

LUXEMERK MET KO

Het bedrijf Hugo Boss, gevestigd in het plaatsje Metzingen in het zuidwesten van Duitsland, is vernoemd naar de oprichter die leefde van 1885 tot 1948.

Naast exclusieve kleding worden schoenen, parfums, horloges, brillen en andere accessoires onder de merknaam Hugo Boss verkocht. Vooral door tegenvallende verkopen buiten Europa daalde de beurskoers van het aandeel Hugo Boss met zo'n 60 procent in minder dan een jaar tijd. Ik zie in deze koersdaling een kans om aandelen van dit sterke Duitse luxemerken aan een gespreide portefeuille toe te voegen.

De marktpositie van Hugo Boss is vrij goed en de bekendheid van het merk speelt daarbij een belangrijke rol. Merkenadviesbureau Interbrand heeft het merk Hugo Boss beoordeeld als een van de honderd meest waardevolle merken ter wereld.

Het management van Hugo Boss streeft naar meer distributie via eigen kanalen (in 2020 moet het gaan om ten minste 75 procent van de omzet tegenover 57 procent in het afgelopen jaar). Voordeel van verkoop via eigen kanalen, afgezien nog van de hogere marges, is dat Hugo Boss dan zelf meer invloed kan uitoefenen op de presentatie en klantbeleving en daarmee uiteindelijk ook op het merk zelf. Bij deze genoemde eigen kanalen gaat het zowel om eigen filialen, shop-in-shops als e-commerce.

BEDRIJFSCIJFERS EN RATIO'S

De beurswaarde van Hugo Boss bedraagt 3,6 miljard euro. Afgelopen jaar was sprake van een omzet van 2,7 miljard euro en bedroeg de winstmarge 13 procent. Europa is goed voor 61 procent van de omzet, Noord- en Zuid-Amerika samen voor 23 procent en Azië voor 14 procent. De resterende 2 procent komt voort uit royalty's die het bedrijf

ontvangt voor het aan derden beschikbaar stellen van de merknaam.

Schulden zijn er maar weinig en met een *earnings yield* van 12,5 procent is Hugo Boss lager dan gemiddeld gewaardeerd. Tegelijkertijd is de winstgevendheid met een *return on invested capital* van 37,7 procent juist bovengemiddeld. Hugo Boss keert een substantieel deel van de winst



in de vorm dividend uit, wat het fraaie dividendrendement van zo'n 7 procent verklaart.

KANSEN EN BEDREIGINGEN

Een belangrijke kans ligt in het verder opschroeven van de verkoop via eigen kanalen. Een half jaar geleden werd aangekondigd het aantal eigen filialen in Europa in versneld tempo uit te breiden. Het management van Hugo Boss wil de komende jaren bovendien sterk inzetten op *omnichannel-retail* met als doel dat de offline- en online-activiteiten elkaar versterken.

Naast China, dat ondanks de huidige zwakte als een kansrijke markt voor de lange termijn wordt gezien, wil Hugo Boss zich ook nadrukkelijker richten op vrouwen. Waar verkoop aan vrouwen afgelopen jaar nog goed was voor 11 procent van de omzet

HUGO BOSS VS DAX-INDEX

Hugo Boss bleef al maanden sterk achter bij de DAX, de recente koersval kan een mooi instapmoment bieden

