

**H U G O B O S S**

---

H U G O B O S S

# **HUGO BOSS Hauptversammlung 2008**

8. Mai 2008 in Stuttgart

## HUGO BOSS Profil

- Marktführer im gehobenen Marktsegment der Herrenbekleidung dank einer klar fokussierten Markenphilosophie und der stetigen Erweiterung der Produktpalette.
- Starkes Wachstum der Produktgruppen Womenswear, Schuhe & Lederaccessoires sowie des konzerneigenen Einzelhandels (Directly Operated Stores / DOS).
- Wachsende Präsentation in mehr als 1.200 Mono-Marken Geschäften einschließlich 287 DOS zum Ende des Geschäftsjahres 2007.
- Marktpräsenz in 105 Ländern mit ca. 4.000 Kunden und nahezu 6.000 Verkaufspunkten (nur Bekleidung) sowie einem weltweiten Netzwerk an Showrooms.

## HUGO BOSS 2007 auf einen Blick

in Mio. €

├→ Umsatzerlöse	1.632	+ 9%
├→ Rohertrag	946	+ 11%
├→ EBIT	220	+ 19%
├→ Ergebnis vor Ertragsteuern	212	+ 18%
├→ Konzernergebnis	154	+ 20%
├→ Mitarbeiter	9.123	+ 8%

## Umsatzwachstum mit allen Marken

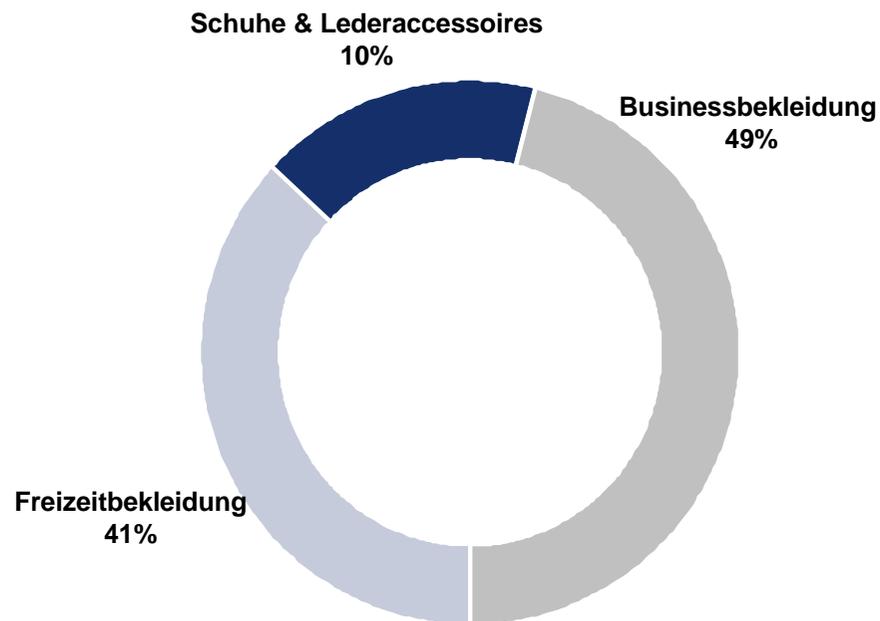
→ Positive Entwicklung der Markenumsätze insbesondere getrieben durch Womenswear, Schuhe & Lederaccessoires und eigenen Einzelhandel.

### Umsatz nach Marken

in Mio. €	2007	2006	Veränderung in %	Anteil am Umsatz in %
<b>BOSS</b>	1.485	1.348	10	91
Menswear	1.276	1.186	8	78
Womenswear	209	162	29	13
<b>HUGO</b>	144	136	6	9
Andere	3	11	(75)	0
<b>Gesamt</b>	<b>1.632</b>	<b>1.496</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

## BOSS Menswear auf einen Blick

### Umsatz nach Segment



### Highlights

- Marktpräsenz in 105 Ländern mit über 4.900 Points of Sale (nur Bekleidung).
- Weltweites Netzwerk von Verkaufspunkten zur Unterstützung des internationalen Wachstums.
- Umsatzwachstum von BOSS Menswear von 8% auf 1.267 Mio. EUR.
- Dynamisches Wachstum von BOSS Selection: Umsatzwachstum von 29% auf 43 Mio. EUR.
- Verstärkte Bewerbung der einzelnen Kollektionen zur Stärkung der Markenbekanntheit und -treue.

---

**BOSS**  
HUGO BOSS



---

**BOSS**  
HUGO BOSS

S E L E C T I O N



**BOSS**  
HUGO BOSS

S E L E C T I O N

**BOSS**  
HUGO BOSS

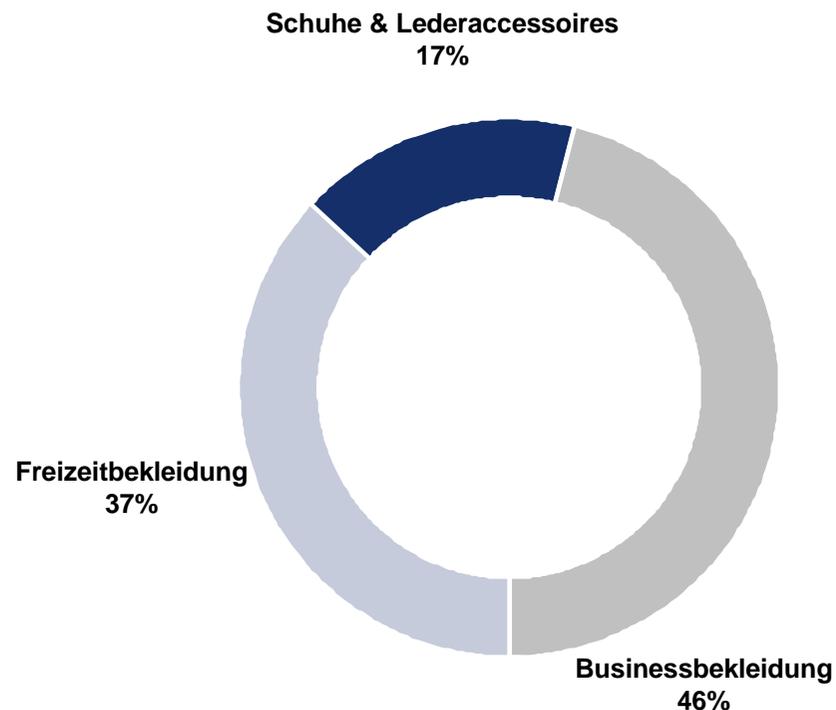


Exclusive film and downloads on [www.hugoboss.com/05MAG](http://www.hugoboss.com/05MAG)



## BOSS Womenswear auf einen Blick

### Umsatz nach Segment



### Highlights

- Umsatzzuwachs von 29% auf 209 Mio. EUR.
- Marktpräsenz in 64 Ländern mit über 1.450 Points of Sale (nur Bekleidung).
- Deutliche Steigerung des EBIT um 99% auf 23 Mio. EUR.
- Weitere Rohertrags- und EBIT-Margenverbesserung durch fortgesetzte Optimierung der Einkaufstrukturen und Preispolitik.
- Markt von doppelter Größe im Vergleich zum Markt des Menswear-Segments.

**BOSS**  
HUGO BOSS

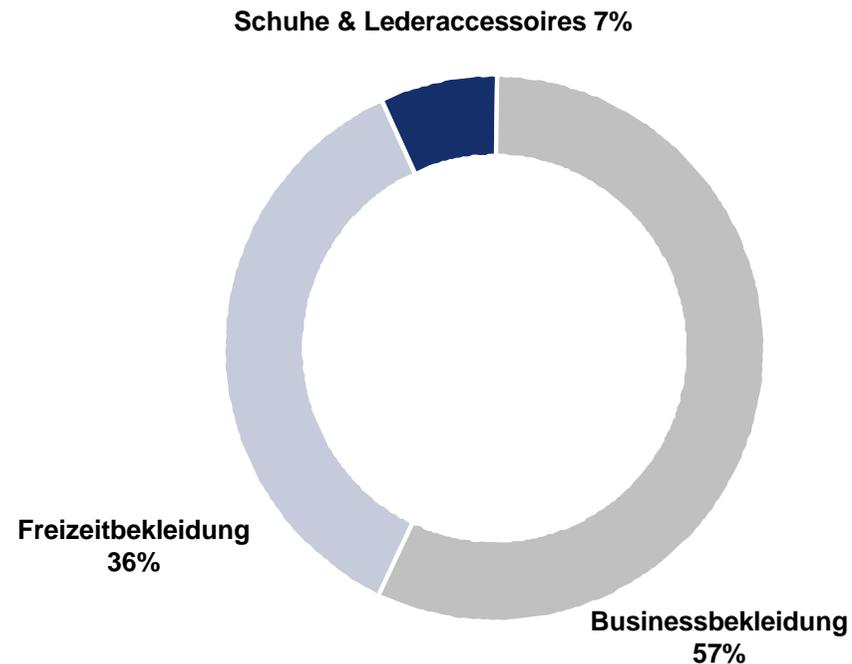


**BOSS**  
HUGO BOSS



## HUGO auf einen Blick

### Umsatz nach Segment



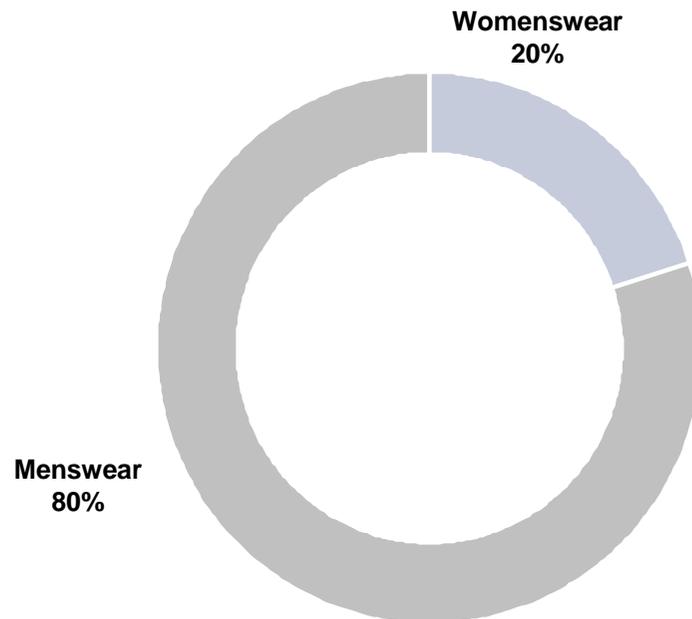
### Highlights

- Marktpräsenz in 46 Ländern.
  - mit mehr als 1.200 Menswear Points of Sale (nur Bekleidung).
  - mit nahezu 400 Womenswear Points of Sale (nur Bekleidung).
- Umsatzzuwachs von 6% auf 144 Mio. EUR.
- Erfolgreicher Start des neuen Art Directors Bruno Pieters mit seiner ersten Kollektion.
- Verstärkte internationale Ausrichtung.



## Schuhe & Lederaccessoires auf einen Blick

### Umsatz nach Segment



### Highlights

- Unterstreicht und stärkt das Profil der HUGO BOSS Kollektionen.
- Umsatzzuwachs von 16% auf 176 Mio. EUR.
- Verstärkte Ausrichtung auf das Damensegment.
- Konsequenter Ausbau der internationalen Vertriebsstruktur.
- Gezielte Marketingaktivitäten zur Steigerung der Wahrnehmung der Produktkompetenz.

## Schuhe & Lederaccessoires aktuelle Kollektionen

---

**BOSS**  
HUGO BOSS



**BOSS**  
HUGO BOSS

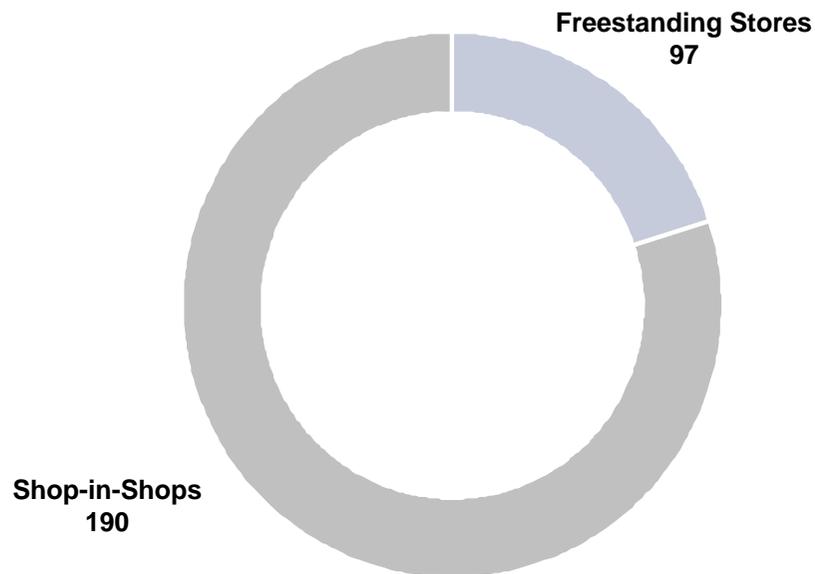


**HUGO**  
HUGO BOSS



## Directly Operated Stores (DOS) auf einen Blick

### Nach Format



### Highlights

- Die Anzahl der eigenen Einzelhandelsgeschäfte stieg um 77 auf 287 zum Ende des Jahres 2007.
- Schaufenster für die Präsentation der HUGO BOSS Markenwelt.
- Feedback aus erster Hand durch den direkten Kontakt mit den Kunden.
- Umsatzzuwachs von 25% auf 239 Mio. EUR.



**BOSS STORE CHICAGO**

## Lizenzen auf einen Blick

### Aktuelle Kollektionen

---



### Highlights

---

- Lizenzumsätze der Produktgruppe Düfte und Kosmetik (Procter & Gamble) verbesserten sich um 8%, unter anderem durch neue Duftserien.
- Positive Entwicklung der Produktgruppen Brillen (Safilo) und Uhren (Movado).
- Markteintritt in das Schmuckgeschäft im Jahr 2008 mit der Swarovski Group.
- Lizenzumsätze insgesamt verbesserten sich überproportional um 14% auf 49 Mio. EUR.

## Umsatzwachstum in allen Regionen

→ Umsatzwachstum im zweistelligen Prozentbereich in allen Regionen (ohne Wechselkurseffekte).

### Umsatz nach Regionen

in Mio. €	2007	2006	Veränderung in %	Veränderung in % währungsbereinigt	Anteil am Umsatz in %
Deutschland	361	347	4	5	22
Andere europäische Länder	762	682	12	13	47
<b>Europa</b>	<b>1.124</b>	<b>1.029</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>69</b>
Amerika	299	274	9	18	18
Asien/übrige Regionen	161	150	7	14	10
Lizenzen	49	43	14	14	3
<b>Gesamt</b>	<b>1.632</b>	<b>1.496</b>	<b>9</b>	<b>12</b>	<b>100</b>

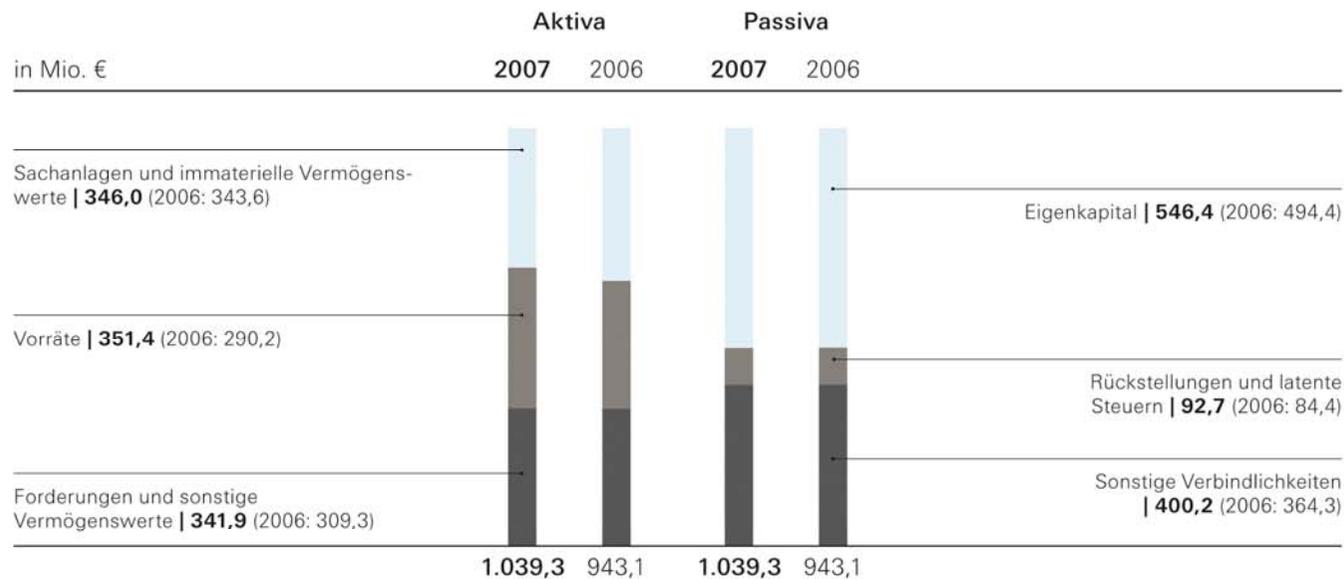
## Weitere Zunahme der Ertragskraft im Jahr 2007

- Prozentual zweistellige Steigerung sämtlicher Ergebniszi­ffern.
- Anstieg der Rohertrags­marge um 0,9 P.p. aufgrund gestiege­nem Anteil des Umsatzes über eigene Einzel­handels­geschäfte sowie stetiger Optimierung weltweiter Produktions- und Beschaffungsstrukturen.

in Mio. €	2007	2006	Veränderung in %
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.632</b>	<b>1.496</b>	<b>9</b>
<b>Rohertrag</b>	<b>946</b>	<b>855</b>	<b>11</b>
in % vom Umsatz	58,0	57,1	
<b>EBITDA</b>	<b>288</b>	<b>233</b>	<b>23</b>
in % vom Umsatz	17,6	15,6	
<b>EBIT</b>	<b>220</b>	<b>184</b>	<b>19</b>
in % vom Umsatz	13,5	12,3	
<b>Ergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>212</b>	<b>180</b>	<b>18</b>
<b>Konzernergebnis</b>	<b>154</b>	<b>129</b>	<b>20</b>
<b>- je Aktie (EUR)</b>			
Stammaktie	2,22	1,84	21
Vorzugsaktie	2,24	1,86	20

## Stabile Bilanzstruktur

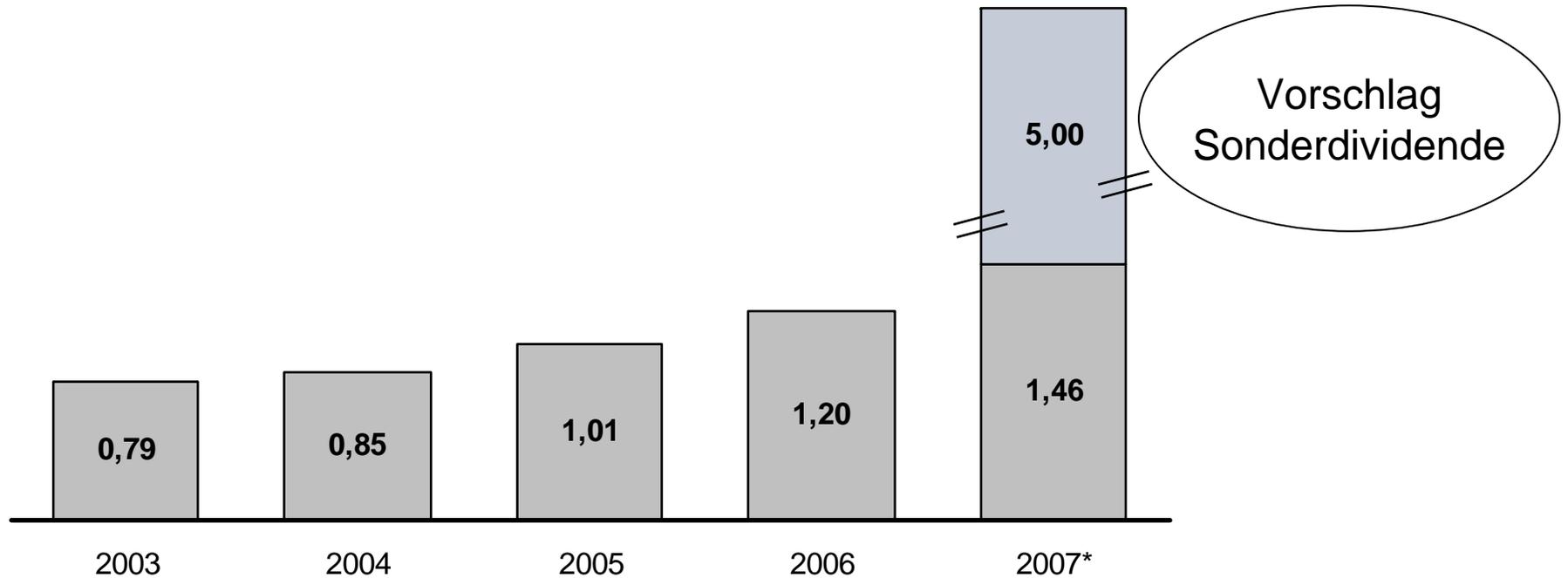
### BILANZSTRUKTUR



→ Die Entwicklung des Net Working Capitals lag unter dem angestrebten Ziel einer proportionalen Entwicklung zum Umsatz mit einem Anstieg um 33%.

→ Free Cashflow vor Dividendenzahlung lag unter Vorjahresniveau aufgrund der Erhöhung des Nettovermögens.

## Dividendenentwicklung der Vorzugsaktie von 2003 bis 2007



\* 2007 = Dividendenvorschlag der Vorzugsaktie

## Finanzmanagement

→ Die Ausschüttung einer Sonderdividende von 5 EUR je Aktie führt zu einer höheren Verschuldung und dadurch niedrigeren durchschnittlichen Kapitalkosten was positive Auswirkungen auf den Unternehmenswert von HUGO BOSS haben sollte.

→ Zukünftiges Management der Kapitalstruktur fokussiert die Cashflow-orientierte Kennzahl „Nettoverschuldung / EBITDA“.

→ Ein Kreditrahmen von 750 Mio. EUR wurde von einem Bankenkonsortium mittels eines Konsortialkredits mit einer Laufzeit von 5 Jahren zugesagt.

- Feste Kreditlinie in Höhe von 450 Mio. EUR
- Revolvierende Kreditlinie in Höhe von 300 Mio. EUR



**HIGHLIGHTS 2007 – BOSS ORANGE FASHION SHOW BARCELONA**



**HIGHLIGHTS 2007 – HUGO FASHION SHOW BERLIN**

---

**BOSS**  
HUGO BOSS

---



**HIGHLIGHTS 2007 – BOSS BLACK FASHION SHOW NEW YORK**



**HIGHLIGHTS 2007 – FORMEL 1 MIT LEWIS HAMILTON**

# HIGHLIGHTS 2007 – BIENNALE VENEZIA 2007





**HIGHLIGHTS 2007 – BERLINALE**



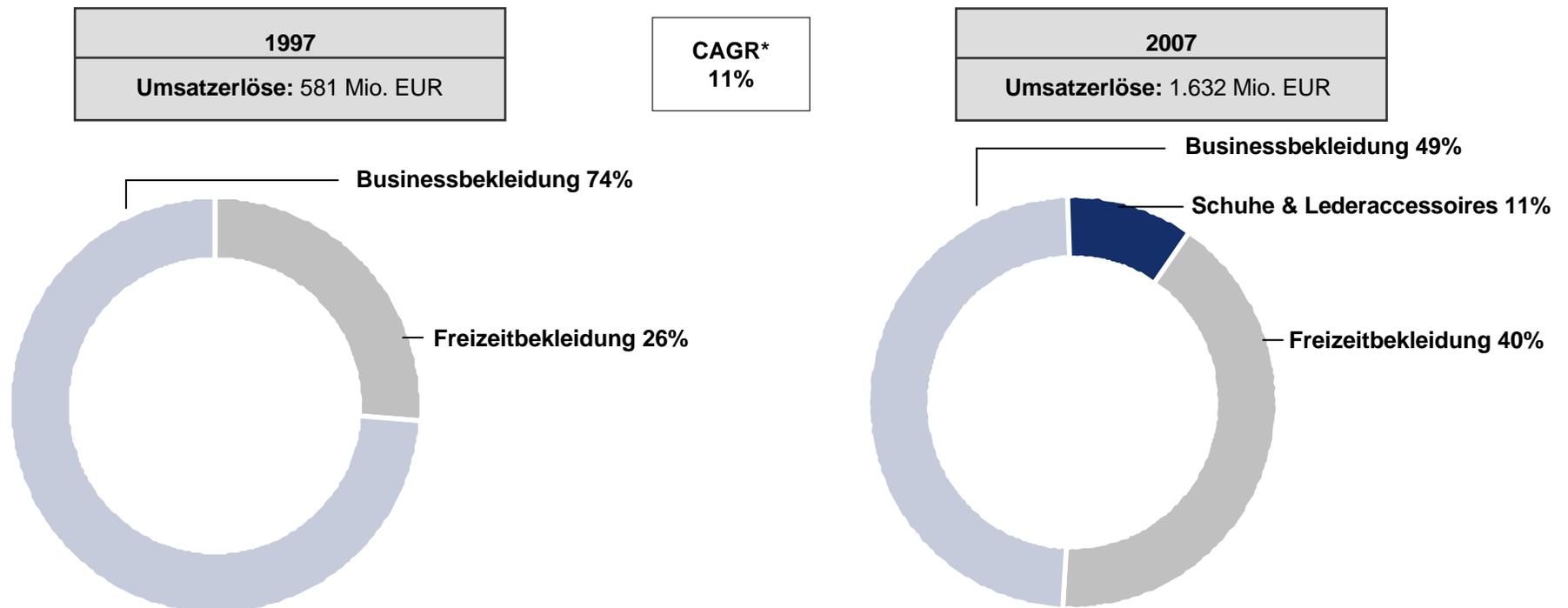
**HIGHLIGHTS 2007 – BOSS ORANGE BILLBOARD ROTER PLATZ MOSKAU**



**HIGHLIGHTS 2007 – ERÖFFNUNG HUGO BOSS STORE ISTANBUL**

## Strategische Ausrichtung

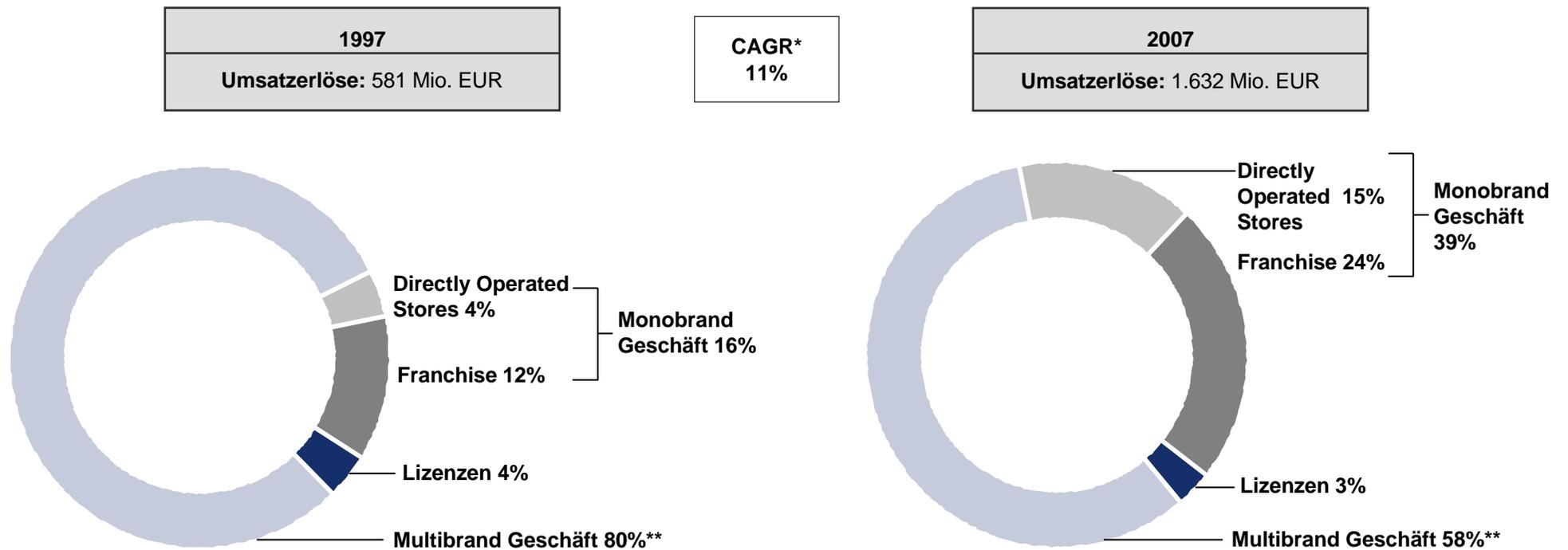
Weiterentwicklung vom Anbieter für Herren-Businessbekleidung zu einem internationalen Lifestyle-Unternehmen mit Damen- und Herrenmode sowie Schuhen & Lederaccessoires und einem starken Fokus auf Freizeitbekleidung.



\* Compound Annual Growth Rate - durchschnittl. jährliche Wachstumsrate

## Strategische Ausrichtung

Weiterentwicklung von einer Multibrand zu einer Monobrand Präsentation sowie vom Groß- zum Einzelhandel.



\* Compound Annual Growth Rate - durchschnittl. jährliche Wachstumsrate

\*\* inkl. VIP Shop/Outlet

## Strategische Ausrichtung

Überdurchschnittliche Leistung in folgenden Bereichen:

---

### Produktkompetenz

---

- Innovative Modeaussage
- „Value for money“ – Produkte
- Positionierung im Premiumbereich des Luxusmarktes für Mode
- Wachstumsinitiative in den Bereichen
  - BOSS Womenswear
  - Schuhe & Lederaccessoires
  - Exklusiver Modeschmuck

### Marktkompetenz

---

- Internationale Marktpräsenz
- Globales Vertriebsnetz
- Eigene Einzelhandels-geschäfte
- Markenstärke, weltweite Bekanntheit
- Wachstumsinitiativen in den Bereichen
  - Ausbau der Anzahl eigener Einzelhandels-geschäfte
  - Regionale Expansion in Nordamerika, Asien, insbesondere China, und Osteuropa

### Prozesskompetenz

---

- Wettbewerbsfähige Kostenstruktur in allen Bereichen
- Zuverlässige Produktions- und Logistikstrukturen
- Kontinuierliche Prozessoptimierung
- Wachstumsinitiativen unterstützt durch Strategieprojekt Columbus

## Wachstumsstrategie

Starkes organisches Wachstum in allen Kompetenzbereichen

---

- BOSS Womenswear
- Schuhe & Lederaccessoires
- Erweiterungen der Produktpalette
- Ausbau der Anzahl direkt betriebener Geschäfte
- Regionale Expansion in Nordamerika, Asien, insbesondere China, und Osteuropa
- Prozessoptimierungen durch Strategieprojekt Columbus

## Ausblick 2008

- Erwartetes Umsatzwachstum von währungsbereinigt 6-8%.
- Fortgesetzter Ausbau des Netzwerks von eigenen Einzelhandelsgeschäften mit erwarteten Neueröffnungen von rund 60 Geschäften.
- Erwarteter EBIT-Anstieg von 8-10% ohne Einmaleffekte.
- Geplante Ausgaben für Investitionen von ca. 120 Mio. EUR.

## **Rechtliche Hinweise**

### **Zukunftsgerichtete Aussagen enthalten Risiken**

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. Sollte 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 / Kontakt

### Finanzkalender

27. März 2008	Bilanzpresse- und Analystenkonferenz
30. April 2008	Veröffentlichung des Berichts über das erste Quartal 2008
08. Mai 2008	Hauptversammlung in Stuttgart
31. Juli 2008	Veröffentlichung des Berichts über das erste Halbjahr 2008
30. Oktober 2008	Veröffentlichung des Berichts über das dritte Quartal 2008

### Kontakt

Nicole Besemer  
Director Investor Relations & Treasury  
Tel: + 49 (0) 7123 94-2478  
Fax: + 49 (0) 7123 94-82478  
Email: Nicole\_Besemer@hugoboss.com

Viola Mahrenbach  
Investor Relations  
Tel: + 49 (0) 7123 94-1326  
Fax: + 49 (0) 7123 94-81326  
Email: Viola\_Mahrenbach@hugoboss.com

Weitere Informationen zur HUGO BOSS AG finden Sie auf unserer Webseite  
<http://group.hugoboss.com>

**H U G O B O S S**