

H U G O B O S S

HAUPTVERSAMMLUNG 2011

Stuttgart – 10. Mai 2011

AGENDA



GESCHÄFTSJAHR 2010



WACHSTUMSSTRATEGIE



AUSBLICK

HIGHLIGHTS 2010 – HUGO BOSS verzeichnet erfolgreichstes Jahr der Unternehmensgeschichte

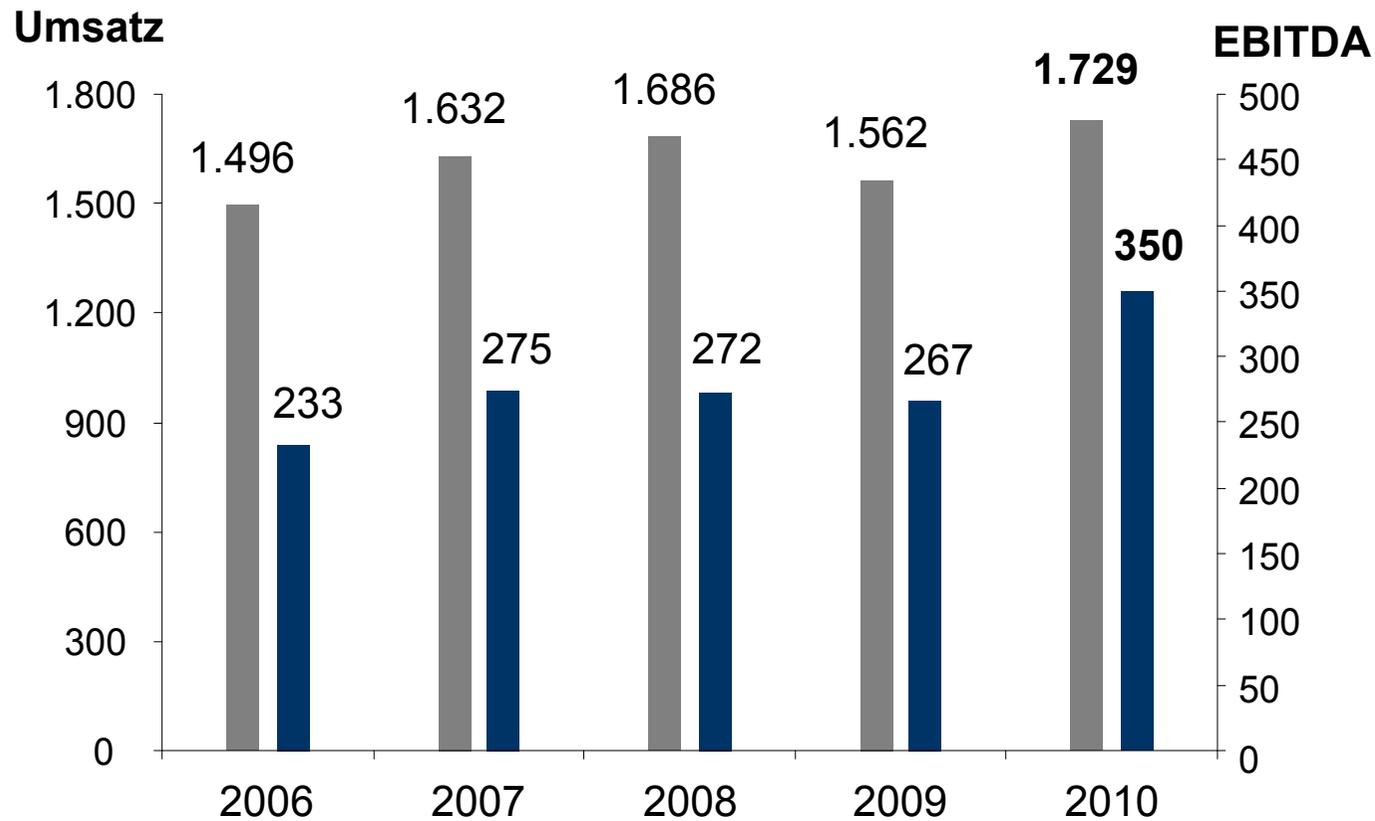
- Umsatz auf Rekordniveau
- Starkes Wachstum in China und Amerika
- Konsequenter Ausbau des eigenen Einzelhandels
- Bereinigte EBITDA-Marge von 20 Prozent

UMSATZ- UND ERGEBNISENTWICKLUNG – HUGO BOSS auf Wachstumskurs

Umsatz und EBITDA vor Sondereffekten

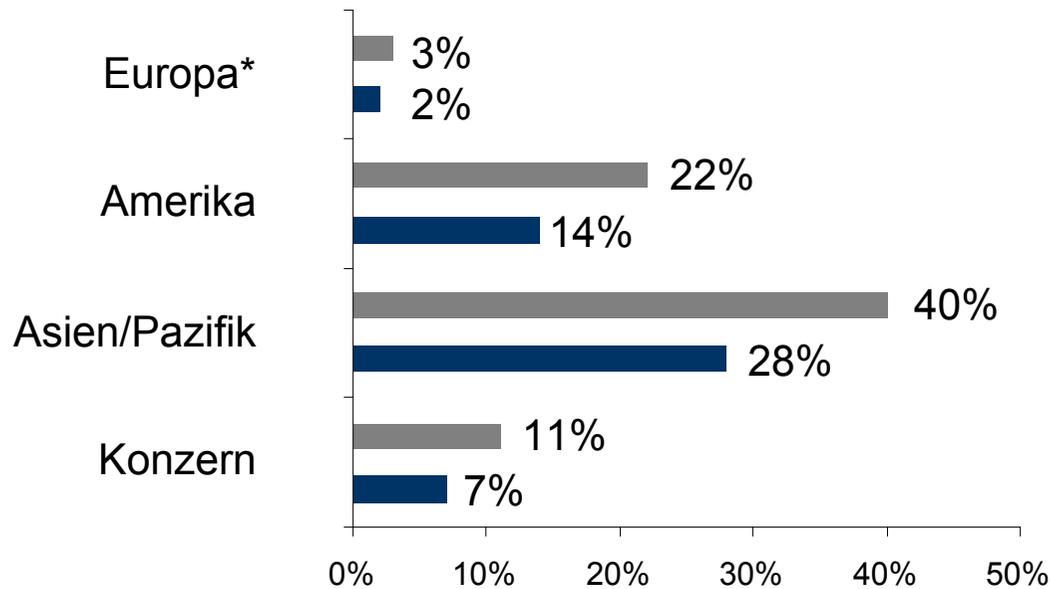
■ Umsatz ■ EBITDA vor Sondereffekten

(in Mio. EUR)



UMSATZ NACH REGION – Wachstum auf breiter Basis

Umsatzentwicklung nach Region im Jahresvergleich ■ in Euro ■ währungsbereinigt



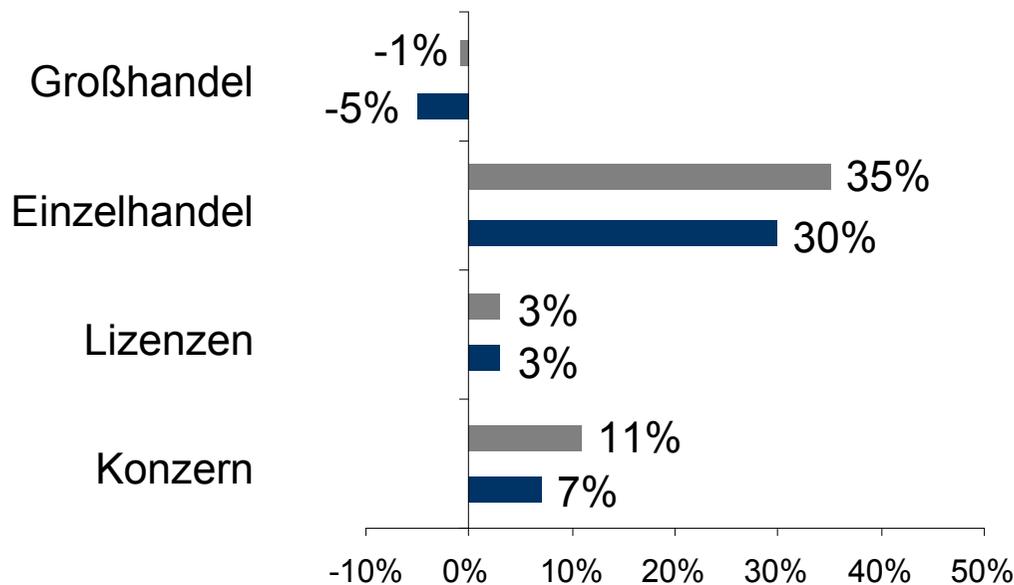
- Starke Verbesserung im zweiten Halbjahr in Europa
- Zweistelliges Umsatzwachstum in Amerika durch anhaltende Stärke in den USA
- China als Wachstumstreiber der Region Asien / Pazifik

* inkl. Naher Osten und Afrika

UMSATZ NACH VERTRIEBSKANAL – Eigener Einzelhandel wächst deutlich überdurchschnittlich

Umsatz nach Vertriebskanal im Jahresvergleich

■ in Euro ■ währungsbereinigt



- Großhandel gewinnt in zweiter Jahreshälfte an Dynamik
- Einzelhandel wächst durch neue Geschäfte und Produktivitätsfortschritte
- Brillen und Uhren unterstützen Anstieg der Lizenzumsätze

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG – Konzernergebnis steigt um 82 Prozent

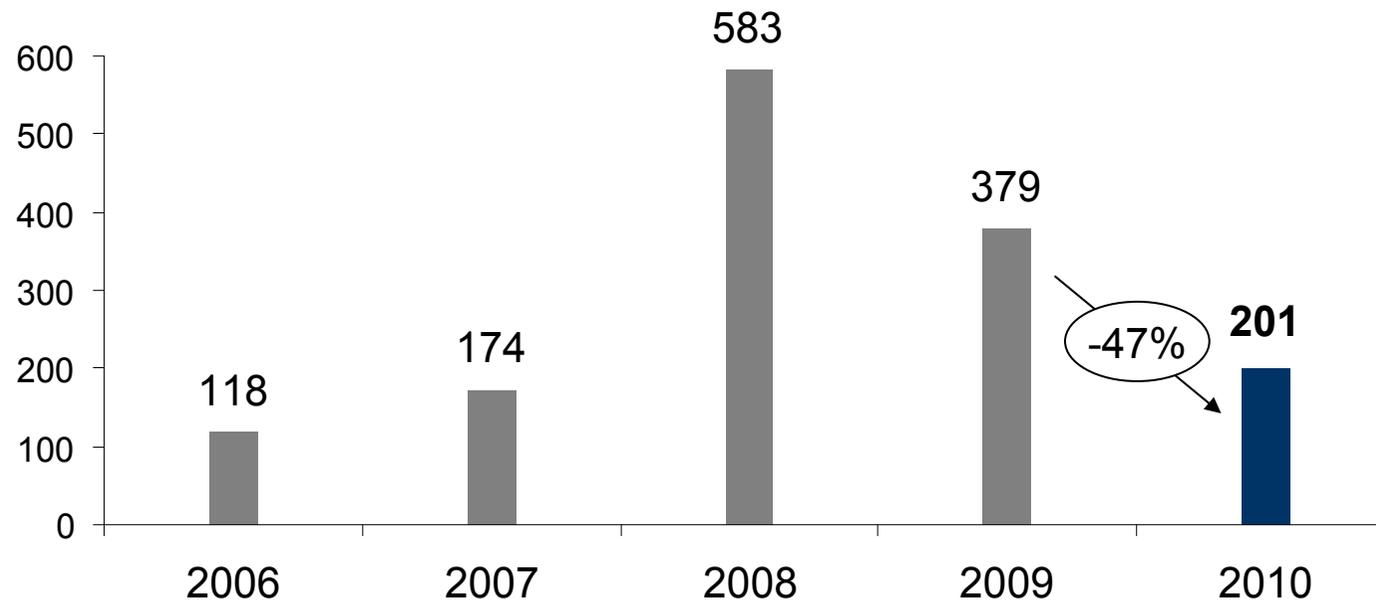
in Mio. EUR	2010	2009	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.729,4	1.561,9	11
Umsatzkosten ¹	-661,8	-680,9	3
Direkte Vertriebskosten	-40,5	-33,9	-19
Rohhertrag	1.027,2	847,1	21
in % vom Umsatz	59,4	54,2	5,2 PP
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-574,4	-487,9	-18
Verwaltungsaufwendungen und sonstige betriebliche Aufwendungen/ Erträge	-188,8	-203,8	7
Betriebsergebnis (EBIT)	263,9	155,4	70
Nettofinanzergebnis	-14,8	-18,8	21
Ergebnis vor Ertragssteuern	249,2	136,6	82
Konzernergebnis	189,2	104,0	82
Ergebnis je Aktie (EUR)²			
Stammaktie	2,69	1,50	79
Vorzugsaktie	2,70	1,51	79

¹ Der Vorjahreswert wurde angepasst.

² Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

NETTOFINANZVERBINDLICHKEITEN – Nettoverschuldung im Vergleich zum Vorjahr fast um die Hälfte verringert

Nettofinanzverbindlichkeiten (in Mio. EUR)

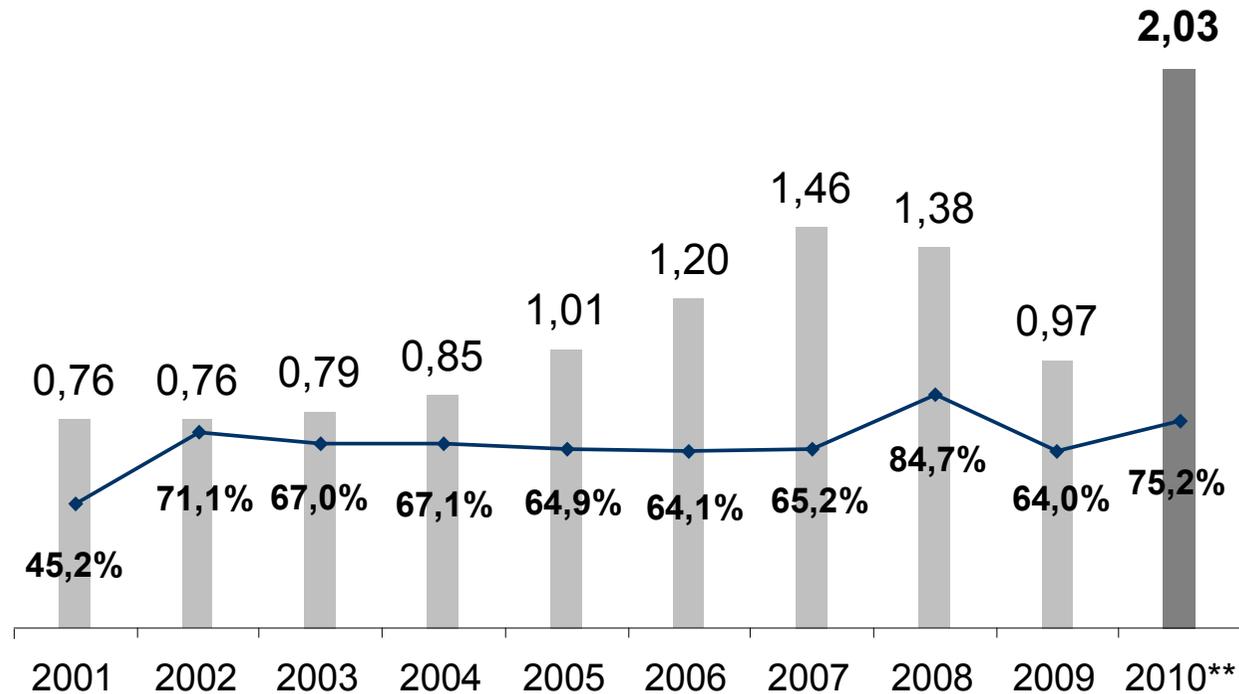


■ Nettofinanzverbindlichkeiten um 47% auf 201 Mio. EUR verringert

■ Eigenkapitalquote steigt von 19% auf 27%

DIVIDENDE – Erhöhung für 2010 vorgeschlagen

Dividende* und Ausschüttungsquote (in EUR und in %)

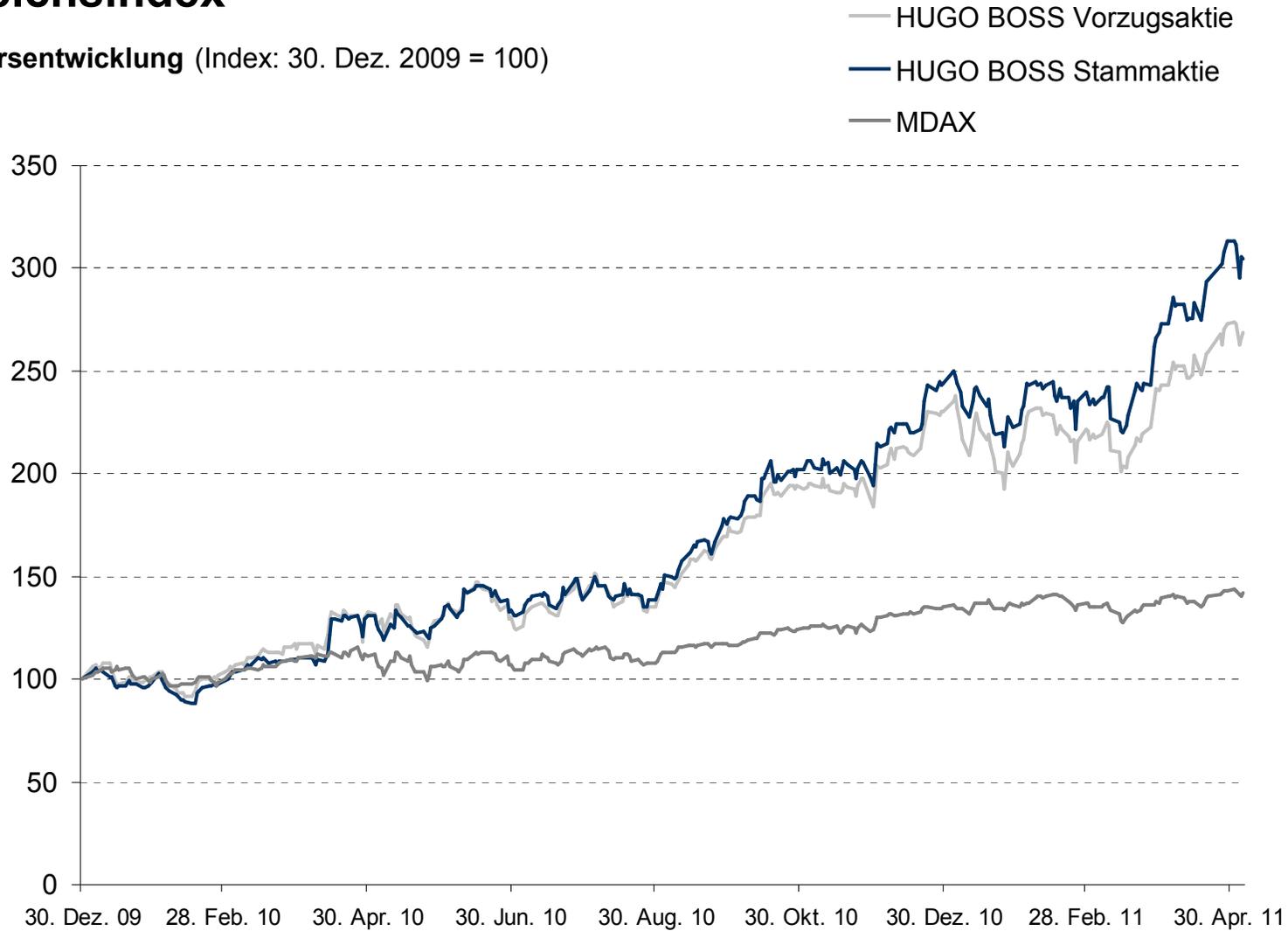


- Dividendenvorschlag folgt ergebnisorientierter, langfristiger Ausschüttungspolitik
- Unterstreicht Zuversicht hinsichtlich zukünftiger Ergebnisentwicklung

* Vorzugsaktien / exkl. Sonderdividende **2010: Dividendenvorschlag

AKTIENKURS – Kursentwicklung der HUGO BOSS Aktien übertrifft Vergleichsindex

Aktienkursentwicklung (Index: 30. Dez. 2009 = 100)



AGENDA



GESCHÄFTSJAHR 2010

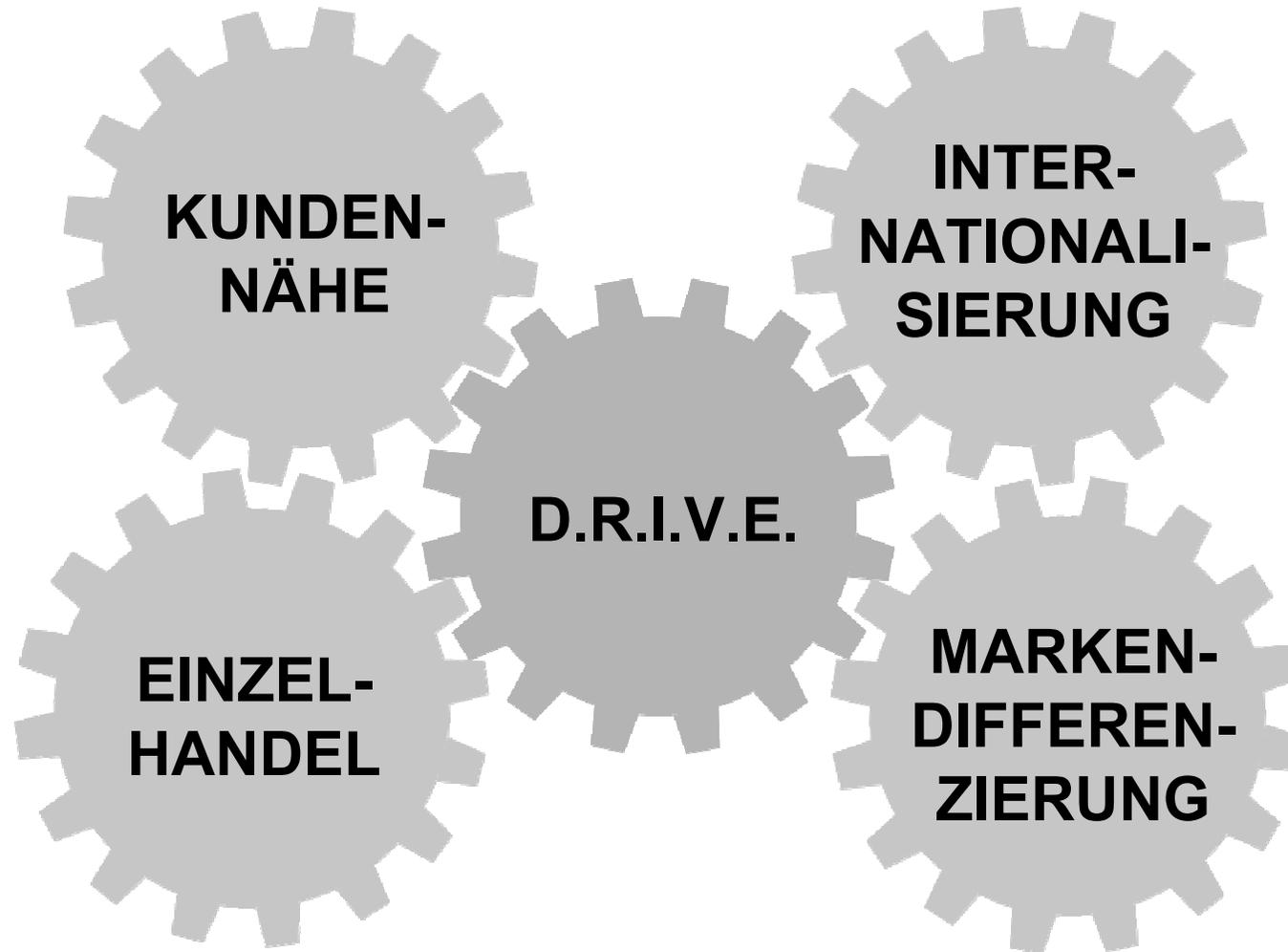


WACHSTUMSSTRATEGIE



AUSBLICK

WACHSTUMSSTRATEGIE – Projekt D.R.I.V.E. sichert das Zusammenspiel der Wachstumsbereiche



KUNDENNÄHE – Verstärkte Ausrichtung am Endkonsumenten

- Frühzeitige Integration von Marktinformationen
- Verkürzung der Entwicklungs- und Produktionsprozesse
- Reduktion der Kollektionskomplexität
- Verbrauchergerechte Belieferung der Verkaufsfläche
- Umstellung auf neuen Kollektionsrhythmus
- Klar definierte Kernsortimente für eigenen Einzelhandel

EINZELHANDEL – Weltweite Präsenz erheblich ausgebaut

- Einzelhandel um 99 auf 537 eigene Geschäfte erweitert
- Investitionsfokus auf Wachstumsregion Asien / Pazifik
- Flächenproduktivitäten gesteigert
- Leistungsstarke Storekonzepte entwickelt

EAZELHADEL – Erfolgreiche Neueröffnungen 2010 / 2011



Antwerpen / Belgien



Las Vegas / USA



Hong Kong

Hauptversammlung 2011

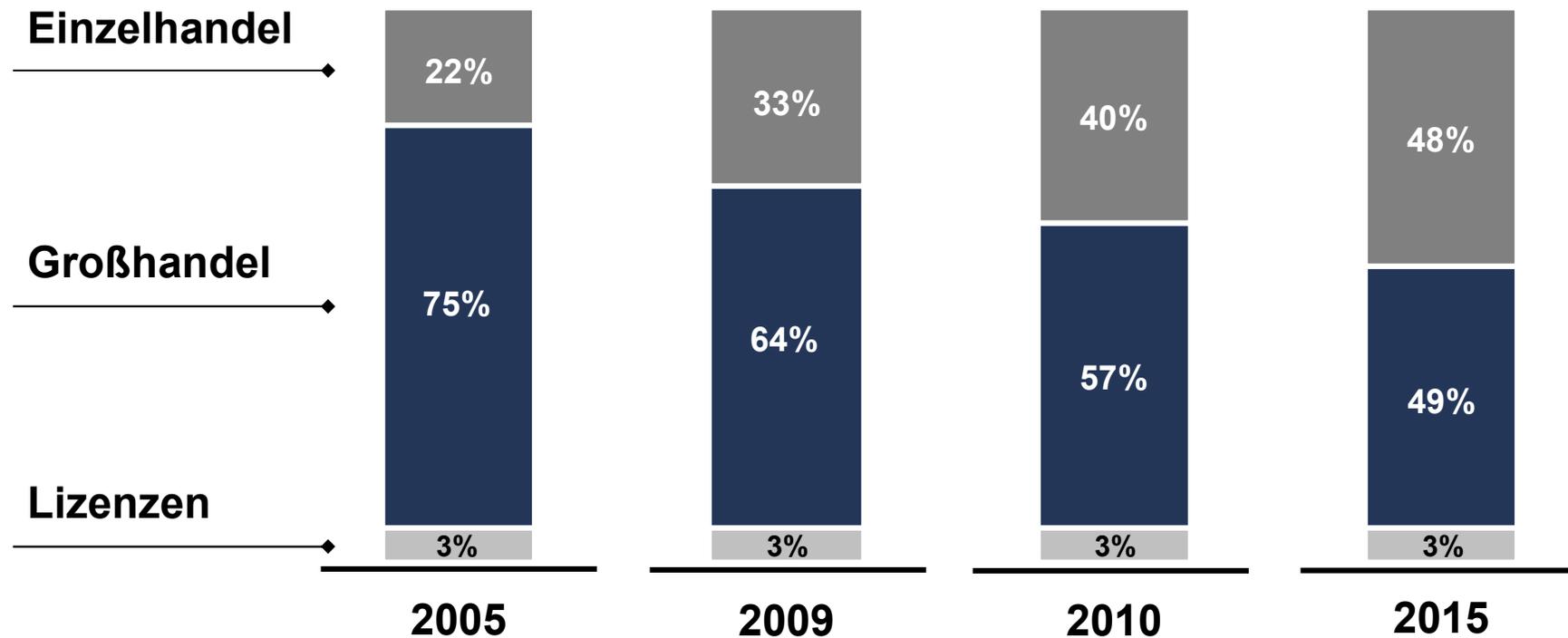


Kunming / China

EINZELHANDEL – Überproportionale Steigerung der Online Umsätze

The screenshot shows the HUGO BOSS online store homepage. At the top, the brand name 'HUGO BOSS' is displayed. Below it, a navigation bar includes 'COLLECTIONS', 'ONLINE STORE', 'LIFESTYLE', 'STORE LOCATOR', and 'THE COMPANY'. On the right side of the navigation bar, there are links for 'WISHLIST', 'MY ACCOUNT', and a 'Shopping Bag' icon showing '0 Items \$0.00'. A search bar with the placeholder text 'Enter search term' is located on the right. The main banner features a male model in a brown jacket and light trousers on the left, and a female model in a white dress on the right. The text 'SHOP THE RUNWAY' is centered, with 'BOSS BLACK SPRING 2011 >>' below it. The HUGO BOSS logo is also present. At the bottom of the banner, it says 'BERLIN FASHION WEEK - ENTER TO WIN >>'. Below the banner is a dark bar with the text 'FREE SHIPPING ON ALL ORDERS OF \$195 OR MORE'. The footer section is divided into two parts: 'CONNECT WITH US' on the left, which includes social media icons for Facebook, Twitter, YouTube, and the HUGO BOSS iPhone App; and 'GET IN THE KNOW!' on the right, which encourages users to sign up for exclusive news and updates.

EINZELHANDEL – Umsatzanteil deutlich gesteigert



INTERNATIONALISIERUNG – Europa

- Stärkere Dynamik im zweiten Halbjahr
- Zweistelliges Wachstum in Großbritannien
- Südeuropäische Märkte stabilisieren sich
- Marktführerschaft im Heimatmarkt ausgebaut

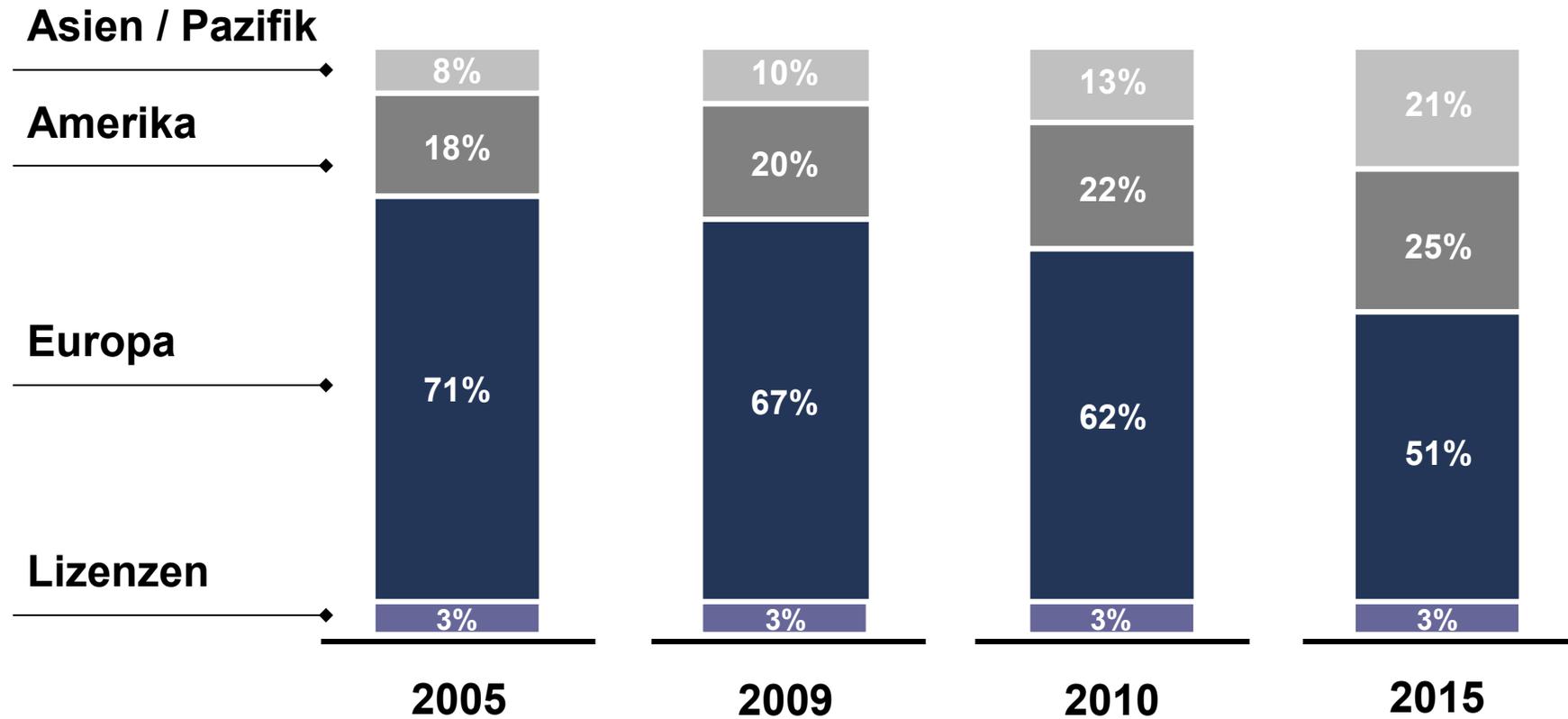
INTERNATIONALISIERUNG – Amerika

- Umsatz in den USA steigt um 16 Prozent in lokaler Währung
- Flächenzugewinne im US-amerikanischen Großhandel
- Starke Markenpositionierung zahlt sich aus
- Zweistelliges Wachstum in Mittel- und Südamerika

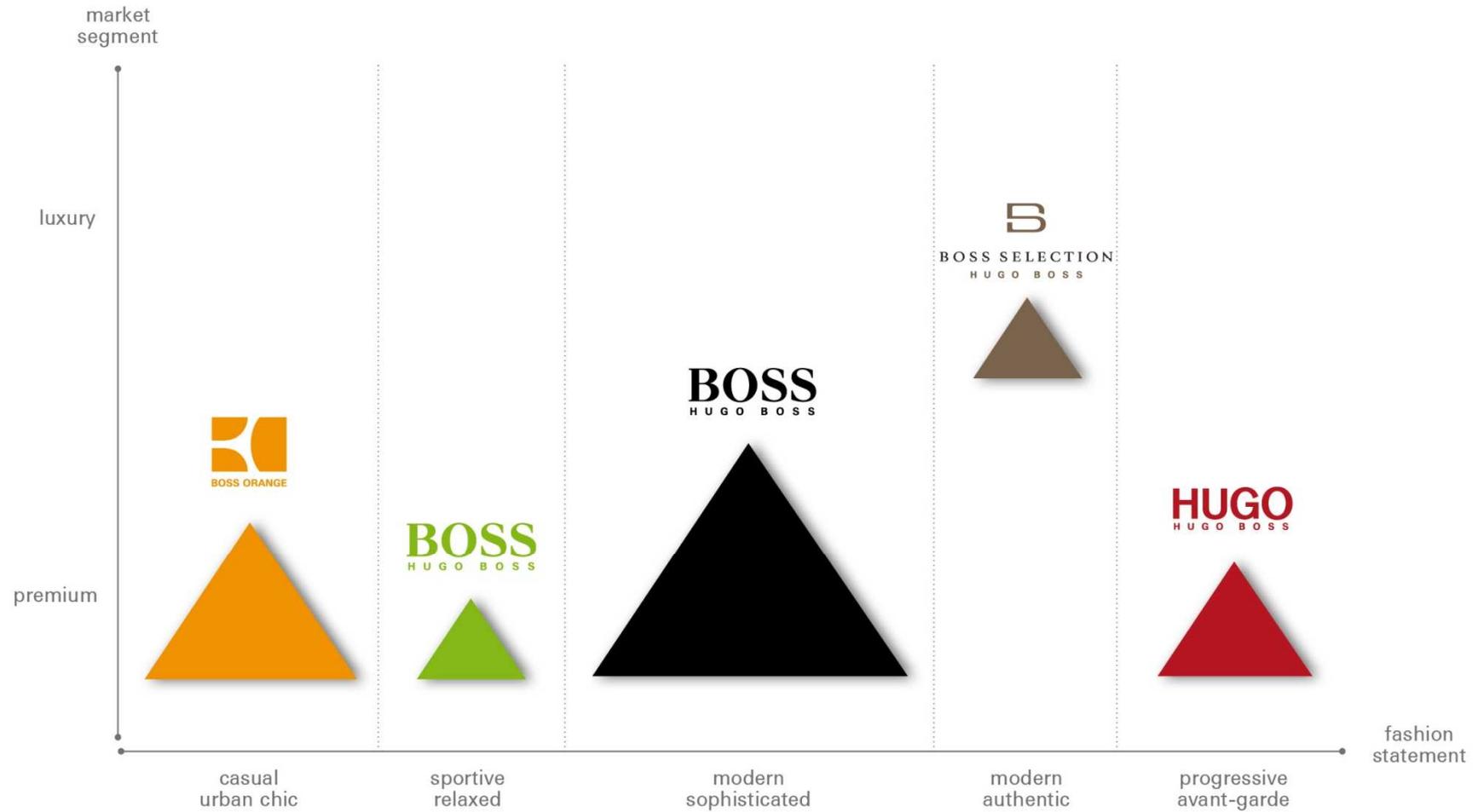
INTERNATIONALISIERUNG – Asien / Pazifik

- China wächst in lokaler Währung um 84 Prozent
- Erfolgreiche Integration des Joint Ventures mit Rainbow Gruppe
- Klare Wahrnehmung als Luxusanbieter
- Anhaltend schwieriges Marktumfeld in Japan

INTERNATIONALISIERUNG – Außereuropäischen Umsatzanteil deutlich gesteigert

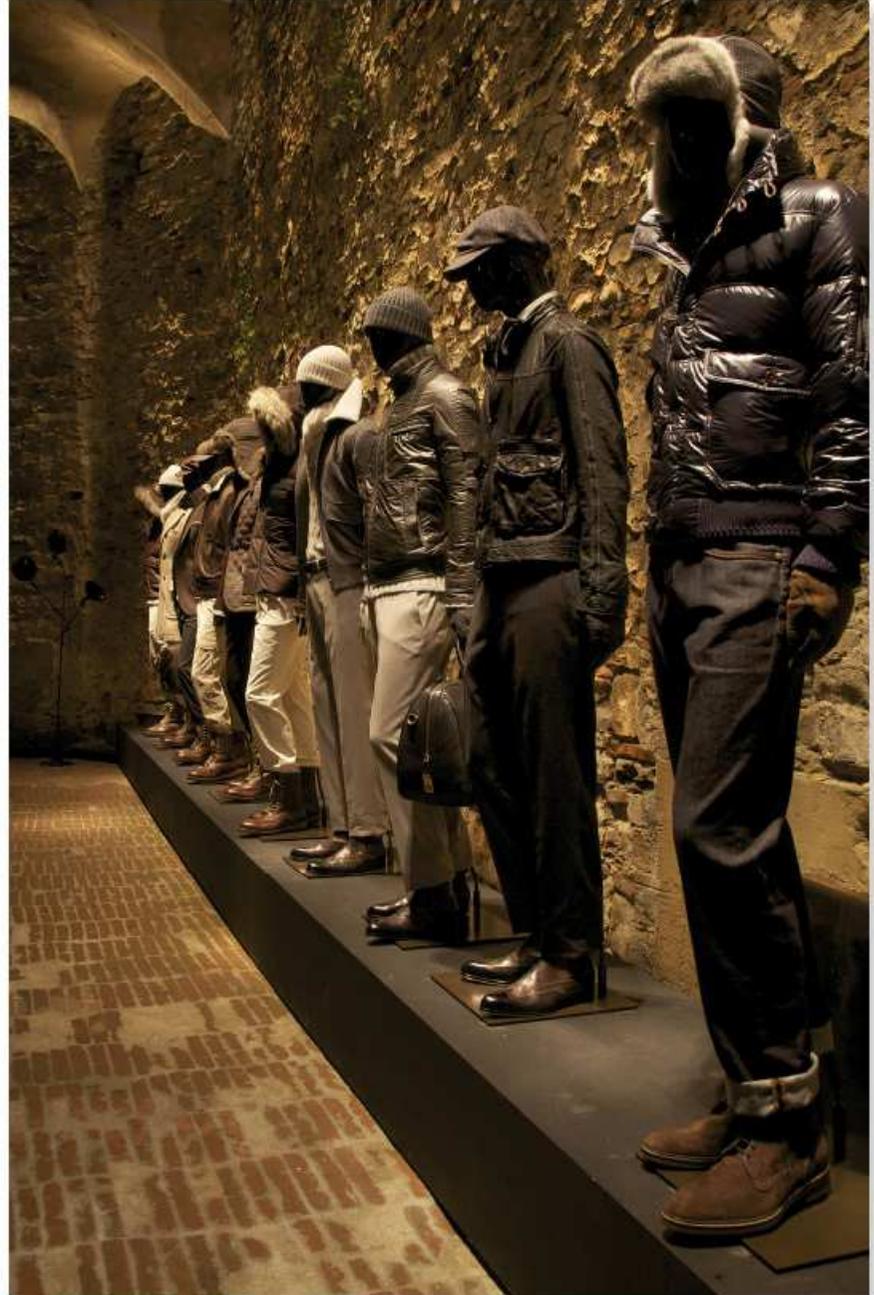


MARKENDIFFERENZIERUNG – Klare Positionierung im Premium- und Luxusgütersegment



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







BOSS
HUGO BOSS



DRESS ME FOR THE FINALE!

DESIGN THE OVERALLS FOR JENSON BUTTON AND LEWIS HAMILTON ON HUGOBOSS.COM/McLAREN





BOSS ORANGE

BOSS
HUGO BOSS

WWW.BOSS-FRAGRANCES.COM SHOP.ONLINE.HUGOBOSS.COM

BOSS ORANGE
FEATURING SIENNA MILLER, THE FRAGRANCE FOR WOMEN

BOSS
HUGO BOSS

WWW.BOSS-FRAGRANCES.COM SHOP.ONLINE.HUGOBOSS.COM

BOSS ORANGE
FEATURING ORLANDO BLOOM, THE NEW FRAGRANCE FOR MEN



BOSS
HUGO BOSS







NOW LIVE!
HUGO FASHIONSHOW LIVESTREAM SPRING/SUMMER 2011
20.01.2011
▶ [See the show](#)



AGENDA



GESCHÄFTSJAHR 2010



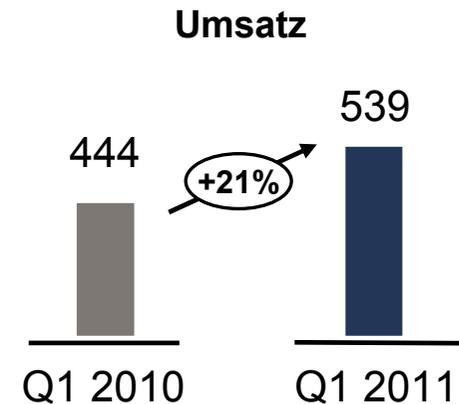
WACHSTUMSSTRATEGIE



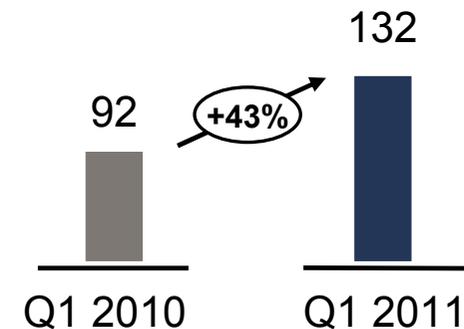
AUSBLICK

HUGO BOSS mit starkem ersten Quartal 2011

- Zweistelliges Wachstum in allen Regionen, Vertriebskanälen und Marken
- Umsätze in China mehr als verdoppelt
- Starkes Großhandelsgeschäft insbesondere in den USA
- Eigener Einzelhandel wächst weiter kräftig
- Überproportionale Steigerung der Profitabilität



EBITDA vor Sondereffekten



* Alle Werte in Millionen Euro

AUSBLICK HUGO BOSS 2011

Ausblick 2011

**Umsatzwachstum
(währungsbereinigt)**

mind. 12%

**Wachstum EBITDA vor
Sondereffekten**

mind. 15%

Investitionen

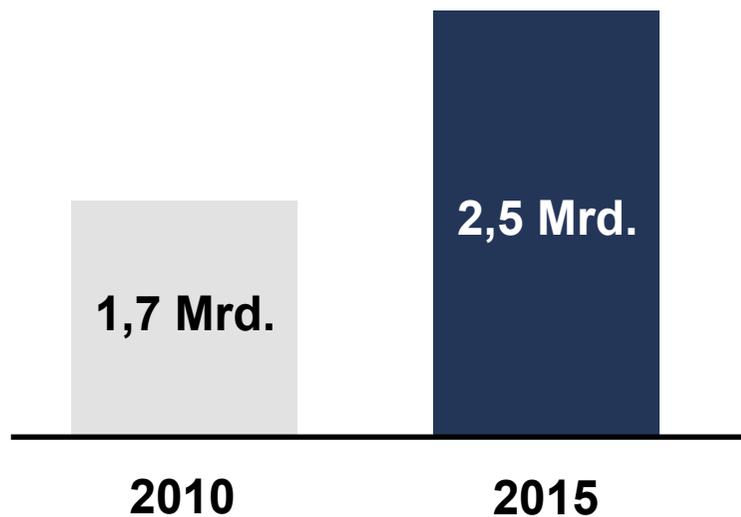
ca. 90 Mio. EUR

**Netzwerk eigener
Einzelhandelsgeschäfte**

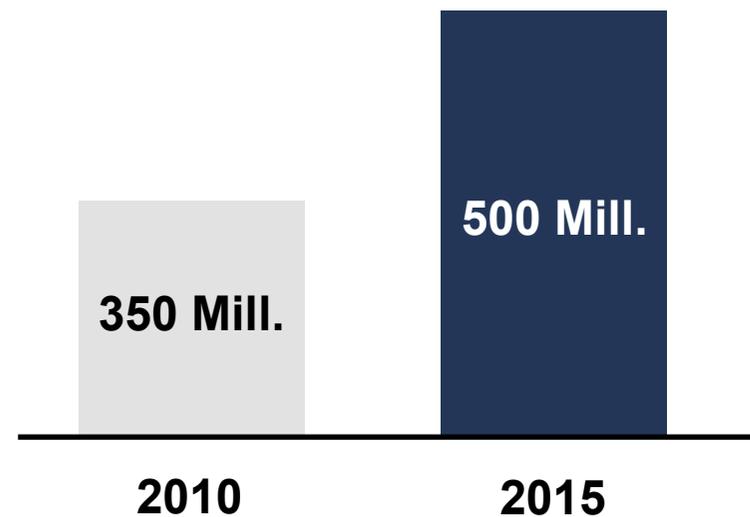
Ausbau um ca. 70 Stores

WACHSTUMSZIELE – HUGO BOSS setzt sich ambitionierte Umsatz- und Ergebnisziele bis 2015

UMSATZERLÖSE



EBITDA



KEY TAKEAWAYS – HUGO BOSS bereit für ein weiteres Rekordjahr

- 2010 das bislang erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte

- Starker Start in das Jahr 2011

- Solide Basis für weiteres profitables Wachstum gelegt

H U G O B O S S