

HAUPTVERSAMMLUNG 2007

Rede Herr Dr. Sälzer

Meine sehr verehrten Damen, meine Herren,
guten Morgen,

ich begrüße Sie sehr herzlich, auch im Namen meiner Kollegen im Vorstand, zur Hauptversammlung 2007 der HUGO BOSS AG. Für Ihr besonderes Interesse an unserem Unternehmen, das Sie durch Ihre Anwesenheit zeigen, danke ich Ihnen.

2006 war ein erfolgreiches Jahr für HUGO BOSS, wir konnten in Umsatz und Ergebnis neue Bestmarken erzielen. Dies vor dem Hintergrund eines um 4% gewachsenen Weltmarktes der Mode. Wiederum sind dabei die asiatischen Märkte mit 5–6% stärker gewachsen als die USA mit etwas über 3% und Europa mit annähernd 3%. Der deutsche Modemarkt war erstmals seit Mitte der neunziger Jahre nicht mehr rückläufig und zeigte mit 1% einen leichten Anstieg.

Die wichtigsten Konzernkennzahlen haben sich im vergangenen Jahr wie folgt entwickelt:

BILD 3 HUGO BOSS 2006 / Konzernumsatz...

- Der Konzernumsatz ist um 14% auf 1.495,5 Mrd. EUR gestiegen, Wechselkurseffekte ergaben sich im Jahr 2006 nur in geringem Umfang.
- Der Rohertrag hat um 17% auf 854,5 Mio. EUR zugenommen.

HUGO BOSS

- Das EBIT, also das Ergebnis vor Zinsen und Steuern, erreichte einen Anstieg von 13% auf 184,4 Mio. EUR.
- Das Ergebnis vor Steuern lag bei 179,9 Mio. EUR und damit um 14% über dem Vorjahreswert.
- Das Konzernergebnis erreichte 128,7 Mio. EUR und ist damit um 19% gewachsen.

BILD 4 HUGO BOSS 2006/ Aktienkurs...

- Der Kurs der Stammaktie lag zum Jahresende bei 41,00 EUR und damit um 34% über Vorjahr. Der Kurs der Vorzugsaktie stieg um 31% auf 38,92 EUR.
Wir lagen damit etwas über der DAX-Entwicklung von 22% und der MDAX-Entwicklung von 29%.
- Damit ergibt sich bei einer vorgeschlagenen Dividende von 1,19 Euro je Stammaktie und 1,20 Euro je Vorzugsaktie eine Dividendenrendite von 2,9% für die Stammaktie und von 3,1% für die Vorzugsaktie.
- Die gesamte Marktkapitalisierung erreichte zum Jahresende 2.815 Mio. EUR und erhöhte sich damit um 695 Mio. EUR oder 33% gegenüber dem Vorjahr.

HUGO BOSS

BILD 5 Kursentwicklung (IR)

Im Mehrjahresvergleich konnten beide Aktiengattungen sowohl den DAX als auch den MDAX deutlich übertreffen. Bei einer Normierung auf 100% zum Januar 2000 haben sich zum Januar 2007 die Werte der Stammaktien mit 257% und der Vorzugsaktien mit 209% mehr als verdreifacht. Der MDAX-Zuwachs lag bei 132% und der DAX blieb nahezu unverändert.

BILD 6 Strategische Wachstumsfelder

Unsere besonderen Wachstumsfelder BOSS Womenswear, Schuhe & Lederaccessoires sowie der eigene Einzelhandel haben sich im vergangenen Jahr wiederum

dynamisch entwickelt. BOSS Womenswear erzielte ein Wachstum von 69% und damit einen Umsatz von 162 Mio. EUR. Schuhe und Lederaccessoires erreichten einen Zuwachs von 28% und damit 151 Mio. EUR. Der Einzelhandelsumsatz mit eigenen Geschäften lag bei 192 Mio. EUR, ein Zuwachs von 39%.

BILD 7 Umsatz nach Märkten

Der Umsatz nach Märkten zeigt folgendes Bild:

Deutschland ist um 9% gewachsen und steht für 23% unseres gesamten Geschäftes.

Andere europäische Länder verzeichneten ein Umsatzwachstum von 17% und repräsentieren 46% des weltweiten HUGO BOSS Umsatzes.

Amerika konnte mit 17% wachsen, wir machen dort 18% unseres Geschäftes, Asien und die übrigen Regionen zeigen ein Wachstum von 12% und haben 10% Umsatzanteil, die Lizenzeinnahmen lagen mit 43 Mio. EUR mit 5% über Vorjahresniveau.

HUGO BOSS

BILD 8 Umsatz nach Marken

Nach Marken ergibt sich folgendes Bild:

BOSS ist um 15% gewachsen, dabei die Herrenmode um 11% und die Damenmode um 69%.

HUGO konnte das Geschäft um 9% ausweiten.

Andere Umsätze sind im Jahr 2006 noch für BALDESSARINI in Höhe von 11 Mio. EUR angefallen.

BILD 9 BOSS Menswear

Mit unserer BOSS Herrenmode haben wir inzwischen eine Marktpräsenz in 106 Ländern mit mehr als 4.600 Einzelhandelsgeschäften im Bereich der hochwertigen Bekleidung.

Die Businessbekleidung steht für etwas weniger als die Hälfte unserer Umsätze, freizeitorientierte Bekleidung erreicht 41% und der noch junge Bereich Schuhe & Lederaccessoires erzielt bereits 10%.

37% der BOSS Menswear Umsätze werden mit besonders eingerichteten Verkaufsflächen, den BOSS Stores, erreicht. Diese werden als freistehende Geschäfte und als Shop-in-Shop-Flächen in Fachgeschäften geführt.

BOSS Selection, die qualitative Spitze von BOSS Menswear, wächst um 62% und erreicht in 59 Ländern 33 Mio. EUR Umsatz. Weiterhin schätzt der Kunde unsere besondere Designkompetenz, die besondere Qualität und Verarbeitung. BOSS Selection deckt das obere Marktsegment in unserem Markenportfolio nun in idealer Weise ab. Daher wurden die textilen Aktivitäten der Marke BALDESSARINI am 01. September 2006 verkauft. Das Lizenzgeschäft mit BALDESSARINI Düften verbleibt weiterhin im Konzern.

HUGO BOSS

BILD 10 BOSS Womenswear

Mit der BOSS Damenmode sind wir heute in 69 Ländern und mehr als 1.200 Einzelhandelsgeschäften für Bekleidung präsent.

Die Umsatzanteile für die Businessbekleidung liegen bei 48%, für die Freizeitbekleidung bei 36%, Schuhe & Lederaccessoires erzielen 16%.

63% des BOSS Womenswear Umsatzes werden in BOSS Stores erzielt.

Das Ergebnis nach Steuern erreicht 7,8 Mio. EUR und hat sich damit zum Vorjahr mehr als verdreifacht.

Zur Marke BOSS einige Motive der aktuellen Frühjahrs-/Sommermode:

BILD 11 BOSS Black Menswear / Womenswear Kampagnenfotos

Zunächst BOSS Black Menswear und Womenswear in gewohnt modischer Ausrichtung.

Dann BOSS Selection in einer für dieses Preis- und Qualitätsniveau sehr jungen Interpretation.

BILD 12 Selection Kampagnenfoto

BILD 13-14 BOSS Orange Menswear und Womenswear / BOSS Green Kampagnenfotos

BOSS Orange Menswear und Womenswear als Freizeitorientierung. Die Damenmode von BOSS Orange ist seit der Frühjahrs-/ Sommerkollektion 2006 in den Geschäften und fand bei den Kundinnen eine sehr positive Resonanz.

BOSS Green bietet eine Kollektion, die sowohl die technischen als auch die modischen Ansprüche sportorientierter Männer erfüllt.

HUGO BOSS

BILD 15 HUGO / Marktpräsenz...

Mit HUGO haben wir eine Marktpräsenz in 48 Ländern in 1.100 Einzelhandelsgeschäften für die Menswear und 370 für die Womenswear. Der Umsatzanteil der Menswear liegt bei 75%, Womenswear bei 25%. 28% des HUGO Umsatzes werden in Stores und Shop-in-Shops erreicht.

Auch hier zwei Motive der aktuellen Werbung.

BILD 16 HUGO Kampagnenfotos

BILD 17 Schuhe & Lederaccessoires

Die im Jahr 2004 in das Eigengeschäft integrierten, vorher in Lizenz geführten Produktgruppen Schuhe & Lederaccessoires, sind bedeutend für die Identität und den Stil unserer Mode und komplettieren alle unsere Modelinien. Wir haben damit im vergangenen Jahr ein Wachstum von 28% auf 151 Mio. EUR erzielt. Der Männeranteil liegt bei 81%, der Anteil für Frauen bei 19%.

Auch hierzu zwei Bilder aus der aktuellen Werbung.

BILD 18 Kampagne Schuhe & Lederaccessoires

BILD 19 Lizenzen

Die weiterhin in Lizenz vergebenen Produktgruppen Duft und Kosmetik, Brillen und Uhren erzielen im Jahr 2006 Lizenzerträge in Höhe von 43 Mio. EUR und damit 5% mehr als im Vorjahr.

HUGO BOSS

Mit unserem neuen Lizenznehmer für Uhren, der Movado Group, Inc. aus den USA, wurde eine neuen Uhrenkollektion im Frühjahr 2006 in die Märkte eingeführt.

Mit der Neuvergabe der Lizenz für Brillen an die Sàfilo S.p.A. aus Italien, dem weltweit zweitgrößten Hersteller für Brillen, konnte HUGO BOSS einen global aufgestellten Partner im Luxusbrillensegment gewinnen. Der Vertrieb der neuen Brillenkollektionen über HUGO BOSS Stores und exklusive Warenhäuser und Optikergeschäfte startete im Juli 2006.

Insbesondere durch die Markteinführung des neuen BOSS Duftes für Damen, „Femme by BOSS“, und die weiterhin erfolgreiche Entwicklung des BOSS Selection Männerduftes stiegen die Lizenzeinnahmen für Düfte und Kosmetik um 6% an.

BILD 20 Eigener Einzelhandel

Zum Jahresende 2006 haben wir in 16 Ländern 210 eigene Einzelhandelsgeschäfte betrieben, 65 mehr als im Vorjahr, davon 67 freistehende Stores und 143 Shop-in-Shops. Der Umsatz in diesen Geschäften lag bei 192 Mio. EUR, ein Wachstum von 39% zum Vorjahr.

Bei der sehr wichtigen Kennziffer Umsatzzuwachs auf vergleichbarer Fläche ergab sich in EUR ein Plus von 6%, in lokalen Währungen wurden 8% erzielt. Der Anteil am Konzernumsatz lag bei 13%.

HUGO BOSS

BILD 21 HUGO BOSS Geschäfte nach Märkten

Bei unseren eigenen und franchisebetriebenen HUGO BOSS Geschäften nach Märkten haben wir eine Präsenz in 76 Ländern mit 1.051 Geschäften erreicht, davon sind

375 freistehende Stores und 676 Shop-in-Shop-Flächen. Der Anteil am Konzernumsatz ist von 34% im Jahr 2005 auf 36% im vergangenen Jahr gestiegen.

Die Mitarbeiterzahl unseres Unternehmens nach Regionen hat sich wie folgt entwickelt:

BILD 22 Mitarbeiter – nach Regionen

Durchschnittlich haben wir im vergangenen Jahr 8.441 Mitarbeiter, in Vollzeitkräfte umgerechnet, beschäftigt, das waren 857 mehr als im Vorjahr, davon auch 193 mehr in Deutschland.

BILD 23 Mitarbeiter - nach Funktionsbereichen

Der Personalaufbau erfolgte insbesondere in den Bereichen Vertrieb/Kreation und Marketing. In diesem Bereich stieg die Mitarbeiterzahl um 416 auf 2.441 Mitarbeiter an. Der fortgeführte Ausbau des konzerneigenen Einzelhandelsgeschäftes sowie die positive Geschäftsentwicklung von BOSS Womenswear und der Produktgruppen Schuhe & Lederaccessoires waren dafür hauptsächlich verantwortlich.

Soweit zu den wesentlichen Ergebnissen des vergangenen Jahres.

BILD 24 COLUMBUS Update

Weiterhin wurde im vergangenen Jahr die Implementierung des Strategieprojekts „COLUMBUS“ erfolgreich fortgesetzt. Die Ausweitung unserer Aktivitäten in den vergangenen Jahren, insbesondere in den Bereichen Freizeit und Sport,

Damenmode,

Accessoires und eigene Einzelhandelsgeschäfte, haben unsere

Unternehmensprozesse und die sie unterstützenden IT-Systeme vor neue

Herausforderungen gestellt. Unter dem Namen „COLUMBUS“ haben wir daher

im Jahr 2004 das größte und wichtigste Projekt unserer

Unternehmensgeschichte gestartet. Ziel ist es, die unterschiedlichen

Informationsanforderungen der einzelnen Geschäftsbereiche über die gesamte

Prozesskette besser zu erfüllen und eine deutliche Effizienzsteigerung in allen

Arbeitsabläufen zu erreichen. Im Rahmen dieses Projekts wird die

Softwarelösung SAP AFS für die Steuerung der gesamten Wertschöpfungskette des HUGO BOSS Konzerns eingeführt.

Nachdem das System im Unternehmensbereich HUGO reibungslos

implementiert wurde, erfolgte im Jahr 2006 die sukzessive Erweiterung auf die

Geschäftsbereiche

BOSS Orange und BOSS Black Womenswear.

Das Projekt wird im Laufe des Jahres 2007 mit der Integration von BOSS Black Menswear abgeschlossen werden.

Bereits zum aktuellen Projektstatus haben sich in der gesamten

Beschaffungskette und in den Arbeitsabläufen Verbesserungen in Kosten und Zeiten ergeben.

HUGO BOSS

Abschließend einige Bilder zu den Highlights unserer Arbeit, die Sie auch aus Presseveröffentlichungen kennen:

HUGO BOSS steht für Lifestyle und Internationalität. Beides wird verkörpert in den Gefühlswelten des Films, des Sports und der Kunst. Um diese Synergien zu nutzen, engagieren wir uns seit vielen Jahren mit Sponsoring-Aktivitäten in diesen Bereichen.

BILD 25 Berlinale

Bereits zum vierten Mal waren wir Co-Sponsor der Internationalen Filmfestspiele Berlin.

BILD 26 Hockenheimring "25 Years Partnerships HUGO BOSS & McLaren Mercedes"

Das 25-jährige Bestehen der Kooperation mit McLaren Mercedes wurde im Jahre 2006 mit einem Fashion Event am Hockenheimring mit über 1.300 Gästen gefeiert.

BILD 27 HUGO BOSS Prize 2006

Das Kulturengagement von HUGO BOSS hat sich mittlerweile sowohl im Unternehmen als auch in der Öffentlichkeit fest etabliert. Im Jahr 2006 feierte der HUGO BOSS Prize sein zehnjähriges Jubiläum. Er wird alle zwei Jahre in Kooperation mit dem Guggenheim Museum an innovative Künstler verliehen und zählt mittlerweile zu den international wichtigsten Auszeichnungen für zeitgenössische Kunst.

H U G O B O S S

BILD 28 BOSS Fashion Show Mexico City

Zu den besonderen Höhepunkten des vergangenen Jahres zählt sicherlich auch unsere

BOSS Fashion Show in Mexico City mit Gästen aus ganz Lateinamerika.

BILD 29 HUGO BOSS Store Opening Shanghai

Im September 2006 haben wir in Shanghai den insgesamt 1000. Store und gleichzeitig den ersten konzerneigenen HUGO BOSS Store in der Volksrepublik China eröffnet.

Meine Damen und Herren, soweit zu den besonderen Ereignissen des vergangenen Jahres.

Zu den Aussichten für das Geschäftsjahr 2007:

Wir schätzen das Wachstum des Weltmarktes für höherwertige Bekleidung in diesem Jahr nominal und real auf 3%. Überdurchschnittlich sollten sich dabei wiederum die asiatischen Märkte, insbesondere China, entwickeln.

Wir gehen davon aus, dass wir auch im Jahr 2007 weiterhin steigende Umsätze und Ergebnisse erzielen werden.

Im Geschäftsjahr 2007 wollen wir den Umsatz währungsbereinigt um 8-10% steigern.

HUGO BOSS

Insbesondere BOSS Womenswear sollte wieder ein überdurchschnittliches Wachstum aufweisen, wir erwarten eine währungsbereinigte Steigerung um 25%.

Der Vertrieb über eigene Einzelhandelsgeschäfte, der mit der geplanten Eröffnung von rund 70 Directly Operated Stores, davon 20 frei stehende und 50 Shop-in-Shops, weiter ausgebaut wird, dürfte auch ein Wachstum von währungsbereinigt 25% zeigen und damit einen Anteil am Konzernumsatz von 15% erreichen.

Das Ergebnis vor Steuern sollte sich um 12-15% erhöhen.

Auch für 2008 gehen wir von weiterhin steigenden Umsätzen und Ergebnissen aus.

Eine besonders wichtige Entscheidung für das Jahr 2008 und danach haben wir mit dem im März dieses Jahres vereinbarten Lizenzvertrag mit der Swarovski-Gruppe getroffen.

Die Exklusivlizenz beinhaltet die Produktion und den weltweiten Vertrieb hochwertiger Modeschmuckkollektionen für Damen und Herren unter der Marke BOSS. Analog zur unterschiedlichen Ausrichtung der einzelnen BOSS Modelinien wird es für Frauen und Männer elegante Schmuckstücke von BOSS Black und extravaganen Modeschmuck von BOSS Orange geben sowie edle Manschettenknöpfe zu der Herrenlinie BOSS Selection.

Die erste Schmuckkollektion für BOSS Black und BOSS Orange wird im Frühjahr 2008 präsentiert und ab Juli 2008 in den HUGO BOSS Stores sowie in exklusiven Warenhäusern und Schmuckgeschäften erhältlich sein.

H U G O B O S S

Abschließend noch eine Anmerkung zur Tagesordnung der heutigen Hauptversammlung:

Tagesordnungspunkt 5 der Hauptversammlung sieht die Beschlussfassung über die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien vor.

Die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien aus dem vergangenen Jahr läuft am

3. November 2007 aus, so dass wir schon heute die Gelegenheit nutzen möchten, eine erneute Ermächtigung vorzuschlagen.

Bis zum heutigen Tag hat die HUGO BOSS AG, gestützt auf die Ermächtigung vom

4. Mai 2006, 528.555 Stammaktien mit einem Durchschnittskurs von 26,15 EUR sowie 855.278 Vorzugsaktien mit einem Durchschnittskurs von 33,37 EUR erworben. Auf diese Aktien entfällt rechnerisch ein Betrag am Grundkapital von 1.383.833 EUR, das entspricht 1,97% des Grundkapitals.

Meine Damen und Herren,

im Namen des Vorstands danke ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihre besondere Leistung und ihren außergewöhnlichen Einsatz im vergangenen Jahr sowie Ihnen, unseren Aktionären, Kunden und Geschäftspartnern für ihr Vertrauen und ihre Unterstützung.

Vielen Dank für ihre Aufmerksamkeit!