffer 24**

## Amerika

In der Region **Amerika** verzeichnete HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2024 ein währungsbereinigtes Umsatzplus von 8 %. Aus Vertriebskanalsicht stand das Wachstum auf breiter Basis, was sich in Umsatzverbesserungen im **stationären Einzelhandel**, im **stationären Großhandel** und im **digitalen Geschäft** des Konzerns widerspiegelt. Der zweistellige Anstieg im stationären Großhandel unterstreicht die verbesserte Sichtbarkeit von BOSS und HUGO in relevanten Department Stores, insbesondere im wichtigen US-Markt.

### UMSATZENTWICKLUNG AMERIKA (IN MIO. EUR)

	2024	In % des Umsatzes	2023	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	676	66	648	68	4	6
Stationärer Großhandel	207	20	182	19	14	15
Digital	137	13	125	13	9	11
<b>Gesamt</b>	<b>1.020</b>	<b>100</b>	<b>955</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>8</b>

Sämtliche amerikanischen Märkte trugen im Geschäftsjahr 2024 zum Wachstum bei. In den **USA**, dem größten Einzelmarkt für HUGO BOSS, stieg der Umsatz im hohen einstelligen Prozentbereich, wobei sämtliche Kundenkontaktpunkte Umsatzverbesserungen verzeichneten. Diese Entwicklung spiegelt die erfolgreiche 24/7-Lifestyle-Positionierung unserer Marken wider, die in 2024 zusätzlich an Dynamik gewonnen hat. Während der Umsatz in **Kanada** ebenfalls über dem Vorjahresniveau lag, verzeichnete HUGO BOSS in **Lateinamerika** mit zweistelligen Umsatzverbesserungen weiterhin eine besonders starke Dynamik.

Das Segmentergebnis in **Amerika** sank im Geschäftsjahr 2024 um 36 % auf 100 Mio. EUR (2023: 157 Mio. EUR), was einer EBIT-Marge von 9,8 % (2023: 16,4 %) entspricht. Verbesserungen beim Umsatz wurden durch einen Rückgang der Bruttomarge und einen Anstieg der operativen Aufwendungen, einschließlich höherer Aufwendungen im stationären Einzelhandel, mehr als ausgeglichen. > **Konzernanhang, Textziffer 24**

## Asien/Pazifik

In der Region **Asien/Pazifik** blieb der Umsatz währungsbereinigt um 2 % unter dem Vorjahreswert. Während der **stationäre Großhandel** ein robustes Wachstum verzeichnete, glichen Rückgänge im **stationären Einzelhandel** und im **digitalen Geschäft** diese Entwicklung mehr als aus, was insbesondere die schwache lokale Nachfrage in China widerspiegelt.

### UMSATZENTWICKLUNG ASIEN/PAZIFIK (IN MIO. EUR)

	2024	In % des Umsatzes	2023	In % des Umsatzes	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Stationärer Einzelhandel	457	83	481	84	-5	-3
Stationärer Großhandel	44	8	39	7	13	13
Digital	52	9	56	10	-8	-7
<b>Gesamt</b>	<b>553</b>	<b>100</b>	<b>576</b>	<b>100</b>	<b>-4</b>	<b>-2</b>

Die Märkte in der Region Asien/Pazifik verzeichneten 2024 eine uneinheitliche Entwicklung. Der Umsatz in **China** blieb unter dem Vorjahresniveau, da die schwache Verbrauchernachfrage spürbar auf der Entwicklung des lokalen Einzelhandelssektors lastete. Dagegen verzeichnete **Südostasien & Pazifik** im Geschäftsjahr 2024 Umsatzverbesserungen im hohen einstelligen Bereich, unterstützt durch deutlich zweistelliges Wachstum in **Japan**.

Das **Segmentergebnis** in der Region Asien/Pazifik blieb mit 74 Mio. EUR um 40 % unter dem Vorjahresniveau (2023: 124 Mio. EUR), was einer EBIT-Marge von 13,5 % entspricht (2023: 21,5 %). Dies spiegelt vor allem die schwächere Umsatzentwicklung sowie einen Anstieg der operativen Aufwendungen wider, einschließlich höherer Aufwendungen im stationären Einzelhandel. > **Konzernanhang, Textziffer 24**

## Lizenzen

Der Umsatz im **Lizenzgeschäft** erhöhte sich währungsbereinigt um 4 %, unterstützt durch besonders starke Verbesserungen im Geschäft mit Brillen. Darüber hinaus haben Lifestyle-Kategorien wie Reitsport und Radsport die Dynamik im vergangenen Geschäftsjahr zusätzlich beflügelt. > **Ertragslage, Umsatz nach Vertriebskanälen**

Folglich stieg das **Ergebnis des Segments** Lizenzen um 8 % auf 95 Mio. EUR (2023: 88 Mio. EUR). > **Konzernanhang, Textziffer 24**



## Fünffjahresübersicht der Geschäftssegmente

### ENTWICKLUNG SEGMENTUMSATZ (IN MIO. EUR)

	2024	2023	2022	2021	2020
EMEA	2.625	2.562	2.303	1.742	1.231
Amerika	1.020	955	789	543	308
Asien/Pazifik	553	576	467	423	343
Lizenzen	109	104	92	77	64

### ENTWICKLUNG SEGMENTERGEBNIS (IN MIO. EUR)

	2024	2023	2022	2021	2020
EMEA	593	586	548	347	87
Amerika	100	157	123	61	-97
Asien/Pazifik	74	124	74	74	32
Lizenzen	95	88	77	63	54

# VERMÖGENSLAGE

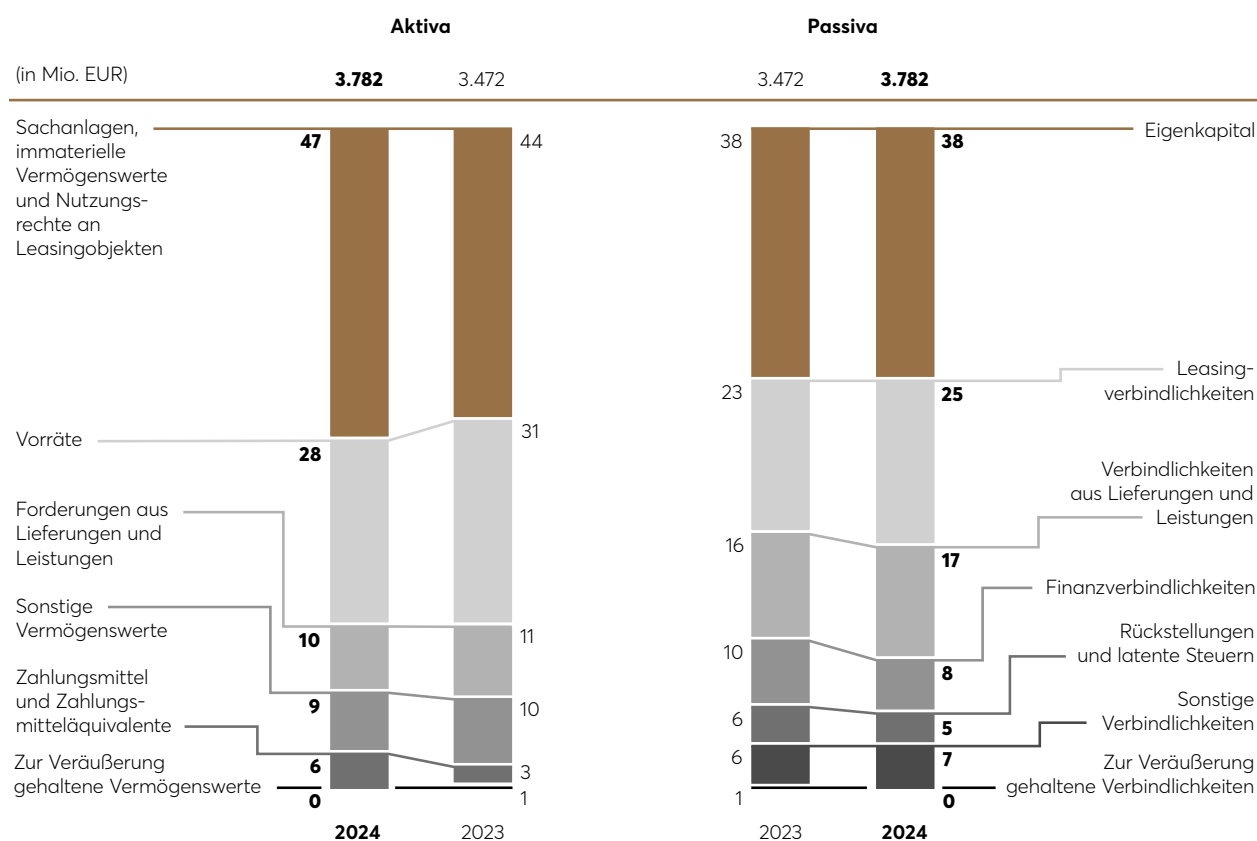
**Anstieg der Bilanzsumme spiegelt Investitionen in Einzelhandel und Logistik wider**

**Verbesserung des kurzfristigen operativen Nettovermögens im Verhältnis zum Umsatz auf 19,6 %**

**Eigenkapitalquote bleibt unverändert auf einem Niveau von 38 %**

Die **Bilanzsumme** erhöhte sich zum Jahresende um 9 % auf 3.782 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 3.472 Mio. EUR). Diese Entwicklung spiegelt vor allem einen höheren Bestand an Sachanlagen, immateriellen Vermögenswerten und Nutzungsrechten an Leasingobjekten sowie einen Anstieg der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente wider.

## BILANZSTRUKTUR ZUM 31. DEZEMBER (IN %)



Der **Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte** verringerte sich zum 31. Dezember 2024 auf 49 % (31. Dezember 2023: 52 %), was im Wesentlichen auf einen Rückgang des kurzfristigen operativen Nettovermögens zurückzuführen ist. Entsprechend erhöhte sich der **Anteil der langfristigen Vermögenswerte** zum Jahresende auf 51 % (31. Dezember 2023: 48 %). Die **Eigenkapitalquote** lag zum Jahresende bei 38 % und damit auf dem Niveau des Vorjahres (31. Dezember 2023: 38 %). > **Konzernabschluss, Konzernbilanz**

**KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN ZUM 31. DEZEMBER (IN MIO. EUR)**

	2024	2023	Veränderung in %	Währungsbereinigte Veränderung in %
Vorräte	1.072	1.066	1	0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	362	376	-4	-4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	643	572	12	12
<b>Kurzfristiges operatives Nettovermögen</b>	<b>791</b>	<b>870</b>	<b>-9</b>	<b>-9</b>

Das **kurzfristige operative Nettovermögen (TNWC)** lag währungsbereinigt um 9 % unter dem Vorjahresniveau. Dabei blieben die **Vorräte** weitestgehend auf dem Niveau von 2023. Im Verhältnis zum Umsatz beliefen sich die Vorräte auf 24,9 %, was einem Rückgang um 50 Basispunkte gegenüber dem Vorjahresniveau entspricht (2023: 25,4 %). Diese Entwicklung spiegelt die erfolgreichen Maßnahmen zur Optimierung der Vorratsposition im Laufe des Jahres wider. Gleichzeitig sanken die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** währungsbereinigt um 4 %, was in erster Linie auf ein effizientes Forderungsmanagement zurückzuführen ist. Andererseits lagen die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** um 12 % über dem Vorjahresniveau, was vor allem auf ein höheres Beschaffungsvolumen zum Jahresende sowie auf eine stärkere Inanspruchnahme des Supplier-Financing-Programms des Unternehmens zurückzuführen ist. Entsprechend verbesserte sich der gleitende Durchschnitt des **TNWC im Verhältnis zum Umsatz** auf Basis der letzten vier Quartale auf ein Niveau von 19,6 % (31. Dezember 2023: 20,8 %). > **Konzernanhang, Textziffer 12 und 13**

Der Bestand an **Sachanlagen, immateriellen Vermögenswerten und Nutzungsrechten an Leasingobjekten** erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 17 % auf 1.775 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 1.521 Mio. EUR). Der Anstieg reflektiert vor allem strategische Investitionen in das globale Einzelhandels- und Logistiknetzwerk des Unternehmens im Jahr 2024 sowie die Verlängerung von Mietverträgen für wichtige Einzelhandelsstandorte. Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** beliefen sich zum Jahresende auf 211 Mio. EUR, was den starken Anstieg des Free Cashflows widerspiegelt (31. Dezember 2023: 118 Mio. EUR). > **Konzernanhang, Textziffer 8 und 14, > Finanzlage, Kapitalflussrechnung und Free Cashflow**

Die Summe der **kurz- und langfristigen Leasingverbindlichkeiten**, die hauptsächlich im Zusammenhang mit der Anmietung von Einzelhandelsstandorten, Logistik- und Verwaltungsimmobiliien stehen, erhöhte sich zum Bilanzstichtag um 21 % auf 959 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 793 Mio. EUR). Der Anstieg ist hauptsächlich auf den Abschluss neuer Mietverträge im Einzelhandel und im Bereich Logistik sowie auf die Verlängerung bestehender Mietverträge im Einzelhandel zurückzuführen. Die **kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** verringerten sich um 13 % auf 297 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 340 Mio. EUR), was hauptsächlich eine geringere Inanspruchnahme der Kreditlinien des Unternehmens widerspiegelt, bedingt durch die starke Cashflow-Generierung. Der Posten **Rückstellungen und passive latente Steuern** sank um 15 % auf 187 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 220 Mio. EUR), was in erster Linie auf niedrigere Rückstellungen im Personalbereich zurückzuführen ist. > **Konzernanhang, Textziffer 9, 17, 19 und 20, > Finanzlage, Kapitalstruktur und Finanzierung**

HUGO BOSS hat den Verkaufsprozess seiner russischen Tochtergesellschaft im Laufe des Geschäftsjahrs 2024 abgeschlossen. Folglich wurden die **zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten** vollständig ausgebucht. Zum 31. Dezember 2024 beliefen sie sich somit auf jeweils 0 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 27 Mio. EUR bzw. 19 Mio. EUR). > **Konzernanhang, Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden**

# FINANZLAGE

**Konsortialkredit mit ESG-Bezug bietet hohes Maß an finanzieller Flexibilität**

**Deutlich positive Free-Cashflow-Generierung im Geschäftsjahr 2024**

**Effizienzgewinne durch die Priorisierung strategischer Investitionen**

## Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

Das **unternehmensweite Finanzmanagement** wird zentral durch die Konzern-Treasury-Abteilung gesteuert. Zu den übergeordneten Zielen gehören die Sicherung der finanziellen Stabilität und Flexibilität, die Gewährleistung der jederzeitigen Zahlungsfähigkeit sowie die Steuerung finanzieller Risiken. Dabei umfasst das unternehmensweite Finanzmanagement neben der Konzernfinanzierung das Cash- und Liquiditätsmanagement, das Management von Marktpreisrisiken sowie das Management von Kontrahentenrisiken. Konzernweit gültige **Treasury-Grundsätze** regeln dabei sämtliche treasuryrelevanten Sachverhalte wie etwa die Genehmigung von Bankbeziehungen, den Umgang mit Finanzierungsvereinbarungen, das Liquiditäts- und Anlagemanagement sowie das Management von Währungs- und Zinsrisiken.

Bei der Auswahl der Finanzierungsinstrumente im Rahmen der **Konzernfinanzierung** werden Faktoren wie die Marktkapazität, Finanzierungskosten, Kreditauflagen und Fälligkeiten berücksichtigt. Externe Kredite zur Konzernfinanzierung werden im Rahmen eines „**Inhouse-Bank**“-Konzepts zentral und überwiegend in der Konzernwährung Euro aufgenommen. Der Finanzierungsbedarf der Konzerngesellschaften wird im Wesentlichen über unternehmensinterne Darlehen in der jeweiligen Landeswährung gedeckt. Dadurch sollen Größenvorteile genutzt und Kapitalkosten minimiert werden. Vereinzelt werden zudem Kreditlinien mit lokalen Banken vereinbart, um rechtlichen, steuerlichen oder sonstigen Rahmenbedingungen Rechnung zu tragen. Die Finanzverbindlichkeiten des Konzerns sind generell unbesichert und gegebenenfalls mit marktüblichen Verpflichtungen verbunden, die quartalsweise überprüft werden.

Die wichtigste Liquiditätsquelle von HUGO BOSS stellen die Mittelzuflüsse aus der operativen Geschäftstätigkeit dar. Im Zuge des **Cash- und Liquiditätsmanagements** optimiert und zentralisiert die Konzern-Treasury-Abteilung diese Zahlungsströme. Die Konzerngesellschaften transferieren überschüssige Liquidität etwa im Rahmen eines Cash-Pooling-Verfahrens an die „Inhouse-Bank“. So können Liquiditätsüberschüsse einzelner Konzerngesellschaften zur Deckung des Finanzierungsbedarfs anderer genutzt werden. Dieser unternehmensinterne Finanzausgleich reduziert den externen Finanzierungsbedarf und optimiert so allgemeine Zinsaufwendungen.

Ziel des **Managements von Marktpreisrisiken** ist es, die Auswirkungen von Zins- und Währungsschwankungen auf das Finanzergebnis des Konzerns zu begrenzen. Der Einsatz von Hedging-Instrumenten, zu denen etwa Devisentermingeschäfte, Devisenswaps, Plain-Vanilla-Optionen oder Zinsswaps gehören, soll HUGO BOSS gegen unvorteilhafte Zins- und Währungsentwicklungen absichern. **> Risiko- und Chancenbericht, Währungsrisiken**

Das **Kontrahentenrisiko** gegenüber Banken entsteht im Wesentlichen durch die Anlage liquider Mittel im Rahmen des Cash- und Liquiditätsmanagements sowie beim Abschluss derivativer Finanzinstrumente im Zuge des Zins- und Währungsmanagements. Bei Handelsgeschäften achtet HUGO BOSS auf eine möglichst breite Streuung der Volumen sowie darauf, Finanzinstrumente generell nur mit Kontrahenten sehr guter Bonität abzuschließen.

## Kapitalstruktur und Finanzierung

HUGO BOSS verfügt über **starke Investment-Grade-Ratings** der führenden Agenturen Standard & Poor's (S&P) und Moody's, die die solide Finanzlage und das langfristige Wachstumspotenzial des Unternehmens unterstreichen. S&P bewertet das Unternehmen mit „BBB“, während Moody's ein „Baa2“-Rating erteilte. Beide Ratings wurden **2024 bestätigt**. Während S&P im März 2024 den Ausblick auf negativ senkte – mit Blick auf die makroökonomische Volatilität, kurzfristige Herausforderungen in der Lieferkette und erhöhte Investitionsausgaben – bestätigte die Agentur, dass die Performance von HUGO BOSS im Vergleich zu anderen Unternehmen weiterhin stark ist. Mit diesen Ratings, die erstmals im Jahr 2022 erteilt wurden, zählt HUGO BOSS zu den am besten bewerteten Unternehmen in der globalen Premium-Bekleidungsbranche, was die starke Markenwahrnehmung, die solide finanzielle Position und die **finanzielle Flexibilität** des Unternehmens widerspiegelt.

Die wichtigste Komponente in der Finanzierungsstruktur von HUGO BOSS ist ein an Nachhaltigkeitskriterien (Environment, Social, Governance; ESG) gebundener **revolvierender Konsortialkredit** in Höhe von 600 Mio. EUR, der dem Unternehmen umfassenden finanziellen Spielraum für die erfolgreiche Umsetzung strategischer Initiativen sichert. Der im Jahr 2021 abgeschlossene Kredit kann für allgemeine Unternehmenszwecke und Avale in Anspruch genommen werden und hatte ursprünglich eine Laufzeit von drei Jahren. Nachdem zwei Optionen zur Laufzeit-verlängerung um jeweils ein Jahr erfolgreich ausgeübt wurden, wurde die Laufzeit bis 2026 verlängert. Darüber hinaus beinhaltet der Kredit eine Option zur Erhöhung des Kreditvolumens um bis zu 300 Mio. EUR, was die finanzielle Flexibilität des Unternehmens zusätzlich stärkt. Der Kreditvertrag enthält eine marktübliche Vereinbarung zur Einhaltung des **Verschuldungsgrads** (Covenant), der als Verhältnis von Nettoverschuldung (inklusive Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16) zu EBITDA definiert ist. Zum 31. Dezember 2024 belief sich der Verschuldungsgrad auf 1,3 und lag damit auf dem Niveau des Vorjahres (31. Dezember 2023: 1,3) sowie deutlich unter dem maximal zulässigen Höchstwert. Der Konsortialkredit basiert auf variablen Zinssätzen mit entsprechenden Kreditmargen in Abhängigkeit von der externen Bonität und der Erfüllung fest definierter **ESG-Kriterien**. Zum Ende des Geschäftsjahres 2024 wurde der Konsortialkredit mit 11 Mio. EUR **in Anspruch genommen**, die für Avalkredite verwendet wurden (31. Dezember 2023: Inanspruchnahme von 92 Mio. EUR, davon 83 Mio. EUR für allgemeine Unternehmenszwecke und 9 Mio. EUR für Avalkredite).

Um der anhaltend hohen Nachfrage nach seinem **Supplier-Financing-Programm** gerecht zu werden, hat HUGO BOSS eine umfassende Lösung aus einem Einzelbankenprogramm und einer bankenunabhängigen Plattform etabliert. Das kombinierte Kreditvolumen für beide Programme beläuft sich auf 268 Mio. EUR, wobei zum Jahresende 148 Mio. EUR in Anspruch genommen wurden (31. Dezember 2023: 107 Mio. EUR).

HUGO BOSS hat im Jahr 2023 erfolgreich ein **Schuldscheindarlehen** in Höhe von 175 Mio. EUR platziert, das vier Tranchen mit Laufzeiten von drei und fünf Jahren umfasst, die jeweils mit fixer und variabler Verzinsung angeboten wurden. Der Erlös aus dem Schuldschein dient allgemeinen Unternehmenszwecken und damit insbesondere der Finanzierung weiterer Investitionen im Rahmen der Konzernstrategie, einschließlich Investitionen in die Erweiterung unseres globalen Logistiknetzwerkes. Darüber hinaus hat HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2024 eine **Immobilienfinanzierung** in Höhe von 43 Mio. EUR für die Expansion der Konzernzentrale in Metzingen (Deutschland) abgeschlossen. Die Finanzierung besteht aus zwei separaten, festverzinslichen Tilgungsdarlehen in Höhe von 10 Mio. EUR und 33 Mio. EUR, beide mit einer Laufzeit von zehn Jahren. Zum Ende des Geschäftsjahres 2024 stand der gesamte Finanzierungsbetrag von 43 Mio. EUR noch aus. > **Finanzlage, Investitionen**

Zur weiteren Liquiditätssicherung verfügt HUGO BOSS über fest zugesagte und nicht fest zugesagte **bilaterale Kreditlinien** in Höhe von insgesamt 208 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 153 Mio. EUR), von denen zum Ende des Geschäftsjahrs 108 Mio. EUR beansprucht wurden (31. Dezember 2023: 63 Mio. EUR). Daneben verfügte HUGO BOSS zum Bilanzstichtag über 211 Mio. EUR **liquide Mittel** (31. Dezember 2023: 118 Mio. EUR). > **Konzernanhang, Textziffer 14, > Finanzlage, Kapitalflussrechnung und Free Cashflow**

Insgesamt belief sich das **Fremdkapital** zum Geschäftsjahresende auf 2.332 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 2.161 Mio. EUR), was einem Anteil an der Bilanzsumme von unverändert 62 % entspricht (31. Dezember 2023: Anteil von 62 %). Davon entfielen 959 Mio. EUR auf **kurz- und langfristige Leasingverbindlichkeiten** (31. Dezember 2023: 793 Mio. EUR), die hauptsächlich im Zusammenhang mit der Anmietung von Einzelhandelsstandorten, Logistik- und Verwaltungsimmobiliien stehen. Die **kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten** summierten sich zum Geschäftsjahresende auf 297 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 340 Mio. EUR). > **Vermögenslage, > Konzernanhang, Textziffer 9 und 20**

## Kapitalflussrechnung und Free Cashflow

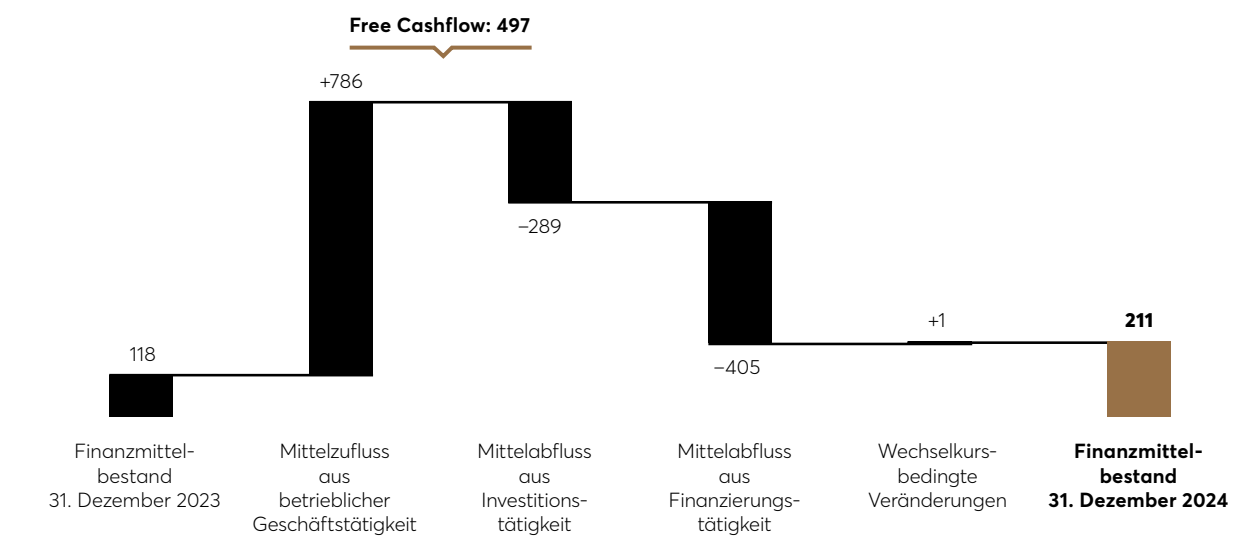
### KAPITALFLUSSRECHNUNG<sup>1</sup> (IN MIO. EUR)

	2024	2023
Mittelzufluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	786	394
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-289	-298
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-405	-122
<b>Veränderung Finanzmittelbestand</b>	<b>92</b>	<b>-29</b>
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	118	147
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	211	118

<sup>1</sup> Aufgrund der währungsbereinigten Darstellung der Kapitalflussrechnung lassen sich die Werte nicht aus der Konzernbilanz ableiten. Der betrachtete Finanzmittelbestand entspricht der Bilanzposition „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“.

Der **Free Cashflow** belief sich im Geschäftsjahr 2024 auf 497 Mio. EUR und lag damit deutlich über dem Vorjahresniveau (2023: 96 Mio. EUR), was unser stark Cashflow-generierendes Geschäftsmodell unterstreicht. Diese Entwicklung ist vor allem auf spürbare Verbesserungen des kurzfristigen operativen Nettovermögens zurückzuführen. Der Free Cashflow ermittelt sich als Summe aus Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit (ohne Leasingaufwendungen nach IFRS 16) und Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit. > **Vermögenslage**

## VERÄNDERUNG DES FINANZMITTELBESTANDS (IN MIO. EUR)



Der **Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit** hat sich gegenüber dem Vorjahr verdoppelt und lag bei 786 Mio. EUR (2023: 394 Mio. EUR), was hauptsächlich die Verbesserungen des kurzfristigen operativen Nettovermögens in 2024 widerspiegelt. Der **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit** blieb um 3% unter dem Niveau des Vorjahres und belief sich auf 289 Mio. EUR (2023: 298 Mio. EUR). Diese Entwicklung spiegelt den Rückgang der Investitionen im Geschäftsjahr 2024 vor dem Hintergrund von Effizienzsteigerungen im Zuge der Priorisierung strategisch relevanter Investitionen wider. > [Finanzlage, Investitionen](#)

Der **Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit** lag mit 405 Mio. EUR deutlich über dem Niveau des Vorjahres (2023: 122 Mio. EUR). In 2023 verzeichnete HUGO BOSS einen höheren Mittelzufluss im Zusammenhang mit dem erstmals platzierten Schuldschein des Unternehmens. > [Finanzlage, Kapitalstruktur und Finanzierung](#)

## Nettofinanzposition

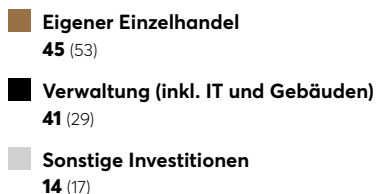
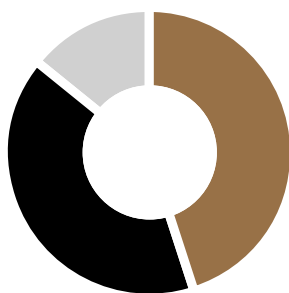
Die **Nettofinanzposition** ergibt sich als Summe aller Finanz- und Leasingverbindlichkeiten abzüglich des Finanzmittelbestands. **Ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16** hat sich die Nettofinanzposition von HUGO BOSS zum Ende des Geschäftsjahres 2024 auf minus 78 Mio. EUR verbessert (31. Dezember 2023: minus 213 Mio. EUR). **Unter Berücksichtigung der Auswirkungen des IFRS 16** entspricht dies einem Betrag von minus 1.038 Mio. EUR (31. Dezember 2023: minus 1.006 Mio. EUR). > [Finanzlage, Kapitalstruktur und Finanzierung, Konzernanhang, Textziffer 9](#)

## Investitionen

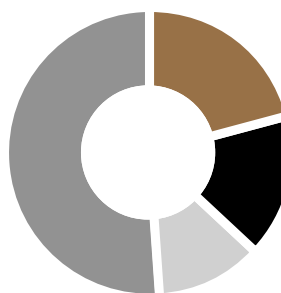
HUGO BOSS hat im Geschäftsjahr 2024 insgesamt 286 Mio. EUR in **Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte** investiert, was einem Rückgang von 4% gegenüber dem Vorjahr entspricht (2023: 298 Mio. EUR). Diese Entwicklung spiegelt vor allem unsere Erfolge mit Blick auf erzielte Effizienzverbesserungen durch die Priorisierung strategisch relevanter Investitionen wider. In diesem Zusammenhang haben wir weiterhin in wichtige Initiativen und Projekte investiert, darunter unser globales Vertriebsnetzwerk, die fortschreitende Digitalisierung unseres Geschäftsmodells sowie den Ausbau unserer Logistikkapazitäten und unserer Konzernzentrale.

### INVESTITIONEN (IN %)

Nach Funktionsbereichen



Nach Regionen



2024 (2023)

HUGO BOSS hat es sich zum Ziel gesetzt, seinen Kunden weltweit ein einzigartiges Einkaufs- und ein erstklassiges Omnichannel-Erlebnis zu bieten. Unserem eigenen Einzelhandelsgeschäft kommt in diesem Zusammenhang eine Schlüsselrolle zu. Dabei setzen wir einen starken Fokus auf die kontinuierliche **Optimierung und Modernisierung** unseres globalen Storenetzwerks. Unsere **innovativen Storekonzepte** sollen einen wesentlichen Beitrag zur Aufwertung unserer Verkaufspunkte und zur Steigerung der Kundenbindung leisten. Bis Ende 2024 wurde bereits der Großteil unserer freistehenden BOSS und HUGO Stores umfassend erneuert oder mit den jüngsten Storekonzepten ausgestattet. Die Investitionen in das eigene Einzelhandelsnetzwerk lagen im Geschäftsjahr 2024 mit 129 Mio. EUR leicht unter dem Niveau des Vorjahres (2023: 157 Mio. EUR) und spiegeln die strategische Fokussierung auf Einzelhandelsstandorte in bestmöglicher Lage wider. Darin enthalten sind Investitionen in die kontinuierliche **Optimierung und Modernisierung bestehender Standorte** in Höhe von 82 Mio. EUR (2023: 118 Mio. EUR). Gleichzeitig haben wir 47 Mio. EUR in die selektive **Eröffnung neuer Einzelhandelsgeschäfte** investiert (2023: 40 Mio. EUR), darunter neue BOSS Stores in Düsseldorf und Shanghai. > **Kundenkontaktpunkte**



Die Investitionen in den **Verwaltungsbereich** beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 117 Mio. EUR (2023: 88 Mio. EUR). Darin enthalten sind Investitionen in unsere globale **IT-Infrastruktur** in Höhe von 62 Mio. EUR (2023: 55 Mio. EUR). Diese stehen, ganz im Sinne des strategischen Claims „Lead in Digital“, vorwiegend im Zusammenhang mit der weiteren Digitalisierung unseres Geschäftsmodells. Dazu zählen wichtige Initiativen unseres Digital Campus und die unternehmensweite, mehrjährige Einführung der nächsten Generation unseres ERP-Systems. Gleichzeitig wurden 54 Mio. EUR für Investitionen in **Gebäude** aufgewendet (2023: 33 Mio. EUR). Darin enthalten sind vor allem laufende Investitionen in den Ausbau unseres Distributionszentrums für Liegwaren in unmittelbarer Nähe der Konzernzentrale, den weiteren Ausbau unserer Konzernzentrale in Metzingen (Deutschland) sowie die Eröffnung eines neuen Showrooms in Düsseldorf (Deutschland). **Sonstige Investitionen** in die Produktions- und Vertriebsstruktur sowie in Forschung und Entwicklung beliefen sich 2024 auf 40 Mio. EUR und lagen damit unter dem Vorjahresniveau (2023: 53 Mio. EUR). > **Konzernstrategie**, „Lead in Digital“, „Organize for Growth“, > **Business Operations**

Die **kumulierten Abschreibungen** auf das Anlagevermögen unter Einbezug von aktivierten Eigenleistungen beliefen sich im Geschäftsjahr 2024 auf 1.321 Mio. EUR (2023: 1.204 Mio. EUR). Die bestehenden **Verpflichtungen aus begonnenen Investitionsvorhaben** beliefen sich zum 31. Dezember 2024 auf 18 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 33 Mio. EUR), was hauptsächlich im Zusammenhang mit dem weiteren Ausbau unserer Konzernzentrale in Metzingen (Deutschland) steht. > **Konzernanhang**, **Textziffer 8**

# HUGO BOSS AG

**HUGO BOSS AG ist  
Muttergesellschaft des  
HUGO BOSS Konzerns**

**Leistungsbeziehungen  
zu Tochtergesellschaften  
prägen operative  
Entwicklung**

**Aufstellung des Jahres-  
abschlusses erfolgt nach  
Regeln des HGB**

Die HUGO BOSS AG ist die **Muttergesellschaft des HUGO BOSS Konzerns**. Ihr Jahresabschluss wird nach den Regeln des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) aufgestellt. Neben dem operativen Geschäft beeinflusst insbesondere die Steuerung der Zentralfunktionen die Ergebnisse der HUGO BOSS AG. Wesentlicher Posten ist dabei die Weiterberechnung von Kosten für erbrachte Dienstleistungen an die Konzerngesellschaften.

## Ertragslage

### GEWINN-UND-VERLUST-RECHNUNG HUGO BOSS AG (IN MIO. EUR)

	2024	In % des Umsatzes	2023	In % des Umsatzes	Veränderung in %
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>2.264</b>	<b>100,0</b>	<b>2.297</b>	<b>100,0</b>	<b>-1</b>
Umsatzkosten	-1.469	-64,9	-1.562	-68,0	6
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>795</b>	<b>35,1</b>	<b>735</b>	<b>32,0</b>	<b>8</b>
Vertriebskosten	-480	-21,2	-459	-20,0	-5
Allgemeine Verwaltungskosten	-155	-6,8	-178	-7,8	13
Sonstige betriebliche Erträge	52	2,3	149	6,5	-65
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-89	-3,9	-96	-4,2	7
<b>Ergebnis aus Betriebstätigkeit</b>	<b>123</b>	<b>5,4</b>	<b>151</b>	<b>6,6</b>	<b>-19</b>
Zinsergebnis	-11	-0,5	-15	-0,7	27
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	94	4,1	89	3,9	5
Ertragsteuern und sonstige Steuern	-35	-1,6	-16	-0,7	<-100
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>170</b>	<b>7,5</b>	<b>209</b>	<b>9,1</b>	<b>-19</b>
Einstellung in (-)/Entnahme aus (+) anderen Gewinnrücklagen	85	-3,8	-105	-4,6	-19
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	46	2,0	34	1,5	33
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>131</b>	<b>5,8</b>	<b>139</b>	<b>6,0</b>	<b>-6</b>

Der **Umsatz** der HUGO BOSS AG setzt sich im Wesentlichen aus den in Deutschland und Österreich erzielten stationären Einzelhandels-, stationären Großhandels- und digitalen Umsätzen sowie konzerninternen Umsätzen mit internationalen Tochtergesellschaften zusammen.

#### UMSATZ NACH REGIONEN (IN MIO. EUR)

	2024	In % des Umsatzes	2023	In % des Umsatzes	Veränderung in %
EMEA	1.860	82	1.775	77	5
Amerika	264	12	316	14	-16
Asien/Pazifik	140	6	206	9	-32
<b>Gesamt</b>	<b>2.264</b>	<b>100</b>	<b>2.297</b>	<b>100</b>	<b>-1</b>

Im Geschäftsjahr 2024 lag der Umsatz der HUGO BOSS AG in etwa auf dem Niveau des Vorjahres. In der Region **EMEA** verzeichnete die HUGO BOSS AG weitere Umsatzverbesserungen, darunter ein solides Wachstum in **Deutschland**. Dies kompensierte weitgehend einen Umsatzrückgang mit den Tochtergesellschaften in **Amerika** und **Asien/Pazifik**, der im Wesentlichen auf eine Anpassung der konzerninternen Verrechnung zurückzuführen ist, die die aktuellen externen Marktfaktoren widerspiegelt.

#### UMSATZ NACH MARKEN (IN MIO. EUR)

	2024	In % des Umsatzes	2023	In % des Umsatzes	Veränderung in %
BOSS	1.566	69	1.627	71	-4
HUGO	413	18	380	17	9
Sonstige Leistungen	285	13	289	13	-1
<b>Gesamt</b>	<b>2.264</b>	<b>100</b>	<b>2.297</b>	<b>100</b>	<b>-1</b>

Während der Umsatz von **BOSS** unter dem Niveau des Vorjahres lag, verzeichnete **HUGO** ein robustes Umsatzwachstum, das durch den Launch der neuen Denim-Markenlinie HUGO Blue unterstützt wurde. Gleichzeitig blieben auch die **Umsätze aus sonstigen Leistungen** leicht unter dem Niveau von 2023, im Zuge geringerer Weiterbelastungen konzerninterner Aufwendungen an Tochtergesellschaften, insbesondere im Zusammenhang mit Service- und IT-Leistungen.

Die **Bruttomarge** der HUGO BOSS AG lag mit 35,1% deutlich über dem Niveau des Vorjahres (2023: 32,0 %), was vor allem auf Effizienzsteigerungen in der Beschaffung zurückzuführen ist. Der Anstieg der **Vertriebskosten** um 5 % spiegelt im Wesentlichen inflations- und expansionsbedingte Kostensteigerungen im stationären Einzelhandel wider. Die **allgemeinen Verwaltungsaufwendungen** sanken im Jahresvergleich um 13 %, was hauptsächlich auf striktes Kostenmanagement zurückzuführen ist. So hat HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2024 insbesondere mehrere Initiativen zur Steigerung der organisatorischen Effizienz umgesetzt, darunter die Reduzierung nicht notwendiger Ausgaben sowie die Priorisierung wichtiger strategischer Initiativen. Der Rückgang der **sonstigen betrieblichen Erträge** ist im Wesentlichen auf den im Vorjahr realisierten Gewinn aus der Anwachsung der HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG auf die HUGO BOSS AG zurückzuführen. Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** lagen 7 % unter dem Vorjahr, wobei auch geringere Währungseffekte zu dieser Entwicklung beitrugen. Die **Erträge aus Gewinnabführungsverträgen** in Höhe von 94 Mio. EUR entfallen auf die HUGO BOSS Internationale Beteiligungs-GmbH (2023: 89 Mio. EUR).

## Vermögens- und Finanzlage

Das **Anlagevermögen** der HUGO BOSS AG stieg im Vergleich zum Vorjahr um 10 % auf 1.115 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 1.012 Mio. EUR). Diese Entwicklung spiegelt vor allem Investitionen in die laufende Erweiterung der Konzernzentrale in Metzingen (Deutschland) und das unternehmenseigene Logistikzentrum für Liegewaren in Filderstadt (Deutschland) wider, deren Fertigstellung für 2025 beziehungsweise 2026 geplant ist.

### KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN (IN MIO. EUR)

	2024	2023	Veränderung in %
Vorräte	288	262	10
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	91	116	-21
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	284	242	17
<b>Kurzfristiges operatives Nettovermögen</b>	<b>95</b>	<b>135</b>	<b>-30</b>

Der Anstieg der **Vorräte** spiegelt in erster Linie einen höheren Transitbestand zum Ende des Geschäftsjahrs 2024 wider. Die HUGO BOSS AG fungiert als Hauptlieferant für die weltweiten Vertriebsgesellschaften des Konzerns. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** der HUGO BOSS AG blieben deutlich unter dem Niveau des Vorjahres, was vor allem auf ein effizientes Forderungsmanagement zurückzuführen ist. Gleichzeitig verzeichnete das Unternehmen einen Anstieg der **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen**, der auf ein höheres Beschaffungsvolumen zum Jahresende zurückzuführen ist und zudem eine stärkere Inanspruchnahme des Supplier-Financing-Programms des Unternehmens widerspiegelt. Folglich lag das **kurzfristige operative Nettovermögen** der HUGO BOSS AG zum Ende des Geschäftsjahres 2024 deutlich unter dem Niveau des Vorjahres.

Die **Forderungen gegen verbundene Unternehmen** lagen zum Ende des Geschäftsjahres 2024 mit 98 Mio. EUR über dem Vorjahresniveau (31. Dezember 2023: 74 Mio. EUR). Die **Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen** reduzierten sich leicht auf 94 Mio. EUR, insbesondere aufgrund der Rückzahlung von Darlehensverbindlichkeiten an die HUGO BOSS International B.V. (31. Dezember 2023: 103 Mio. EUR). Die **Rückstellungen** gingen ebenfalls zurück und beliefen sich zum Jahresende auf 163 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 186 Mio. EUR). Mit 219 Mio. EUR lagen die **Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten** zum Ende des Jahres über dem Vorjahreswert (31. Dezember 2023: 177 Mio. EUR), was im Wesentlichen auf die im Jahr 2024 gesicherte Immobilienfinanzierung in Höhe von 43 Mio. Euro für die Erweiterung der Konzernzentrale in Metzingen zurückzuführen ist.

Der **Finanzmittelbestand** – definiert als Summe aus Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten – lag zum 31. Dezember 2024 bei 7 Mio. EUR (31. Dezember 2023: 2 Mio. EUR). Der Anstieg ist vor allem auf einen höheren **Mittelzufluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit** zurückzuführen. Letzterer profitierte insbesondere von den Verbesserungen beim kurzfristigen operativen Nettovermögen.

## Prognose, Risiken und Chancen

Die **Erwartungen** für die HUGO BOSS AG spiegeln sich aufgrund ihrer Verflechtungen mit den Konzerngesellschaften und ihrer Bedeutung für den Konzern größtenteils im Prognosebericht des Konzerns wider. Für den **Jahresüberschuss** der HUGO BOSS AG, der den wesentlichen Leistungsindikator der Gesellschaft darstellt, wird in diesem Zusammenhang für das Geschäftsjahr 2025 mit einem deutlichen Anstieg gerechnet. Spezifische Besonderheiten mit Blick auf die HUGO BOSS AG bestehen nicht. Die Geschäftsentwicklung der HUGO BOSS AG unterliegt zudem im Wesentlichen den gleichen **Risiken und Chancen** wie die des Konzerns. Daher gelten die im Risiko- und Chancenbericht für den Konzern getroffenen Aussagen auch für die HUGO BOSS AG. > [Prognosebericht](#), > [Risiko- und Chancenbericht](#)