

HUGO BOSS

Finanzbericht
des ersten Quartals 2008

**Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren,**

in einem herausfordernden Marktumfeld konnte HUGO BOSS seinen Erfolgskurs in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2008 fortsetzen!

HUGO BOSS hat seine Unternehmensstrategie konsequent auf die erfolgreichsten Wachstumsmärkte und Regionen ausgerichtet und so den Ausbau der Distribution in Asien und Osteuropa im ersten Quartal 2008 weiter vorangetrieben. Auch in den Regionen Nordamerikas sieht HUGO BOSS deutliches Potenzial. So ist der Umsatz in den USA trotz eines unsicheren Konsumentenverhaltens im ersten Quartal 2008 über den Erwartungen um währungsbereinigt 16% gestiegen.

Unterstützt wird dieser Prozess durch die internationale Expansion der eigenen Einzelhandelsaktivitäten. In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2008 wurde daher die weltweite Präsenz mit der Eröffnung von 11 neuen Geschäften auf jetzt insgesamt 298 ausgebaut.

In den strategischen Wachstumsfeldern Damenmode sowie Schuhe und Lederaccessoires wurde im ersten Quartal 2008 ein überproportionaler Umsatzzuwachs erzielt. Im Fokus lag dabei vor allem die Erweiterung der Distribution dieser Bereiche.

Aufgrund dieser erfolgreichen Initiativen konnte HUGO BOSS in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2008 erneut Zuwächse in Umsatz und Ergebnis erzielen. Der Umsatz stieg währungsbereinigt um gut 5% auf 510 Mio. EUR. Das EBIT, bereinigt um den Sondereffekt der Vorstandsveränderung, ist überproportional dazu gewachsen.

Konzernkennzahlen

| in Mio. € | Jan. - März 2008 | Jan. - März 2007 | Veränderung in % |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Ertragslage | | | |
| Umsatz | 509,5 | 499,6 | 2 |
| Rohertrag | 295,3 | 277,0 | 7 |
| EBIT | 93,6 | 98,6 | -5 |
| Ergebnis vor Ertragsteuern | 89,4 | 97,2 | -8 |
| Konzernergebnis | 65,2 | 70,2 | -7 |
| Finanzlage | | | |
| Cashflow | 78,7 | 82,9 | -5 |
| Free Cashflow vor Dividendenzahlung | 32,5 | -2,8 | >100 |
| Vermögens- und Kapitalstruktur | | | |
| | 31. März 2008 | 31. März 2007 | Veränderung in % |
| Bilanzsumme | 1.076,1 | 992,6 | 8 |
| Konzerneigenkapital | 606,7 | 553,0 | 10 |
| Langfristige Vermögenswerte | 414,4 | 400,3 | 4 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 661,7 | 592,3 | 12 |
| Eigenkapital-Quote in % | 56,4 | 55,7 | |
| Kennzahlen | | | |
| | Jan. - März 2008 | Jan. - März 2007 | Veränderung in % |
| Auslandsanteil des Umsatzes in % ¹ | 80,6 | 79,2 | |
| Rohertrags-Marge in % | 58,0 | 55,4 | |
| EBIT-Marge in % | 18,4 | 19,7 | |
| Aktien | | | |
| Anzahl Aktien | 70.400.000 | 70.400.000 | |
| Ergebnis je Aktie in € ² | | | |
| Stammaktien | 0,95 | 1,00 | -5 |
| Vorzugsaktien | 0,96 | 1,03 | -7 |
| Cashflow je Aktie in € | 1,12 | 1,18 | -5 |
| Stammaktien³ | | | |
| Höchstkurs in € | 40,39 | 47,98 | -16 |
| Tiefstkurs in € | 27,00 | 38,26 | -29 |
| Vorzugsaktien³ | | | |
| Höchstkurs in € | 42,60 | 43,73 | -3 |
| Tiefstkurs in € | 25,70 | 34,20 | -25 |

¹ Auslandsumsätze inkl. ausländischer Lizenzeinnahmen.² Keine Verwässerung: Aktienoptionsprogramm basierend auf Stock Appreciation Rights.³ Xetra.

Der HUGO BOSS Konzern

Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung, die branchenspezifischen Perspektiven sowie die Unternehmenssteuerung bilden die Parameter für den Erfolg von HUGO BOSS. Die finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren, die den Erfolg des Unternehmens nachhaltig und aktiv steuern, sind auf den Seiten 22ff dargestellt.

Geschäftstätigkeit

Das Modegeschäft von HUGO BOSS setzt sich aus verschiedenen Kollektionen zweier eigenständiger Marken zusammen. Die Kernmarke BOSS und die Trendmarke HUGO bilden dabei zwei Markenwelten mit einer größtmöglichen modischen Vielfalt bei gleichbleibend hoher Qualität. Die Herrenkollektionen sind mit den Linien BOSS Black, BOSS Selection, BOSS Orange, BOSS Green sowie der Marke HUGO auf dem Markt vertreten; der Bereich Womenswear schließt die Linien BOSS Black und BOSS Orange sowie ebenfalls die Marke HUGO ein. Die textilen Kollektionen werden jeweils durch Schuhe und Lederaccessoires abgerundet. Daneben ergänzen Lizenzprodukte wie Düfte und Kosmetik, Uhren und Brillen das Angebot von HUGO BOSS.

Der Erfolg des HUGO BOSS Konzerns basiert dabei auf dem passgenau abgestimmten Miteinander unterschiedlicher Unternehmensbereiche. Ein globales Vertriebsnetz, ausgeprägte Marktnähe, automatisierte Logistikprozesse, hohe Produktkompetenz und qualitativ hochwertige Mode machen HUGO BOSS zu einem professionellen Partner für seine internationalen Kunden. Durch stringente Marketingmaßnahmen sowie das Engagement im Sport- und Kultursponsoring werden die weltweite Bekanntheit und das Image der HUGO BOSS Marken und des Unternehmens gestärkt. Heute sind HUGO BOSS Produkte bereits in über 105 Ländern und rund 5.900 Points of Sale (Einzelhandelsgeschäften) zu erwerben.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Trotz grundsätzlich positiver Gesamtprognosen haben sich die Wachstumsaussichten für die Entwicklung der Weltwirtschaft zunehmend eingetrübt. Aufgrund der schwer kalkulierbaren Auswirkungen der US-Immobilienkrise auf die globale Konjunktur sind die wichtigsten Wirtschaftsforschungsinstitute mit ihren Prognosen vorsichtiger geworden. So hat der Internationale Währungsfonds (IWF) seine Prognose für das Wachstum der globalen Wirtschaftsleistung im April 2008 gegenüber der vorherigen Aussage von Ende Januar 2008 von 4,1% auf 3,7% gesenkt. Hierin spiegeln sich die erwarteten Negativeffekte vor allem auf die US-Wirtschaft wider. Diese sollen zumindest für 2008 zu einem deutlichen Abkühlen der dortigen Wirtschaftsdynamik führen. Allerdings hat sich auch das Wachstum in den Ländern Westeuropas verlangsamt. Ungebrochen stark präsentieren sich demgegenüber die Schwellenländer Südostasiens und Osteuropas. Gerade für China erwarten die Experten ein anhaltend hohes Wachstum.

Branchenentwicklung

Entscheidend für das operative Geschäft von HUGO BOSS ist die Entwicklung des weltweiten Bekleidungs-, Accessoire- und Luxusgütermarktes. Für diesen Bereich sagen die Experten für das Jahr 2008 ein Wachstum von über 4% voraus. Auch hier bestehen jedoch Unsicherheiten, wie stark sich die Folgen der weltweiten Finanzmarktkrisen auf die Ausgaben in diesem Sektor auswirken werden.

Wie schon in den Vorjahren profitiert die Branche von den stark steigenden verfügbaren Einkommen und dem hohen Nachholbedarf der Schwellenländer Asiens und Osteuropas sowie des Mittleren Ostens. Dieser Trend soll sich bis mindestens 2012 fortsetzen.

Die Modeindustrie in den traditionellen Wirtschaftsregionen steht im Jahr 2008 einem herausfordernden Umfeld gegenüber. Steigende Lebenshaltungskosten, insbesondere durch den höheren Ölpreis, wirken sich zunehmend negativ auf die Kaufkraft der Konsumenten in den USA und Europa aus. Zudem belasteten gerade das schlechte Wetter und die frühen Osterfeiertage im ersten Quartal 2008 die Umsätze im Textileinzelhandel.

Umsatzentwicklung

Umsatz nach Marken

| in Mio. € | Jan. - März 2008 | Jan. - März 2007 | Veränderung in % | Veränderung in % Währungsbereinigt |
|------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---|
| BOSS | 465,8 | 458,4 | 2 | 5 |
| Menswear | 400,4 | 396,7 | 1 | 4 |
| Womenswear | 65,4 | 61,7 | 6 | 8 |
| HUGO | 43,4 | 39,8 | 9 | 11 |
| Andere | 0,3 | 1,4 | -79 | -79 |
| Gesamt | 509,5 | 499,6 | 2 | 5 |

Umsatz nach Regionen

| in Mio. € | Jan. - März 2008 | Jan. - März 2007 | Veränderung in % | Veränderung in % Währungsbereinigt |
|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-------------------------|---|
| Deutschland | 99,0 | 103,7 | -5 | -5 |
| Andere europäische Länder | 265,0 | 262,4 | 1 | 2 |
| Amerika | 76,0 | 75,6 | 1 | 11 |
| Asien/übrige Regionen | 57,7 | 47,8 | 21 | 28 |
| Lizenzen | 11,8 | 10,1 | 16 | 16 |
| Gesamt | 509,5 | 499,6 | 2 | 5 |

Konzernumsatz

Die weltweit uneinheitliche konjunkturelle Lage wirkte sich auch auf die Geschäftstätigkeit von HUGO BOSS als internationalem Modekonzern aus. Dennoch erreichte HUGO BOSS in einem herausfordernden Marktumfeld eine Steigerung des Konzernumsatzes von währungsbereinigt gut 5%. Die Umsatzentwicklung wurde dabei von mehreren Faktoren beeinflusst. Einerseits war eine Nachfrageanpassung im ersten Quartal in bestimmten Ländern zu beobachten. Insbesondere das schlechte Wetter im März führte zu einer Kaufzurückhaltung bei Modeartikeln. Andererseits ist durch die Umstellung auf vier Saison-Kollektionen, ein immer wichtiger werdendes Lagergeschäft sowie durch eine gestiegene Anzahl monatlicher themenorientierter Auslieferungen das Geschäft von HUGO BOSS weniger saisonal geworden. Darüber hinaus konnte die volle Leistungsfähigkeit der Prozesse nach der SAP/AFS Implementierung von BOSS Black Menswear zum Ende 2007 in der Auslieferung der Frühjahr-/ Sommerkollektionen noch nicht erreicht werden, was sich weltweit auf die Auslieferung von BOSS Black Menswear auswirkte.

Die Effekte aus Währungsumrechnungen hatten dabei in den ersten drei Monaten des Jahres 2008 ebenfalls einen negativen Einfluss auf die Umsatzentwicklung in Berichtswährung. Vor allem die anhaltende Schwäche des US-Dollars, des britischen Pfunds sowie des japanischen Yens und des Hongkong Dollars belasteten die Umsatzentwicklung. Der Umsatz in Konzernwährung legte angesichts dieser Rahmenbedingungen dennoch um 2% auf 510 Mio. EUR zu.

Europa

Der Umsatz in Europa konnte in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2008 insgesamt währungsbereinigt leicht gesteigert werden. Aufgrund von Wechselkurseffekten lag der Umsatz in Konzernwährung mit 364 Mio. EUR etwas unter dem Vorjahresquartal (Q1 2007: 366 Mio. EUR).

Bezogen auf die wichtigsten europäischen Märkte ergibt sich hierbei zwar ein uneinheitliches Bild, gleichzeitig liegt die Umsatzentwicklung in Europa insgesamt

jedoch leicht hinter der Gesamtjahreserwartung zurück. Demgegenüber entwickelte sich vor allem der Vertrieb über konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte zum Umsatzmotor des ersten Quartals 2008.

Deutschland

HUGO BOSS wies in Deutschland als größtem Einzelmarkt des Konzerns in den ersten drei Monaten eine rückläufige Umsatzentwicklung aus. Die Verunsicherung hinsichtlich des Konsumentenverhaltens in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld wirkte sich auf das Bestellverhalten der Wholesalekunden aus. Demgegenüber zeigte der eigene Einzelhandel positive Umsatzzuwächse und gute Durchverkaufsquoten der Kollektionen.

Die zurückhaltende Entwicklung im Wholesalegeschäft hat angesichts der noch geringen Quote des Umsatzes über eigene Einzelhandelsgeschäfte in Deutschland den landesweiten Umsatz im ersten Quartal spürbar beeinflusst. Der Deutschlandumsatz von 99 Mio. EUR blieb daher hinter dem Vorjahreswert zurück.

Andere europäische Länder

Der Umsatz im restlichen Europa konnte sich aufgrund der genannten Negativeinflüsse nur leicht verbessern. Er lag bei 265 Mio. EUR (Q1 2007: 262 Mio. EUR), was einem Anstieg von währungsbereinigt 2% entspricht. Wie in Deutschland erwies sich auch im übrigen Europa der konzerneigene Einzelhandel als Wachstumsfeld und konnte mit steigenden Umsatzzahlen überzeugen.

Eine erneut ausgesprochen positive Umsatzentwicklung mit dem prozentual höchsten Umsatzzuwachs in Westeuropa erzielte HUGO BOSS in den Beneluxstaaten. Dort legte der Umsatz gegenüber der Vergleichsperiode um 9% auf 46 Mio. EUR (Q1 2007: 42 Mio. EUR) zu. Hieran hatte der im vergangenen Jahr vorangetriebene Ausbau des eigenen Einzelhandelsgeschäfts entscheidenden Anteil.

Der Umsatz in Frankreich, dem zweitgrößten europäischen Markt für HUGO BOSS, lag mit 49 Mio. EUR um 2% über dem Wert der Vergleichsperiode (Q1 2007: 48 Mio. EUR).

In Italien wirkte sich die Optimierung des Kunden- und Vertriebsnetzwerks kurzfristig negativ auf den Umsatz aus, wodurch dieser im ersten Quartal 2008 mit 21 Mio. EUR um knapp 2 Mio. EUR hinter dem Vorjahresquartal lag (Q1 2007: 23 Mio. EUR).

Auch im Fall von Großbritannien haben sich die erwähnten Rahmenbedingungen im Umsatz der Wholesalekunden und damit auch in einem veränderten Bestellverhalten niedergeschlagen. Der Umsatz in lokalen Währungen lag somit um 3% unter dem des Vorjahres. Zusätzlich beeinflusste die weitere Abschwächung des britischen Pfunds zum Euro den Umsatz in Berichtswährung, wodurch dieser mit 29 Mio. EUR um 15% hinter dem Umsatz des Vorjahresquartals (Q1 2007: 34 Mio. EUR) zurückblieb. Allerdings hat sich auch auf den britischen Inseln das Geschäft im eigenen Einzelhandel positiv entwickelt.

Dynamisch zeigten sich weiterhin die zentral- und osteuropäischen Märkte. Dort wurde im ersten Quartal eine Umsatzverbesserung um 10% auf 30 Mio. EUR (Q1 2007: 27 Mio. EUR) erzielt. Ursächlich für die gute Entwicklung war der weitere Distributionsausbau in den Warenhäusern mit den Wholesalepartnern von HUGO BOSS.

Amerika

Auf dem amerikanischen Kontinent konnte der HUGO BOSS Konzern beim Umsatz in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2008 währungsbereinigt um 11% zulegen. Aufgrund des sich im Vergleich zum Euro im Laufe des ersten Quartals weiterhin abschwächenden US-Dollars lagen die Umsätze in Berichtswährung mit 76 Mio. EUR auf dem Niveau des Vorjahresquartals (Q1 2007: 76 Mio. EUR).

Insgesamt zeigte sich trotz eines unsicheren Konsumentenverhaltens in den USA die Umsatzentwicklung hier im ersten Quartal deutlich über den Erwartungen. Der Umsatz der ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2008 legte in lokaler Währung um 16% zu. Dabei verbesserte sich sowohl der Umsatz des Wholesalegeschäfts als auch des konzerneigenen Einzelhandels.

Die Umsatzentwicklung des kanadischen Marktes war von schlechten Wetterbedingungen und Auslieferungseffekten negativ beeinflusst. In den ersten drei Monaten des Berichtsjahres 2008 ist der Umsatz in Konzernwährung daher gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 5% auf 15 Mio. EUR (Q1 2007: 16 Mio. EUR) zurückgegangen.

Asien/übrige Regionen

Mit einem Umsatzplus von 28% in lokalen Währungen konnte der HUGO BOSS Konzern seinen Umsatz in dieser Region erneut im zweistelligen Prozentbereich verbessern. In Konzernwährung legte der Umsatz, beeinflusst von negativen Währungseffekten, um 21%, in Berichtswährung auf 58 Mio. EUR (Q1 2007: 48 Mio. EUR) zu.

Deutlich positiv zeigte sich die Umsatzentwicklung erneut in der Volksrepublik China. Hier stieg der Umsatz in Berichtswährung um 5% von 12 Mio. EUR auf 13 Mio. EUR zum Ende des ersten Quartals 2008. Bereinigt um die Einflüsse von Wechselkurseffekten verbesserte sich der Umsatz um 20% und unterstreicht damit die Bedeutung der Volksrepublik China als Wachstumsmarkt für den HUGO BOSS Konzern.

In Japan stieg der Umsatz im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2008 in lokaler Währung um 19%. Die Umsätze in Berichtswährung lagen bei 11 Mio. EUR und damit um 17% über Vorjahresniveau (Q1 2007: 10 Mio. EUR). Hierbei ist jedoch zu beachten, dass in Japan ab dem Geschäftsjahr 2008 die Umsatzerlöse analog zu den anderen Vertriebsgesellschaften von HUGO BOSS ausgewiesen werden. Demnach werden Umsatzerlöse nun nicht mehr um die an Handelspartner zu leistenden Konzessionsabgaben gemindert, sondern unter sonstigen Aufwendungen ausgewiesen. Dies hat sich positiv auf den Ausweis des Umsatzes ausgewirkt.

In den verbleibenden Ländern der Region Asien/übrige Regionen konnte der Umsatz in lokalen Währungen um 35% gesteigert werden. In Berichtswährung stieg der Umsatz

hier zum Ende des ersten Quartals 2008 um 29% auf 34 Mio. EUR (Q1 2007: 26 Mio. EUR).

Lizenzen

Das Lizenzgeschäft entwickelte sich in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2008 weiterhin sehr erfolgreich. Die Umsätze verbesserten sich überproportional um 16% auf 12 Mio. EUR (Q1 2007: 10 Mio. EUR). Dabei entwickelten sich alle drei Bereiche - Düfte, Uhren und Brillen - erfreulich. Weitere Impulse im Lizenzgeschäft werden darüber hinaus durch den Markteintritt in das Schmuckgeschäft mit der Swarovski-Tochter Amazar als Lizenzpartner für das Gesamtjahr 2008 erwartet. Dieses Geschäft hatte aber noch keine Auswirkungen auf das erste Quartal, da die Auslieferung der ersten Kollektionen erst im Sommer des Jahres 2008 beginnt. Diese Initiative ist ein wichtiger Schritt zur Weiterentwicklung des HUGO BOSS Konzerns zu einem Lifestyle-Unternehmen mit einem breiten Angebot an Modeaccessoires, die die textilen Kollektionen abrunden.

Umsatzentwicklung der Marken

Im ersten Quartal 2008 konnte der Umsatz der Kernmarke BOSS um 2% und währungsbereinigt um 5% auf 466 Mio. EUR gesteigert werden (Q1 2007: 458 Mio. EUR). Neben den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen waren auch Verzögerungen in der Auslieferung bei BOSS Black Menswear ursächlich für diese Umsatzentwicklung. Erfreulich war die weiterhin dynamische Entwicklung von BOSS Selection. Zudem wurde die Linie BOSS Green nach einer Neuausrichtung der Kollektionsaussage sehr gut im Markt angenommen.

Die Trendmarke HUGO erzielte im ersten Quartal 2008 einen Umsatzzanstieg 11% währungsbereinigt und 9% in Euro auf 43 Mio. EUR (Q1 2007: 40 Mio. EUR). Für das Gesamtjahr wird von der Marke HUGO weiterhin eine positive Entwicklung erwartet. Insbesondere, da die erste Kollektion des belgischen Designers Bruno Pieters, die zusammen mit einem neuen Kreativteam entwickelt wurde, sehr gute Marktresonanz erhalten hat.

Gewinn- und Verlustrechnung

| in Mio. € | Jan. - März 2008 | Jan. - März 2007 | Veränderung in % |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|
| Umsatzerlöse | 509,5 | 499,6 | 2 |
| Materialaufwand inkl. Bestandsveränderungen | -214,2 | -222,6 | 4 |
| Rohhertrag | 295,3 | 277,0 | 7 |
| in % vom Umsatz | 58,0 | 55,4 | |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge | -96,4 | -91,6 | -5 |
| Personalaufwand | -92,4 | -75,0 | -23 |
| Abschreibungen | -12,9 | -11,8 | -9 |
| EBIT | 93,6 | 98,6 | -5 |
| Nettofinanzergebnis | -4,2 | -1,4 | |
| Ergebnis vor Ertragsteuern | 89,4 | 97,2 | -8 |
| Ertragsteuern | -24,2 | -27,0 | 10 |
| Konzernergebnis | 65,2 | 70,2 | -7 |
| je Aktie (€)¹ | | | |
| Stammaktien | 0,95 | 1,00 | -5 |
| Vorzugsaktien | 0,96 | 1,03 | -7 |

¹ Keine Verwässerung: Aktienoptionsprogramm basierend auf Stock Appreciation Rights.

EBIT bereinigt um Sondereffekte

| in Mio. € | Jan. - März 2008 | Jan. - März 2007 | Veränderung in % |
|--------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| EBIT | 93,6 | 98,6 | -5 |
| Sondereffekte | -11,5 | 0 | |
| EBIT vor Sondereffekten | 105,1 | 98,6 | 7 |

Ergebnisentwicklung

Der HUGO BOSS Konzern konnte auch in einem herausfordernden Marktumfeld eine Steigerung des Konzernumsatzes von währungsbereinigt gut 5% erzielen. Der Umsatz erhöhte sich auf 510 Mio. EUR und lag damit aufgrund von negativen Währungseinflüssen in Konzernwährung um 2% über dem Vorjahr (Q1 2007: 500 Mio. EUR). Der Rohertrag stieg um 7% auf 295 Mio. EUR (Q1 2007: 277 Mio. EUR), was zu einer weiteren Verbesserung der Rohertragsmarge um 2,6 Prozentpunkte auf 58,0% (Q1 2007: 55,4%) führte. Eine Erhöhung des Anteils der eigenen Einzelhandelsgeschäfte am Gesamtumsatz sowie die stetige Optimierung der weltweiten Beschaffungsstrukturen trugen zu der positiven Entwicklung der Rohertragsmarge bei. Daneben konnte der Konzern bei in US-Dollar eingekauften oder hergestellten Waren aus Asien von der Schwäche der amerikanischen Währung profitieren.

Der Saldo der sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge lag am Ende des ersten Quartals des Geschäftsjahres 2008 mit 96 Mio. EUR um 5% über dem Wert des Vergleichszeitraums (Q1 2007: 92 Mio. EUR). Neben der allgemeinen Ausweitung des Geschäftsvolumens begründet sich dieser Anstieg vor allem im Ausbau des eigenen Einzelhandels, der im ersten Quartal um 11 neue Geschäfte auf 298 ausgeweitet wurde. Im Vergleich zum März 2007 erhöhte sich die Anzahl der eigenen Einzelhandelsgeschäfte somit um 70. Der Anteil der Aufwendungen für Marketing sowie Forschung und Entwicklung am Gesamtumsatz ist gegenüber dem Vorjahr leicht gestiegen.

Das kontinuierliche Wachstum des Konzerns spiegelt sich auch in einer höheren Mitarbeiterzahl wider. So waren zum Ende des ersten Quartals 9.449 Mitarbeiter im HUGO BOSS Konzern beschäftigt, was einem Anstieg von 4% gegenüber dem Jahresende 2007 entspricht. Der Ausbau des eigenen Einzelhandels sowie des Fertigungs- und Logistikbereichs führte zu einer Erhöhung des Personalaufwands. Zudem ergaben sich einmalige Sonderaufwendungen aus der Veränderung im Vorstand der HUGO BOSS AG, die den Personalaufwand im ersten Quartal 2008 mit rund 12 Mio. EUR belasteten.

Die Abschreibungen stiegen im ersten Quartal um 9% auf 13 Mio. EUR (Q1 2007: 12 Mio. EUR). Hierfür waren höhere Investitionen in die Erweiterungen von Einzelhandelsflächen und Showrooms sowie in Betriebs- und Geschäftsausstattungen in den Vorperioden maßgebend.

Im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2008 lag das Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT) mit 94 Mio. EUR (Q1 2007: 99 Mio. EUR) um 5% unter dem Vergleichswert der Vorjahresperiode. Bereinigt um die Sondereffekte, die sich aus den Vorstandsveränderungen ergaben, zeigte der HUGO BOSS Konzern mit einer Verbesserung um 7% eine gute operative Entwicklung.

Das Nettofinanzergebnis des ersten Quartals 2008 betrug -4 Mio. EUR (Q1 2007: -1 Mio. EUR). Diese Veränderung basiert auf höheren Zinsaufwendungen durch den Anstieg des Zinsniveaus. Zudem führte die negative Entwicklung einiger Wechselkurse zu Verlusten im Rahmen der Bewertung von Währungssicherungsinstrumenten und wirkte sich belastend auf das Nettofinanzergebnis aus.

Das Ergebnis vor Steuern verringerte sich um 8% auf 89 Mio. EUR (Q1 2007: 97 Mio. EUR) während es bereinigt um den Sondereffekt um 4% anstieg. Die Steuerquote lag mit 27,1% leicht unter dem Vorjahr (Q1 2007: 27,8%). Die zunehmende Internationalisierung des HUGO BOSS Geschäfts und der damit einhergehende höhere Gewinnanteil von ausländischen Gesellschaften mit niedrigeren Steuersätzen als in Deutschland wirkte sich weiterhin positiv auf den Konzernsteuersatz aus.

Das Konzernergebnis des ersten Quartals 2008 lag, bedingt durch die erwähnten Sondereffekte, mit 65 Mio. EUR (Q1 2007: 70 Mio. EUR) um rund 7% unter dem Vorjahr. Das Ergebnis je Stammaktie reduzierte sich von 1,00 EUR auf 0,95 EUR und das der Vorzugsaktien von 1,03 EUR auf 0,96 EUR.

Finanzbedarfsrechnung

| in Mio. € | 31. März 2008 | 31. März 2007 | 31. Dezember 2007 | Veränderung in % zum 31. März 2007 |
|--|--------------------------|--------------------------|------------------------------|---|
| Forderungen, sonstige Vermögenswerte ¹ | 332,7 | 313,1 | 262,9 | 6 |
| Vorräte | 305,0 | 257,6 | 351,4 | 18 |
| Waren- und sonstige Verbindlichkeiten ¹ | -186,4 | -166,7 | -173,8 | -12 |
| Kurzfristige Rückstellungen | -44,8 | -44,0 | -43,1 | -2 |
| Kurzfristiges Nettovermögen² | 406,5 | 360,0 | 397,4 | 13 |
| Anlagevermögen | 347,8 | 339,8 | 346,0 | 2 |
| Sonstige langfristige Vermögenswerte | 33,0 | 21,7 | 20,9 | 52 |
| Langfristige Rückstellungen | -40,4 | -46,0 | -40,0 | 12 |
| Sonstige langfristige Verbindlichkeiten | -21,2 | -33,9 | -28,2 | 37 |
| Saldo latente Steuern | 22,2 | 31,2 | 24,0 | -29 |
| Mittel- und langfristiges Nettovermögen | 341,4 | 312,8 | 322,7 | 9 |
| Nettovermögen | 747,9 | 672,8 | 720,1 | 11 |
| Finanzsaldo ³ | 141,2 | 119,8 | 173,7 | 18 |
| Eigenkapital | 606,7 | 553,0 | 546,4 | 10 |
| Deckung des Nettovermögens | 747,9 | 672,8 | 720,1 | 11 |

Free Cashflow

| in Mio. € | Jan. - März 2008 | Jan. - März 2007 | Veränderung in % |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Konzernergebnis | 65,2 | 70,2 | -7 |
| Abschreibungen | 12,9 | 11,8 | 9 |
| Veränderung der Pensionsrückstellungen | 0,6 | 0,9 | -33 |
| Cashflow | 78,7 | 82,9 | -5 |
| Nettozugänge zum Anlagevermögen | -14,7 | -8,0 | -84 |
| Veränderungen des verbleibenden Nettovermögens | -26,6 | -66,1 | 60 |
| Aktienrückkauf | 0,0 | -11,2 | |
| Währungsumrechnung und sonstige Eigenkapitalveränderungen | -4,9 | -0,4 | |
| Free Cashflow vor Dividendenzahlung | 32,5 | -2,8 | >100 |
| Dividendenzahlung | 0,0 | 0,0 | 0 |
| Free Cashflow | 32,5 | -2,8 | >100 |

| Aktiva | 31. März | 31. März | 31. Dezember |
|---|-----------------|-----------------|---------------------|
| in Mio. € | 2008 | 2007 | 2007 |
| Immaterielle Vermögenswerte | 97,3 | 85,9 | 97,0 |
| Sachanlagen | 250,5 | 253,9 | 249,0 |
| Aktive latente Steuern | 33,6 | 38,8 | 33,6 |
| Langfristige finanzielle Vermögenswerte | 20,5 | 5,3 | 7,3 |
| Sonstige langfristige Vermögenswerte ¹ | 12,5 | 16,4 | 13,6 |
| Langfristige Vermögenswerte | 414,4 | 400,3 | 400,5 |
| Vorräte | 305,0 | 257,6 | 351,4 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 261,1 | 264,5 | 171,3 |
| Ertragsteuerforderungen | 3,1 | 3,8 | 7,3 |
| Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte | 17,6 | 2,4 | 6,7 |
| Sonstige kurzfristige Vermögenswerte | 50,9 | 42,4 | 77,6 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 24,0 | 21,6 | 24,5 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 661,7 | 592,3 | 638,8 |
| Aktiva, gesamt | 1.076,1 | 992,6 | 1.039,3 |

| Passiva | 31. März | 31. März | 31. Dezember |
|---|-----------------|-----------------|---------------------|
| in Mio. € | 2008 | 2007 | 2007 |
| Gezeichnetes Kapital | 70,4 | 70,4 | 70,4 |
| Eigene Aktien | -42,3 | -42,3 | -42,4 |
| Kapitalrücklage | 0,4 | 0,4 | 0,4 |
| Gewinnrücklagen | 547,9 | 476,0 | 393,9 |
| Kumuliertes übriges Eigenkapital | -34,5 | -21,3 | -29,6 |
| Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis | 65,2 | 70,2 | 154,1 |
| Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital | 607,1 | 553,4 | 546,8 |
| Minderheitsanteile am Eigenkapital | -0,4 | -0,4 | -0,4 |
| Konzerneigenkapital | 606,7 | 553,0 | 546,4 |
| Langfristige Rückstellungen ¹ | 40,4 | 46,0 | 40,0 |
| Langfristige Finanzverbindlichkeiten | 43,7 | 46,3 | 46,1 |
| Passive latente Steuern | 11,4 | 7,6 | 9,6 |
| Sonstige langfristige Schulden | 20,0 | 33,9 | 27,4 |
| Langfristige Schulden | 115,5 | 133,8 | 123,1 |
| Kurzfristige Rückstellungen | 44,8 | 44,0 | 43,1 |
| Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten | 125,5 | 95,1 | 153,2 |
| Ertragsteuerschulden | 50,5 | 55,5 | 35,4 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 89,8 | 66,1 | 101,0 |
| Sonstige kurzfristige Schulden | 43,3 | 45,1 | 37,1 |
| Kurzfristige Schulden | 353,9 | 305,8 | 369,8 |
| Passiva, gesamt | 1.076,1 | 992,6 | 1.039,3 |

¹ Anpassungen sonstige langfristige Vermögenswerte und Pensionsrückstellungen in 2007 aufgrund Korrektur gem. IAS 8.42.

Entwicklung des Konzerneigenkapitals

| in Mio. € | Gezeichnetes Kapital | Eigene Aktien | Kapitalrücklage | Gewinnrücklagen | | | Kumuliertes übriges Eigenkapital | | Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis | Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital | Minderheitsanteile am Eigenkapital | Konzern-eigenkapital |
|--|----------------------|---------------|-----------------|----------------------|--------------------------|---|------------------------------------|--------|---|--|------------------------------------|----------------------|
| | | | | Gesetzliche Rücklage | Sonstige Gewinnrücklagen | Unterschiede aus der Währungsumrechnung | Marktbewertung Sicherungsgeschäfte | | | | | |
| 1. Januar 2007 | 70,4 | -31,1 | 0,4 | 6,6 | 340,7 | -20,8 | -0,1 | 128,7 | 494,8 | -0,4 | 494,4 | |
| Konzernergebnis | | | | | | | | 70,2 | 70,2 | 0,0 | 70,2 | |
| Einstellung in Gewinnrücklagen | | | | | 128,7 | | | -128,7 | | | | |
| Dividendenzahlung | | | | | | | | | | | | |
| Aktienrückkauf | | -11,2 | | | | | | | -11,2 | | -11,2 | |
| Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen | | | | | | -1,2 | 0,8 | | -0,4 | | -0,4 | |
| 31. März 2007 | 70,4 | -42,3 | 0,4 | 6,6 | 469,4 | -22,0 | 0,7 | 70,2 | 553,4 | -0,4 | 553,0 | |
| 1. Januar 2008 | 70,4 | -42,3 | 0,4 | 6,6 | 387,2 | -32,8 | 3,2 | 154,1 | 546,8 | -0,4 | 546,4 | |
| Konzernergebnis | | | | | | | | 65,2 | 65,2 | 0,0 | 65,2 | |
| Einstellung in Gewinnrücklagen | | | | | 154,1 | | | -154,1 | | | | |
| Dividendenzahlung | | | | | | | | | | | | |
| Aktienrückkauf | | | | | | | | | | | | |
| Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen | | | | | | -4,9 | 0,0 | | -4,9 | | -4,9 | |
| 31. März 2008 | 70,4 | -42,3 | 0,4 | 6,6 | 541,3 | -37,7 | 3,2 | 65,2 | 607,1 | -0,4 | 606,7 | |

Vermögens- und Finanzlage

Bilanz

HUGO BOSS wies auch zum Ende des ersten Quartals 2008 eine stabile Bilanzstruktur auf. Die Bilanzsumme erhöhte sich gegenüber dem Vergleichszeitraum um 8% auf 1.076 Mio. EUR (31. März 2007: 993 Mio. EUR) und entwickelte sich etwas stärker als der Umsatz. Die Bilanzstruktur blieb weitgehend unverändert.

Auf der Aktivseite erhöhte sich der Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte leicht auf 61,5% (31. März 2007: 59,7%). Dies wurde insbesondere durch höhere Vorräte und einen Anstieg der kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte verursacht. Weiterhin gab es auf der Passivseite eine leichte Verschiebung der Schulden vom langfristigen in den kurzfristigen Bereich.

Die Eigenkapitalquote verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr auf 56,4% (31. März 2007: 55,7%).

Das kurzfristige Nettovermögen (Net Working Capital) erhöhte sich gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahrs um 13% auf 407 Mio. EUR (31. März 2007: 360 Mio. EUR) überproportional zum Umsatz. Dies ist vor allem auf einen Anstieg der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte gegenüber dem Vorjahresstichtag um 6% auf 333 Mio. EUR (31. März 2007: 313 Mio. EUR) und eine Erhöhung der Vorräte um 18% auf 305 Mio. EUR (31. März 2007: 258 Mio. EUR) zurückzuführen. Der Anstieg

resultiert im Wesentlichen aus dem fortgesetzten Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels, dem allgemein gestiegenen Geschäftsvolumen sowie einem temporär erhöhten Warenbestand im Rahmen der Implementierung des Columbus-Projektes.

Die kurzfristigen Waren- und sonstigen Verbindlichkeiten stiegen mit 186 Mio. EUR stichtagsbedingt um rund 20 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr (31. März 2007: 167 Mio. EUR). Daneben blieben die kurzfristigen Rückstellungen mit 45 Mio. EUR (31. März 2007: 44 Mio. EUR) weitgehend stabil.

Das mittel- und langfristige Nettovermögen lag zum Ende des ersten Quartals 2008 mit 341 Mio. EUR um 9% über dem Wert des Vorjahresstichtags (31. März 2007: 313 Mio. EUR). Das Anlagevermögen blieb mit 348 Mio. EUR im Wesentlichen unverändert. Der Anstieg der sonstigen langfristigen Vermögenswerte basiert auf dem Erwerb von Sicherungsinstrumenten für das Stock Appreciation Rights Program (SAR). Die langfristigen Rückstellungen, die unter anderem Rückstellungen für SAR beinhalten, verzeichneten eine gegenläufige Entwicklung. Die latenten Steuern sanken um 29% auf 22 Mio. EUR (31. März 2007: 31 Mio. EUR).

Insgesamt erhöhte sich das Nettovermögen im HUGO BOSS Konzern um 11% auf 748 Mio. EUR (31. März 2007: 673 Mio. EUR).

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente werden in begrenztem Umfang eingesetzt und betreffen überwiegend Mieten und Leasing von Logistik- und Verwaltungsimmobilien sowie eigenen Einzelhandelsstandorten.

Cashflow

Der Cashflow des HUGO BOSS Konzerns lag mit 79 Mio. EUR im ersten Quartal 2008 um rund 5% unter dem Vorjahreswert (31. März 2007: 83 Mio. EUR). Das Konzernergebnis lag aufgrund von Sonderaufwendungen wegen des Vorstandswechsels mit 65 Mio. EUR unter dem Vorjahreswert (31. März 2007: 70 Mio. EUR). Die Abschreibungen stiegen um 9% auf 13 Mio. EUR (31. März 2007: 12 Mio. EUR), während sich die Pensionsrückstellungen um 0,6 Mio. EUR (31. März 2007: 0,9 Mio. EUR) erhöhten.

Der Free Cashflow lag im Berichtszeitraum mit 33 Mio. EUR deutlich über dem negativen Wert des Vorjahres (31. März 2007: -3 Mio. EUR). Die Veränderung ergab sich durch höhere Nettozugänge zum Anlagevermögen in Höhe von 15 Mio. EUR (31. März 2007: 8 Mio. EUR). Zudem führten im Wesentlichen der Erwerb von Sicherungsinstrumenten für das SAR-Program sowie die Reduzierung der SAR-Rückstellung zu einer Erhöhung des verbleibenden Nettovermögens und folglich zu einem Mittelabfluss in Höhe von 27 Mio. EUR.

Im Vergleich dazu hat sich im Vorjahr die Erhöhung des verbleibenden Nettovermögens (Q1 2007: +66 Mio. EUR) im Wesentlichen aufgrund der Erhöhung des Net Working Capitals negativ auf den Free Cashflow ausgewirkt. Darüber hinaus führten Aktienrückkäufe in Höhe von 11 Mio. EUR zu weiteren Mittelabflüssen im ersten Quartal 2007.

Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände betragen in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 16 Mio. EUR (Q1 2007: 16 Mio. EUR) und lagen damit auf gleichem Niveau zum Vorjahresquartal.

Erneut spiegelte sich die Strategie, den Ausbau der eigenen Einzelhandelsläden voranzutreiben, in den Investitionen wider. Der Schwerpunkt der Investitionen lag somit auf der Erweiterung und Modernisierung des eigenen Einzelhandesgeschäfts.

Darüber hinaus gab es wesentliche Investitionen in die Einrichtung von Verwaltungsgebäuden sowie die Erneuerung von Geschäftsausstattungen. Daneben fielen auch Investitionen im Rahmen der Konsolidierung der Logistikstandorte und der Ausweitung der Logistikkapazitäten im ersten Quartal 2008 an, die aufgrund des deutlich gestiegenen Geschäftsvolumens des Konzerns nötig geworden waren.

Segmentberichterstattung

Segmentinformationen nach Produktbereichen

| in Mio. € | Herrensegment ¹ | | Damensegment | | HUGO BOSS Konzern | |
|-------------------------------------|----------------------------|------------------------------|--------------------------|------------------------------|--------------------------|------------------------------|
| | Jan. - März 2008 | Jan. - März 2007 | Jan. - März 2008 | Jan. - März 2007 | Jan. - März 2008 | Jan. - März 2007 |
| Umsatzerlöse | 444,1 | 437,9 | 65,4 | 61,7 | 509,5 | 499,6 |
| Abschreibungen | -10,9 | -10,5 | -2,0 | -1,3 | -12,9 | -11,8 |
| EBIT | 84,3 | 88,8 | 9,3 | 9,8 | 93,6 | 98,6 |
| in % vom Umsatz | 19,0 | 20,3 | 14,2 | 15,9 | 18,4 | 19,7 |
| Konzernergebnis | 60,1 | 63,6 | 5,1 | 6,6 | 65,2 | 70,2 |
| in % vom Umsatz | 13,5 | 14,5 | 7,8 | 10,7 | 12,8 | 14,1 |
| | 31. März 2008 | 31. Dezember 2007 | 31. März 2008 | 31. Dezember 2007 | 31. März 2008 | 31. Dezember 2007 |
| Aktiva | 943,0 | 907,5 | 133,1 | 131,8 | 1.076,1 | 1.039,3 |
| Schuldposten | 304,2 | 324,0 | 165,2 | 168,9 | 469,4 | 492,9 |
| Reinvermögen | 638,8 | 583,5 | -32,1 | -37,1 | 606,7 | 546,4 |
| Investitionen | 14,3 | 78,4 | 2,1 | 6,3 | 16,4 | 84,7 |
| Mitarbeiter (Kapazitäten) | 8.828 | 8.484 | 621 | 639 | 9.449 | 9.123 |

¹ Bestehendes Geschäft mit Herrenkollektionen. Auf die Produktlinie HUGO Womenswear entfallende Beträge sind aus Vereinfachungsgründen enthalten.

Segmentinformationen nach Regionen

| | Jan. - März 2008 | | Jan. - März 2007 | |
|---------------------------|----------------------|------------|--------------------------|------------|
| | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % |
| Umsatz | | | | |
| Deutschland | 99,0 | 19 | 103,7 | 21 |
| Andere europäische Länder | 265,0 | 52 | 262,4 | 52 |
| Amerika | 76,0 | 15 | 75,6 | 15 |
| Asien/übrige Regionen | 57,7 | 12 | 47,8 | 10 |
| Lizenzen | 11,8 | 2 | 10,1 | 2 |
| Gesamt | 509,5 | 100 | 499,6 | 100 |
| | 31. März 2008 | | 31. Dezember 2007 | |
| | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % |
| Aktiva | | | | |
| Deutschland | 332,2 | 31 | 343,0 | 33 |
| Andere europäische Länder | 520,6 | 48 | 451,8 | 43 |
| Amerika | 151,0 | 14 | 169,0 | 16 |
| Asien/übrige Regionen | 61,0 | 6 | 59,0 | 6 |
| Lizenzen | 11,3 | 1 | 16,5 | 2 |
| Gesamt | 1.076,1 | 100 | 1.039,3 | 100 |
| Investitionen | | | | |
| Deutschland | 7,9 | 48 | 34,2 | 40 |
| Andere europäische Länder | 4,7 | 29 | 28,0 | 33 |
| Amerika | 3,3 | 20 | 18,6 | 22 |
| Asien/übrige Regionen | 0,5 | 3 | 3,9 | 5 |
| Gesamt | 16,4 | 100 | 84,7 | 100 |

Herrensegment

Der Umsatz des Herrensegments wurde im ersten Quartal 2008, bereinigt um die Belastungen aus negativen Wechselkurseffekten, um knapp 5% gesteigert. In Konzernwährung stieg der Umsatz um 1% auf 444 Mio. EUR (Q1 2007: 438 Mio. EUR). Dieser relativ moderate Umsatzzuwachs im Herrensegment lässt sich insbesondere darauf zurückführen, dass die volle Leistungsfähigkeit der Prozesse nach der SAP/AFS Implementierung von BOSS Black Menswear zum Ende 2007 in der Auslieferung der Frühjahr-/ Sommerkollektionen noch nicht erreicht werden konnte, was sich weltweit auf die Auslieferung von BOSS Black Menswear auswirkte.

Für eine aussagekräftige Darstellung der Segmentberichterstattung wurde der Sonderaufwand aufgrund des Vorstandswechsels proportional zum Umsatz auf die Segmente verteilt. Das EBIT des Herrensegments war daher mit 84 Mio. EUR um 5% geringer als im Vorjahresquartal (Q1 2007: 89 Mio. EUR). Ohne die Sondereffekte aus den Vorstandsveränderungen ergab sich ein um gut 6% höheres EBIT.

Damensegment

Der Umsatz des Damensegments konnte im ersten Quartal 2008 um 6% auf 65 Mio. EUR (Q1 2007: 62 Mio. EUR) zulegen. Bereinigt um negative Währungseinflüsse lag das Wachstum bei 8%. Außerhalb von Deutschland konnte BOSS Womenswear ein zweistelliges Wachstum verzeichnen.

Der bereits erwähnte Einmaleffekt aufgrund des Vorstandswechsels führte im Damensegment zu einem Rückgang des EBIT gegenüber dem Vorjahr um 5% auf 9 Mio. EUR (Q1 2007: 10 Mio. EUR). Insgesamt gilt jedoch, dass das Damensegment aufgrund des verbesserten Rohertrags, aber auch durch Skaleneffekte eine Verbesserung der operativen Entwicklung im ersten Quartal 2008 erzielen konnte. Bereinigt um die Sondereffekte ergab sich eine Steigerung des EBIT von rund 10%.

Ausblick

Für das Gesamtjahr 2008 wird mit einer weiteren Abschwächung des Weltwirtschaftswachstums gerechnet. Dennoch erwartet der Vorstand der HUGO BOSS AG eine Steigerung des währungsbereinigten Umsatzes von 6-8% im Vergleich zum Vorjahr. Das Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT) vor Einmaleffekten soll für das Gesamtjahr überproportional mit 8-10% wachsen.

Ein überdurchschnittliches Wachstum im Vergleich zu den übrigen Produktgruppen ist dabei nach wie vor in den Bereichen BOSS Womenswear sowie Schuhe und Lederaccessoires zu erwarten.

Unterstützt von voraussichtlich 60 Geschäftseröffnungen bis Ende des Jahres 2008 sollte der Umsatz des konzerneigenen Einzelhandels ebenfalls überproportional zulegen können.

Unternehmenssteuerung

Internes Steuerungssystem

Der Anspruch, den nachhaltigen Erfolg des HUGO BOSS Konzerns langfristig zu sichern und weiter auszubauen, wird durch das interne Steuerungssystem aktiv unterstützt. Die Informationssysteme des HUGO BOSS Konzerns enthalten Ist- und Planungsrechnungen, die strategische und operative Elemente zeitnah verknüpfen und von einer regelmäßigen, gegebenenfalls maßnahmenorientierten Kommunikation begleitet werden. Kundenorientierung, Effizienz und hohe Unternehmenstransparenz bilden die Elemente dieses Managementsteuerungssystems. Zusätzlich werden die Koordination der Aktivitäten aller Töchter sowie die dezentrale Verantwortung unterstützt.

Im Einzelnen umfasst das Steuerungssystem die strategische Konzernplanung, das konzernweite Berichtswesen und das Investitionscontrolling. Detaillierte KPI-Berichte (Key Performance Indicator) unterstützen das Management bei der Steuerung der Geschäftssegmente, der Tochtergesellschaften und der Prozesse der operativen Bereiche. Das Data Warehouse gibt dem Management konzernweit einen direkten Zugriff auf zum Teil täglich aktualisierte Steuerungsinformationen. Das Controllingsystem wird laufend optimiert und an Entwicklungen des Konzerns sowie an steigende Anforderungen angepasst.

Die wichtigsten Kennzahlen, die kontinuierlich überwacht werden und deren Optimierung im Fokus des konzernweiten Wirtschaftens steht, sind in der folgenden Tabelle abgebildet.

Steuerungsgrößen und Kennzahlen

| | | 31. März 2008 | 31. März 2007 |
|-----------------------------------|-----------|--------------------------|--------------------------|
| Umsatzerlöse | in Mio. € | 509,5 | 499,6 |
| Rohertragsmarge | in % | 58,0 | 55,4 |
| EBITDA | in Mio. € | 106,5 | 110,4 |
| EBIT | in Mio. € | 93,6 | 98,6 |
| EBIT-Marge ¹ | in % | 18,4 | 19,7 |
| Konzernergebnis | in Mio. € | 65,2 | 70,2 |
| Net Working Capital ² | in Mio. € | 406,5 | 360,0 |
| Investitionen in Anlagevermögen | in Mio. € | 16,4 | 16,0 |
| Return on Investment ³ | in % | 12,7 | 15,0 |

¹ EBIT/Umsatzerlöse.

² Kurzfristiges Nettovermögen.

³ EBIT/durchschnittliches Nettovermögen.

Durch Bindung der variablen Vergütung des Top-Managements an die oben genannten Kennzahlen kommt dem Steuerungssystem des Konzerns eine besondere Bedeutung zu.

Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

Zur Sicherung und zum Ausbau des nachhaltigen Erfolgs des HUGO BOSS Konzerns werden neben finanziellen auch nicht-finanzielle Leistungsindikatoren regelmäßig berichtet und analysiert. Bei Zielabweichungen werden gegebenenfalls Maßnahmen abgeleitet.

Der dauerhafte wirtschaftliche Erfolg des HUGO BOSS Konzerns ist nicht allein auf erstklassige Produkte, erfolgreiche Beschaffungs- und Betriebskonzepte sowie die effizient geführte Organisation zurückzuführen, sondern erklärt sich auch durch weitere Faktoren, die sich nicht allein mit finanziellen Kennzahlen messen lassen. Die nachhaltige und positive Entwicklung des HUGO BOSS Konzerns basiert vielmehr auch auf seinen hoch qualifizierten und motivierten Mitarbeitern, der Offenheit für innovative Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, dem konstruktiven Dialog mit seinen Kunden sowie dem steten Wissen des Konzerns um seine gesellschaftliche Verantwortung und die Bedeutung ökologisch wie sozial nachhaltiger Konzepte.

Nachtrags-, Risiko- und Chancenbericht

Nachtragsbericht

Zwischen dem Quartalsstichtag, dem 31. März 2008, und der Freigabe der Veröffentlichung, dem 30. April 2008, gab es im HUGO BOSS Konzern keine nennenswerten operativen und strukturellen Veränderungen oder Geschäftsvorfälle, welche die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage zum 31. März 2008 wesentlich verändert hätten.

Risiko- und Chancenbericht

HUGO BOSS ist seit Jahren einer der erfolgreichsten internationalen Modekonzerne im Bereich des gehobenen Bekleidungsmarktes, der weiterhin Wachstums- und Gewinnpotenzial bietet. Alle Bereiche der Organisation sind darauf ausgerichtet, entsprechende Chancen und Risiken zu identifizieren, zu analysieren und konsequent zu berücksichtigen, um die Marktposition des HUGO BOSS Konzerns auch zukünftig zu sichern. Die Konzernzentrale in Metzingen stellt dafür den strategischen Rahmen zur Verfügung und sichert die Finanzierung und Liquidität des gesamten Unternehmens.

Um sowohl Risiken als auch Chancen frühzeitig zu erkennen, überprüft HUGO BOSS regelmäßig im Rahmen des Risikomanagements interne wie externe Faktoren, die den Unternehmenserfolg beeinflussen könnten. Dem Risikomanagement liegt als zentrales Element ein Risikokatalog zugrunde. Er dient sowohl der Prozesssteuerung der Risikoanalyse und des Risikomanagements als auch der zentralen Zusammenfassung aller Risiken.

Für eine detaillierte Darstellung der Risiken und Chancen von HUGO BOSS verweisen wir auf den „Risikobericht“ und den „Chancenbericht“ im Konzernabschluss 2007. Die dort getroffenen Aussagen zu den Risiken und Chancen gelten weiterhin.

Zusammenfassende Aussage über die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Zusammengefasst zeigt die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage, dass sich der HUGO BOSS Konzern zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichts des ersten Quartals des Geschäftsjahres 2008 in einer soliden wirtschaftlichen Lage befand.

Metzingen, im April 2008

Der Vorstand

Konzernanhang

Rechnungslegung

Der Zwischenabschluss der HUGO BOSS AG zum 31. März 2008 wurde, wie bereits der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007, in Übereinstimmung mit den zum Stichtag gültigen International Financial Reporting Standards (IFRS) und deren Interpretationen aufgestellt. Insbesondere die Regelungen des IAS 34 zur Zwischenberichterstattung wurden angewendet.

Alle Zwischenabschlüsse der in den Konzernzwischenabschluss einbezogenen Unternehmen wurden nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen aufgestellt, die auch dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007 zu Grunde lagen. Eine detaillierte Beschreibung der angewandten Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsmethoden sind im Anhang des Konzernabschlusses 2007 ausführlich dargestellt.

Durch die Erstellung des Zwischenberichts in Millionen EUR kann es bei der Addition und der Angabe von Prozentzahlen zu Rundungsdifferenzen kommen, da die Berechnungen der Einzelposten auf Zahlen in EUR basieren.

Der vorliegende Zwischenabschluss zum 31. März 2008 wurde keiner Durchsicht durch einen Wirtschaftsprüfer unterzogen.

Konjunkturelle und saisonale Einflüsse

Als weltweit tätiges Unternehmen ist der HUGO BOSS Konzern unterschiedlichen konjunkturellen Entwicklungen ausgesetzt. In dem Kapitel „Wirtschaftliche Rahmenbedingungen“ auf Seite 4 wurde auf die allgemeinen Konjunkturlinflüsse und die Branchenentwicklung im Berichtszeitraum detailliert eingegangen. Branchenbedingte saisonale Schwankungen sind bei HUGO BOSS üblich. Jedoch hat sich das Geschäft von HUGO BOSS in den vergangenen Jahren grundlegend geändert. Das ehemals von zwei Vorordersaisons (Frühling/Sommer und Herbst/Winter)

dominierte Geschäft mit einer entsprechend früh vorliegenden Auftragslage ist zunehmend komplexer geworden. So werden nunmehr pro Jahr vier Saison-Vorverkäufe durchgeführt. Zudem ist der Anteil des eigenen Einzelhandels gestiegen. Darüber hinaus ist HUGO BOSS bestrebt, die Effizienz zu erhöhen, indem die weniger modeabhängigen Artikel stärker aus dem Lagergeschäft bedient werden. Auch die Zahl monatlicher themenorientierter Auslieferungen steigt kontinuierlich an. Aufgrund dieser Einflüsse nimmt die Saisonalität im Geschäftsverlauf von HUGO BOSS stetig ab.

Konsolidierungskreis

Die Anzahl der konsolidierten Gesellschaften umfasste zum 31. März 2008 einschließlich der HUGO BOSS AG 51 Unternehmen und war damit gegenüber dem Vergleichszeitpunkt 31. Dezember 2007 unverändert.

Ergebnis je Aktie

Nach IAS 33 ergibt sich das Ergebnis je Aktie aus der Division des Konzernergebnisses durch die durchschnittliche gewichtete Anzahl der Aktien unter Berücksichtigung einer um 0,01 EUR höheren Dividende für Vorzugsaktionäre wie folgt:

| | Jan. - März 2008 | Jan. - März 2007 |
|---|---------------------|---------------------|
| Konzernergebnis in Mio. € | 65,2 | 70,2 |
| Durchschnittliche Zahl der ausstehenden Aktien ¹ | | |
| Stammaktien | 35.331.445 | 35.332.595 |
| Vorzugsaktien | 33.684.722 | 33.780.227 |
| Ergebnis je Stammaktie in € ² | 0,95 | 1,00 |
| Ergebnis je Vorzugsaktie in € ² | 0,96 | 1,03 |

¹ Berücksichtigt den Effekt des Aktienrückkaufprogramms.

² Keine Verwässerung: Aktienoptionsprogramm basierend auf Stock Appreciation Rights.

Stamm- und Vorzugsaktien, die die HUGO BOSS AG im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms erworben hat, sind nicht dividendenberechtigt, was in der Berechnung des Ergebnisses je Aktie berücksichtigt wurde. Der Aktienoptionsplan des HUGO BOSS Konzerns verwässerte das Ergebnis je Aktie nicht, da er auf virtuellen Aktien (Stock Appreciation Rights) beruht.

Aktienrückkaufprogramm

Von der Ermächtigung der Hauptversammlung am 10. Mai 2007, eigene Aktien zurückzukaufen, wurde auch im ersten Quartal 2008 kein Gebrauch gemacht. Damit hält die HUGO BOSS AG unverändert insgesamt 528.555 Stück Stammaktien und 855.278 Stück Vorzugsaktien. Dies entspricht einem Anteil von 1,97% bzw. 1.383.833 EUR am Grundkapital. Die erworbenen Aktien sollen als Gegenleistung für einen eventuellen Erwerb von Unternehmen und Beteiligungen an Unternehmen bereitgehalten werden.

Währungsumrechnung

Die wichtigsten im Zwischenabschluss angewandten Fremdwährungs-Wechselkurse haben sich in Relation zum Euro wie folgt entwickelt:

| Land | Währung | Durchschnittskurs | | Bilanzstichtagskurs | |
|---------------------|---------|--------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| | | Jan.- März 2008 | Jan. - März 2007 | 31. März 2008 | 31. Dezember 2007 |
| | 1 EUR = | | | | |
| Australien | AUD | 1,6526 | 1,6673 | 1,7171 | 1,6731 |
| Brasilien | BRL | 2,6009 | 2,7611 | 2,7525 | 2,5858 |
| Dänemark | DKK | 7,4535 | 7,4525 | 7,4568 | 7,4566 |
| Großbritannien | GBP | 0,7567 | 0,6703 | 0,7908 | 0,7348 |
| Hongkong | HKD | 11,6742 | 10,2288 | 12,2929 | 11,4620 |
| Japan | JPY | 157,9221 | 156,4470 | 157,8600 | 166,1300 |
| Kanada | CAD | 1,5009 | 1,5350 | 1,6080 | 1,4389 |
| Mexiko | MXN | 16,1872 | 14,4309 | 16,8957 | 15,9646 |
| Schweden | SEK | 9,3984 | 9,1861 | 9,3769 | 9,4483 |
| Schweiz | CHF | 1,6017 | 1,6162 | 1,5735 | 1,6604 |
| USA | USD | 1,4976 | 1,3102 | 1,5796 | 1,4692 |
| Volksrepublik China | CNY | 10,7293 | 10,1653 | 11,0762 | 10,7312 |

Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz

Die Ergebnisentwicklung und die Finanz- und Vermögenslage im HUGO BOSS Konzern sind auf den Seiten 12ff detailliert dargestellt.

Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung zeigt, wie sich der Finanzsaldo des HUGO BOSS Konzerns im Laufe des Berichtszeitraums durch Mittelzu- und -abflüsse verändert hat. Die Kapitalflussrechnung wurde nach der indirekten Methode ermittelt.

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Im Vergleich zum 31. Dezember 2007 erfolgte im Berichtszeitraum keine Veränderung in der Abgrenzung der Segmente.

Im Rahmen der Segmentberichterstattung werden die Aktivitäten des Konzerns gemäß den Regeln von IAS 14 nach Geschäftsfeldern als primärem Berichtsformat und nach Regionen als sekundärem Berichtsformat abgegrenzt. Die Segmentierung bei HUGO BOSS ergibt sich aus der internen Organisations- und Berichtsstruktur.

In der Segmentierung nach Produktbereichen werden unter dem Herrensegment die Herrenkollektionen der Marken BOSS und HUGO sowie die Erträge der Duftlizenzen der Marke BALDESSARINI zusammengefasst. Aus Vereinfachungsgründen werden die auf die Produktlinie HUGO Womenswear entfallenden Beträge ebenfalls unter dem Herrensegment ausgewiesen.

Bei den Segmentinformationen nach Regionen richten sich die Außenumsätze nach dem Sitz der Kunden.

Den Segmentinformationen liegen grundsätzlich dieselben Ausweis- und Bewertungsmethoden zugrunde wie dem Konzernabschluss.

Ergebnisanteil anderer Gesellschafter

In den Konzernabschluss wurden Gesellschaften einbezogen, an denen die HUGO BOSS AG zu weniger als 100% beteiligt ist. Entsprechend IAS 27 werden diese Minderheitsanteile in der Konzernbilanz innerhalb des Eigenkapitals getrennt vom auf die Aktionäre der HUGO BOSS AG entfallenden Eigenkapital ausgewiesen.

Angaben nach DRS 15

Angaben gemäß dem Deutschen Rechnungslegungs Standard (DRS) 15 sind im Konzernlagebericht 2007 ausführlich dargestellt.

Zukunftsgerichtete Aussagen

Dieses Dokument enthält vorausschauende Aussagen über zukünftige Entwicklungen, die auf aktuellen Einschätzungen des Managements beruhen. Wörter wie "antizipieren", "annehmen", "glauben", "einschätzen", "erwarten", "beabsichtigen", "können/könnten", "planen", "projizieren", "sollten" und ähnliche Begriffe kennzeichnen solche vorausschauenden Aussagen. Solche Aussagen sind gewissen Risiken und Unsicherheiten unterworfen. Sollten einer dieser Unsicherheitsfaktoren oder andere Unwägbarkeiten eintreten oder sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen genannten oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Wir haben weder die Absicht noch übernehmen wir eine Verpflichtung, vorausschauende Aussagen laufend zu aktualisieren, da diese ausschließlich von den Umständen am Tag ihrer Veröffentlichung ausgehen.

Finanzkalender und Kontakte

Finanzkalender

- 30.04.2008 Veröffentlichung des Berichts über das erste Quartal 2008
08.05.2008 Hauptversammlung in Stuttgart
31.07.2008 Veröffentlichung des Berichts über das erste Halbjahr 2008
30.10.2008 Veröffentlichung des Berichts über das dritte Quartal 2008

Investor Relations

Nicole Besemer
Direktorin Investor Relations & Treasury
Tel: + 49 (0) 7123 94-2478
Fax: + 49 (0) 7123 94-82478

Viola Mahrenbach
Investor Relations
Tel: + 49 (0) 7123 94-1326
Fax: + 49 (0) 7123 94-81326

Kommunikation

Philipp Wolff
Direktor Kommunikation
Tel: +49 (0) 7123 94-2375
Fax: +49 (0) 7123 94-2051

Anforderung Geschäfts- und Zwischenberichte

E-Mail: Investor-Relations@hugoboss.com
Fax: +49 (0) 7123 94-2035