

H U G O B O S S

**HALBJAHRESFINANZBERICHT 2008
JANUAR - JUNI 2008**

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

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

HUGO BOSS hat auch in der ersten Hälfte dieses Jahres seine Ausrichtung auf die erfolgreichen Wachstumsmärkte in Asien und Osteuropa weiter vorangetrieben. Daneben gelang es auch auf dem amerikanischen Kontinent weiter zu wachsen. Der Umsatz im US-Geschäft konnte dabei im ersten Halbjahr 2008 gegen den allgemeinen Trend zur Konsumzurückhaltung um währungsbereinigt 17% gesteigert werden.

Neben der regionalen Expansion hat HUGO BOSS im ersten Halbjahr das Potenzial in allen bestehenden Produktkategorien weiter ausgebaut und durch neue Initiativen zusätzliche Wachstumschancen erschlossen. So wurde das Lizenzgeschäft gemeinsam mit der Swarovski-Tochter Amazar um Schmuckkollektionen erweitert. Daneben werden in diesem Jahr die HUGO BOSS Produkte um eine neue Kindermodekollektion ergänzt, die unter der Linie BOSS Orange angeboten und ab Frühjahr 2009 im Einzelhandel erhältlich sein wird. Diese Initiativen sind ein wichtiger Schritt zur Abrundung des Produktangebots. Sowohl die Einführung dieser neuen Linie als auch die Zusammenarbeit mit Swarovski wurden im ersten Halbjahr von HUGO BOSS durch öffentlichkeitswirksame Events wie der Präsentation auf der Pitti Bimbo, der Kindermodemesse in Florenz, begleitet.

Zur Abrundung der weltweiten Expansion und zum Ausbau der Vertriebsstärke und Distribution der HUGO BOSS Produkte, werden auch die eigenen Einzelhandelsaktivitäten weiter forciert. In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2008 wurde deshalb die weltweite Präsenz an eigenen Geschäften auf insgesamt 307 ausgebaut.

Diese eingeschlagene Strategie weiterzuentwickeln und die Präsenz von HUGO BOSS auf den Modemärkten Asiens und Amerikas weiter voranzutreiben, betonte auch der designierte Vorstandsvorsitzende Claus-Dietrich Lahrs, dessen Bestellung im Juni bekannt gegeben wurde und der ab August den Vorstandsvorsitz übernehmen wird. Als international erfahrener Manager im Luxusgüterbereich – er war zwölf Jahren lang für den größten globalen Luxusgüterkonzern Christian Dior/ Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH) und zuletzt als Geschäftsführer von Christian Dior Couture tätig - wird er die Markenführung und Vertriebsstärke von HUGO BOSS weiter verbessern.

Im ersten Halbjahr hat sich HUGO BOSS erneut auf ausgewählten medienwirksamen Fashion Events präsentiert, die die Attraktivität und Akzeptanz der Marken des Konzerns bei wichtigen Zielgruppen zusätzlich unterstreichen. Neben den erwähnten Veranstaltungen zur Einführung des Schmuck- und Kindermodegeschäfts inszenierte HUGO BOSS in Florenz eine extravagante Fashion Show im Juni 2008, auf der die neue Frühjahr/Sommer 2009 Kollektion von BOSS Orange vorgestellt wurde. Diese faszinierenden Events emotionalisieren die HUGO BOSS Markenwelt und sprechen die Zielgruppen direkt an. HUGO BOSS ist es damit erneut gelungen, sich als Trendsetter zu positionieren sowie maximale Aufmerksamkeit und Medienresonanz für die Marken des Unternehmens zu generieren.

Aufgrund dieser erfolgreichen Initiativen konnte HUGO BOSS in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2008 erneut Zuwächse in Umsatz und Ergebnis erzielen. Der Umsatz stieg währungsbereinigt um gut 8% auf 831 Mio. EUR. Das EBIT, bereinigt um den Sondereffekt der Vorstandsveränderung, ist überproportional dazu um 9% in Berichtswährung gewachsen.

Metzingen, im Juli 2008

Der Vorstand

Konzernkennzahlen

		30. Juni 2008	30. Juni 2007
Umsatzerlöse	in Mio. €	830,6	793,7
Rohertragsmarge	in %	58,8	57,3
EBITDA	in Mio. €	114,7	135,7
EBIT	in Mio. €	88,3	93,0
EBIT-Marge ¹	in %	10,6	11,7
Konzernergebnis	in Mio. €	59,1	64,0
Bilanzsumme	in Mio. €	1.114,8	992,1
Net Working Capital ²	in Mio. €	441,3	387,1
Investitionen in Anlagevermögen	in Mio. €	42,6	33,5
Return on Investment ³	in %	11,8	14,1

¹ EBIT/Umsatzerlöse.

² Kurzfristiges Nettovermögen.

³ EBIT/durchschnittliches Nettovermögen.

Inhaltsverzeichnis

Der HUGO BOSS Konzern	5
Geschäftstätigkeit	5
Markenübersicht	6
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	7
Entwicklung der Gesamtwirtschaft	7
Branchenentwicklung	8
Konzernumsatz	10
Europa	11
Deutschland	11
Andere europäische Länder	12
Amerika	13
Asien/übrige Regionen	14
Lizenzen	15
Umsatzentwicklung nach Marken	16
Ertragslage	17
Gewinn- und Verlustrechnung	17
Vermögens- und Finanzlage	20
Bilanz	20
Cashflow	22
Investitionen	23
Segmentberichterstattung	24
Herrensegment	24
Damensegment	24
Ausblick	26
HUGO BOSS am Kapitalmarkt	27
Investor Relations und Public Relations	28
Unternehmenssteuerung	30
Internes Steuerungssystem	30
Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren	31
Nachtrags-, Risiko- und Chancenbericht	33
Nachtragsbericht	33
Risiko- und Chancenbericht	33
Zusammenfassende Aussage über die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	34
Konzernabschluss	35
Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung	35
Konzernbilanz	36
Entwicklung des Konzerneigenkapitals	37
Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen	39
Kapitalflussrechnung	40
Segmentberichterstattung	41
Konzernanhang	43
Weitere Angaben	49
Versicherung der gesetzlichen Vertreter	49
Prüferische Durchsicht gem. § 37w Abs. 5 WpHG	49
Zukunftsgerichtete Aussagen	50
Finanzkalender und Kontakte	51

Der HUGO BOSS Konzern

Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung, die branchenspezifischen Perspektiven sowie die Steuerung des Konzerns auf Grundlage von finanziellen und nichtfinanziellen Kennzahlen, bilden die Parameter für den Erfolg von HUGO BOSS. Diese Leistungsindikatoren, die die positive Geschäftsentwicklung des Unternehmens nachhaltig und aktiv steuern, sind auf den Seiten 31 ff 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 gleich bleibend 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 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 an rund 5.900 Points of Sale (Verkaufspunkte) zu erwerben.

MARKENÜBERSICHT DES HUGO BOSS KONZERNS

DIE MARKE BOSS MIT IHREN LINIEN

BOSS
HUGO BOSS

Herrenkollektion
Damenkollektion
Accessoires

BOSS Black

Vielseitige Garderobe für Business, Freizeit und Event. Perfekte Looks, die hohen Qualitätsansprüchen gerecht werden.

BOSS
HUGO BOSS
S E L E C T I O N

Herrenkollektion
Accessoires

BOSS Selection

Premium-Level der BOSS Marke. Raffiniertes Design, erlesene Materialien und sorgfältige Schneiderkunst.

BOSS
HUGO BOSS

Herrenkollektion
Damenkollektion
Accessoires

BOSS Orange

Unkonventionelle Freizeitmode mit stylishen Outfits und überraschenden Looks für eine modisch experimentierfreudige Klientel.

BOSS
HUGO BOSS

Herrenkollektion
Accessoires

BOSS Green

Klassische Golfmode mit technischen Details und frischen Designs neu umgesetzt.

DIE MARKE HUGO

HUGO
HUGO BOSS

Herrenkollektion
Damenkollektion
Accessoires

HUGO

Progressive Avantgarde für Trendsetter, geprägt durch klare, grafische Schnitte und minimalistisches Design.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Entwicklung der Gesamtwirtschaft

Trotz grundsätzlich positiver Gesamtprognosen haben sich die Wachstumsaussichten für die Entwicklung der Weltwirtschaft in den letzten Monaten deutlich eingetrübt. Der allgemeine Abwärtstrend auf den internationalen Kapitalmärkten, die wirtschaftliche Schwäche der USA, der stark steigende Ölpreis und die schwer kalkulierbaren Auswirkungen der US-Immobilienkrise auf die globale Konjunktur haben die wichtigsten Wirtschaftsforschungsinstitute zu einer Anpassung ihrer Prognosen veranlasst. Bereits im April 2008 hat der Internationale Währungsfonds (IWF) seine Prognose für das Wachstum der globalen Wirtschaftsleistung gegenüber seiner vorherigen Aussage im Januar 2008 von 4,1% auf 3,7% gesenkt.

In dieser weltwirtschaftlichen Entwicklung spiegeln sich die negativen Konjunkturperspektiven der US-Wirtschaft wieder. Allerdings hat sich auch das Wachstum in den Ländern Westeuropas verlangsamt. Von der konjunkturellen Verlangsamung sind die Länder der Eurozone jedoch unterschiedlich stark betroffen. Während Spanien von den Finanzmarkturbulenzen und einer Immobilienkrise schwer getroffen wurde, bleiben die Wirtschaftsforscher für Deutschland optimistisch. Deutschland befindet sich nach wie vor auf Wachstumskurs, wenngleich sich das Wachstumstempo verlangsamt hat.

Ungebrochen stark präsentieren sich demgegenüber die Schwellenländer Südostasiens und Osteuropas. Für Osteuropa, insbesondere Russland, wird keine Verlangsamung des hohen Wachstumstempos gesehen, dieses wird insbesondere von einem robusten Wachstum der Binnennachfrage getragen. Für China prognostizieren die Experten zwar eine leicht negative Auswirkung der sich abkühlenden Weltwirtschaft auf die Exporte und Investitionen, dennoch erwartet die Weltbank ein solides Wirtschaftswachstum in Höhe von 9,6%.

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 weltweites Wachstum von zwischen 4% bis 6% voraus. Es bestehen jedoch Unsicherheiten, wie stark sich die Folgen der weltweiten Finanzmarktkrisen auf die Ausgaben in diesem Sektor auswirken werden. Das Verhalten von Luxusgüterkonsumenten wird jedoch als weit weniger preissensibel und konjunkturabhängig eingeschätzt, da in der Vergangenheit das Segment weniger stark auf eine Verlangsamung des Wirtschaftswachstums reagierte als andere zyklische Konsumgüter.

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. Diese Länder werden neben der weltweit wachsenden Zahl an Millionären die Nachfrage nach Konsumgütern im Premiumbereich mit großer Wahrscheinlichkeit weiter steigern und mit ihr die Umsätze der Luxusgüterindustrie. Ein solcher Trend soll sich bis mindestens 2012 fortsetzen.

In den traditionellen Wirtschaftsregionen steht die Modeindustrie 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.

Umsatzentwicklung

Umsatz nach Marken

in Mio. €	Jan. - Juni 2008	Jan. - Juni 2007	Veränderung in %	Veränderung in % Währungsbereinigt
BOSS	754,2	724,3	4	8
Menswear	644,5	624,2	3	7
Womenswear	109,7	100,1	10	12
HUGO	75,8	67,4	12	15
Andere	0,6	2,0	-68	-68
Gesamt	830,6	793,7	5	8

in Mio. €	2. Quartal 2008	2. Quartal 2007	Veränderung in %	Veränderung in % Währungsbereinigt
BOSS	288,4	265,9	8	13
Menswear	244,1	227,5	7	12
Womenswear	44,3	38,4	15	18
HUGO	32,4	27,6	17	20
Andere	0,3	0,6	-44	-44
Gesamt	321,1	294,1	9	14

Umsatz nach Regionen

in Mio. €	Jan. - Juni 2008	Jan. - Juni 2007	Veränderung in %	Veränderung in % Währungsbereinigt
Deutschland	173,6	176,8	-2	-2
Andere europäische Länder	398,8	381,9	4	6
Amerika	144,0	141,5	2	14
Asien/übrige Regionen	93,2	74,4	25	33
Lizenzen	21,0	19,1	10	10
Gesamt	830,6	793,7	5	8

in Mio. €	2. Quartal 2008	2. Quartal 2007	Veränderung in %	Veränderung in % Währungsbereinigt
Deutschland	74,6	73,1	2	2
Andere europäische Länder	133,8	119,5	12	15
Amerika	68,0	65,9	3	17
Asien/übrige Regionen	35,5	26,6	34	44
Lizenzen	9,2	9,0	2	2
Gesamt	321,1	294,1	9	14

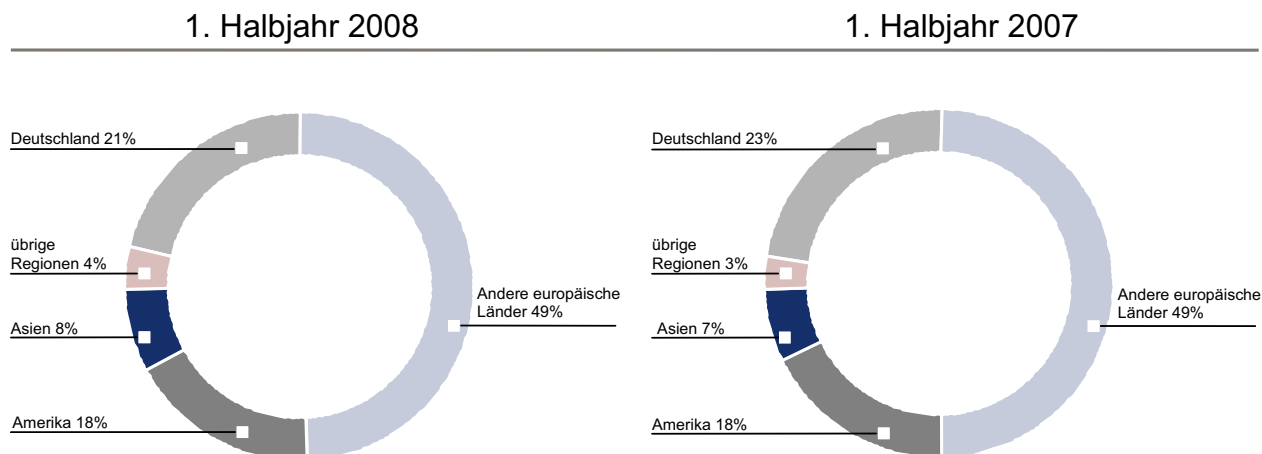
Konzernumsatz

Trotz der unsicheren und weltweit uneinheitlichen konjunkturellen Lage, hat HUGO BOSS seine Geschäftstätigkeit als internationaler Modekonzern weiter ausgebaut. Mit einem Umsatzwachstum von währungsbereinigt 14% im zweiten Quartal konnte das Unternehmen die positive Entwicklung der ersten drei Monate deutlich übertreffen. Nach Abschluss der ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres steigerte HUGO BOSS in einem herausfordernden Marktumfeld den Konzernumsatz um währungsbereinigt über 8%. Damit lag die Umsatzentwicklung zum Ende des ersten Halbjahres am oberen Ende des selbstgesteckten Wachstumsziels.

Wie in den ersten drei Monaten hatten die Effekte aus Währungsumrechnungen auch auf das zweite Quartal und damit das gesamte erste Halbjahr einen negativen Einfluss auf die Umsatzentwicklung in Berichtswährung. Vor allem die anhaltende Schwäche des US-Dollars sowie des britischen Pfunds und des Hongkong Dollars belasteten die Umsatzentwicklung. Der Umsatz in Konzernwährung legte daher um knapp 5% auf 831 Mio. EUR zu (H1 2007: 794 Mio. EUR).

Diese insgesamt positive Entwicklung wurde von mehreren Faktoren beeinflusst. Die Leistungsfähigkeit der Prozesse hat sich im zweiten Quartal nach der SAP/AFS Implementierung bei BOSS Black Menswear deutlich erhöht. Dadurch konnte die Warenverfügbarkeit der Herbst/Winter Kollektionen deutlich gesteigert und die termingerechte und vollständige Lieferung bestellter Waren verzögerungsfrei ermöglicht werden. Die auf den genannten Lieferverzögerungen des ersten Quartals basierenden geringfügigen Verschiebungen von Warenlieferungen führten zu leichten Umsatzverlagerungen ins zweite Quartal. Darüber hinaus war im Bestellverhalten der Großhandelskunden im zweiten Quartal insgesamt eine positive Entwicklung zu bemerken. Wachstumstreiber blieb aber erneut der eigene Einzelhandel mit einem Umsatzplus von 15% bei den konzerneigenen Einzelhandelsgeschäften im ersten Halbjahr 2008.

Umsatz nach Regionen



Europa

Der Umsatz in Europa stieg in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2008 währungsbereinigt um 4%. Auf Einzelquartalsbasis lag die Steigerung des Umsatzes bei 10% in lokalen Währungen. Die kontinuierliche Aufwertung des Euros hatte in den Ländern außerhalb der Eurozone einen negativen Einfluss auf die Umsätze in Berichtswährung. Daher lag die Umsatzsteigerung in Konzernwährung mit 572 Mio. EUR bei 2% (H1 2007: 559 Mio. EUR).

Bezogen auf die wichtigsten europäischen Märkte ergibt sich hierbei ein uneinheitliches Bild. Insgesamt blieb vor allem der Vertrieb über konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte der Umsatzmotor des ersten Halbjahres 2008. Jedoch war auch eine positive Entwicklung des Großhandels in einigen europäischen Ländern auszumachen.

Deutschland

HUGO BOSS wies in Deutschland, dem größten Einzelmarkt des Konzerns, in den ersten sechs Monaten einen leicht rückläufigen Umsatz aus. Eine von Woche zu Woche stark schwankende Umsatzentwicklung in den Warenhäusern wirkte sich auf das Bestellverhalten der Großhandelskunden aus. Verzeichnete

der deutsche Modehandel im Monat Mai noch ein starkes Umsatzplus, drückte die spätere negative Stimmung aufgrund stetig steigender Ölpreise auf die Kauf-laune. Durch eine gute Markenakzeptanz der HUGO BOSS Kollektionen konnte dennoch eine Verbesserung gegenüber dem Vorquartal erzielt werden.

Positive Umsatzzuwächse zeigte demgegenüber der eigene Einzelhandel gestützt durch Neueröffnungen, aber auch durch gutes flächenbereinigtes Wachstum. Aufgrund des noch wachsenden Anteils des Umsatzes über eigene Einzelhandelsgeschäfte in Deutschland blieb der Deutschlandumsatz mit 174 Mio. EUR leicht hinter dem Vorjahreswert zurück.

Andere europäische Länder

Der Umsatz im restlichen Europa konnte sich verbessern. Er lag bei 399 Mio. EUR (H1 2007: 382 Mio. EUR), was einem Anstieg von währungsbereinigt 6% entspricht. Wie in Deutschland erwies sich auch im übrigen Europa der konzern-eigene Einzelhandel als Wachstumsfeld und konnte mit steigenden Umsatzzahlen überzeugen.

Trotz der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Großbritannien und des allgemeinen Konsumverhaltens, erzielte HUGO BOSS dort den prozentual höchsten Umsatzzuwachs in Westeuropa. Insgesamt lag dieser bei währungsbereinigt 16%. Diese erfreuliche Entwicklung ist der guten Markenperformance von HUGO BOSS und der damit einhergehenden guten Abverkaufsquoten der Kollektionen zu verdanken. Im Zuge dessen konnte HUGO BOSS im zweiten Quartal zusätzliche Flächen bei Großhandelskunden hinzu gewinnen. Das Geschäft im eigenen Einzelhandel auf den britischen Inseln entwickelte sich darüber hinaus positiv. Die weitere Abschwächung des britischen Pfunds zum Euro drückte demgegenüber den Umsatz in Berichtswährung, wodurch dieser mit 53 Mio. EUR lediglich 1% über dem Umsatz des Vorjahres (H1 2007: 53 Mio. EUR) lag.

In einem wirtschaftlich vergleichsweise stabilen Umfeld in den Beneluxstaaten verzeichnete HUGO BOSS erneut eine ausgesprochen positive Umsatzentwick-

lung. Dort legte der Umsatz gegenüber der Vergleichsperiode um 12% auf 68 Mio. EUR (H1 2007: 60 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 73 Mio. EUR um 9% über dem Wert der Vergleichsperiode (H1 2007: 67 Mio. EUR). Dabei wirkte sich insbesondere der Zuwachs in der Pre-Collection positiv auf Umsätze im Großhandel aus.

Aufgrund der Optimierung des Kunden- und Vertriebsnetzwerks in Italien war die Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr negativ. Der Umsatz lag bei 25 Mio. EUR und damit 3 Mio. EUR unter dem Wert des Vorjahreszeitraums (H1 2007: 28 Mio. EUR).

Dynamisch zeigten sich weiterhin die zentral- und osteuropäischen Märkte. Dort wurde in den ersten sechs Monaten eine Umsatzverbesserung von 11% in Berichtswährung auf 47 Mio. EUR erzielt (H1 2007: 42 Mio. EUR). Ursächlich für die gute Entwicklung war der in den vergangenen Jahren vorangetriebene Distributionsausbau in den Warenhäusern mit den Großhandelspartnern von HUGO BOSS.

Amerika

Auf dem amerikanischen Kontinent konnte der HUGO BOSS Konzern beim Umsatz in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2008 währungsbereinigt 14% zulegen. Aufgrund des sich im Verhältnis zum Euro im Laufe des ersten Halbjahres weiterhin abschwächenden US-Dollars lagen die Umsätze in Berichtswährung mit 144 Mio. EUR knapp 2% über dem Niveau des Vorjahreszeitraums (H1 2007: 142 Mio. EUR).

In den USA lag die Umsatzentwicklung trotz eines unsicheren Konsumentenverhaltens in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2008 deutlich über

den Erwartungen. Der Umsatz stieg in lokaler Währung um 17%. Dabei profitierte sowohl der konzerneigene Einzelhandel als auch der Großhandel von der guten Performance der HUGO BOSS Marken.

Die Umsatzentwicklung des kanadischen Marktes wurde von schlechten Wetterbedingungen, insbesondere in den Monaten März und April, negativ beeinflusst. Zudem war ein gewisser Shopping-Tourismus und damit eine Verlagerung von Kaufkraft in die USA aufgrund des im Vergleich zum US-Dollar starken Kanadischen Dollars zu beobachten. In den ersten sechs Monaten des Berichtsjahres 2008 ist der Umsatz in Konzernwährung daher gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 4% auf 26 Mio. EUR (H1 2007: 27 Mio. EUR) zurückgegangen.

Die Länder Mittel- und Südamerikas zeigten weiterhin eine deutliche Aufwärtsentwicklung. Getrieben durch den Ausbau des eigenen Einzelhandelsnetzwerks legte der Umsatz dort in lokalen Währungen um 30% zu. In Konzernwährung stieg er um 19% auf 12 Mio. EUR (H1 2007: 10 Mio. EUR).

Asien/übrige Regionen

Mit einem Plus von 33% 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 25% auf 93 Mio. EUR (H1 2007: 74 Mio. EUR) zu.

Besonders positiv zeigte sich die Umsatzentwicklung dabei erneut in der Volksrepublik China. Hier stieg der Umsatz in Berichtswährung um 28% von 19 Mio. EUR auf 24 Mio. EUR zum Ende des ersten Halbjahres 2008. Bereinigt um die Einflüsse von Wechselkurseffekten verbesserte sich der Umsatz um 46%. Diese Entwicklung unterstreicht erneut die Bedeutung der Volksrepublik China als Wachstumsmarkt für den HUGO BOSS Konzern.

In Japan stieg der Umsatz im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2008 in lokaler Währung um 24%. Die Umsätze in Berichtswährung lagen bei 21 Mio. EUR

und damit um 23% über Vorjahresniveau (H1 2007: 17 Mio. EUR). Hierbei ist jedoch zu beachten, dass in Japan seit Beginn des Geschäftsjahres 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 wirkte sich positiv auf den Ausweis des Umsatzes aus. Aufgrund des geänderten Käuferverhaltens in Japan mit einem Trend zu Monomarken-Geschäften hat der HUGO BOSS Konzern im ersten Halbjahr des Berichtsjahres die strategische Neuausrichtung seines Geschäfts fortgesetzt. Im Zuge dessen wurden in den ersten sechs Monaten zwei Shop-in-Shop Konzepte geschlossen und gleichzeitig zwei neue Standorte eröffnet.

In den verbleibenden Ländern der Region Asien/übrige Regionen konnte der Umsatz in lokalen Währungen um 31% gesteigert werden. In Berichtswährung stieg der Umsatz hier zum Ende des ersten Halbjahres 2008 um 25% auf 47 Mio. EUR (H1 2007: 38 Mio. EUR). Dabei zeichneten sich die Länder im asiatisch-pazifischen Raum wie Hongkong, Singapur, Südkorea und Australien als wichtige Wachstumsmärkte aus, deren Bedeutung noch weiter zunehmen wird.

Lizenzen

Das Lizenzgeschäft entwickelte sich in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2008 weiterhin sehr erfolgreich. Die Umsätze verbesserten sich um 10% auf 21 Mio. EUR (H1 2007: 19 Mio. EUR). Dabei entwickelten sich alle drei Bereiche - Düfte, Uhren und Brillen - erfreulich. Wesentlich für diese positive Entwicklung waren jedoch die Lizenzumsätze der Produktgruppe Düfte und Kosmetik mit dem Partner Procter & Gamble, die unter anderem von erfolgreichen Markteinführungen neuer Produkte profitierten.

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 Halbjahr, da die Auslieferung der ersten Kollektionen erst im Sommer des Jahres 2008 beginnt. Diese Initiative ist ein wichti-

ger Schritt zur Weiterentwicklung des HUGO BOSS Konzerns zu einem Lifestyle-Unternehmen mit einem breiten Angebot an Modeaccessoires, die die textilen Kollektionen abrunden.

Umsatzentwicklung nach Marken

Im ersten Halbjahr 2008 konnte der Umsatz der Kernmarke BOSS um 4% und währungsbereinigt um 8% auf 754 Mio. EUR gesteigert werden (H1 2007: 724 Mio. EUR). Zwischen den einzelnen Kollektionen entwickelte sich weiterhin die Linie BOSS Selection besonders dynamisch. Zudem wurde die Linie BOSS Green nach einer Neuausrichtung der Kollektionsaussage sehr gut im Markt angenommen und verzeichnete erfreuliche Wachstumsraten.

Die Trendmarke HUGO, die seit dem Jahr 2007 vom belgischen Designer Bruno Pieters als Art Director verantwortet wird, erzielte in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2008 einen Umsatzanstieg von währungsbereinigt 15% und über 12% in Euro auf 76 Mio. EUR (H1 2007: 67 Mio. EUR). Auch die zweite Kollektion unter der Verantwortung von Bruno Pieters, die im Juli 2008 im Rahmen der Mercedes-Benz Fashion Week in Berlin vorgestellt wurde, erhielt sehr gute Marktresonanz, sodass für das Gesamtjahr eine positive Entwicklung von der Marke HUGO erwarten wird.

Ertragslage

Gewinn- und Verlustrechnung

HUGO BOSS steigerte den Konzernumsatz in einem herausfordernden Marktumfeld im ersten Halbjahr um währungsbereinigt 8%. Dabei entwickelte sich das zweite Quartal 2008 deutlich dynamischer als das erste Quartal. Aufgrund von negativen Währungseinflüssen lag das Umsatzwachstum in Berichtswährung mit 831 Mio. EUR 5% über dem Vorjahreswert (H1 2007: 794 Mio. EUR).

Der Rohertrag stieg in den ersten sechs Monaten um 7% auf 489 Mio. EUR (H1 2007: 455 Mio. EUR) und entwickelte sich damit erneut überproportional zum Umsatz. Die Rohertragsmarge verbesserte sich damit um 1,5 Prozentpunkte auf 58,8% (H1 2007: 57,3%). Zum einen trug der steigende Anteil des Umsatzes über eigene Einzelhandelsgeschäfte zur Margenverbesserung bei. Weiterhin leistete die stetige Optimierung der weltweiten Beschaffungsstrukturen und Prozesse einen positiven Beitrag. 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 Halbjahres 2008 mit 197 Mio. EUR rund 18% über dem Wert des Vergleichszeitraums (H1 2007: 166 Mio. EUR). Der Anstieg begründet sich in der Ausweitung des allgemeinen Geschäftsvolumens sowie im Ausbau des eigenen Einzelhandels, der in den ersten sechs Monaten um 20 neue Geschäfte auf 307 ausgeweitet wurde. Während der Anteil der Marketingaufwendungen mit knapp 7% leicht unter dem Vorjahr lag, stieg der prozentuale Anteil von Forschung und Entwicklung für die Kollektionserstellung am Gesamtumsatz etwas an. Neben höheren Aufwendungen für die Lagerhaltung führte der Ausbau des eigenen Einzelhandels zu einer Erhöhung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen. Daneben wurden die sonstigen betrieblichen Erträge im zweiten Quartal des Vorjahres positiv durch einen Einmalertrag beeinflusst, der sich aus der vorzeitigen Auflösung des Mietvertrages des 5th Avenue Stores in New York ergab.

Der Ausbau des eigenen Einzelhandels sowie des Fertigungs- und Logistikbereichs führte zu einer Erhöhung des Personalaufwandes. Ende Juni 2008 waren im HUGO BOSS Konzern 9.603 Mitarbeiter beschäftigt, 5% mehr als zum Jahresende 2007. Die einmaligen Sonderaufwendungen, die sich vor allem aus der Veränderung im Vorstand der HUGO BOSS AG ergaben, belasteten den Personalaufwand im ersten Halbjahr 2008 mit rund 14 Mio. EUR. Gegenläufig dazu hat sich der Aufwand im Zusammenhang mit dem Stock Appreciation Rights Programm im Vorjahresvergleich aufgrund von Absicherungsgeschäften reduziert.

Im ersten Halbjahr 2008 verringerten sich die Abschreibungen um 38% auf 26 Mio. EUR (H1 2007: 43 Mio. EUR). Die Abschreibungen resultierten aus Investitionen in den Vorperioden in die Erweiterungen von Einzelhandelsflächen und Showrooms sowie in Betriebs- und Geschäftsausstattungen. Da jedoch im Geschäftsjahr 2007 Sonderabschreibungen anfielen, verringerte sich die Position im Vorjahresvergleich deutlich. So fielen im zweiten Quartal 2007 Abschreibungen auf Vermögenswerte unter anderem im Zusammenhang mit der geplanten Verlagerung des 5th Avenue Stores an. Zudem erhöhten verkürzte Abschreibungsdauern aufgrund von vorgezogenen Renovierungen die Aufwendungen.

Belastet durch die Sondereffekte, die sich durch die Veränderungen im Vorstand von HUGO BOSS ergaben, lag das Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT) im ersten Halbjahr 2008 mit 88 Mio. EUR (H1 2007: 93 Mio. EUR) gut 5% unter dem Vergleichswert der Vorjahresperiode. Während das zweite Quartal generell saisonbedingt einen negativen Ergebnisbeitrag aufweist, zeichnete sich das Unternehmen dennoch durch eine gute operative Entwicklung in den ersten sechs Monaten des Jahres 2008 aus. Somit konnte der HUGO BOSS Konzern ein um Sondereffekte bereinigtes EBIT Wachstum von 9% erzielen.

in Mio. €	Jan. - Juni 2008	Jan. - Juni 2007	Veränderung in %
EBIT	88,3	93,0	-5
Sondereffekte	-13,5	0	
EBIT vor Sondereffekten	101,8	93,0	9

Erwartungsgemäß wies das Nettofinanzergebnis zum Ende des ersten Halbjahres 2008 einen Wert von -8 Mio. EUR (H1 2007: -3 Mio. EUR) aus. Ursächlich für den Anstieg der Zinsaufwendungen war die höhere Nettofinanzverschuldung nach der Auszahlung der Sonderdividende im Mai dieses Jahres. Daneben führte der Anstieg des allgemeinen Zinsniveaus teilweise zu höheren Finanzierungsaufwendungen.

Das Ergebnis vor Steuern verringerte sich im ersten Halbjahr um 11% auf 80 Mio. EUR (H1 2007: 90 Mio. EUR), während es bereinigt um den Sondereffekt um 4% anstieg. Die Steuerquote lag mit 26,0% unter dem Vorjahr (H1 2007: 28,7%). Die zunehmende Internationalisierung des HUGO BOSS Geschäfts und der damit einhergehende höhere Gewinnanteil von ausländischen Gesellschaften mit niedrigen Steuersätzen wirkte sich weiterhin positiv auf den Konzernsteuersatz aus.

Das Konzernergebnis lag in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres bedingt durch die erwähnten Sondereffekte mit 59 Mio. EUR (H1 2007: 64 Mio. EUR) um rund 8% unter dem Vorjahr. Das Ergebnis je Stammaktie reduzierte sich entsprechend von 0,91 EUR auf 0,86 EUR und das der Vorzugsaktien von 0,94 EUR auf 0,87 EUR.

Vermögens- und Finanzlage

Finanzbedarfsrechnung

in Mio. €	30. Juni 2008	30. Juni 2007	31. Dezember 2007	Veränderung in % zum 31. Dezember 2007
Forderungen, sonstige Vermögenswerte ¹	297,8	265,8	262,9	13
Vorräte	382,1	319,6	351,4	9
Waren- und sonstige Verbindlichkeiten ¹	-196,6	-152,6	-173,8	-13
Kurzfristige Rückstellungen	-42,0	-45,7	-43,1	3
Kurzfristiges Nettovermögen²	441,3	387,1	397,4	11
Anlagevermögen	360,2	325,5	346,0	4
Sonstige langfristige Vermögenswerte ³	21,9	16,2	20,9	5
Langfristige Rückstellungen ³	-33,0	-44,1	-40,0	18
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	-26,9	-33,6	-28,2	5
Saldo latente Steuern	14,8	32,5	24,0	-38
Mittel- und langfristiges Nettovermögen	337,0	296,5	322,7	4
Nettovermögen	778,3	683,6	720,1	8
Finanzsaldo ⁴	621,0	221,8	173,7	>100
Eigenkapital	157,3	461,8	546,4	-71
Deckung des Nettovermögens	778,3	683,6	720,1	8

¹ Restlaufzeit bis zu 1 Jahr.

² Net Working Capital.

³ Anpassungen sonstige langfristige Vermögenswerte und Pensionsrückstellungen in 2007 aufgrund Korrektur gem. IAS 8.42.

⁴ Ohne negative Marktwerte aus Finanzderivaten.

Bilanz

HUGO BOSS wies auch zum 30. Juni 2008 eine stabile Bilanzstruktur auf, wobei sich die Finanzierungsstruktur gegenüber dem Vorjahr deutlich veränderte. Die Bilanzsumme erhöhte sich zum Ende des ersten Halbjahres um 12% auf 1.115 Mio. EUR (30. Juni 2007: 992 Mio. EUR).

Der Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte stieg leicht auf 63% (30. Juni 2007: 62%). Dies wurde insbesondere durch höhere Vorräte und Forderungen sowie einen Anstieg der kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte verursacht.

Die Passivseite spiegelte die veränderte Kapitalstruktur seit der Auszahlung der Sonderdividende im Mai 2008 wider. So erhöhte sich der Finanzsaldo deutlich gegenüber dem Vorjahr und dem Jahresende 2007, wogegen das Eigenkapital nach Ausschüttung der Dividende zurückging. Mit dem Abschluss eines Konsortialkredits in Höhe von 750 Mio. EUR zu attraktiven Finanzierungsbedingungen

sicherte sich HUGO BOSS langfristig Liquidität und verfügt dennoch über eine angemessene Finanzierungsstärke.

Das kurzfristige Nettovermögen (Net Working Capital) erhöhte sich gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres um 14% auf 441 Mio. EUR (30. Juni 2007: 387 Mio. EUR) überproportional zum Umsatz. Der Anstieg der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte gegenüber dem Vorjahresstichtag um 12% auf 298 Mio. EUR (30. Juni 2007: 266 Mio. EUR) resultierte aus einer leicht höheren Auslieferung zum Quartalsende. Auch die Vorräte stiegen im Vergleich zum 30. Juni 2007 an. Die Position lag mit 382 Mio. EUR (30. Juni 2007: 320 Mio. EUR) 20% über dem Vorjahreswert. Die Erhöhung resultierte aus dem fortgesetzten Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels und dem allgemein gestiegenen Geschäftsvolumen. Zudem führte der im zweiten Quartal auf die Verbesserung der Warenverfügbarkeit gesetzte Fokus und die damit einhergehende Gewährleistung einer hohen Auslieferungsbereitschaft nach dem Systemwechsel zu einer temporären Erhöhung dieser Position.

Die kurzfristigen Waren- und sonstigen Verbindlichkeiten nahmen mit 197 Mio. EUR um rund 29% gegenüber dem Vorjahr (30. Juni 2007: 153 Mio. EUR) zu und konnten damit den Anstieg der Forderungen und Vorräte nicht kompensieren. Daneben gingen die kurzfristigen Rückstellungen auf 42 Mio. EUR (30. Juni 2007: 46 Mio. EUR) zurück.

Das mittel- und langfristige Nettovermögen lag zum Ende des ersten Halbjahres 2008 mit 337 Mio. EUR um 14% über dem Wert des Vorjahresstichtags (30. Juni 2007: 297 Mio. EUR). Das Anlagevermögen erhöhte sich um 11% auf 360 Mio. EUR (30. Juni 2007: 326 Mio. EUR). 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.

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

Cashflow

Die Darstellung der Cashflow-Rechnung wurde in Anlehnung an IFRS angepasst, um die Quellen der Mittelherkünfte und Mittelabflüsse noch transparenter darzustellen. Der Stand der Zahlungsmittel hat sich im Vergleich zum 31.12.2007 nur geringfügig verändert. Ein positiver Mittelzufluss ergab sich aus der operativen Tätigkeit, während Investitionen naturgemäß zu einem Mittelabfluss führten. Ein leichter Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit glich diese Veränderungen aus.

Der operative Cashflow lag mit 43 Mio. EUR deutlich über dem Vorjahreswert (30. Juni 2007: 17 Mio. EUR). Das Konzernergebnis ging aufgrund von Sonderaufwendungen wegen des Vorstandswechsels auf 59 Mio. EUR zurück (30. Juni 2007: 64 Mio. EUR). Die Abschreibungen lagen mit 26 Mio. EUR 38% unter dem Vorjahr, in dem hohe Sonderabschreibungen ausgewiesen wurden (30. Juni 2007: 43 Mio. EUR). Die weiteren Veränderungen in dieser Position ergaben sich aus der Erhöhung des kurzfristigen Nettovermögens (Net Working Capital). Der Anstieg der Vorräte um 33 Mio. EUR sowie die um 33 Mio. EUR höheren Forderungen und sonstigen Aktiva wurde teilweise nicht durch den Mittelzufluss bei den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von 25 Mio. EUR kompensiert.

Die Nettoauszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte und Verkäufe führten zu einem Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit von 41 Mio. EUR (30. Juni 2007: -26 Mio. EUR). Der Auszahlung der Dividende für das Geschäftsjahr 2007 in Höhe von 446 Mio. EUR stand eine entsprechende Erhöhung der Finanzverbindlichkeiten gegenüber.

Investitionen

Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände betrugen in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 43 Mio. EUR (H1 2007: 33 Mio. EUR) und entsprachen knapp 36% der für das Gesamtjahr geplanten Investitionen von 120 Mio. EUR.

Ausschlaggebend für diesen Anstieg waren Investitionen im Rahmen der Konsolidierung der Logistikstandorte und der Ausweitung der Logistikkapazitäten, die aufgrund des deutlich gestiegenen Geschäftsvolumens des Konzerns nötig wurden. Darüber hinaus gab es wesentliche Investitionen in die Einrichtung von Verwaltungsgebäuden, die Anschaffung von Maschinen für ein Technologiezentrum sowie die Erneuerung von Geschäftsausstattungen.

Erneut spiegelte sich auch die Strategie, den Ausbau des eigenen Einzelhandelsnetzwerks voranzutreiben, in dieser Position wider. Die Investitionen für die Erweiterung und Modernisierung des eigenen Einzelhandelsgeschäfts lagen daher in den ersten sechs Monaten über dem Wert des Vorjahreszeitraums.

Segmentberichterstattung

Herrensegment

Der Umsatz des Herrensegments wurde im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2008, bereinigt um die Belastungen aus negativen Wechselkurseffekten, um 8% verbessert. In Konzernwährung stieg der Umsatz um 4% auf 721 Mio. EUR (H1 2007: 694 Mio. EUR). Dieser im Vergleich zur Gesamtperformance von HUGO BOSS moderate Umsatzzuwachs im Herrensegment lässt sich insbesondere auf die systembedingte Leistungsfähigkeit bei der Auslieferung in den ersten Monaten des Geschäftsjahres zurückführen. Nach der SAP/AFS Implementierung von BOSS Black Menswear zum Ende des Jahres 2007 konnte bei der Auslieferung der Frühjahr/Sommer Kollektionen die volle Leistungsfähigkeit der Prozesse noch nicht erreicht werden, 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 78 Mio. EUR um 6% geringer als im Vorjahreszeitraum (H1 2007: 83 Mio. EUR). Ohne die Sondereffekte aus den Vorstandsveränderungen ergab sich ein um gut 8% höheres EBIT, was die weiterhin gute operative Entwicklung des Herrensegments zeigte.

Damensegment

Der Umsatz des Damensegments konnte im ersten Halbjahr 2008 um 10% auf 110 Mio. EUR (H1 2007: 100 Mio. EUR) zulegen. Bereinigt um negative Währungseinflüsse lag das Wachstum bei 12%. Dabei entwickelten sich die meisten Länder Europas wie Großbritannien, die Beneluxstaaten, Frankreich, Zentral- und Osteuropa sehr dynamisch. Darüber hinaus konnten China und die USA die Zielerwartungen sogar übertreffen.

Der bereits erwähnte Einmaleffekt aufgrund des Vorstandswechsels verringerte das EBIT des Damensegments, sodass das EBIT mit 10 Mio. EUR lediglich 1% über Vorjahresniveau lag. Insgesamt gilt jedoch, dass das Damensegment durch den verbesserten Rohertrag, aber auch durch Skaleneffekte eine Verbesserung der operativen Entwicklung in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2008 erzielen konnte. Bereinigt um die Sondereffekte ergab sich eine Steigerung des EBIT von rund 19%.

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.

HUGO BOSS am Kapitalmarkt

Im ersten Halbjahr 2008 haben die deutschen Aktien-Indizes deutlich auf die sich eintrübende Konjunkturstimmung reagiert. Während der ersten sechs Monate gab der Leitindex DAX um 20,4% nach. Die Entwicklung bei Small- und Mid-Cap-Unternehmen zeigte ebenfalls deutlich nach unten, da sich institutionelle Investoren zunehmend aus diesen Werten zurückzogen. Der SDAX verlor daher im ersten Halbjahr 18,4% seines Wertes. Der MDAX verzeichnete ein Minus von 8,1%.

Auch die internationalen Leitbörsen waren vom allgemeinen Abwärtstrend betroffen. Der Dow Jones büßte 14,4% und der Nikkei 11,9% ihrer Werte ein. Der Euro Stoxx 50 gab sogar um 23,8% nach und notierte nach sechs Monaten nahe am Jahrestief.

Die Performance der HUGO BOSS Werte konnte sich von dem generellen Börsentrend nicht abkoppeln. Die Turbulenzen auf den internationalen Kapitalmärkten stoppten die jahrelange Aufwärtsentwicklung der Aktien. In den ersten sechs Monaten verzeichneten die Stammaktien einen Kursverlust von 43,8% und die Vorzugsaktien gaben 39,7% nach. Der Kursrückgang der Aktien stand jedoch im Kontrast zur guten operativen Entwicklung von HUGO BOSS. Begründet ist der Kursverlust neben einer allgemeinen Kaufzurückhaltung von Investoren bei Aktien des Retail- und Konsumgütersektors durch die Auszahlung der Sonderdividende und dem darauf folgenden marktüblichen Dividendenabschlag.

Kennzahlen zu den Aktien

in Mio. €	Jan. - Juni 2008	Jan. - Juni 2007	Veränderung in %
Aktien			
Anzahl Aktien	70.400.000	70.400.000	
Ergebnis je Aktie in € ¹			
Stammaktien	0,86	0,91	-5
Vorzugsaktien	0,87	0,94	-7
Stammaktien ²			
Höchstkurs in €	40,39	55,40	-27
Tiefstkurs in €	22,20	38,26	-42
Vorzugsaktien ²			
Höchstkurs in €	42,60	49,69	-14
Tiefstkurs in €	22,81	34,20	-33

¹ Keine Verwässerung: Aktienoptionsprogramm basierend auf Stock Appreciation Rights.

² Xetra.

Investor Relations und Public Relations

Um die gute operative Performance und das Potenzial von HUGO BOSS in einem offenen und kontinuierlichen Austausch mit institutionellen und privaten Investoren zu präsentieren, hat HUGO BOSS seine Aktivitäten im Bereich der Finanzkommunikation in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres weiter intensiviert. Das Management des Unternehmens stand im ersten Halbjahr einem breiten Forum von in- und ausländischen Kapitalanlegern im Rahmen von zahlreichen Roadshows und Konferenzen für Fragen zur Verfügung. Dabei wurden die Entwicklung und die Strategie des Unternehmens sowie die Besonderheiten der Länder, in denen HUGO BOSS aktiv ist, erläutert. Ausgebaut wurde außerdem die Kontaktpflege mit Privatanlegern. Neben der Hauptversammlung als wichtigster Veranstaltung für Privatanleger, präsentierte sich HUGO BOSS im ersten Halbjahr bei einer Investorenveranstaltung in Zusammenarbeit mit der Börse Stuttgart, einer Bank und der Schutzgemeinschaft DSW einem breiten Publikum.

Die Public Relations Aktivitäten sind darüber hinaus ein wichtiger Baustein des Kommunikationskonzepts von HUGO BOSS. Wichtig ist dabei ein offener Dialog

mit der nationalen und internationalen Wirtschafts- und Tagespresse, mit dem Ziel, das gute Image von HUGO BOSS in der Öffentlichkeit zu pflegen und zu stärken. Daneben gehört zur Arbeit der Unternehmenskommunikation von HUGO BOSS die Ausrichtung von Kultur-, Sport- und Fashion Events, um die Markenbekanntheit kontinuierlich zu stärken. So wurde beispielsweise erst im Juni 2008 ein BOSS Orange Fashion Event in Florenz inszeniert, das starke Resonanz in der nationalen und internationalen Presselandschaft fand und somit zur Imagepflege der HUGO BOSS Marken einen bedeutenden Beitrag geleistet hat.

Die Kontaktadressen der Investor Relations Abteilung und der Unternehmenskommunikation sowie aktuelle Informationen zum Unternehmen wie Finanzberichte, Pressemeldungen, der Finanzkalender sowie die jeweils neueste Unternehmenspräsentation können auf der Unternehmenswebsite von HUGO BOSS unter www.group.hugoboss.com abgerufen werden. Durch eine Neukonzeption des Internetauftritts ist nun eine noch einfachere und übersichtlichere Navigation für Interessierte gewährleistet.

Unternehmenssteuerung

Internes Steuerungssystem

Der nachhaltige Erfolg des HUGO BOSS Konzerns wird durch ein internes Steuerungssystem aktiv unterstützt, langfristig gesichert und weiter ausgebaut. 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 Aktivitäten aller Tochtergesellschaften koordiniert sowie ihre dezentrale Verantwortung unterstützt.

Im Einzelnen umfasst das Steuerungssystem die strategische Konzernplanung, das konzernweite Berichtswesen und das Investitionscontrolling. Detaillierte KPI- (Key Performance Indicator) Berichte 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

		30. Juni 2008	30. Juni 2007
Umsatzerlöse	in Mio. €	830,6	793,7
Rohertragsmarge	in %	58,8	57,3
EBITDA	in Mio. €	114,7	135,7
EBIT	in Mio. €	88,3	93,0
EBIT-Marge ¹	in %	10,6	11,7
Konzernergebnis	in Mio. €	59,1	64,0
Bilanzsumme	in Mio. €	1.114,8	992,1
Net Working Capital ²	in Mio. €	441,3	387,1
Investitionen in Anlagevermögen	in Mio. €	42,6	33,5
Return on Investment ³	in %	11,8	14,1

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 Wertschöpfungsket-

te, 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 Stichtag, dem 30. Juni 2008, und der Freigabe der Veröffentlichung, dem 31. Juli 2008, gab es im HUGO BOSS Konzern keine nennenswerten operativen und strukturellen Veränderungen oder Geschäftsvorfälle, welche die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage zum 30. Juni 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 Treasury Abteilung des Konzerns 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. Grundlegende Änderungen der Risikolage werden nicht erwartet.

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 über das erste Halbjahr des Geschäftsjahres 2008 in einer soliden wirtschaftlichen Lage befand.

Metzingen, den 22. Juli 2008

HUGO BOSS AG

Der Vorstand

Hans Fluri

André Maeder

Joachim Reinhardt

Konzernabschluss

Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung

in Mio. €	Jan. - Juni 2008	Jan. - Juni 2007	Veränderung in %
Umsatzerlöse	830,6	793,7	5
Materialaufwand inkl. Bestandsveränderungen	-341,8	-338,6	-1
Rohertrag	488,8	455,1	7
in % vom Umsatz	58,8	57,3	
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-196,8	-166,3	-18
Personalaufwand	-177,3	-153,1	-16
Abschreibungen	-26,4	-42,7	38
EBIT	88,3	93,0	-5
Nettofinanzergebnis	-8,5	-3,2	<-100
Ergebnis vor Ertragsteuern	79,8	89,8	-11
Ertragsteuern	-20,7	-25,8	20
Konzernergebnis	59,1	64,0	-8
je Aktie (€)¹			
Stammaktien	0,86	0,91	-5
Vorzugsaktien	0,87	0,94	-7

in Mio. €	2. Quartal 2008	2. Quartal 2007	Veränderung in %
Umsatzerlöse	321,1	294,1	9
Materialaufwand inkl. Bestandsveränderungen	-127,6	-116,0	-10
Rohertrag	193,5	178,1	9
in % vom Umsatz	60,3	60,6	
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-100,4	-74,7	-34
Personalaufwand	-84,9	-78,1	-9
Abschreibungen	-13,5	-30,9	56
EBIT	-5,3	-5,6	5
Nettofinanzergebnis	-4,3	-1,8	<-100
Ergebnis vor Ertragsteuern	-9,6	-7,4	-30
Ertragsteuern	3,5	1,2	>100
Konzernergebnis	-6,1	-6,2	2
je Aktie (€)¹			
Stammaktie	-0,09	-0,10	9
Vorzugsaktie	-0,09	-0,08	-13

¹ Keine Verwässerung: Aktienoptionsprogramm basierend auf Stock Appreciation Rights.

Konzernbilanz

Aktiva	30. Juni	30. Juni	31. Dezember
in Mio. €	2008	2007	2007
Immaterielle Vermögenswerte	101,0	89,2	97,0
Sachanlagen	259,2	236,3	249,0
Aktive latente Steuern	30,7	39,6	33,6
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	14,3	5,3	7,3
Sonstige langfristige Vermögenswerte ¹	7,6	10,9	13,6
Langfristige Vermögenswerte	412,8	381,3	400,5
Vorräte	382,1	319,6	351,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	221,4	203,4	171,3
Ertragsteuerforderungen	12,5	5,1	7,3
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	13,9	1,5	6,7
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	50,0	55,8	77,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	22,1	25,4	24,5
Kurzfristige Vermögenswerte	702,0	610,8	638,8
Aktiva, gesamt	1.114,8	992,1	1.039,3

Passiva	30. Juni	30. Juni	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	102,4	393,5	393,9
Kumuliertes übriges Eigenkapital	-32,3	-23,8	-29,6
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis	59,1	64,0	154,1
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	157,7	462,2	546,8
Minderheitsanteile am Eigenkapital	-0,4	-0,4	-0,4
Konzerneigenkapital	157,3	461,8	546,4
Langfristige Rückstellungen ¹	32,9	44,1	40,0
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	35,1	45,9	46,1
Passive latente Steuern	15,9	7,1	9,6
Sonstige langfristige Schulden	26,9	33,6	27,4
Langfristige Schulden	110,8	130,7	123,1
Kurzfristige Rückstellungen	42,0	45,7	43,1
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	609,9	201,4	153,2
Ertragsteuerschulden	32,5	30,2	35,4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	120,2	77,5	101,0
Sonstige kurzfristige Schulden	42,1	44,8	37,1
Kurzfristige Schulden	846,7	399,6	369,8
Passiva, gesamt	1.114,8	992,1	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	Kapital- rücklage	Gewinnrücklagen	
				Gesetzliche Rücklage	Sonstige Gewinn- rücklagen
1. Januar 2007	70,4	-31,1	0,4	6,6	340,7
Konzernergebnis					
Einstellung in Gewinnrücklagen					128,7
Dividendenzahlung					-82,5
Aktienrückkauf		-11,2			
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen					
30. Juni 2007	70,4	-42,3	0,4	6,6	386,9
1. Januar 2008	70,4	-42,3	0,4	6,6	387,2
Konzernergebnis					
Einstellung in Gewinnrücklagen					154,1
Dividendenzahlung					-445,5
Aktienrückkauf					
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen					
30. Juni 2008	70,4	-42,3	0,4	6,6	95,8

**Kumuliertes
übriges Eigenkapital**

Unterschiede aus der Währungsum- rechnung	Marktbewertung Sicherungs- geschäfte	Den Anteilseignern des Mutterunter- nehmens zuzurech- nendes Ergebnis	Auf die Anteilseigner des Mutterunterneh- mens entfallendes Eigenkapital	Minder- heitsanteile am Eigen- kapital	Konzern- eigenkapital
-20,8	-0,1	128,7	494,8	-0,4	494,4
		64,0	64,0	0,0	64,0
		-128,7			
			-82,5		-82,5
			-11,2		-11,2
-3,1	0,2		-2,9		-2,9
-23,9	0,1	64,0	462,2	-0,4	461,8
-32,8	3,2	154,1	546,8	-0,4	546,4
		59,1	59,1	0,0	59,1
		-154,1			
			-445,5		-445,5
-4,0	1,3		-2,7		-2,7
-36,8	4,5	59,1	157,7	-0,4	157,3

Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen

in Mio. €	30. Juni 2008	30. Juni 2007
Marktbewertung Sicherungsgeschäfte	1,3	0,2
Währungsdifferenzen	-4,0	-3,1
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	-2,7	-2,9
Konzernergebnis	59,1	64,0
Erfasste Erträge und Aufwendungen	56,4	61,1
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	56,4	61,1
Minderheitsanteile	0,0	0,0

Kapitalflussrechnung

in TEUR	30. Juni 2008	30. Juni 2007
Konzernergebnis	59,1	64,0
Abschreibungen	26,4	42,7
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	20,7	25,7
Zinserträge und -aufwendungen	7,1	3,2
Veränderung der Vorräte	-33,3	-31,3
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva	-32,9	-48,3
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	24,9	-14,8
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	-0,9	0,1
Veränderung Pensionsrückstellungen	1,7	2,0
Veränderung übrige Rückstellungen	-9,7	11,7
Gezahlte Ertragsteuern	-20,0	-37,9
Operativer Mittelzufluss	43,1	17,1
Gezahlte Zinsen	-14,8	-3,9
Erhaltene Zinsen	0,7	0,7
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit	29,0	13,9
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	-42,6	-33,5
Ausgaben für Änderungen des Konsolidierungskreises	0,0	0,0
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	1,3	7,2
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-41,3	-26,3
Dividende Vorjahr	-445,5	-82,5
Rückkauf eigener Aktien	0,0	-11,2
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten	465,0	117,8
Rückzahlung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	-9,0	-26,0
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten	0,0	0,0
Mittelzu-/abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	10,5	-1,9
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-0,6	-0,3
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-2,4	-14,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	24,5	40,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	22,1	25,4

Segmentberichterstattung

Segmentinformationen nach Produktbereichen

in Mio. €	Herrensegment ¹		Damensegment		HUGO BOSS Konzern	
	Jan. - Juni 2008	Jan. - Juni 2007	Jan. - Juni 2008	Jan. - Juni 2007	Jan. - Juni 2008	Jan. - Juni 2007
Umsatzerlöse	720,9	693,6	109,7	100,1	830,6	793,7
Abschreibungen	-22,4	-38,8	-4,0	-3,9	-26,4	-42,7
EBIT	78,4	83,2	9,9	9,8	88,3	93,0
in % vom Umsatz	10,9	12,0	9,0	9,8	10,6	11,7
Konzernergebnis	53,6	58,3	5,5	5,7	59,1	64,0
in % vom Umsatz	7,4	8,4	5,0	5,7	7,1	8,1
	30. Juni 2008	31. Dezember 2007	30. Juni 2008	31. Dezember 2007	30. Juni 2008	31. Dezember 2007
Aktiva	994,1	907,5	120,7	131,8	1.114,8	1.039,3
Schuldposten	811,0	324,0	146,5	168,9	957,5	492,9
Reinvermögen	183,1	583,5	-25,8	-37,1	157,3	546,4
Investitionen	37,0	78,4	5,6	6,3	42,6	84,7
Mitarbeiter (Kapazitäten)	8.980	8.484	623	639	9.603	9.123

in Mio. €	Herrensegment ¹		Damensegment		HUGO BOSS Konzern	
	2. Quartal 2008	2. Quartal 2007	2. Quartal 2008	2. Quartal 2007	2. Quartal 2008	2. Quartal 2007
Umsatzerlöse	276,8	255,7	44,3	38,4	321,1	294,1
Abschreibungen	-11,5	-28,3	-2,0	-2,6	-13,5	-30,9
EBIT	-5,9	-5,6	0,6	0,0	-5,3	-5,6
in % vom Umsatz	-2,1	-2,2	1,4	0,0	-1,7	-1,9
Konzernergebnis	-6,5	-5,3	0,4	-0,9	-6,1	-6,2
in % vom Umsatz	-2,3	-2,1	0,9	-2,3	-1,9	-2,1

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

Segmentinformationen nach Regionen

	Jan. - Juni 2008		Jan. - Juni 2007	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Umsatz				
Deutschland	173,6	21	176,8	22
Andere europäische Länder	398,8	48	381,9	48
Amerika	144,0	17	141,5	18
Asien/übrige Regionen	93,2	11	74,4	9
Lizenzen	21,0	3	19,1	3
Gesamt	830,6	100	793,7	100

	30. Juni 2008		31. Dezember 2007	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Aktiva				
Deutschland	360,7	32	343,0	33
Andere europäische Länder	512,9	46	451,8	43
Amerika	162,6	15	169,0	16
Asien/übrige Regionen	68,0	6	59,0	6
Lizenzen	10,6	1	16,5	2
Gesamt	1.114,8	100	1.039,3	100
Investitionen				
Deutschland	18,5	44	34,2	40
Andere europäische Länder	15,9	37	28,0	33
Amerika	6,2	14	18,6	22
Asien/übrige Regionen	2,0	5	3,9	5
Gesamt	42,6	100	84,7	100

	2. Quartal 2008		2. Quartal 2007	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Umsatz				
Deutschland	74,6	23	73,1	25
Andere europäische Länder	133,8	42	119,5	41
Amerika	68,0	21	65,9	22
Asien/übrige Regionen	35,5	11	26,6	9
Lizenzen	9,2	3	9,0	3
Gesamt	321,1	100	294,1	100

Konzernanhang

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der Zwischenabschluss der HUGO BOSS AG zum 30. Juni 2008 wurde gemäß § 37w WpHG 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 30. Juni 2008 wurde keiner Durchsicht durch einen Wirtschaftsprüfer unterzogen.

Währungsumrechnung

Die wichtigsten im Zwischenabschluss angewandten Kurse haben sich in Relation zum Euro im Berichtszeitraum wie folgt entwickelt:

Land	Währung	Durchschnittskurs		Bilanzstichtagskurs	
		Jan. - Juni 2008	Jan. - Juni 2007	30. Juni 2008	31. Dezember 2007
	1 EUR =				
Australien	AUD	1,6549	1,6450	1,6383	1,6731
Brasilien	BRL	2,5960	2,7205	2,5333	2,5858
Dänemark	DKK	7,4567	7,4513	7,4580	7,4566
Großbritannien	GBP	0,7748	0,6745	0,7924	0,7348
Hongkong	HKD	11,9290	10,3840	12,2857	11,4620
Japan	JPY	160,6150	159,5979	167,0800	166,1300
Kanada	CAD	1,5396	1,5098	1,5850	1,4389
Mexiko	MXN	16,2458	14,5513	16,1954	15,9646
Schweden	SEK	9,3754	9,2215	9,4263	9,4483
Schweiz	CHF	1,6061	1,6315	1,6053	1,6604
USA	USD	1,5299	1,3290	1,5748	1,4692
Volksrepublik China	CNY	10,7994	10,2612	10,8066	10,7312

Konjunkturelle und saisonale Einflüsse

Als weltweit tätiges Unternehmen ist der HUGO BOSS Konzern unterschiedlichen konjunkturellen Entwicklungen ausgesetzt. In dem Kapitel „Wirtschaftliche Rahmenbedingungen“ auf den Seiten 7f wurde auf die allgemeinen Konjunkturlinien 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 (Frühjahr/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. Darüber hinaus verringert sich die Bedeutung saisonaler Einflüsse durch den weltweiten Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten. Zudem 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

Der Konsolidierungskreis umfasste zum 30. Juni 2008 einschließlich der HUGO

BOSS AG 51 Unternehmen und war damit gegenüber dem Vergleichszeitpunkt 31. Dezember 2007 unverändert.

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 von dem auf die Aktionäre der HUGO BOSS AG entfallenden Eigenkapitalanteil ausgewiesen.

Beziehungen zu nahe stehenden Personen

Nach Erwerb der Mehrheit der Anteile an der Valentino Fashion Group durch Red & Black S. r. l., Mailand, hat sich der Kreis der nahe stehenden Unternehmen und Personen verändert. Als nahe stehend werden nun alle Unternehmen und Personen betrachtet, die die Voraussetzungen von IAS 24.9 in Bezug auf die Red & Black Lux S. à r. l. erfüllen.

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 30. Juni 2008 sind keine berichtspflichtigen Geschäfte mit nahe stehenden Personen getätigt worden.

Aktienrückkaufprogramm

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2008 hat die HUGO BOSS AG keine eigenen Aktien zurückgekauft. Damit hält die HUGO BOSS AG nach Ablauf der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2008 insgesamt 528.555 Stück Stammaktien und 855.278 Stück Vorzugsaktien. Dies entspricht einem Anteil von 1,97% bzw. 1.383.833 EUR am Grundkapital.

Gewinnausschüttung

Die Hauptversammlung vom 8. Mai 2008 hat dem Vorschlag des Aufsichtsrats und des Vorstands zugestimmt, aus dem Bilanzgewinn des Jahres 2007 eine Dividende von 1,45 EUR je Stammaktie und 1,46 EUR je Vorzugsaktie auszuschütten. Zusätzlich hat sich die Hauptversammlung dem Vorschlag des Aufsichtsrats und des Vorstands zur Zahlung einer Sonderdividende in Höhe von 5,00 EUR je Aktie angeschlossen. Insgesamt wurden somit 446 Mio. EUR an die Aktionäre ausgeschüttet.

Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie wird nach IAS 33 als Quotient aus dem Konzernjahresergebnis und dem gewichteten Durchschnitt der während der Berichtsperiode im Umlauf befindlichen Aktienzahl ermittelt. Weder zum 30. Juni 2008 noch zum 30. Juni 2007 standen Aktien aus, die den Gewinn je Aktie verwässerten.

	Jan. - Juni 2008	Jan. - Juni 2007
Konzernergebnis in Mio. €	59,1	64,0
Durchschnittliche Zahl der ausstehenden Aktien ¹		
Stammaktien	35.331.445	35.332.020
Vorzugsaktien	33.684.722	33.732.475
Ergebnis je Stammaktie in € ²	0,86	0,91
Ergebnis je Vorzugsaktie in € ²	0,87	0,94

¹ Berücksichtigt den Effekt des Aktienrückkaufprogramms.

² Keine Verwässerung: Aktienoptionsprogramm basierend auf Stock Appreciation Rights.

Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen

Gegenüber dem 31. Dezember 2007 haben sich keine wesentlichen Veränderungen der Eventualverbindlichkeiten ergeben. Zum 30. Juni 2008 lagen keine Eventualforderungen vor.

Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz

Die Ergebnisentwicklung, die Vermögens- und Finanzlage im HUGO BOSS Konzern sind auf den Seiten 17ff erläutert und auf den Seiten 36ff detailliert dargestellt.

Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung des Konzerns 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.

Die Kapitalflussrechnung ist auf den Seiten 22f erläutert und auf der Seite 41 dargestellt.

Eigenkapitalveränderung

Das Konzernergebnis des ersten Halbjahres 2008 von 59 Mio. EUR wirkte sich positiv auf das Eigenkapital aus. Das Eigenkapital stieg durch die erfolgsneutrale Bewertung von Finanzinstrumenten. Demgegenüber minderte die erfolgsneutrale Berücksichtigung der Währungsumrechnungen ebenso wie die Dividendenaus-schüttung das Eigenkapital. Die Entwicklung des Konzerneigenkapitals ist der Tabelle auf den Seiten 38f zu entnehmen.

Segmentberichterstattung

Im Vergleich zum 31. Dezember 2007 erfolgte im Berichtszeitraum keine Veränderung in der Abgrenzung der Segmente. Im Kapitel „Segmentberichterstattung“ auf den Seiten 25f sind nähere Einzelheiten zum Geschäftsverlauf zu finden. Die Darstellung zu den Segmenten ist auf den Seiten 42f zu finden.

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 Beiträge 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.

Weitere Angaben

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Metzingen, den 22. Juli 2008

HUGO BOSS AG

Der Vorstand

Hans Fluri

André Maeder

Joachim Reinhardt

Prüferische Durchsicht gem. § 37w Abs. 5 WpHG

Der Zwischenlagebericht und der verkürzte Abschluss wurden weder entsprechend § 317 HGB geprüft noch einer prüferischen Durchsicht durch eine zur Abschlussprüfung befähigte Person unterzogen.

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

- 30.10.2008 Veröffentlichung des Berichts über das dritte Quartal 2008
26.03.2009 Bilanzpresse- und Analystenkonferenz
30.04.2009 Veröffentlichung des Berichts über das erste Quartal 2009
14.05.2009 Hauptversammlung in Stuttgart
30.07.2009 Veröffentlichung des Berichts über das erste Halbjahr 2009
02.11.2009 Veröffentlichung des Berichts über das dritte Quartal 2009

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