HUGO BOSS

LAGEBERICHT UND JAHRESABSCHLUSS DER HUGO BOSS AG
FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR **2011**

H U G O B O S S

LAGEBERICHT UND JAHRESABSCHLUSS DER HUGO BOSS AG
FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR **2011**

INHALT

01 AN UNSERE AKTIONÄRE

02 LAGEBERICHT

03 JAHRESABSCHLUSS

04 WEITERE ANGABEN

006 Bericht des Aufsichtsrats
010 Corporate Governance Bericht

018 Geschäftstätigkeit und Unternehmensstruktur
020 Unternehmenssteuerung
024 Strategie
030 Mitarbeiter
033 Innovation, Forschung und Entwicklung
036 Beschaffung und Produktion
039 Nachhaltigkeit
044 Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen
046 Umsatz- und Ertragslage
049 Vermögens- und Finanzlage
052 Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage
053 Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat
054 Spezialgesetzliche Angaben
056 Risiko- und Chancenbericht
068 Nachtrags- und Prognosebericht

074 Bilanz
076 Gewinn- und Verlustrechnung
077 Anhang für das Geschäftsjahr 2011
077 Rechnungslegung
077 Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, Währungsumrechnungen
081 Erläuterungen zur Bilanz
092 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
095 Sonstige Angaben
102 Angaben zum Mehrheitsaktionär
113 Vorstand und Aufsichtsrat
118 Entwicklung des Anlagevermögens

122 Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns
123 Versicherung der gesetzlichen Vetreter
124 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
125 Zukunftsgerichtete Aussagen
126 Finanzkalender und Kontakte

01

AN UNSERE AKTIONÄRE

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Damen und Herren,

auch im Geschäftsjahr 2011 hat der Aufsichtsrat mit großer Sorgfalt seine sich aus Gesetz, der Satzung der Gesellschaft und seiner Geschäftsordnung ergebenden Kontroll- und Beratungsaufgaben wahrgenommen.

Der Vorstand hat dem Aufsichtsrat ausführlich sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form zeitnah und umfassend über die beabsichtigte Geschäftspolitik und andere grundsätzliche Fragen der Unternehmensplanung, insbesondere die Finanz-, Investitions- und Personalplanung, berichtet. Auf der Grundlage dieser Berichte des Vorstands hat der Aufsichtsrat die Arbeit des Vorstands im Geschäftsjahr 2011 beratend begleitet und den Vorstand bei der Führung der Geschäfte überwacht. Daneben fanden regelmäßig Gespräche zwischen dem Vorstandsvorsitzenden und dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats über wichtige Entwicklungen und anstehende Entscheidungen statt. Vor diesem Hintergrund war der Aufsichtsrat stets sowohl für die HUGO BOSS AG als auch für die Konzernunternehmen informiert. Das Gleiche gilt für die strategische Weiterentwicklung, über den Gang der Geschäfte, insbesondere den Umsatz und die Lage der Gesellschaft sowie die Entwicklung der wichtigsten finanzwirtschaftlichen Kennzahlen, insbesondere die Rentabilität der Gesellschaft, vor allem des Eigenkapitals. Sofern Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den Plänen und Zielen auftraten, wurden sie dem Aufsichtsrat im Einzelnen erläutert und anhand der vorgelegten Unterlagen von diesem geprüft. Vorstand und Aufsichtsrat stimmten gemeinsam die strategische Ausrichtung des Unternehmens ab.

Soweit für Entscheidungen oder Maßnahmen des Vorstands aufgrund Gesetzes, Satzung oder Geschäftsordnung eine Zustimmung erforderlich war, wurden die Beschlussvorlagen – gegebenenfalls vorbereitet durch die Ausschüsse – vom Aufsichtsrat in den Sitzungen erörtert, geprüft und beschlossen. Genehmigungen erfolgten gegebenenfalls erst nach Rückfragen an den Vorstand sowie ausführlichen Erörterungen mit den Mitgliedern des Vorstands. In dringenden Fällen wurden vom Aufsichtsrat Beschlüsse im Wege des Umlaufverfahrens gefasst. Der Aufsichtsrat wurde unmittelbar und frühzeitig in alle Entscheidungen eingebunden, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung waren. Darüber hinaus wurden die in den Berichten des Vorstands dargelegte wirtschaftliche Lage und die Entwicklungsperspektiven des Konzerns im Aufsichtsrat stets sorgfältig erörtert.

WESENTLICHE THEMEN DER AUFSICHTSRATSSITZUNGEN IM JAHR 2011

Im Berichtsjahr 2011 fanden in den Monaten März, Mai, Oktober und Dezember insgesamt vier Aufsichtsratssitzungen statt, wobei es sich bei der Aufsichtsratssitzung im Oktober um eine zweitägige Sitzung handelte. Bei den meisten Sitzungen war der Aufsichtsrat vollzählig anwesend. Kein Mitglied des Aufsichtsrats nahm im Geschäftsjahr 2011 an weniger als der Hälfte der Sitzungen teil.

Die Sitzung des Aufsichtsrats im März 2011 befasste sich schwerpunktmäßig mit dem Jahresabschluss der HUGO BOSS AG und des HUGO BOSS Konzerns zum 31. Dezember 2010, dem Prüfungsbericht des Abschlussprüfers sowie der Prüfung des Abhängigkeitsberichts. In dieser Sitzung wurde der Jahresabschluss der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2010 gebilligt und festgestellt; außerdem wurde der Konzernabschluss des HUGO BOSS Konzerns gebilligt. Darüber hinaus wurde der Bericht des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung erörtert und verabschiedet ebenso wie – nach Prüfung der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2011 – die Vorschläge für die Beschlussfassung der Hauptversammlung der HUGO BOSS AG vom 10. Mai 2011. Die zweitägige Sitzung des Aufsichtsrats im Oktober 2011 diente einer ausführlichen Diskussion der Vorstandsorganisation, der Tätigkeitsschwerpunkte des Aufsichtsrats für 2012, verschiedener Investitionsprojekte, einer Reihe von Einzelhandelsprojekten und der Personalentwicklung. In der Sitzung des Aufsichtsrats im Dezember 2011 wurde die Effizienzprüfung des Aufsichtsrats durchgeführt, die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex 2011 diskutiert und verabschiedet, die Berichte der Ausschüsse des Aufsichtsrats im Einzelnen erörtert und sowohl das Budget 2012 als auch die Interne Revisions-Planung 2012 diskutiert und beschlossen.

Die Umsatz- und Ergebnisentwicklungen, die Investitionsplanung, einzelne Investitionsprojekte sowie die aktuelle Risikolage der Gesellschaft wurden regelmäßig in den Sitzungen des Aufsichtsrats besprochen und, soweit erforderlich, verabschiedet. Daneben beschäftigte sich der Aufsichtsrat insbesondere mit der weiteren Internationalisierung des Geschäfts, das heißt dem Ausbau des eigenen Einzelhandels sowie den anstehenden Investitionen, Compliance-Fragen und dem Corporate Governance Kodex.

AUSSCHÜSSE DES AUFSICHTSRATS UND ARBEIT DER AUSSCHÜSSE IM JAHR 2011

Um seine Arbeit effizient ausüben zu können, hat der Aufsichtsrat insgesamt fünf Ausschüsse eingerichtet: einen Prüfungsausschuss („Audit Committee"), einen Arbeitsausschuss, einen Personalausschuss, einen Nominierungsausschuss und einen gesetzlich erforderlichen Vermittlungsausschuss. Soweit gesetzlich zulässig, sind Entscheidungsbefugnisse des Aufsichtsrats auf Ausschüsse übertragen worden. Die Ausschüsse befassten sich jeweils ausführlich mit den ihnen zugewiesenen Themen und die Ausschussvorsitzenden berichteten dem Aufsichtsrat immer umfassend über die Sitzungen und deren Ergebnisse.

Der Prüfungsausschuss tagte im Geschäftsjahr 2011 sechsmal. Gegenstand seiner Sitzungen waren vor allem die Rechnungslegung der Gesellschaft und des Konzerns sowohl für die Jahres- als auch die Halbjahres- und Quartalsabschlüsse und -berichte, die Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses, das Risikoüberwachungssystem und das Risikomanagement, die internen Kontrollsysteme und Fragen der Compliance. In diesem Zusammenhang hat der Aufsichtsrat und Vorstand eine Beratungsgesellschaft mandatiert, die Wirksamkeit des Internen Kontrollsystems (IKS) zu prüfen. Der Prüfungsausschuss begleitete und überwachte das Projekt und unterrichtete den Aufsichtsrat regelmäßig über die Ergebnisse des Projekts. Zusammenfassend wurde festgestellt, dass das IKS wirksam und effektiv ist. Der Personalausschuss kam zu drei Sitzungen zusammen. Dabei befasste er sich schwerpunktmäßig mit Zielvereinbarungen für den Vorstand, der Zielerreichung und der Vergütung des Vorstands, insbesondere dem variablen Vergütungssystem. Der Arbeitsausschuss trat im Berichtsjahr zu drei Sitzungen zusammen, in denen er sich mit verschiedenen Investitionen beziehungsweise Desinvestitionen, der Strategie, insbesondere auch der Vorbereitung der Strategiesitzung des Aufsichtsrats und der Weiterbildung der Aufsichtsratsmitglieder sowie der Vorbereitung der Aufsichtsratssitzungen und der Beschlüsse des Aufsichtsrats beschäftigte. Der Nominierungsausschuss und der Vermittlungsausschuss gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG mussten im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht einberufen werden.

CORPORATE GOVERNANCE

Mit der Weiterentwicklung der Corporate Governance-Regeln im Unternehmen hat der Aufsichtsrat sich auch im vergangenen Geschäftsjahr befasst, ohne dass dabei Änderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) berücksichtigt werden mussten. Im Dezember 2011 wurde von Vorstand und Aufsichtsrat eine neue Entsprechenserklärung gemäß § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG zur Einhaltung der Empfehlungen des Corporate Governance Kodex bei der HUGO BOSS AG abgegeben.
Auf Seite 10 befindet sich der gemeinsame Bericht über die Corporate Governance der Gesellschaft gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex. Wie in den vergangenen Jahren wurde die vom Corporate Governance Kodex empfohlene Effizienzprüfung der Aufsichtsratstätigkeit anhand eines standardisierten, umfangreichen Fragebogens durchgeführt. Die Ergebnisse wurden in der Aufsichtsratssitzung am 12. Dezember 2011 eingehend diskutiert und analysiert, wobei der Aufsichtsrat zu einem positiven Ergebnis kam.

Im Geschäftsjahr 2011 sind keine Interessenkonflikte betreffend Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder aufgetreten, die gemäß Corporate Governance Kodex dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen sind und über die die Hauptversammlung zu informieren ist.

PRÜFUNG DES JAHRES- UND KONZERNABSCHLUSSES

Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss der HUGO BOSS AG mit Lagebericht für das Geschäftsjahr 2011 sowie der Konzernabschluss mit Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2011 wurden von der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, unter Einbeziehung der Buchführung geprüft. Den Prüfungsauftrag dazu hatte der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats entsprechend dem Beschluss der Hauptversammlung vom 10. Mai 2011 vergeben. Dabei wurde mit dem Abschlussprüfer vereinbart, dass der Vorsitzende des Prüfungsausschusses über mögliche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe während der Prüfung unverzüglich zu unterrichten war, soweit solche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe nicht unverzüglich beseitigt würden. Außerdem wurde mit dem Abschlussprüfer vereinbart, dass dieser über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse, die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung ergäben, unverzüglich zu berichten habe. Der Abschlussprüfer hatte des Weiteren den Aufsichtsrat zu informieren beziehungsweise in seinem Prüfungsbericht zu vermerken, wenn er bei Durchführung der Abschlussprüfung Tatsachen feststellte, die eine Unrichtigkeit der von Vorstand und Aufsichtsrat abgegebenen Erklärung nach § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG ergeben würden. Zu entsprechenden Berichten des Abschlussprüfers gab es jedoch keinen Anlass. Des Weiteren hat der Aufsichtsrat die Unabhängigkeitserklärung des Abschlussprüfers gemäß Ziffer 7.2.1 des Deutschen Corporate Governance Kodex eingeholt und sich von der Unabhängigkeit des Prüfers überzeugt. Behandelt wurde ferner die Vergabe von Aufträgen für nicht prüfungsbezogene Dienstleistungen an den Abschlussprüfer.

Der Konzernabschluss der HUGO BOSS AG wurde gemäß § 315a HGB auf Grundlage der internationalen Rechnungslegungsstandards IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, aufgestellt. Der Abschlussprüfer erteilte für den Jahresabschluss mit Lagebericht und den Konzernabschluss mit Konzernlagebericht jeweils einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk.

Darüber hinaus wurde der vom Vorstand aufgestellte Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen vom Abschlussprüfer geprüft. Der Abschlussprüfer hat den folgenden Bestätigungsvermerk für den Bericht erteilt:

„Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass
1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind,
2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war."

Die Abschlussunterlagen und der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands sowie die zwei Prüfungsberichte des Abschlussprüfers, einschließlich des Berichts über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 AktG und des Prüfungsberichts des Abschlussprüfers zum Abhängigkeitsbericht, lagen dem Aufsichtsrat vor. Diese wurden vorab vom Prüfungsausschuss, und dann vom Plenum des Aufsichtsrats im Beisein des Abschlussprüfers, der über die Ergebnisse seiner Prüfung berichtete, eingehend erörtert und geprüft. Der Abschlussprüfer berichtete über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung und erläuterte im Einzelnen die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft sowie des Konzerns. Der Abschlussprüfer berichtete darüber hinaus, dass keine wesentlichen Schwächen des internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems, bezogen auf den Rechnungslegungsprozess, vorlägen. Außerdem informierte er darüber, dass keine Umstände vorlägen, die Anlass zur Besorgnis hinsichtlich seiner Befangenheit gaben, sowie über Leistungen, die er zusätzlich zu den Abschlussprüfungsleistungen erbrachte. Die dabei vom Aufsichtsrat und von seinen Ausschüssen gestellten Fragen wurden beantwortet, die Abschlussunterlagen im Einzelnen mit

dem Abschlussprüfer durchgegangen, vom Aufsichtsrat und von seinen Ausschüssen diskutiert und geprüft. Die Prüfungsberichte wurden mit dem Abschlussprüfer erörtert und dazu gestellte Fragen vom Abschlussprüfer beantwortet. Daraufhin wurde dem Ergebnis des Abschlussprüfers zugestimmt. Der Aufsichtsrat erhebt nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung keine Einwendungen.

Der Aufsichtsrat billigte daher in seiner Bilanzsitzung vom 13. März 2012 den vom Vorstand aufgestellten Jahres- und Konzernabschluss sowie die jeweiligen Lageberichte für das Geschäftsjahr 2011. Damit ist der Jahresabschluss der HUGO BOSS AG für das Geschäftsjahr 2011 nach § 172 AktG festgestellt.

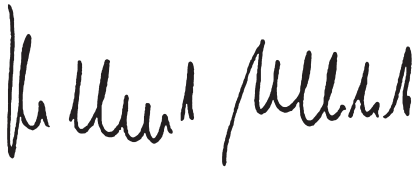
Dem vom Prüfungsausschuss und vom Aufsichtsrat geprüften Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen und dem hierzu erstellten Prüfungsbericht des Abschlussprüfers stimmt der Aufsichtsrat zu. Nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung sind keine Einwendungen gegen die Erklärung des Vorstands am Schluss des Berichts über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen zu erheben.

Schließlich stimmte der Aufsichtsrat in seiner Sitzung vom 13. März 2012 dem Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns zu. In diesem Zusammenhang erörterte und diskutierte er intensiv die Liquiditätslage der Gesellschaft, die Finanzierung der geplanten Investitionen und die Auswirkungen auf den Kapitalmarkt. Der Aufsichtsrat kam dabei zu dem Ergebnis, dass der Vorschlag sowohl im Interesse der Gesellschaft als auch der Aktionäre ist.

Der Aufsichtsrat dankt den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren großen persönlichen Einsatz und ihre geleistete Arbeit, ohne die der Erfolg der HUGO BOSS AG im Geschäftsjahr 2011 nicht denkbar wäre.

Metzingen, den 13. März 2012

Der Aufsichtsrat



DR. HELLMUT ALBRECHT
Vorsitzender

CORPORATE GOVERNANCE BERICHT

gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex

HUGO BOSS ist von jeher überzeugt, dass eine gute und transparente Corporate Governance, die international und national anerkannten Standards entspricht, ein wesentlicher Faktor für den langfristigen Erfolg des Unternehmens ist. Corporate Governance ist daher Teil des Selbstverständnisses und ein Anspruch, der sämtliche Bereiche des Unternehmens und des Konzerns umfasst. Vorstand und Aufsichtsrat sehen sich in der Verpflichtung, durch eine verantwortungsbewusste und langfristig ausgerichtete Unternehmensführung für den Bestand des Unternehmens und eine nachhaltige Wertschöpfung zu sorgen. HUGO BOSS will das Vertrauen der Anleger, der Finanzmärkte, Geschäftspartner, Mitarbeiter und der Öffentlichkeit dauerhaft bestätigen und Corporate Governance im Konzern fortentwickeln.

Vorstand und Aufsichtsrat haben sich im Geschäftsjahr 2011 ausführlich mit der Erfüllung der Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) befasst. Als Ergebnis konnte die Entsprechenserklärung vom Dezember 2011 abgegeben werden, welche am Ende dieses Berichts enthalten und auf der Internetseite der HUGO BOSS AG ebenso veröffentlicht ist wie vorhergehende Entsprechenserklärungen. Bis auf wenige Ausnahmen befolgt die HUGO BOSS AG sämtliche Empfehlungen des Kodex, der von der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex zuletzt am 26. Mai 2010 geändert und am 2. Juli 2010 bekannt gemacht worden ist. Einzelheiten hierzu sind im nachfolgenden Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat zu finden.

ZUSAMMENARBEIT, ZUSAMMENSETZUNG UND TÄTIGKEIT VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten im Interesse des Unternehmens eng zusammen. Gemeinsames Ziel ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts. Dazu berichtet der Vorstand dem Aufsichtsrat regelmäßig, umfassend und zeitnah über alle für das Unternehmen bedeutsamen Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements sowie über Compliance-Themen. Ziel- und Planungsabweichungen werden dem Aufsichtsrat und seinen Ausschüssen erläutert; die strategische Ausrichtung und Weiterentwicklung des Konzerns wird mit dem Aufsichtsrat abgestimmt und erörtert.

Das durch den Deutschen Corporate Governance Kodex betonte Merkmal der Unabhängigkeit der Mitglieder des Aufsichtsrats gilt bei HUGO BOSS schon seit Längerem. Die Mitglieder des Aufsichtsrats verfügen über die erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachliche Erfahrung über die entsprechenden Gremien. Keines der aktuellen Aufsichtsratsmitglieder bekleidete zu einem früheren Zeitpunkt eine Vorstandsposition innerhalb der Gesellschaft. Auch bestanden im Berichtsjahr keine Berater- und sonstigen Dienstleistungs- und Werkverträge zwischen Aufsichtsratsmitgliedern und der Gesellschaft.

Im Übrigen hat der Aufsichtsrat entsprechend der Empfehlung des Deutschen Corporate Governance Kodex konkrete Ziele für seine Zusammensetzung, aber auch für die Zusammensetzung des Vorstands festgelegt und diese bereits im Corporate Governance Bericht im letzten Jahr im Einzelnen dargelegt. An diesen Zielen hat sich nichts geändert.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex sieht ferner vor, dass der Vorstand bei der Besetzung von Führungsfunktionen im Unternehmen auf Vielfalt (Diversity) achtet und dabei insbesondere eine angemessene Berücksichtigung von Frauen anstreben soll. Diesem Ziel sieht sich der Vorstand verpflichtet. Er hat bereits bisher auf eine vielfältige Zusammensetzung der Mitarbeiter und eine angemessene Beteiligung von Frauen geachtet und wird dies auch künftig tun.

Bei ihren Entscheidungen und im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit für HUGO BOSS dürfen die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats weder persönliche Interessen verfolgen noch anderen Personen ungerechtfertigte Vorteile gewähren. Im Geschäftsjahr 2011 ist es zu keinen Interessenkonflikten von Vorstands- oder Aufsichtsratsmitgliedern gekommen. Die Mandate der Vorstands- und der Aufsichtsratsmitglieder sind im Anhang unter „Aufsichtsrat und Vorstand" aufgeführt. Die von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern wahrgenommenen Mandate in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten beziehungsweise vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen können der Seite 116 entnommen werden. Kein Vorstandsmitglied nimmt mehr als drei Aufsichtsratsmandate in konzernexternen börsennotierten Gesellschaften wahr. Die Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen sind im Anhang des Konzernabschlusses auf der Seite 168 dargestellt.

RISIKOMANAGEMENT UND RISIKOCONTROLLING

Ein verantwortungsbewusster Umgang des Unternehmens mit Risiken ist wesentlicher Bestandteil einer guten Corporate Governance. Das in dem wertorientierten Konzernmanagement verankerte systematische Risikomanagement versetzt das Unternehmen in die Lage, Risiken frühzeitig erkennen und bewerten sowie Risikopositionen durch entsprechende Maßnahmen optimieren zu können. Es ist eine wesentliche Aufgabe, ein angemessenes Risikomanagement und Risikocontrolling im Unternehmen sicherzustellen. Mit der Überwachung der Wirksamkeit des internen Kontroll-, Risikomanagement- und Revisionssystems befasst sich regelmäßig der vom Aufsichtsrat eingerichtete Prüfungsausschuss („Audit Committee"), auch unter Einbeziehung der Wirtschaftsprüfer. Die Systeme werden kontinuierlich weiterentwickelt und den sich ändernden Rahmenbedingungen angepasst. Naturgemäß können sie jedoch keinen absoluten Schutz gegen Verluste aus geschäftlichen Vorgängen oder gar betrügerische Handlungen bieten.

Einzelheiten zum Thema internes Kontroll-, Risikomanagement- und Revisionssystem können dem Kapitel „Risikobericht" auf den Seiten 56 entnommen werden.

RECHNUNGSLEGUNG UND ABSCHLUSSPRÜFUNG

Bei der HUGO BOSS AG erfolgt die Rechnungslegung seit dem Geschäftsjahr 2001 auf der Grundlage der International Financial Reporting Standards (IFRS). Mit der Überwachung des Rechnungslegungsprozesses sowie der Überwachung der Abschlussprüfung befasst sich regelmäßig der vom Aufsichtsrat eingerichtete Prüfungsausschuss („Audit Committee"). Mit dem Abschlussprüfer, der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, wurde für das Berichtsjahr vereinbart, dass der Vorsitzende des Prüfungsausschusses über mögliche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe während der Prüfung unverzüglich zu unterrichten ist, soweit diese nicht unverzüglich beseitigt werden. Der Abschlussprüfer wurde ferner verpflichtet, über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse, die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung ergeben, unverzüglich zu berichten. Außerdem wurde vereinbart, dass der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat informiert beziehungsweise im Prüfungsbericht vermerkt, wenn bei der Abschlussprüfung Tatsachen festgestellt werden, die mit der von Vorstand und Aufsichtsrat nach § 161 AktG abgegebenen Entsprechenserklärung nicht vereinbar sind. Der Aufsichtsrat holte ferner eine Unabhängigkeitserklärung des Abschlussprüfers gemäß Ziffer 7.2.1 des Deutschen Corporate Governance Kodex ein und überzeugte sich von der Unabhängigkeit des Prüfers, wobei sich die Erklärung auch auf die Vergabe von Aufträgen für nicht prüfungsbezogene Dienstleistungen an den Abschlussprüfer bezog.

CORPORATE COMPLIANCE

Die HUGO BOSS AG und die Konzernunternehmen sind in verschiedenen Ländern und Regionen und damit in unterschiedlichen Rechtsordnungen tätig. Corporate Compliance im Sinne von Maßnahmen zur Einhaltung gesetzlicher und behördlicher Vorschriften, unternehmensinterner Richtlinien sowie Kodizes, zu deren Einhaltung sich der Konzern verpflichtet hat, sowie deren Beachtung durch die Konzernunternehmen ist bei HUGO BOSS eine wesentliche Leitungsaufgabe des Vorstands. Dies umfasst unter anderem Kartell- und Korruptionsvorschriften sowie die Regelungen des Kapitalmarktrechts.

Zur Unterstützung des Vorstandes bei der Einführung und Überwachung eines effektiven Compliance- Managements wurde 2010 unter anderem eine Compliance-Abteilung eingerichtet, welche die konzernweite Koordination der Corporate Compliance übernimmt.

Die HUGO BOSS AG erwartet von allen Mitarbeitern ein rechtlich einwandfreies Verhalten im unternehmerischen Alltag. Um dies zu ermöglichen und eine entsprechende Grundlage zu schaffen, hat HUGO BOSS im Jahr 2010 konzernweit gültige Verhaltensgrundsätze in einem Code of Conduct und in Richtlinien zusammengefasst, die im Laufe des Jahres 2011 stufenweise im gesamten Konzern implementiert wurden. Schwerpunkt des Code of Conduct und der Richtlinien sind insbesondere Regelungen zum Verhalten im Wettbewerb, zur Vermeidung von Korruption und Interessenkonflikten, zum korrekten Umgang mit Unternehmensinformationen und zur Achtung fairer und respektvoller Arbeitsbedingungen. Im Rahmen von Schulungen werden die Mitarbeiter fortlaufend mit den relevanten Regelungen vertraut gemacht.

Zur Unterstützung und Beratung bei Fragen des rechtlich richtigen Verhaltens stehen den Mitarbeitern sowohl ihre Vorgesetzten als auch der Compliance Officer zur Verfügung.

KAPITALMARKTKOMMUNIKATION

Um eine größtmögliche Transparenz zu gewährleisten und damit das Vertrauen der Aktionäre und Kapitalgeber sowie der interessierten Öffentlichkeit zu stärken, erfolgt eine regelmäßige und zeitnahe Information über die Lage des Unternehmens sowie wesentliche geschäftliche Veränderungen. Im Rahmen der Investor Relations-Aktivitäten findet ein regelmäßiger Austausch mit institutionellen Anlegern und Finanzanalysten statt. Neben der jährlichen Analystenkonferenz zum Jahresabschluss werden anlässlich der Veröffentlichung der Zwischenberichte zum ersten und dritten Quartal sowie des Halbjahresfinanzberichts Telefonkonferenzen für Finanzanalysten durchgeführt. Im Jahr 2011 wurde darüber hinaus im Rahmen eines Investor Days ein ausführlicher Einblick in die Konzernstrategie und die mittelfristigen Wachstumspläne gegeben. Die für diese Veranstaltungen oder auch für Investorenkonferenzen vorbereiteten Präsentationen können im Internet unter www.group. hugoboss.com eingesehen werden.

Für Privatanleger stellt die Hauptversammlung die wichtigste Investor Relations-Veranstaltung dar. Die jährliche Hauptversammlung dient dazu, sämtliche Aktionäre zügig, umfassend und effektiv zu informieren. Können Aktionäre an der Hauptversammlung nicht vor Ort teilnehmen, so haben sie die Möglichkeit, die Übertragung der Rede des Vorstandsvorsitzenden im Internet zu verfolgen. Sie können ihr Stimmrecht in der Versammlung selbst ausüben oder durch einen Bevollmächtigten ihrer Wahl beziehungsweise einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft ausüben lassen.

Alle wesentlichen Informationen und Publikationen können auf der Unternehmens-Website www.group.hugoboss.com abgerufen werden. Dort findet sich auch der Finanzkalender, der über die wichtigsten Termine unterrichtet, ständig aktualisiert wird und fester Bestandteil des Geschäftsberichts und der Zwischenberichte ist. Darüber hinaus werden hier Informationen über aktuelle Entwicklungen sowie sämtliche Presse- und Ad-hoc-Mitteilungen publiziert. Ad-hoc-Meldungen gemäß § 15 WpHG, welche die Gesellschaft unmittelbar betreffen, werden von HUGO BOSS entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen unverzüglich veröffentlicht und können, ebenso wie Beteiligungsmeldungen, in der Investor Relations-Rubrik der Website unter „Mitteilungen" eingesehen werden.
Damit soll dem Prinzip des „Fair Disclosure" folgend sichergestellt werden, dass alle Aktionäre und wesentlichen Zielgruppen gleich behandelt werden und neue Tatsachen grundsätzlich allen Aktionären und der interessierten Öffentlichkeit zeitgleich zur Verfügung stehen. Schließlich kann bei Interesse auch ein elektronischer Newsletter genutzt werden, um aktuell über Neuigkeiten aus dem Konzern informiert zu werden.

MELDEPFLICHTIGE WERTPAPIERGESCHÄFTE

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sowie Mitarbeiter mit Führungsaufgaben im Sinne des WpHG sind nach § 15a WpHG dazu verpflichtet, den Erwerb oder die Veräußerung von Wertpapieren der HUGO BOSS AG – sogenannte Directors' Dealings – offenzulegen. Directors' Dealings werden auf der Unternehmens-Website unter „Meldepflichtige Wertpapiergeschäfte" veröffentlicht.

Der Gesellschaft wurden im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2011 zwei nach § 15a WpHG meldepflichtige Wertpapiergeschäfte gemeldet.

Herr Dr. Hellmut Albrecht, Aufsichtsratsvorsitzender, hat am 15. November 2011 in Frankfurt/Main 750 Vorzugsaktien (ISIN Nummer DE0005245534) der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen zu einem Stückpreis von 67,55 Euro, Gesamtpreis 50.668,27 Euro, erworben.

Ferner hat Herr Dr. Hellmut Albrecht am 15. Dezember 2011 in Frankfurt/Main 895 Vorzugsaktien (ISIN Nummer DE0005245534) der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen zu einem Stückpreis von 55,79 Euro, Gesamtpreis 49.933,66 Euro, erworben.

Herr Dr. Hellmut Albrecht ist Aufsichtsratsvorsitzender der HUGO BOSS AG.

AKTIENBESITZ VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Der Gesamtbesitz aller Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder an Aktien der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2011 betrug weniger als 1 % der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien. Damit lag zu diesem Stichtag kein mitteilungspflichtiger Besitz nach Ziffer 6.6 des Deutschen Corporate Governance Kodex vor.

VERGÜTUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Die Summe der fixen Gehaltsbestandteile des Vorstands belief sich im Geschäftsjahr 2011 auf 2.873 TEUR (2010: 3.248 TEUR). Die fixen Gehaltsbestandteile umfassen, neben dem Gehalt, dem Vorstand gewährte Leistungen wie Dienstwagen und sonstige zum Gehalt gehörende Sachleistungen sowie weitere zur Erfüllung der Vorstandsaufgaben notwendige Ausstattungen und Leistungen.

Die variablen Vergütungsbestandteile mit nachhaltiger Anreizwirkung bestehen in einer mehrjährigen Bonusvereinbarung, die entsprechend der Zielerreichung der mit dem Aufsichtsrat vereinbarten persönlichen Ziele sowie der Erfüllung der im Vorfeld definierten Unternehmenskennzahlen EBITDA vor Sondereffekten und kurzfristiges operatives Nettovermögen (Trade Net Working Capital) gewährt werden. Der Bonus für ein Jahr richtet sich überwiegend nach Zielen, deren Erreichung über einen Zeitraum von drei Jahren bemessen wird. Nach Ablauf des dritten Geschäftsjahres wird der Bonus final ermittelt und ausbezahlt. Für einen Übergangszeitraum bei Einführung der mehrjährigen Bonusvereinbarungen erhalten die Vorstandsmitglieder Abschlagszahlungen auf den erwarteten Bonus. Sofern der Betrag der Restzahlung negativ ist, ist dieser vom Vorstandsmitglied an die HUGO BOSS AG zurückzuzahlen. Die Zuführung zur Rückstellung für den Mehrjahresbonus erfolgt ratierlich. Zum 31. Dezember 2011 besteht eine Rückstellung in Höhe von 4.050 TEUR (2010: 3.025 TEUR).

Die zum Bilanzstichtag aktiven Vorstände haben keinen Anspruch auf Teilnahme am „Stock Appreciation Rights Program".

Für den Fall der vorzeitigen Beendigung enthalten die Dienstverträge Regelungen, die - von der in der Entsprechenserklärung vom Dezember 2011 erklärten Abweichung abgesehen - im Einklang mit den Vorgaben des Corporate Governance Kodex stehen. Für den Fall der regulären Beendigung enthalten die Dienstverträge - mit Ausnahme von Pensionsregelungen - keine Regelungen. Im Geschäftsjahr 2011 sind keine Leistungen an frühere Vorstandsmitglieder im Zusammenhang mit der Beendigung ihrer Tätigkeit gewährt worden (2010: 2.934 TEUR).

Daneben bestehen für die Vorstände Pensionszusagen durch die Gesellschaft. Das spätere Ruhegeld richtet sich nach der Anzahl der Dienstjahre und dem Grundgehalt. Die Zuführung zu den Pensionsrückstellungen der Vorstandsmitglieder (ohne Gehaltsumwandlung) betrugen 1.209 TEUR (2010: 1.964 TEUR).

Gemäß den Forderungen des Corporate Governance Kodex ist die Vergütung der Aufsichtsräte aufgeteilt in einen fixen und einen variablen Bestandteil. Der variable Bestandteil bemisst sich nach der Höhe des Ergebnisses je Aktie im Konzernabschluss. Die Position des Aufsichtsratsvorsitzenden und die seines Stellvertreters werden bei der Berechnung der Vergütung berücksichtigt. Der Aufsichtsrat erhielt für seine Tätigkeit im Jahr 2010 Gesamtbezüge in Höhe von 1.534 TEUR. Für das Jahr 2011 betragen die Gesamtbezüge voraussichtlich 1.911 TEUR, darin enthalten ist eine Rückstellung für den variablen Anteil in Höhe von1.156 TEUR (2010: 738 TEUR).

ENTSPRECHENSERKLÄRUNG

Nach § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG haben Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG jährlich eine Entsprechenserklärung abzugeben, ob den im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex" entsprochen wurde und wird. Darüber hinaus ist begründet anzugeben, welche Empfehlungen nicht angewendet wurden oder werden. Die letzte Änderung des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 26. Mai 2010 wurde am 2. Juli 2010 im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht. Vorstand und Aufsichtsrat haben deshalb im Dezember 2011 folgende Entsprechenserklärung abgegeben:

„Entsprechenserklärung

Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats der HUGO BOSS AG gemäß § 161 AktG

HUGO BOSS AG, Metzingen, Wertpapierkennnummern 524 550, 524 553

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG erklären hiermit gemäß § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG, dass seit der Entsprechenserklärung vom Dezember 2010 den Empfehlungen der Regierungskommission „Deutscher Corporate Governance Kodex" zunächst in der Fassung vom 18. Juni 2009 – bekannt gemacht im elektronischen Bundesanzeiger am 5. August 2009 – beziehungsweise seit deren Geltung in der Fassung vom 26. Mai 2010 – bekannt gemacht im elektronischen Bundesanzeiger am 2. Juli 2010 – mit folgenden Ausnahmen entsprochen wurde und wird:

- Ziffer 2.1.2 Satz 1 Deutscher Corporate Governance Kodex („DCGK"): Bei der HUGO BOSS AG gibt es neben den stimmberechtigten Stammaktien nicht stimmberechtigte Vorzugsaktien. Diese Einteilung ist historisch bedingt.

- Abweichend von der Empfehlung in Ziffer 3.8 Satz 5 DCGK enthält die D&O- (Directors & Officers -)Versicherung für Mitglieder des Aufsichtsrats keinen Selbstbehalt. Die HUGO BOSS AG deckt das D&O-Risiko durch eine angemessene Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung, in die auch die Aufsichtsratsmitglieder einbezogen sind. Die Mitglieder des Aufsichtsrats führen ihre Ämter verantwortungsvoll und im Interesse des Unternehmens. Die HUGO BOSS AG ist der Auffassung, dass ein Selbstbehalt kein geeignetes Mittel ist, um das Verantwortungsbewusstseinweiter zu verbessern. Zudem würde die Einführung eines Selbstbehalts nicht zu einer wesentlichen Senkung der Prämienzahlungen führen.

- Abweichend von der Empfehlung in Ziffer 4.2.3 Absatz 4 Satz 2 DCGK wird für die Berechnung des Abfindungs-Caps die Gesamtvergütung für das letzte volle Geschäftsjahr beziehungsweise – wenn das Vorstandsmitglied bereits zwei volle Geschäftsjahre im Amt war – der Durchschnitt der letzten zwei vollen Geschäftsjahre zugrunde gelegt, da dies nach Ansicht des Aufsichtsrats eine breitere und damit bessere Bemessungsgrundlage darstellt.

- Abweichend von Ziffer 5.4.6 Absatz 3 DCGK wird die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder im Corporate Governance-Bericht nicht individualisiert ausgewiesen. Ebenso wenig erfolgt ein individualisierter Ausweis der vom Unternehmen an die Mitglieder des Aufsichtsrats gezahlten Vergütungen oder gewährten Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen. Die gezahlten Aufsichtsratsvergütungen werden im Anhang in Summe dargestellt. Ein betragsmäßiger Individualausweis im Corporate Governance Bericht bringt nach Ansicht der HUGO BOSS AG keine kapitalmarktrelevante Zusatzinformation.

Metzingen, Dezember 2011"

02

LAGEBERICHT

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND UNTERNEHMENSSTRUKTUR

HUGO BOSS ist einer der Weltmarktführer im Premium- und Luxussegment des Bekleidungsmarkts. Das Unternehmen fokussiert sich auf die Entwicklung und Vermarktung hochwertiger Mode und Accessories im Damen- und Herrenbereich. Die Herstellung der Produkte erfolgt überwiegend durch unabhängige Zulieferer. Mit seiner Markenwelt spricht HUGO BOSS unterschiedliche, klar voneinander abgegrenzte Zielgruppen an. Dabei wird ein umfassendes Produktportfolio abgedeckt, das aus klassisch-moderner Konfektion, eleganter Abendbekleidung und Sportswear, Schuhen, Lederaccessoires sowie in Lizenz vertriebenen Düften, Brillen, Uhren, Kinderbekleidung, Heimtextilien und Motorradhelmen besteht.

Durch gezielte Marketingmaßnahmen sowie das Engagement im Sport- und Kultursponsoring stärkt HUGO BOSS die weltweite Bekanntheit und das Image seiner Marken. Neben klassischen Werbeformen wie Print und Out-of-Home werden die relevanten Zielgruppen zunehmend über neue Marketinginstrumente wie soziale Netzwerke angesprochen. Sportsponsoring-Maßnahmen konzentrieren sich auf Premium-Sportarten wie Segeln, Golf oder Formel 1, die Markenwerte wie Dynamik, Perfektion und Präzision auf ideale Weise transportieren. In seinen Kultursponsoring-Aktivitäten betont HUGO BOSS die Gemeinsamkeiten zwischen Kunst und Mode im Hinblick auf Design, Ästhetik und Kreativität. Akzente setzt das Unternehmen zusätzlich durch medienwirksame Fashion Events in den Modemetropolen der Welt, welche die Attraktivität und Akzeptanz der Marken bei wichtigen Zielgruppen zusätzlich unterstreichen und die Markenwelt von HUGO BOSS emotionalisieren.

HUGO BOSS vertreibt seine Produkte in 124 Ländern weltweit. Die wichtigste Absatzregion ist weiterhin Europa. Heute können Kunden HUGO BOSS Produkte in mehr als 6.300 Verkaufspunkten weltweit erwerben. Neben Mehrmarken-Verkaufspunkten, die von Großhandelspartnern betrieben werden, nimmt die Bedeutung von Monomarken-Verkaufspunkten deutlich zu. HUGO BOSS Geschäfte werden dabei entweder von Franchisepartnern oder durch HUGO BOSS selbst betrieben.

ORGANISATIONSSTRUKTUR

Die HUGO BOSS AG, mit Sitz in Metzingen, Deutschland, ist die Muttergesellschaft des HUGO BOSS Konzerns. Hier werden alle zentralen Leitungsfunktionen für den Konzern gebündelt. Zu den zentralen Aufgaben der HUGO BOSS AG gehören die Festlegung der Unternehmensstrategie (insbesondere der Marken- und Vertriebsstrategie), die Unternehmensfinanzierung, das Risikomanagement sowie das Treffen von Kollektionsentscheidungen und die Steuerung des Vertriebsnetzwerkes. Darüber hinaus ist die HUGO BOSS AG neben der internen Kommunikation insbesondere für die externe Kommunikation, einschließlich der Kontakte zum Kapitalmarkt und zu den Aktionären, verantwortlich.

Neben der HUGO BOSS AG setzt sich der Konzern aus 53 konsolidierten Tochtergesellschaften zusammen, die die Verantwortung für die lokalen Geschäftstätigkeiten tragen. Die HUGO BOSS AG war im abgelaufenen Geschäftsjahr an 12 Gesellschaften direkt beteiligt. Eine detaillierte Übersicht der direkten und indirekten Beteiligungsverhältnisse ist auf der Seite 82 ff. zu finden.

Die Führungsstruktur der HUGO BOSS AG ergibt sich in erster Linie aus den gesellschaftsrechtlichen Rahmenbedingungen. Als deutsche Aktiengesellschaft hat die HUGO BOSS AG eine duale Führungs- und Kontrollstruktur. Gesteuert wird das Unternehmen durch den Gesamtvorstand. Der Aufsichtsrat berät den Vorstand und überwacht dessen Geschäftsführung. Die Grundzüge der Vergütung der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sind im Lagebericht auf Seite 53 dargestellt. Die aktienbasierte Vergütung für Führungskräfte ist im Anhang auf Seite 99 ff. zu finden.

Im Vorstand der HUGO BOSS AG sind der Vorstandsvorsitzende und die gleichberechtigten Vorstände mit ihren – einzelne Zentralfunktionen umfassenden – Vorstandsressorts vertreten. Die Zentralfunktionen sind unter den Vorstandsmitgliedern wie folgt aufgeteilt:

CLAUS-DIETRICH LAHRS
Vorsitzender des Vorstands
Vorstand für die Bereiche Vertrieb, Retail,
Lizenzen, Kommunikation und Global Replenishment

CHRISTOPH AUHAGEN
Vorstand für die Bereiche Brand Management,
Creative Management, Sourcing und Manufacturing

MARK LANGER
Vorstand für die Bereiche Controlling,
Investor Relations, Finanzen, Recht, Personal, Logistik, IT
und Central Services, Arbeitsdirektor

Der Vorstand wird in seiner Tätigkeit durch eine im Jahr 2008 geschaffene erweiterte Geschäftsleitung unterstützt, der die Direktoren für die Regionen Europa inkl. Naher Osten/Afrika, Amerika und Asien/Pazifik sowie Direktoren zentraler Funktionen angehören.

UNTERNEHMENSSTEUERUNG

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG (GEM. § 289A HGB)

Die Erklärung zur Unternehmensführung (gem. § 289a HGB) beinhaltet die Entsprechenserklärung, Angaben zu den Unternehmensführungspraktiken sowie die Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat und wird auf der Website von HUGO BOSS unter „Investor Relations/Corporate Governance" veröffentlicht.

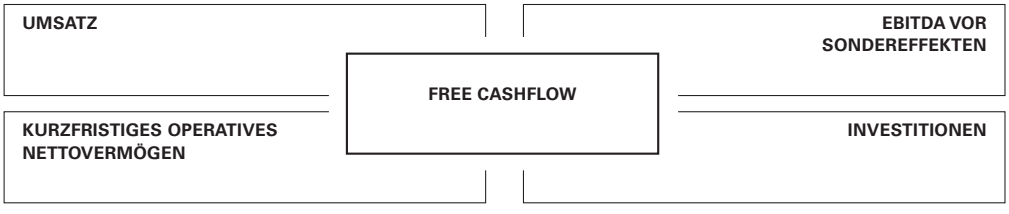
GESAMTVORSTAND VERANTWORTET UNTERNEHMENSSTEUERUNG

HUGO BOSS wird durch den Gesamtvorstand gesteuert, der insbesondere die strategische Ausrichtung des Konzerns festlegt. Die operative Umsetzung der Strategie erfolgt in enger Zusammenarbeit mit den Regional- und Markendirektoren sowie den Leitern der Zentralfunktionen. Die Organisations- und Führungsstruktur ordnet Befugnisse und Verantwortlichkeiten unternehmensintern eindeutig zu und definiert die Berichtslinien. Sie richtet somit alle Unternehmensressourcen auf die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts aus. Davon profitiert auch die HUGO BOSS AG, weil diese über den Intercompany-Leistungsaustausch ebenfalls unmittelbar an Unternehmenswertsteigerungen partizipiert, wobei die HUGO BOSS AG selbst anhand der Konzernkennzahlen gesteuert wird.

ZENTRALE STEUERUNGSGRÖSSEN
FOKUS AUF STEIGERUNG DES FREE CASHFLOWS

Zur Steigerung des Unternehmenswerts konzentriert sich die HUGO BOSS AG auf die Maximierung des Konzern Free Cashflows. Ein dauerhaft positiver Free Cashflow sichert die finanzielle Unabhängigkeit der Gesellschaft sowie des Konzerns und seine jederzeitige Zahlungsfähigkeit. Die wesentlichen Ansatzpunkte zur Verbesserung des Free Cashflows liegen in der Steigerung von Umsatz und betrieblichem Ergebnis, definiert als EBITDA (operatives Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen) vor Sondereffekten. Durch konsequentes Management des kurzfristigen Nettovermögens (Trade Net Working Capital) und disziplinierte Investitionstätigkeit wird darüber hinaus die Free-Cashflow-Entwicklung unterstützt.

ZENTRALE STEUERUNGSGRÖSSEN DES HUGO BOSS KONZERNS



DEFINITION FREE CASHFLOW

FREE CASHFLOW	Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	
	+	Cashflow aus Investitionstätigkeit

UMSATZ UND EBITDA

Als wachstumsorientiertes Unternehmen misst die HUGO BOSS AG der profitablen Steigerung des Umsatzes besondere Bedeutung zu. Alle Aktivitäten zur Umsatzsteigerung werden an ihrem Potenzial gemessen, das um Sondereffekte bereinigte EBITDA und die EBITDA-Marge (das Verhältnis von Ergebnis zu Umsatz) langfristig zu steigern. Das EBITDA wurde aufgrund seiner Eigenschaft als wesentlicher Treiber des Free Cashflow als wichtigste Steuerungsgröße gewählt. Der wesentliche Ansatzpunkt zur Steigerung der EBITDA-Marge wird in der Verbesserung der Rohertragsmarge gesehen. Effizienzverbesserungen im eigenen Einzelhandel und in der Beschaffung sowie die Optimierung der Rabattpolitik bilden in diesem Zusammenhang die wichtigsten Maßnahmen. Darüber hinaus erfolgt eine strikte Kontrolle der operativen Aufwendungen mit dem Ziel, deren Anstieg im Verhältnis zum Umsatz auf ein unterproportionales Maß zu begrenzen.

Die Geschäftsleitung der Konzerngesellschaften trägt direkte Verantwortung für profitables Unternehmenswachstum. Ein Teil der Gesamtvergütung der Führungskräfte der eigenständigen Vertriebsgesellschaften ist deshalb variabel und an die Erreichung der Umsatz- und EBITDA-Ziele sowie weiterer cashflow-relevanter Kennzahlen gekoppelt.

KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN (TRADE NET WORKING CAPITAL)

Aufgrund des vergleichsweise wenig anlageintensiven Geschäftsmodells von HUGO BOSS stellt das kurzfristige operative Nettovermögen (Trade Net Working Capital) die bedeutendste Kennzahl zur Steuerung eines effizienten Kapitaleinsatzes dar.

Bis zum 30. September 2011 erfolgte die Steuerung des Kapitaleinsatzes anhand des kurzfristigen Nettovermögens (Net Working Capital). Ab Oktober 2011 wird auf das kurzfristige operative Nettovermögen (Trade Net Working Capital) abgestellt. Hintergrund dieser Änderung ist die weiter gefasste Definition des kurzfristigen Nettovermögens, das im Gegensatz zum kurzfristigen operativen Nettovermögen auch sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten und Forderungen sowie kurzfristige Rückstellungen beinhaltet. Diese Bilanzpositionen sind jedoch teilweise von Entscheidungen beeinflusst, die nicht im Verantwortungsbereich der operativen Vertriebseinheiten liegen. Die Umstellung auf das kurzfristige operative Nettovermögen dient dem Ziel, den Einfluss exogener Faktoren auf die Erreichung der Ziele der operativen Einheiten möglichst gering zu halten und somit den Anreiz zu operativen Verbesserungen nicht zu verwässern.

Das Management der Vorräte sowie von Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen liegt in der Verantwortung der operativen Geschäftsbereiche. Die Steuerung dieser drei Komponenten erfolgt über die Kennzahlen DIO (Days Inventories Outstanding – Vorratsreichweite), DSO (Days Sales Outstanding – Forderungsreichweite) und DPO (Days Payables Outstanding – Verbindlichkeitenreichweite), an die auch teilweise die variable Vergütung der Geschäftsführung der Vertriebseinheiten gekoppelt ist. Das Verhältnis von kurzfristigem Nettovermögen und Umsatz ist Indikator effizienten Kapitaleinsatzes im operativen Geschäft und deshalb Gegenstand der Zielvorgaben der Geschäftsführung, der Planung und des monatlichen Reportings der Geschäftseinheiten.

DEFINITION KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN

KURZFRISTIGES OPERATIVES NETTOVERMÖGEN		Vorräte
	+	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
	−	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

INVESTITIONEN

Die Prüfung der Werthaltigkeit vorgeschlagener Investitionsprojekte erfolgt unter Berücksichtigung der relevanten Kapitalkosten. Der Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten bildet aktuell den Schwerpunkt der Investitionstätigkeit. Aus diesem Grund wurde für Projekte in diesem Bereich ein spezifischer Genehmigungsprozess etabliert. Dieser umfasst neben der qualitativen Analyse potenzieller Standorte vor allem auch die Bewertung des Kapitalwerts eines jeden Projekts.

UNTERNEHMENSINTERNES STEUERUNGSSYSTEM

Die Planungs-, Steuerungs- und Überwachungsaktivitäten der Gesellschaft fokussieren die Optimierung der beschriebenen zentralen Steuerungsgrößen. Die Kernelemente des unternehmensinternen Steuerungssystems sind

- die Planung,
- das konzernweite, IT-gestützte Berichtswesen
- und das Investitionscontrolling.

Die Planung bezieht sich auf einen rollierenden Dreijahreszeitraum. Sie wird im Rahmen des unternehmensweiten Budgetprozesses jährlich unter Berücksichtigung der aktuellen Geschäftslage erstellt.

Auf Basis zentraler Zielvorgaben des Vorstands erstellen die Vertriebsgesellschaften vollständige Ergebnis-, Bilanz- und Investitionsplanungen für die von ihnen verantworteten Absatzmärkte oder Geschäftsfelder. Daraus abgeleitet erarbeiten die Entwicklungs- und Beschaffungseinheiten eine mittelfristige Kapazitätsplanung und übersetzen diese in eine Kostenplanung. Die Bottom-Up-Planung der Geschäftseinheiten wird zentral auf Plausibilität geprüft und zur Gesamtkonzernplanung aggregiert.
Die Jahresplanung wird in regelmäßigen Abständen vor dem Hintergrund der tatsächlichen Geschäftsentwicklung und bestehender Chancen und Risiken überarbeitet, um zu einer Hochrechnung des erwarteten Konzernergebnisses im laufenden Jahr zu gelangen. Auf Basis der erwarteten Cashflow-Entwicklung erstellt zudem die Konzern-Treasury-Abteilung auf monatlicher Basis Projektionen zur Entwicklung der Liquiditätssituation. Dadurch können finanzielle Risiken frühzeitig erkannt und Maßnahmen hinsichtlich des Finanzierungs- beziehungsweise Anlagebedarfs getroffen werden. Darüber hinaus stellt die währungsdifferenzierte Liquiditätsplanung unter anderem die Grundlage für die Einleitung eventueller Währungssicherungsmaßnahmen dar. Weitere Angaben zur Steuerung der finanziellen Risiken sind im Risikobericht aufgeführt.

BERICHTSWESEN

Der Vorstand wird monatlich in Form von standardisierten, weitgehend IT-gestützten Berichten unterschiedlicher Detailstufen über den operativen Geschäftsverlauf informiert. Dieses Berichtswesen wird bei Bedarf durch Ad-hoc-Analysen ergänzt. Die durch das konzernweite Berichtswesen generierten Ist-Daten werden monatlich mit den Plandaten verglichen. Zielabweichungen müssen erläutert und geplante Gegenmaßnahmen dargestellt werden. Entwicklungen mit wesentlichem Einfluss auf das Ergebnis müssen unverzüglich an den Vorstand berichtet werden. Besonderer Wert wird darüber hinaus auf die Analyse von Frühindikatoren gelegt, die geeignet sind, einen Hinweis auf die zukünftige Geschäftsentwicklung zu geben. In diesem Zusammenhang erfolgt die Analyse der Auftragsentwicklung, der Entwicklung des Replenishment-Geschäfts und der flächenbereinigten Umsatzentwicklung im eigenen Einzelhandel in mindestens wöchentlichem Rhythmus. In regelmäßigen Abständen wird zudem ein Vergleich mit der Entwicklung relevanter Wettbewerber durchgeführt.

INVESTITIONSCONTROLLING

Das Investitionscontrolling bewertet geplante und realisierte Investitionsprojekte hinsichtlich ihres Beitrags zur Erreichung der Renditeziele der Gesellschaft. Dabei werden ausschließlich Projekte initiiert, die einen positiven Beitrag zur Steigerung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Unternehmens erwarten lassen. Zudem wird in regelmäßigen Abständen die Profitabilität bereits realisierter Projekte durch nachgelagerte Analysen überprüft. Im Falle von Abweichungen zu den ursprünglich gesetzten Renditezielen werden entsprechende Gegenmaßnahmen ergriffen.

STRATEGIE

BEWÄHRTES GESCHÄFTSMODELL BASIS FÜR ZUKÜNFTIGES WACHSTUM

HUGO BOSS verfügt über ein erfolgreiches Geschäftsmodell, das die Basis für die Erreichung der ambitionierten Wachstumsziele bildet. HUGO BOSS als Konzern strebt an, im Jahr 2015 einen Umsatz von 3 Mrd. EUR und ein operatives Ergebnis (EBITDA vor Sondereffekten nach IFRS) von 750 Mio. EUR zu erwirtschaften.

Die weitere Optimierung der etablierten Stärken des Geschäftsmodells wird zur Erreichung dieser Ziele beitragen. Dazu zählen insbesondere die weitreichende Produktkompetenz, starke Marken, die globale Präsenz, leistungsfähige Unternehmensprozesse, hoch qualifizierte und motivierte Mitarbeiter sowie auf den Endkunden zugeschnittene Vertriebsaktivitäten.

Die Kernkompetenz von HUGO BOSS besteht in der Entwicklung und Vermarktung hochwertiger Damen- und Herrenbekleidung sowie von Schuhen und Lederaccessoires im Premium- und Luxussegment. Hochwertigste Materialien, exzellente Verarbeitungsqualität und herausragendes Design sind dabei integrale Bestandteile der Philosophie aller Marken. HUGO BOSS profitiert heute mehr denn je von seiner über Jahrzehnte erworbenen Produktkompetenz. Die historische Stärke in der klassischen Herrenbekleidung wurde dabei in den letzten beiden Jahrzehnten systematisch in angrenzende Bereiche wie Freizeit- und Damenbekleidung ausgeweitet. Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung der fast vollständig konzernintern organisierten Entwicklungsprozesse und die fortlaufende Optimierung der eigenen Produktionsaktivitäten wird dieses Wissen auch zukünftig bewahrt und gefördert. Die Gesellschaft plant dementsprechend, das zukünftige Wachstum vollständig in angestammten Kompetenz- und Geschäftsbereichen zu erwirtschaften.

MEHRMARKENSTRATEGIE ZUR ANSPRACHE INDIVIDUELLER KUNDENSEGMENTE

HUGO BOSS spricht Konsumenten mit einem umfassenden Markenportfolio an. Die Marken BOSS Black, BOSS Selection, BOSS Green, BOSS Orange und HUGO richten sich an anspruchsvolle Konsumenten mit vielfältigen Einstellungen und Bedürfnissen. Dementsprechend ist jede Marke in ihrer Positionierung, ihrem Produktangebot, ihrer Kommunikation und ihrer Präsentation am Verkaufspunkt auf eine jeweils klar definierte Zielgruppe ausgerichtet. Während BOSS Selection im Luxussegment positioniert ist, adressieren die übrigen Marken den Premiumbereich ihres jeweiligen Marktsegments. In der Summe ergänzen sie sich zu einem Portfolio, das eine weitreichende Abdeckung des für HUGO BOSS relevanten Markts gewährleistet. Das geplante Unternehmenswachstum soll somit vollständig mit dem bestehenden Markenportfolio erwirtschaftet werden.

GLOBALE PRÄSENZ

Die Attraktivität seiner Marken hat HUGO BOSS eine hohe globale Bekanntheit verschafft. Marktübergreifend steht HUGO BOSS für attraktives europäisches Design, überlegene Qualität und ein angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Gesellschaft sieht erhebliches Potenzial, diese Markenwahrnehmung in den kommenden Jahren noch umfassender als bislang zu kommerzialisieren.
Unterstützt von einem Ausbau des Distributionsnetzes insbesondere in Asien wird deshalb davon ausgegangen, dass sich der Anteil der außerhalb von Europa erwirtschafteten Umsätze in den nächsten Jahren kontinuierlich erhöhen wird.

LEISTUNGSFÄHIGE UNTERNEHMENSPROZESSE

HUGO BOSS verfügt über herausragende operative Prozesse in den Bereichen Produktion, Beschaffung, Logistik und Vertrieb, die wichtige Wettbewerbsvorteile verschaffen. Die selektive Nutzung eigener Produktionsstätten sichert HUGO BOSS kritisches Know-how und ermöglicht die konsequente Ausrichtung der

Entwicklungsaktivitäten auf die spätere industrielle Fertigung. Zudem ermöglichen die aus der eigenen Produktion gewonnenen Erkenntnisse die profitable Steuerung des externen Zulieferernetzes, das auf der Grundlage langfristig gewachsener Partnerschaften eine gleichbleibend hohe Produktqualität garantiert. Eine homogene IT-Landschaft unterstützt wirkungsvoll die operativen Prozesse aller Funktionen und schafft die notwendige Transparenz für unternehmerische Entscheidungen. Schließlich sichert eine leistungsfähige Logistikinfrastruktur die zeit- und mengengenaue Belieferung der Absatzpartner.

HOCH QUALIFIZIERTE UND MOTIVIERTE MITARBEITER

Ein wesentliches Element für den Markterfolg von HUGO BOSS sind die Leistungsfähigkeit und Kreativität seiner Mitabeiter. Deshalb bemüht sich HUGO BOSS fortwährend, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das die Kreativität der Mitarbeiter unterstützt, Zusammenarbeit fördert und eigenverantwortliches unternehmerisches Handeln ermöglicht. Zahlreiche Maßnahmen und Entwicklungsprogramme stellen sicher, dass die fachliche und soziale Kompetenz der Mitarbeiter stetig verbessert wird. Gleichzeitig unterstützt ein entsprechend ausgestaltetes Vergütungssystem die Schaffung einer leistungsorientierten Unternehmenskultur und richtet so die individuellen Ziele der Mitarbeiter auf die Unternehmensziele aus.

AUF DEN ENDKUNDEN ZUGESCHNITTENE VERTRIEBSAKTIVITÄTEN

HUGO BOSS unterhält seit Jahrzehnten etablierte Geschäftsbeziehungen zu den in seinem Marktsegment wesentlichen Großhandelspartnern und besitzt somit eine fast vollständige Marktabdeckung in diesem Vertriebskanal. In ihren Großhandelsaktivitäten vertreibt die Gesellschaft ihre Produkte an Mehrmarkenhändler, die HUGO BOSS Produkte entweder im Kategoriegeschäft im Mehrmarkenumfeld oder aber exklusiv in Shop-in-Shop-Vertriebsformaten anbieten. Eine weitere Variante im Großhandelsgeschäft ist der Vertrieb über Franchisepartner, die nach den vertraglichen Vorgaben von HUGO BOSS Stores betreiben. Im Rahmen der eigenen Einzelhandelsaktivitäten werden Produkte in eigenen Einzelhandelsgeschäften oder Outlets an den Endkonsumenten vertrieben. Als dritter Vertriebskanal hat sich in den letzten drei Jahren das Online-Geschäft etabliert. Im Rahmen seiner Wachstumsstrategie plant HUGO BOSS, weitere Umsatzzuwäche in allen Kanälen zu generieren.

MITTELFRISTIGE WACHSTUMSSTRATEGIE DEFINIERT

HUGO BOSS hat vier wesentliche Wachstumsfelder identifiziert, für die strategische Initiativen zur nachhaltigen Steigerung von Umsatz und Ergebnis definiert wurden. Diese sind: der weitere Ausbau des eigenen Einzelhandels, die Stärkung der individuellen Markenidentitäten, das Ausschöpfen von Wachstumspotenzialen insbesondere in Asien und Amerika zur Stärkung der globalen Präsenz sowie die weitere Verbesserung der operativen Prozesse. Das konzernweite D.R.I.V.E.-Projekt unterstützt durch vielfältige Maßnahmen die Umsetzung der genannten Initiativen.

EIGENER EINZELHANDEL WIRD MITTELFRISTIG WICHTIGSTER VERTRIEBSKANAL WERDEN

HUGO BOSS richtet seine Vertriebsaktivitäten immer stärker auf den eigenen Einzelhandel aus, ohne dabei den Großhandelsbereich zu vernachlässigen. HUGO BOSS trägt dabei der zunehmenden Konsumentennachfrage nach Monobrand-Vertriebsformaten insbesondere in Schwellenländern wie China und dem attraktiven Renditeprofil dieses Vertriebskanals Rechnung. HUGO BOSS als Konzern rechnet damit, dass sich der Umsatzanteil des eigenen Einzelhandels auf circa 55 % im Jahr 2015 erhöhen wird (2011: 45 %).

FORTGESETZTES WACHSTUM IM GROSSHANDELSBEREICH ERWARTET

Auch im Großhandelsgeschäft erwartet HUGO BOSS fortgesetztes Wachstum. Die Grundlage dafür bilden etablierte Kundenbeziehungen mit den führenden Einzelhändlern im Premium- und Luxusbekleidungssegment. Diese profitieren von der Stärke der Marken, die sich auch weiterhin in einer gegenüber dem Wettbewerb überdurchschnittlichen Durchverkaufsentwicklung niederschlagen soll. Die führende Marktstellung im Herrenbekleidungsbereich bietet hervorragende Chancen, auch in anderen Marktsegmenten Verkaufsflächen hinzuzugewinnen. Zudem baut HUGO BOSS auf sein im Vergleich zum Wettbewerb einzigartig dichtes globales Showroomnetz sowie seine hohe Liefertreue, die ihn zu einem attraktiven Partner für den Handel machen. Unterstützt von seiner wachsenden Einzelhandelsexpertise erwartet HUGO BOSS, in Zukunft eine zunehmend aktive Rolle bei der Bewirtschaftung von Flächen. Die Verantwortung kann dabei in Abhängigkeit von individuellen Vereinbarungen sehr weitreichend sein. Neben der Bereitstellung von Storekonzepten und der eigenverantwortlichen Übernahme von Replenishment-Verantwortung unterstützt HUGO BOSS seine Großhandelspartner zunehmend beim Merchandising der Flächen. Oftmals lassen sich so sichtbare Verbesserungen der Umsatzproduktivität zum Nutzen beider Partner erzielen.

HUGO BOSS geht dementsprechend davon aus, im Großhandelsgeschäft trotz fortlaufender Marktkonsolidierung und der damit einhergehenden zunehmenden Konzentration auf weniger, aber dafür größere Kunden weiter profitabel zu wachsen.

EIGENER EINZELHANDEL WICHTIGER WACHSTUMSTREIBER

Der eigene Einzelhandel besitzt eine herausragende Bedeutung für die zukünftige Entwicklung. Aufgrund der sich bietenden Chancen sowohl im Hinblick auf Umsatz- und Ergebnisentwicklung als auch die Wahrnehmung der Marken durch den Konsumenten investiert die Gesellschaft in den weiteren Ausbau seines Storenetzwerks und die Stärkung seiner Einzelhandelsexpertise.

STÄNDIGE WEITERENTWICKLUNG DER EINZELHANDELSKOMPETENZ

Neben dem Ausbau seines Storenetzwerks richtet HUGO BOSS sein Augenmerk auf die Weiterentwicklung seiner Einzelhandelskompetenz, um die Umsatzentwicklung auf bestehenden Flächen zu optimieren und damit den Ergebnisbeitrag dieses Vertriebskanals zu steigern.

Verbesserungen setzen bereits in der Produktentwicklung an, die maßgeblich von der geplanten Präsentation der Kollektion auf der Verkaufsfläche geleitet wird. So wird schon vor dem Start des Entwicklungsprozesses der Kollektionsaufbau nach Produkttypen, Preispunkten und Modegraden definiert. Produkte mit hohem Umsatzpotenzial und großer Bedeutung für die Kollektionsaussage werden in einer sogenannten Core Range zusammengefasst. Die Gesellschaft verspricht sich davon eine Erhöhung ihrer Umsatzproduktivität im eigenen Einzelhandel und eine Schärfung des Markenimages.

Gleichzeitig stärkt HUGO BOSS seine IT-Infrastruktur zur optimierten Planung und Steuerung seiner Einzelhandelsaktivitäten. Neben der verbesserten Erfolgsmessung auf Store- und Produktebene ist das Unternehmen immer besser in der Lage, Warenflüsse transparenter und damit effektiver zu steuern und kurzfristig mithilfe flexibler Produktallokationen auf divergierende Nachfrageentwicklungen in verschiedenen Absatzmärkten zu reagieren.

VERSTÄRKTE ANSTRENGUNGEN IM KUNDENBEZIEHUNGSMANAGEMENT

Ebenso richtet das Unternehmen seinen Fokus stärker auf das Management seiner Endkundenbeziehungen. Durch die systematische Erfassung, Zusammenführung und Pflege von Kundendaten unter Beachtung strikter Datenschutzbestimmungen soll zunächst das interne Verständnis für die HUGO BOSS Endkunden und deren Kaufverhalten sowie die für HUGO BOSS relevanten Zielgruppen verbessert werden. Darauf aufbauend werden Konsumenten zukünftig gemäß ihrer Präferenzen gezielter und kanalübergreifend mit für sie relevanten und interessanten Informationen und Angeboten angesprochen.

AUSBAU DER ONLINE-EINZELHANDELSAKTIVITÄTEN

HUGO BOSS geht davon aus, dass der Vertrieb über das Internet weiter deutlich an Bedeutung gewinnen wird. HUGO BOSS trägt diesem Umstand mit der Stärkung seines Online-Geschäfts Rechnung. Neben der geplanten Eröffnung neuer Online Stores, wie beispielsweise im kommenden Jahr im chinesischen Wachstumsmarkt, liegt der Fokus auf der fortlaufenden Optimierung der bestehenden Stores in den USA, Großbritannien, Deutschland, Frankreich, den Niederlanden und Österreich im Hinblick auf Nutzerfreundlichkeit, Produktangebot und -präsentation sowie Serviceleistungen.

KLARE DIFFERENZIERUNG DER MARKEN

Starke Marken bilden die Grundlage für den zukünftigen Unternehmenserfolg. Jede Marke füllt innerhalb des gesamten HUGO BOSS Markenportfolios eine führende Marktposition aus und spricht ein eindeutig abgegrenztes Kundensegment an. HUGO BOSS ist fortlaufend bemüht, die Positionierung seiner Marken zu schärfen, um sich klar vom Wettbewerb abzugrenzen. Der Fokus liegt dabei neben der Ausprägung einer unverwechselbaren Designhandschrift der Kollektionen auf der markenindividuellen Gestaltung der Kommunikation und der optimalen Präsentation am Verkaufspunkt.

ALLE MARKEN BIETEN ERHEBLICHE WACHSTUMSCHANCEN

HUGO BOSS sieht in allen Marken deutliches Potenzial für weiteres Wachstum. Im Businesswear-Bereich, in dem das Unternehmen bereits eine führende Marktpositionen innehat, wird BOSS Selection als wichtiges Konzept im Luxussegment ausgebaut. BOSS Black, das sich durch zeitgemäße Eleganz und Perfektion vom Wettbewerb abgrenzt, genießt aufgrund seiner klassisch-modernen Ausrichtung in Kombination mit höchsten Standards in puncto Qualität, Design, Passform und Verarbeitung hohes Vertrauen bei Kunden und Handelspartnern. HUGO schließlich spricht mit seiner progressiven Ausrichtung und avantgardistischem Design ein hochmodisch orientiertes Konsumentensegment an. Im Sportswear-Bereich punktet HUGO BOSS mit BOSS Black und BOSS Orange, das für casualorientierte Kollektionen steht, sowie mit BOSS Green, das die Grenze zwischen modischer Freizeit- und funktioneller Golfbekleidung aufhebt.

Innerhalb des Markenportfolios erwartet die Gesellschaft insbesondere von BOSS Selection, aber auch von der Womenswear sowie dem Schuh- und Accessoirebereich überdurchschnittliche Wachstumsraten.

BOSS SELECTION SPRICHT DEN LUXUSKONSUMENTEN AN

BOSS Selection steht für exquisites Design, erlesene Qualität und perfekte Verarbeitung. Die moderne Modeaussage der Marke und ihr hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis differenzieren sie von den Wettbewerbern. Die Einführung eines klar unterscheidbaren Logos in Verbindung mit einem individuellen Corporate Design, die Ausweitung des Produktportfolios auf hochwertige Sportswear und die prominente Präsentation der Marke auf wichtigen Modemessen wie der Pitti Uomo in Florenz im vergangenen Jahr haben die Akzeptanz der Marke beim Konsumenten weiter gestärkt. HUGO BOSS konzentriert sich auf die weitere Stärkung dieser Marke und erwartet neben einem überdurchschnittlichen Umsatzwachstum einen positiven Imageeffekt für das restliche Markenportfolio.

FOKUS AUF WOMENSWEAR VERSTÄRKT

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, seine Marktposition im Womenswear-Bereich deutlich auszubauen. Das Unternehmen hat diesen Bereich deshalb vom Menswear-Bereich getrennt und als separate organisatorische Einheit unter eine eigenständige Führung gestellt. Durch einen fokussierteren Markenauftritt, eine femininere Designhandschrift, den Ausbau des Luxus-Sportswear-Segments und gezielte Marketingunterstützung soll der Bereich mittelfristig stärker als der Konzerndurchschnitt wachsen.

AUSSCHÖPFEN VON WACHSTUMSPOTENZIALEN IM SCHUH- UND ACCESSOIREBEREICH

Vor allem im wachsenden Womenswearsegment ist ein Produktangebot, in dem die Bekleidungskollektionen durch Accessoires zu kompletten Outfits ergänzt werden, von strategischer Bedeutung. HUGO BOSS hat sich deshalb zum Ziel gesetzt, den Produktbereich Schuhe und Accessoires auszubauen. Zu diesem Zweck ist das verantwortliche Designteam deutlich gestärkt und durch organisatorische Veränderungen eine enge Zusammenarbeit der entsprechenden Entwicklungsteams sichergestellt.

STÄRKUNG DER GLOBALEN PRÄSENZ

HUGO BOSS plant, seinen Umsatz mittelfristig in allen Regionen weiter zu steigern. Der Anteil des außerhalb des europäischen Markts erwirtschafteten Umsatzes wird dabei vor allem aufgrund von kräftigem Wachstum in Asien steigen.

EUROPA BLEIBT KERNREGION FÜR HUGO BOSS

In Europa baut HUGO BOSS auf sein starkes Portfolio von Großhandelspartnern und die Attraktivität, die seine Marken in diesem Vertriebskanal genießen. Über eine gute Durchverkaufsentwicklung, hohe Liefertreue und ein zuverlässiges Replenishment möchte HUGO BOSS seine Kundenbeziehungen weiter vertiefen. HUGO BOSS sieht mittelfristig große Chancen, seine führende Marktposition in der klassischen Herrenkonfektion auch in anderen Bereichen des Markenportfolios wie beispielsweise der Damenmode zu seinem Vorteil zu nutzen. Eine zunehmend wichtige Rolle wird dabei der eigene Einzelhandel spielen. Neben der beschleunigten Eröffnung neuer Stores in Osteuropa und dem selektiven Ausbau des Einzelhandelsnetzwerks in Westeuropa werden dazu auch das aktive Management von Großhandelsflächen und deutliches Wachstum im Online-Einzelhandelsgeschäft beitragen.

WEITERE VERBESSERUNG DER OPERATIVEN PROZESSE

Die steigende kommerzielle Bedeutung des eigenen Einzelhandels verstärkt die Notwendigkeit, das Geschäftsmodell noch stärker als bislang auf die Bedürfnisse des Endkonsumenten auszurichten. Durch die Optimierung seiner operativen Prozesse möchte HUGO BOSS den spezifischen Anforderungen des eigenen Einzelhandels besser entsprechen und schneller als in der Vergangenheit auf Marktveränderungen reagieren. Die zentralen Maßnahmen zur Erreichung dieses Ziels sind Teil des konzernweiten D.R.I.V.E.-Projekts, dessen fortgesetzte Implementierung im Jahr 2012 ein wichtiges Element der mittelfristigen HUGO BOSS Wachstumsstrategie ist.

D.R.I.V.E.-PROJEKT RICHTET ORGANISATION KONSEQUENT AUF BEDÜRFNISSE DES ENDKONSUMENTEN AUS

Kern des D.R.I.V.E.-Projekts ist die Verkürzung der Vorlaufzeiten, d.h. des Zeitraums zwischen dem Start der Kollektionsentwicklung und der Auslieferung an die Kunden. Durch die Verschlankung und Standardisierung operativer Prozesse in Produktentwicklung, Vertrieb und Produktion wurde die Vorlaufzeit von früher 50 Wochen auf jetzt 38 Wochen reduziert. Ein wichtiges Element ist dabei die stärkere Vernetzung der unterschiedlichen Glieder der Wertschöpfungskette. So fließen produktionstechnische Überlegungen mittlerweile deutlich früher in den Entwicklungsprozess ein. Einen bedeutenden Beitrag zur Verkürzung der Vorlaufzeiten leistete auch die deutliche Verringerung der Kollektionskomplexität. Außerdem wurde der Produktentwicklungsprozess durch die systematische Definition des Kollektionsaufbaus und die Definition einer Core Range stärker auf die Präsentation der Kollektionen im eigenen Einzelhandel ausgerichtet.

KÜRZERE VORLAUFZEIT ERMÖGLICHT ORIENTIERUNG AN DER SPIEGELSAISON

Durch die Verkürzung der Vorlaufzeiten ist das Kreativmanagement der Marken nunmehr in der Lage, Erkenntnisse aus dem Abverkauf der vorangegangenen Saison unmittelbar in die Entwicklung der nachfolgenden Kollektion aufzunehmen. Darüber hinaus ermöglicht die Verkürzung der Vorlaufzeiten die Umstellung des Kollektionsrhythmus auf vier annähernd gleich große Kollektionen pro Jahr. Damit wird HUGO BOSS in der Lage sein, das Produktangebot am Verkaufspunkt besser auf saisonale Unterschiede in der Kundennachfrage auszurichten und fortlaufend neue Kaufanreize zu bieten. Die Gesellschaft erwartet als Konsequenz eine positive Auswirkung auf die Kundenfrequenz im eigenen Einzelhandel und somit eine Steigerung von Umsatz und Flächenproduktivität. Das kontinuierliche Angebot attraktiver Kollektionen sollte außerdem Rabatte verringern und die Vorratsreichweite im eigenen Einzelhandel senken. Ebenso unterstützt die Implementierung des neuen Kollektionsrhythmus Effizienzverbesserungen in den Produktions- und Beschaffungsaktivitäten.

GLOBALE EINFÜHRUNG DES D.R.I.V.E-PROJEKTS STEHT 2012 IM MITTELPUNKT

Im Jahr 2012 wird die globale Einführung zentraler D.R.I.V.E.-Initiativen auch in den Regionen Amerika und Asien ein wichtiger Meilenstein der Unternehmensentwicklung sein. Im Fokus steht außerdem die fortlaufende Implementierung der definierten Maßnahmen in den operativen Unternehmensprozessen und im eigenen Einzelhandel. Auf Basis der ersten, im eigenen Einzelhandel gewonnenen Erkenntnisse hinsichtlich der Umsatz- und Ergebniseffekte von D.R.I.V.E. ist HUGO BOSS zuversichtlich, dass auch der Großhandel zentrale D.R.I.V.E.-Konzepte übernehmen wird und HUGO BOSS damit seine Attraktivität als Partner weiter steigern kann.

MITARBEITER

Die Arbeit der rund 2.600 tätigen Mitarbeiter der HUGO BOSS AG bildet die Grundlage für den Unternehmenserfolg. Täglich bringen die Mitarbeiter ihre Fähigkeiten und ihre Leidenschaft für Mode in das Unternehmen ein und sorgen so für die Unverwechselbarkeit der Produkte. Ziel der Personalarbiet bei HUGO BOSS ist es, in einem internationalen Umfeld den Teamgeist und die Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter zu fördern und ein Arbeitsklima zu schaffen, in dem sich Kreativität und Perfektion frei und organisiert entfalten können.

GEZIELTE FÖRDERUNG DER UNTERNEHMENSKULTUR

Die HUGO BOSS AG bietet seinen Mitarbeitern eine Arbeitsatmosphäre in internationalem Umfeld, die auf Teamgeist, Kreativität und Offenheit beruht. Das Personalmanagement von HUGO BOSS ist darauf ausgerichtet, die Unternehmenskultur so mit Leben zu füllen, dass sich jeder einzelne Mitarbeiter mit seinen persönlichen Qualifikationen, seinem Engagement und Enthusiasmus im Unternehmen einbringen und selbst ein Stück zum Erfolg des gesamten Unternehmens beitragen kann.

PERSONALSTRATEGIE UNTERSTÜTZT WACHSTUM

Ziel der Personalarbeit bei HUGO BOSS ist es, die passenden Mitarbeiter für das Unternehmen zu gewinnen, sie systematisch weiterzuentwickeln und langfristig zu binden. Nur so können die Umsetzung der Strategie und der Erfolg des Unternehmens gewährleistet werden. Im vergangenen Jahr lag der Fokus des Personalmanagements vor allem auf der personalseitigen Gestaltung der Expansion im eigenen Einzelhandel und der zunehmenden Internationalisierung der Geschäftstätigkeit. Besonderes Augenmerk wurde darauf gelegt, für die Zukunft standardisierte und transparente Prozesse zu gewährleisten und alle Mitarbeiter im Konzern durch Schulungen und Trainings auf die neuen Herausforderungen vorzubereiten.

AUSBAU DER BELEGSCHAFT IM JAHR 2011

Der wirtschaftliche Erfolg der HUGO BOSS AG im Jahr 2011 spiegelte sich auch in einer Erhöhung der Mitarbeiterzahl wider. Im Geschäftsjahr 2011 waren durchschnittlich 2.557 Mitarbeiter bei der HUGO BOSS AG beschäftigt. Gegenüber dem Vorjahr (2010: 2.431 Mitarbeiter) stieg die Anzahl damit um 126 Mitarbeiter beziehungsweise 5 %.

Von der Gesamtzahl der Beschäftigten waren 2011 durchschnittlich 31 % (2010: 33 %) im gewerblichen und 69 % (2010: 67 %) im kaufmännischen Bereich tätig.

AUSBILDUNG HAT EINEN FESTEN PLATZ IM UNTERNEHMEN

Für HUGO BOSS ist es von großer Bedeutung, den Nachwuchs in den eigenen Reihen aufzubauen und konsequent zu fördern. Jedes Jahr wird daher eine Vielzahl von Auszubildenden und Studenten der Dualen Hochschule (DH) Stuttgart und Ravensburg und der Fachakademie Textil und Schuhe (LDT) Nagold betreut. Ausbildungsberufe werden dabei sowohl im kaufmännischen Bereich als auch im gewerblich-technischen Bereich angeboten. Besonders durch die Ausbildung in stark spezialisierten Berufsbildern, wie Textillaboranten, Modeschneidern und Textilbetriebswirten kann das Unternehmen wertvolles Wissen im Unternehmen erhalten und erweitern. Am 31. Dezember 2011 befanden sich 74 Auszubildende im Unternehmen (2010: 77). Im Jahr 2011 haben 34 Auszubildende und DH-Studenten ihre Ausbildung bei der HUGO BOSS AG begonnen. 36 Auszubildende und DH-Studenten haben im Jahr 2011 ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen.

Zudem wurde im Jahr 2011 rund 200 Praktikanten die Möglichkeit geboten, in fast allen Fachbereichen praktische Erfahrungen bei HUGO BOSS zu sammeln. Um bestmöglich geeignete Praktikumskandidaten für die unterschiedlichen Abteilungen zu finden, hat sich das Unternehmen einem Kooperationsprogramm angeschlossen, das ihm die Ansprache von mehr als 3.000 Studenten an über 350 deutschsprachigen Hochschulen in Europa ermöglicht. Als „Fair Company" (eine Initiative der Zeitschrift „Junge Karriere" unter dem Dach des Handelsblatts und der WirtschaftsWoche) bietet die HUGO BOSS AG Praktika vornehmlich studienbegleitend und zur beruflichen Orientierung an und zahlt den Praktikanten eine adäquate Aufwandsentschädigung. Im Anschluss an das Praktikum können sehr gute Praktikanten das Studium mit einer Diplomarbeit im Unternehmen abrunden. Im Jahr 2011 wurden bei HUGO BOSS 45 solcher Abschlussarbeiten betreut.

HUGO BOSS SPRICHT SEINE TALENTE FRÜHZEITIG AN

HUGO BOSS verfolgt das Ziel, sich als interessanter und attraktiver Arbeitgeber für junge Menschen klar am Markt zu positionieren. Um den Nachwuchs frühzeitig zu entdecken und für das Unternehmen zu gewinnen, arbeitet das Unternehmen eng mit nationalen und internationalen Hochschulen und den Veranstaltern von Kreativwettbewerben zusammen. Sowohl bei einer Vielzahl von Unternehmenspräsentationen und Führungen am Firmensitz in Metzingen als auch bei regelmäßigen Vorträgen der Mitarbeiter unterschiedlicher Fachbereiche an den Hochschulen selbst bleibt HUGO BOSS in engem Austausch mit den Studenten. Daneben werden vermehrt unternehmensspezifische Projektarbeiten an die Studenten der Kooperationshochschulen vergeben. Immer wieder greift das Unternehmen bei der Rekrutierung von Nachwuchskräften auf die so geknüpften Kontakte zurück. Des Weiteren vergibt HUGO BOSS seit 1987 in exklusiver Kooperation mit der Staatlichen Modeschule Stuttgart den „HUGO BOSS Fashion Award" an junge talentierte Studierende. Neben einem Geldpreis ist die Auszeichnung für die Gewinner mit dem Angebot eines Praktikums bei HUGO BOSS verbunden.

Der Erfolg der Personalmarketing-Aktivitäten im vergangenen Jahr zeigt sich unter anderem daran, dass das Unternehmen sein Abschneiden in unterschiedlichen Rankings der beliebtesten Arbeitgeber Deutschlands weiter verbessern konnte.

DURCH INDIVIDUELLE PERSONALENTWICKLUNG STELLT SICH HUGO BOSS FÜR DIE ZUKUNFT AUF

Mit einer systematischen Personalweiterbildung und -entwicklung, die auf einem transparenten Kompetenzmodell beruht, zielt HUGO BOSS auf eine stetige Verbesserung des Wissens und der Fähigkeiten seiner Mitarbeiter ab. Damit steigt nicht nur die Leistungsfähigkeit der Organisation insgesamt, sondern auch die Motivation und das Selbstvertrauen des einzelnen Mitarbeiters.

Durch gezielte Maßnahmen können die Mitarbeiter ihre Leistung im Arbeitsalltag verbessern und ihre Kenntnisse über die Anforderungen der aktuellen Stelle hinaus ausbauen. Neben einem umfassenden Katalog an Präsenzschulungen bietet HUGO BOSS immer mehr onlinebasierte Trainings an. Ein entscheidender Vorteil dieser Trainings ist, dass sie in unterschiedlichen Sprachvarianten eingesetzt werden können und so die standardisierte Weiterbildung aller Mitarbeiter ermöglichen. Besonders im eigenen Einzelhandel wird bei der Schulung des Personals eine Vielzahl von onlinebasierten Trainings zu einzelnen Produkten oder übergreifenden Themen wie Kundenservice und Verkauf eingesetzt. Die Auszeichnung des Online Trainings ‚Textile Basics' mit dem ‚red dot award communication design 2011' bestätigt HUGO BOSS darin, den eingeschlagenen Weg im Bereich der Online Trainings weiter fortzuführen.

Daneben wird die Weiterentwicklung des Einzelnen im Unternehmen auf vielfältige Weise gefördert: durch den Wechsel in andere Abteilungen oder Funktionen sowohl innerhalb der Konzernzentrale als auch bei einer internationalen Tochtergesellschaft, durch den Aufstieg in Führungspositionen oder durch die Ausweitung des eigenen Aufgabengebiets. Im Jahr 2011 wurden zwei Programme gestartet, die es besonders talentierten und engagierten Mitarbeitern ermöglichen, über klar definierte Entwicklungsstufen entweder eine Karriere als Führungskraft einzuschlagen oder ihre fachspezifischen Kenntnisse über eine Spezialistenlaufbahn weiter auszubauen.

Um die Leistung, Kompetenzen und Entwicklungspotenziale jedes Einzelnen zu bewerten und transparent zu dokumentieren, führen alle Vorgesetzten jährlich Feedbackgespräche mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern durch. In den Gesprächen werden die Aufgaben und persönlichen Ziele für das kommende Jahr dokumentiert und der Trainings- und Schulungsbedarf zur Erreichung der individuellen Lernziele festgelegt.

DIE ENTLOHNUNG DER MITARBEITER BERUHT AUF EINEM TRANSPARENTEN VERGÜTUNGSSYSTEM

Bei HUGO BOSS ist die Vergütung der Mitarbeiter so konzipiert, dass die Leistung jedes Einzelnen fair und transparent entlohnt und eine Kultur von Leistungsbereitschaft und Engagement gefördert wird. Als Grundlage der Vergütung werden klar dokumentierte Stellenbeschreibungen und -bewertungen herangezogen. Die Vergütung der tariflich angestellten Mitarbeiter in Deutschland richtet sich dabei nach dem Tarifvertrag der Südwestdeutschen Bekleidungsindustrie. Die Vergütung des Personals mit Tätigkeiten im Einzelhandel orientiert sich am deutschen Einzelhandels-Tarifvertrag. Den Mitarbeitern im Einzelhandel und im Vertrieb steht neben dem fixen Gehalt eine variable, an quantitative Ziele geknüpfte Vergütung zu. So ist die Vergütung der Mitarbeiter in den eigenen Einzelhandelsgeschäften beispielsweise an die Erfüllung konzernweit einheitlich definierter Servicestandards und Richtlinien für den eigenen Einzelhandel gekoppelt. Zudem werden durch die Erreichung bestimmter Einzelhandels-Kennzahlen gemeinsame Anreize für die Mitarbeiter der einzelnen Stores geschaffen. Außertariflich angestellte Mitarbeiter erhalten neben ihrem Grundgehalt eine Tantieme, die sowohl an Unternehmensziele als auch an qualitative und quantitative persönliche Ziele geknüpft ist. Die Ziele und ihre Erreichung werden einmal jährlich im Mitarbeitergespräch mit dem Vorgesetzten definiert und dokumentiert.

Neben den vertraglich festgelegten Gehaltskomponenten stehen den Mitarbeitern unter anderem die folgenden Leistungen zu: Je nach Entfernungskilometer erhält jeder Mitarbeiter einen Fahrtkostenzuschuss, hat die Möglichkeit, zu vergünstigten Konditionen im HUGO BOSS VIP-Store einzukaufen oder das Kunst- und Kulturangebot im Rahmen der Sponsoring-Aktivitäten zu nutzen. Zudem haben alle Mitarbeiter die Möglichkeit, ganzjährig und gebührenfrei im hauseigenen Fitnessstudio zu trainieren. Des Weiteren besteht für jeden die Möglichkeit, einen Teil des Bruttogehalts in Altersvorsorgebeiträge umzuwandeln.

INNOVATION, FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

BEI HUGO BOSS TRIFFT INNOVATION AUF KONTINUITÄT

Als Unternehmen, das sich im Premium- und Luxussegment des globalen Bekleidungsmarkts erfolgreich positioniert hat, ist es für HUGO BOSS von größter Bedeutung, dem Kunden Saison für Saison modische, innovative Produkte zu präsentieren und so immer wieder neue Kaufanreize zu bieten. Auf der anderen Seite erwartet der Kunde von HUGO BOSS Produkten in jeder Kollektion eine gleichbleibend hohe Produktqualität, absolute Passformsicherheit und eine unverkennbare Designhandschrift. Der Entwicklungsfokus bei HUGO BOSS liegt daher darauf, sowohl die Ansprüche an Qualität, Passformsicherheit und konsistenter Markenführung als auch an ausgezeichnetes und innovatives Design zu erfüllen.

SPEZIALISIERTES MARKEN- UND KREATIVMANAGEMENT

HUGO BOSS hat das vom Firmensitz in Metzingen aus gesteuerte Marken- und Kreativmanagement für den Herren- und Damenbereich organisatorisch getrennt. Im Herrensegment ist die Verantwortung in die unterschiedlichen Marken unterteilt. So ist das Herrensegment in den Bereichen BOSS Black Clothing und BOSS Selection, BOSS Black Sportswear, BOSS Green, BOSS Orange sowie HUGO organisiert, die von jeweils einem zuständigen Kreativdirektor verantwortet werden. Die kreative Betreuung des Damensegments ist hingegen markenübergreifend (BOSS Black, BOSS Orange und HUGO) unter der einheitlichen Führung eines Kreativdirektors zusammengefasst.

ENTWICKLUNGSARBEIT AUF VIER STANDORTE VERTEILT

Die Innovations- und Entwicklungsarbeit ist in den vier Entwicklungszentren in Metzingen (Deutschland), Coldrerio (Schweiz), Morrovalle (Italien) und Scandicci (Italien) organisiert. Klassischerweise arbeiten in den Entwicklungsabteilungen gelernte Modedesigner, Schneider, Schuh- und Bekleidungstechniker sowie Ingenieure.

BETREUUNG DER PRODUKTKATEGORIEN AN VERSCHIEDENEN STANDORTEN

Unter der Leitung der jeweils zuständigen Kreativdirektoren betreuen die Design- und Entwicklungsteams an den vier Entwicklungsstandorten im Unternehmen die einzelnen Produktkategorien der verschiedenen Marken. So nutzt das Unternehmen in der Konzernzentrale in Metzingen die langjährige Erfahrung industrieller Textilfertigung für richtungsweisende Produktentwicklungen im Kernbereich der klassischen Damen- und Herrenkonfektion. Im Kompetenzzentrum in Coldrerio (Schweiz) liegt sowohl die Verantwortung für die Entwicklung der textilen Produktgruppen Hemden, Krawatten und Strickware als auch die übergeordnete Betreuung für Schuhe und Lederaccessoires sowie Bodywear durch die dort ansässige Kreativabteilung. An den italienischen Standorten in Morrovalle und Scandicci liegt der Schwerpunkt auf der Entwicklung von Schuhen und Lederaccessoires.

ENGES ZUSAMMENSPIEL VON KREATIVABTEILUNG UND TECHNISCHER ENTWICKLUNG

Der Innovations- und Entwicklungsprozess steht am Anfang der Wertschöpfungskette und spielt daher eine entscheidende Rolle für den späteren Kollektionserfolg.

Im ersten Schritt der Kollektionsvorbereitung definiert das Kreativmanagement die aktuelle Kollektionsaussage, entwirft die Farb-, Themen-, Form- und Oberstoffkonzepte und legt angestrebte Produktpreise fest. Um den Anforderungen der Konsumenten bestmöglich zu entsprechen, wird vor Beginn der kreativen Entwicklung im eigenen Einzelhandel und bei den Großhandelspartnern systematisch Feedback zur vergangenen Kollektion gesammelt und analysiert. Auf der Suche nach neuen Ideen lassen sich die Kreativteams darüber hinaus von Eindrücken inspirieren, die sie beispielsweise in den Bereichen Architektur, Design und Kunst, aber auch in Bezug auf neue Technologien sowie gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen sammeln.

In einem zweiten Schritt übergibt die Kreativabteilung ihre Skizzen an die Modellabteilung (Pattern Design), wo die kreativen Ideen zunächst schnitttechnisch auf ihre Umsetzbarkeit geprüft werden. Anschließend werden die Modelle in der technischen Entwicklung zu Prototypen weiterentwickelt.
Um den hohen Qualitätsstandard der Produkte zu garantieren, liegt der Fokus der Arbeit hier auf der Entwicklung innovativer und hochwertiger Verarbeitungstechniken sowie der Auswahl geeigneter Stoffe. Die Prototypen durchlaufen ausgiebige Tests, bei denen unter anderem die für eine spätere Serienfertigung nötigen Daten zu den physikalischen Eigenschaften der Stoffe gewonnen werden. Bereits in diesem Stadium der Produktentwicklung werden die Lieferanten beispielsweise bei der Auswahl der Rohwaren und Oberstoffe in den Prozess miteinbezogen.

Um die technische Entwicklung weiter zu vereinfachen und zu beschleunigen, hat das Unternehmen im vergangenen Jahr ein Projekt gestartet, das die computerbasierte, virtuelle Entwicklung ausgewählter Produktkategorien ermöglichen soll. Die virtuellen Prototypen können nicht nur mit den am Prozess beteiligten internen Ansprechpartnern, sondern auch mit den weltweiten Lieferanten direkt am PC diskutiert und flexibel angepasst werden. Durch die enge Kooperation zwischen den Entwicklungsteams und den Produzenten können die Produkte so nicht nur schneller und qualitativ hochwertiger, sondern durch den verringerten Bedarf an physischen Prototypen auch kostengünstiger entwickelt werden.

An die Phase der Prototypenerstellung schließt sich das sogenannte Sampling an, das heißt die Anfertigung einer Musterkollektion und deren Präsentation und Verkauf an die internationalen Großhandelskunden. Es folgen die Produktion der bestellten Teile und deren Verkauf über den internationalen Groß- und Einzelhandel an die Endkunden.

QUALITÄTSSICHERUNG BEGINNT IN DER PRODUKTENTSTEHUNGSPHASE

Der Endverbraucher erwartet von HUGO BOSS Produkten höchste Qualität. Die Entwicklungsphase ist dafür von entscheidender Bedeutung. Eine enge und frühzeitige Zusammenarbeit zwischen den Marken- und Kreativabteilungen, den Modellmachern sowie der technischen Entwicklung ist dabei unerlässlich. Im Entwicklungszentrum am Standort Metzingen beispielsweise arbeiten Modellmacher, die das Produkt schnitttechnisch entwickeln, und Produktentwickler, die es technisch und kommerziell umsetzen, in einer sehr frühen Phase der Produktentstehung eng zusammen. Dadurch können Verbesserungspotenziale und Mängel in den Entwürfen so rechtzeitig aufgedeckt werden, dass Korrekturen weit vor Produktionsbeginn unproblematisch möglich sind. Die Produktentwicklung bei HUGO BOSS ist zudem durch eine intensive Zusammenarbeit zwischen den internen Kreativ- und Entwicklungsteams einerseits und den externen Zulieferern und Technologiepartnern andererseits charakterisiert. Dies gewährleistet nicht nur einen späteren störungsfreien Fertigungsprozess, sondern sichert HUGO BOSS auch einen Wettbewerbsvorsprung im Bereich der Herstellungstechnik und der Produktqualität.

DAS UNTERNEHMENSPROJEKT D.R.I.V.E. OPTIMIERT DEN PRODUKTENTWICKLUNGSPROZESS

Effizienzverbesserungen im Entwicklungsprozess spielen eine wichtige Rolle bei der Verkürzung der Vorlaufzeiten, einem wesentlichen Teil des Unternehmensprojekts D.R.I.V.E. Im vergangenen Jahr wurden wesentliche Fortschritte im Hinblick auf die Vereinfachung und Standardisierung von Kernprozessen gemacht. Es ist so gelungen, den Materialbedarf pro Produkt zu einem deutlich früheren Zeitpunkt als bislang festzulegen. Auch durch die schnellere Produktion von Prototypen und Musterteilen durch ein direkt in Metzingen angesiedeltes Entwicklungszentrum konnten Zeiteinsparungen realisiert werden.

BESCHAFFUNG UND PRODUKTION

GROSSTEIL DER PRODUKTION DURCH UNABHÄNGIGE LIEFERANTEN

Als international produzierendes und handelndes Unternehmen sind standardisierte, systemunterstützte und eingespielte Beschaffungs- und Produktionsprozesse für HUGO BOSS ein bedeutender Erfolgsfaktor. Ungefähr 21 % des gesamten Warensortiments werden in HUGO BOSS eigenen Werken gefertigt (2010: 24 %), circa 79 % des Sortiments werden von unabhängigen Lieferanten in Lohnfertigung hergestellt oder als Handelsware bezogen (2010: 76 %). Indem die Gesellschaft einen erheblichen Teil ihres Produktangebots in der klassischen Konfektion selbst produziert, besitzt und erweitert sie ständig wesentliches Know-how und optimiert Qualität sowie Warenverfügbarkeit.

Eigene Produktionsstätten bestehen in Izmir (Türkei), dem größten eigenen Produktionsstandort, Cleveland (USA), Metzingen (Deutschland), Radom (Polen) und Morrovalle (Italien). In Izmir werden vor allem Anzüge, Hosen, Sakkos, Hemden und klassische Damenoberbekleidung produziert.
Im Werk in Cleveland produziert HUGO BOSS Anzüge für den amerikanischen Markt. Am Standort Metzingen werden neben Prototypen, Musterteilen und Einzelbestellungen vor allem Anzüge, Sakkos und Hosen in Kleinserie gefertigt. Insbesondere werden hier die exklusive Tailored Line sowie die maßgefertigten Anzüge (Made to Measure) der Marke BOSS Selection gefertigt. Der Produktionsfokus in Radom und Morrovalle liegt auf der Fertigung von Schuhen.

STRATEGISCHE STEUERUNG DES LIEFERANTENNETZWERKS ALS ERFOLGSFAKTOR

HUGO BOSS arbeitete 2011 im Handelswaren- und Lohnfertigungsbereich mit circa 320 Lieferanten zusammen. Das Einkaufsvolumen wird grundsätzlich auf ein weltweites Netzwerk von Lieferanten verteilt, um das Risiko zu streuen und sich möglichst unabhängig von einzelnen Beschaffungsmärkten und Produktionsbetrieben zu machen. So machte der größte unabhängige Lieferant nur etwa 8 % des gesamten Einkaufsvolumens des HUGO BOSS Konzerns aus.

BESCHAFFUNGSFORMEN UNTERSCHEIDEN SICH NACH PRODUKTGRUPPEN

Die Beschaffungsaktivitäten werden nach Rohwarenbezug, in Lohnfertigung produzierte Ware und bezogene Handelsware unterschieden. Im Bereich der Rohware werden hauptsächlich Stoffe, aber auch Zutaten wie Innenfutter, Knöpfe, Garne oder Reißverschlüsse beschafft. Der Großteil der selbst und in Lohnfertigung verarbeiteten Rohware kommt dabei aus Europa. Stoffe werden vorrangig von langjährigen Stofflieferanten aus Italien bezogen. In Lohnfertigung werden primär Anzüge, Sakkos und Hosen produziert. HUGO BOSS arbeitet in diesen Produktgruppen hauptsächlich mit Betrieben in Osteuropa zusammen. Für die in Lohnfertigung erstellten Produkte bekommt der Lieferant neben den Schnitten die zu verwendenden Stoffe und Zutaten gestellt. Im Gegensatz dazu ist die Beschaffung im Bereich Freizeit- und Sportbekleidung stark auf Handelsware ausgerichtet. Bei dieser Art der Beschaffung werden die Lieferanten von Handelsware von HUGO BOSS zum Großteil mit den benötigten Schnittmustern versorgt, decken sich aber eigenständig mit Rohmaterialien ein. Handelsware im Bereich Freizeit- und Sportbekleidung wird vor allem aus Asien, Osteuropa und Nordafrika bezogen. Die Produktkategorien Schuhe und Lederaccessoires werden mit Ausnahme der klassischen Schuhkollektion, die in den unternehmenseigenen Werken in Italien und Polen produziert wird, vorrangig von Handelspartnern aus Asien und Europa bezogen.

GLOBALE VERTEILUNG DER BESCHAFFUNGSAKTIVITÄTEN

Nach wertmäßiger Betrachtung wird die Hälfte aller HUGO BOSS Produkte (in Eigenproduktion gefertigte Ware, Handelsware und in Lohnfertigung erstellte Ware) in Osteuropa und produziert (50 %, 2010: 51 %). Eine wichtige Rolle spielt in diesem Zusammenhang mit einem Gesamtanteil am Beschaffungswert von 16 % das eigene Werk in der Türkei (2010: 17 %). 30 % der Produkte kommen aus Asien (2010: 27 %). China ist in dieser Region das wichtigste Zuliefererland. Der Rest der Ware stammt aus Westeuropa (11 %, 2010: 11 %), Nordafrika (6 %, 2010: 9 %) und Amerika (3 %, 2010: 2 %).

BESCHAFFUNGSORGANISATION IN ASIEN GESTÄRKT

Um die Beschaffungsprozesse für Freizeit- und Sportbekleidung in Asien weiter zu optimieren, wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr ein neues Büro in Hongkong eröffnet, das die Beschaffungsaktivitäten sowohl von Rohwaren als auch von Handelswaren in Asien koordiniert. Durch die enge Betreuung vor Ort ergeben sich Vorteile in Hinblick auf Qualität und Geschwindigkeit der Abläufe.

OBJEKTIVE AUSWAHLKRITERIEN ALS GRUNDLAGE DER LIEFERANTENAUSWAHL

Bei der Lieferantenauswahl werden objektive produktionstechnische Auswahlkriterien zugrunde gelegt. Das wichtigste Kriterium stellt die Sicherstellung der Produktqualität dar, die präzise Verarbeitungstechniken im Produktionsbetrieb voraussetzt. Neben der Qualität der produzierten Ware werden die finanzielle Stärke, die Kostenstruktur und die Produktivität, die vorhandenen Technologien und Innovationen sowie das Fertigungs-Know-how des Lieferanten bei der Auswahl berücksichtigt. Die strikte Beachtung von Sozial- und Umweltstandards in den Produktionsstätten ist unabdingbare Voraussetzung für die Aufnahme einer Geschäftsbeziehung. Für HUGO BOSS ist es zudem von großer Bedeutung, dass das Verständnis des Lieferanten für die zu fertigenden Produkte und deren Design den hohen Anforderungen des Premium- und Luxussegments genügt.

ENGE LIEFERANTENBEZIEHUNG VON STRATEGISCHER BEDEUTUNG

HUGO BOSS hat ein hohes Interesse an einer langfristigen Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten. Nur durch die gemeinsame Weiterentwicklung des Fertigungs-Know-hows kann die hohe Qualität gewährleistet werden, für die HUGO BOSS Produkte weltweit bekannt sind. Insbesondere vor dem Hintergrund verkürzter Vorlaufzeiten ist die enge Abstimmung zwischen den produzierenden Betrieben und der technischen Entwicklungsabteilung unentbehrlich. So werden produktionstechnische Erwägungen zu einem sehr frühen Zeitpunkt in den Produktentwicklungsprozesse integriert. Ebenso fließt das Feedback der Lieferanten zu den verarbeiteten Stoffen und Schnitten der vergangenen Kollektionen in die Konzeption der neuen Entwürfe mit ein.

PROJEKT D.R.I.V.E UNTERSTÜTZT EFFIZIENZVERBESSERUNGEN IN PRODUKTION UND BESCHAFFUNG

Um Kostensteigerungen in den Beschaffungsprozessen, vor allem aufgrund von höheren Lohnkosten, wirksam begegnen zu können, sind ständige Effizienzverbesserungen in Kooperation mit den Zulieferern notwendig. Ein wichtiger Hebel ist dabei die Sicherstellung einer möglichst gleichmäßigen Auslastung der Kapazitäten im Jahresverlauf. In diesem Zusammenhang spielen die mit dem Projekt D.R.I.V.E. eingeführte Umstellung des Kollektionsrhythmus auf vier Hauptkollektionen und die damit einhergehende saisonale Glättung der Beschaffungsaktivitäten eine wichtige Rolle. Auch die im Zuge von D.R.I.V.E. eingeführte Core Range begünstigt effizientere Produktionsabläufe durch höhere Losgrößen.

HUGO BOSS arbeitet darüber hinaus weiter an der Optimierung seiner Planungs- und Beschaffungsprozesse, um frühzeitig und kostengünstig Produktionskapazitäten für die benötigten Volumina zu reservieren. Zu diesem Zweck wurde die elektronische Anbindung der Zulieferbetriebe an das Unternehmen im vergangenen Jahr weiter ausgebaut. So werden die zu vergebenden Aufträge in der Zukunft weitgehend automatisch demjenigen Lieferanten zugeteilt, der aufgrund der seinerseits gemeldeten Daten den Auftrag am effizientesten erfüllen kann.

QUALITÄTSSICHERUNG UMFASST GESAMTEN PRODUKTIONSPROZESS

HUGO BOSS stellt höchste Anforderungen an die Qualität seiner Produkte. Um diese zu erfüllen, setzt die Qualitätsprüfung unmittelbar dort an, wo das Produkt entsteht – beim Lieferanten selbst. So werden den Produktionsbetrieben standardisierte Qualitäts- und Verarbeitungshandbücher zur Verfügung gestellt, in denen die Anforderungen dokumentiert sind. Die wichtigsten qualitätsrelevanten Prozesse sind zudem in einem Prozesshandbuch beschrieben und unterliegen mit der ISO- 9001-Zertifizierung einem ständigen Optimierungsprozess.

Um den hohen Qualitätsanforderungen zu genügen und Fertigungstoleranzen zu minimieren, ist der Fertigungsprozess, wo ökonomisch sinnvoll, automatisiert. Die Einhaltung der Fertigungsstandards wird zudem durch fixe Kontrollen, die stets an bestimmten Arbeitsschritten innerhalb der Produktionslinie durchgeführt werden, sichergestellt. Des Weiteren erfolgen regelmäßig Stichproben einzelner Arbeitsschritte. Die weitgehende hard- und softwaretechnische Unterstützung der Prüfvorgänge ermöglicht dabei ein hohes Maß an Standardisierung und eine elektronische Auswertung der Ergebnisse.

NACHHALTIGKEIT

Als international tätiges Unternehmen ist sich HUGO BOSS seiner besonderen Verantwortung gegenüber Gesellschaft, Mitarbeitern und Umwelt bewusst. Corporate Responsibility, verstanden als unternehmerisches Nachhaltigkeitsprinzip, umfasst bei HUGO BOSS genau diese ökonomischen, sozialen und ökologischen Aspekte verantwortungsvollen Wirtschaftens und sucht den Dialog mit unterschiedlichen Stakeholdern.

Das Unternehmen stellt sich der damit verbundenen Vielzahl an Herausforderungen. Nicht nur innerhalb des gesellschaftlichen Engagements, sondern auch in Produktions- und Qualiätsprozessen sowie im Umgang mit Mitarbeitern und bei Umweltthemen gilt es, den Corporate Responsibility-Gedanken operativ umzusetzen und bei strategischen Entscheidungen zu berücksichtigen.

EINHALTUNG INTERNATIONALER SOZIALSTANDARDS

Wie im Verhaltenskodex (Code of Conduct) definiert, verpflichtet HUGO BOSS sich und seine Lieferanten zur Einhaltung international anerkannter arbeits- und sozialrechtlicher Mindeststandards nach den Konventionen der International Labour Organization (ILO) und der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen.

Die Sozialstandards sind fester Bestandteil der vertraglichen Regelungen mit allen Lieferanten und Voraussetzung für die Aufnahme neuer Geschäftspartner. In den Sozialstandards sind folgende Punkte geregelt: Einhaltung von nationalen Gesetzen, Verbot von Kinderarbeit, Verbot von Zwangsarbeit, maximale Arbeitszeiten, menschenwürdige Arbeitsbedingungen, Diskriminierungsverbot, Zahlung angemessener Löhne, gesunde und sichere Arbeitsbedingungen, Anspruch auf Koalitionsfreiheit und Tarifverhandlung sowie ein bewusster Umgang mit der Umwelt.

Gibt es keine oder keine ausreichende nationale Gesetzgebung, die unter anderem Arbeitszeiten und angemessene Löhne definiert, so setzen die HUGO BOSS Sozialstandards den Mindeststandard.

REGELMÄSSIGE ÜBERPRÜFUNG DER EINHALTUNG DER SOZIALSTANDARDS

Social Compliance Audits werden weltweit sowohl mit eigenen Auditoren als auch in Zusammenarbeit mit externen und erfahrenen Dienstleistungspartnern durchgeführt. Die Audits stellen zum einen die Einhaltung der Sozialstandards sicher und helfen zum anderen den Lieferanten, sich in Bezug auf Social Management weiterzuentwickeln.

Das Auditergebnis fließt zudem in die halbjährliche Lieferantenbewertung mit ein. Werden Verstöße gegen die Sozialstandards und gesetzliche Vorgaben festgestellt, wird je nach Schweregrad das Auditintervall erhöht und zusammen mit den Lieferanten ein verbindlicher Maßnahmenplan mit erneuter Umsetzungskontrolle vereinbart. In Ausnahmefällen, wie z.B. bei wiederholten Verwarnungen ohne eingeleitete Verbesserungen oder schwerwiegenden Verstößen gegen die Sozialstandards, behält sich HUGO BOSS das Recht vor, die Zusammenarbeit zu beenden.

KEIN EINSATZ VON SANDBLASTING

Sandblasting bezeichnet die Verwendung von Sandstrahlen als Veredelungsmethode bei Denim-Produkten, um einen „Used"-Effekt zu erzielen. Wird bei diesem Verfahren Quarzsand ohne ausreichende Schutzmaßnahmen eingesetzt, kann dies zu schweren Gesundheitsschäden bei den Mitarbeitern führen.

Als verantwortliches Unternehmen hatte HUGO BOSS bislang im Dialog mit den relevanten Zulieferern mit alternativen Strahlmitteln, beziehungsweise Veredlungstechniken gearbeitet, die keine Gesundheitsgefährdung darstellen. Obgleich dies eine gesundheitlich unbedenkliche Alternative zum Sandstrahlen mit Quarz darstellt, hat HUGO BOSS im vergangenen Jahr beschlossen, die Verwendung jeglicher Strahltechnik in 2012 einzustellen. Der Verzicht bezieht sich damit nicht nur auf quarzhaltige Strahlmittel, sondern auch auf alternative Strahlmittel.

GEZIELTE ANFORDERUNGEN BEI PRODUKTSICHERHEIT

Als international führendes Unternehmen in der gehobenen Bekleidungsindustrie ist es für HUGO BOSS selbstverständlich, sich auch der Verantwortung gegenüber den Verbrauchern zu stellen. HUGO BOSS Produkte dürfen nicht gesundheitsgefährdend sein. Um dieser Anforderung gerecht zu werden, wird jeder Lieferant verpflichtet, eine Garantieerklärung zur Einhaltung der sogenannten Restricted Substances List (RSL) zu unterzeichnen. Die RSL beinhaltet Vorgaben, die sicherstellen, dass die eingesetzten Materialien den jeweiligen Landesgesetzen sowie internen Richtlinien von HUGO BOSS entsprechen und weder im Fertigungsprozess (zum Beispiel durch schädliche Emissionen) noch bei der Verwendung gesundheitsschädlich sind. Die Einhaltung wird durch entsprechende Prüfprozesse abgesichert, die entlang der Beschaffungskette implementiert sind.

MITARBEITER

Seit 2008 ist das Unternehmen Teil des bundesweiten Netzwerks „Erfolgsfaktor Familie" und bietet ein flexibles Modell der Familienförderung an. Dies soll vor allem die Rückkehr an den Arbeitsplatz aus der Elternzeit und dem Mutterschutz erleichtern. Für Mitarbeiter in Metzingen gibt es eigens reservierte Plätze in einer Kindertagesstätte und die Möglichkeit, finanzielle Unterstützung für eine anderweitige Betreuung zu bekommen. Von diesen Angeboten profitieren derzeit ca. 130 Elternpaare.

Bei der Ernährung am Arbeitsplatz leistet HUGO BOSS als Arbeitgeber einen grundlegenden Beitrag zur Gesundheit. Im eigenen Betriebsrestaurant wird ein ausgewogenes Ernährungskonzept mit täglich wechselnden Menüs und einer großen Auswahl an frischem Obst sowie Salat angeboten.

Alle Mitarbeiter haben darüber hinaus die Möglichkeit, im unternehmenseigenen Fitnessstudio zu trainieren und an subventionierten Kursen wie zum Beispiel Rückentraining, Aerobic oder Pilates teilzunehmen. Ebenso begeistern der Fußballplatz, das Beachvolleyballfeld und der HUGO BOSS Run viele Mitarbeiter in Metzingen. 2011 haben über 700 Läufer an der Veranstaltung am Stammsitz des Unternehmens teilgenommen.

HUGO BOSS ist als internationales Unternehmen in 124 Märkten weltweit und für Kunden mit unterschiedlichsten kulturellen Hintergründen tätig. „Diversity" bedeutet für das Unternehmen die bedingungslose Anerkennung der gesellschaftlichen Vielfalt und die Chancengleichheit für alle Mitarbeiter im Unternehmen, unabhängig von deren Nationalität, Geschlecht, religiöser und politischer Gesinnung, sexueller Orientierung sowie Alter und möglicher Behinderung.

Diversity ist nicht nur eine Bereicherung der Unternehmenskultur, sondern auch ein klarer Erfolgsfaktor im internationalen Wettbewerb. Diese Kultur der Vielfalt bei HUGO BOSS wurde vom „Great Place to Work"-Institut bereits mehrfach ausgezeichnet. Den hohen Stellenwert, den Diversity im Unternehmen einnimmt, hat HUGO BOSS zudem mit dem Beitritt zur UN-Charta der Vielfalt im Jahr 2008 unterstrichen.

UMWELT

HUGO BOSS respektiert den Artenschutz und unterstützt damit die Erhaltung der Artenvielfalt. Nicht artgerechte Tierzucht- und Tierhaltungsmethoden werden folgerichtig abgelehnt. Zudem reduziert HUGO BOSS seit Jahren die Verwendung von Fellprodukten innerhalb der Kollektionen. Zu diesem Zeitpunkt werden weniger als 0,09 % des Kollektionsanteils mit Fell veredelt. Dabei handelte es sich zumeist um Applikationen sowie Verbrämungen an Kragen, Kapuze und Ärmeln.

Zudem steht das Unternehmen seit vielen Jahren mit einzelnen Tierschutz- und Verbraucherorganisationen im Austausch. Gerade zum Thema Mulesing konnte sich HUGO BOSS durch diese offenen Dialoge weiterentwickeln und distanziert sich von dem Vorgehen. Mulesing bezeichnet ein schmerzhaftes operatives Verfahren, welches zumeist in Australien bei Merinoschafen durchgeführt wird, um sie vor dem Befall aggressiver Fliegenarten zu schützen. Tierfreundlichere Alternativen zu diesem Verfahren sind zwar vorhanden, befinden sich aber noch in der Entwicklung. Das Unternehmen hat daher entschieden, den Einkauf von Merinowolle möglichst auf Quellen umzulenken, die nachweisen können, dass das Verfahren keine Anwendung findet. Im Bereich der Strickwaren ist dies schon bei über 70 % der Fall.

KONTINUIERLICHE VERBESSERUNGEN IM KLIMASCHUTZ

Seit 2008 werden Umweltdaten wie Treibhausgase, Abfall und Wasserverbrauch gemäß den Richtlinien der international anerkannten Global Reporting Initiative (GRI) erhoben und ausgewertet. Die Erkenntnisse dienen als Basis für die Optimierung der gesamten Logistik, um verstärkt auf umweltfreundlichere Fährbetriebe oder Seefracht zu setzen. Die Idee der „Eco-Efficiency" – vom World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) definiert als „Mehrwert bei geringerer Umweltbelastung" – stellt die Grundlage für neue Logistikkonzepte dar.

Mit kontinuierlichen Verbesserungen in den unternehmenseigenen Betriebsstätten konnte die Energieeffizienz in den letzten Jahren stetig verbessert werden. Im HUGO BOSS-eigenen Werk in Izmir, Türkei, wurde der durchschnittliche Energiebedarf pro produziertem Kleidungsstück im Vergleich zum Jahr 2004 um mehr als 32 % reduziert und der Ausstoß von Treibgasen somit nachhaltig reduziert.

Weitere Beispiele für die Integration umweltspezifischer Überlegungen sind die jüngsten Verwaltungsgebäude in Metzingen und in der Schweiz. Durch eine „intelligente" Architektur und Gebäudetechnik kann der Energieaufwand hier so gering wie möglich gehalten werden. Darüber hinaus ist ein Teil des Stroms für die Verwaltungsgebäude und Läger zertifizierter, umweltfreundlicher Strom. Dieser stammt weder aus Atom- noch aus Kohle- oder Ölkraftwerken und wird vollständig aus ökologischen Energiequellen gewonnen.

SOZIALES

UNICEF und HUGO BOSS verbindet eine langjährige Partnerschaft. Die UNICEF-Initiative „Schulen für Afrika" wird seit vielen Jahren erfolgreich von dem Unternehmen unterstützt. In diesem Jahr hat die BOSS Orange „Today. To help. Together."-Kampagne einen zusätzlichen Spendenbeitrag leisten können.

Ebenso nachdrücklich setzt sich HUGO BOSS mit der Kinderrechtsorganisation Save the Children e.V. für Kinder und Jugendliche in Indien ein, indem ihnen eine Ausbildung ermöglicht wird.

Das Unternehmen engagiert sich des Weiteren in Krisenzeiten, wenn kurzfristige Hilfe notwendig ist, wie zuletzt in Japan nach dem verheerenden Erdbeben. Auch sorgt sich HUGO BOSS national um Kinder und Jugendliche und unterstützt seit 2011 als fester Partner die Off Road Kids Stiftung, ein bundesweit arbeitendes Hilfswerk für Straßenkinder in Deutschland.

Darüber hinaus sind HUGO BOSS und die Mitarbeiter in der Hauptverwaltung eng mit dem Standort Metzingen verbunden. Gemeinsam mit dem Betriebsrat wurden insgesamt mehr als 100 gemeinnützige regionale Projekte sowie medizinische, gesellschaftliche und karitative Einrichtungen mittels Sach- und Geldspenden unterstützt. Seit vielen Jahren besteht beispielsweise eine enge Verbindung zur Kinderkrebsstation Tübingen und zum Roten Kreuz.

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE

Die im vergangenen Jahr begonnene Erholung der Weltwirtschaft setzte sich zu Beginn des Jahres 2011 fort, wobei politische Turbulenzen im Nahen und Mittleren Osten sowie das schwere Erdbeben in Japan im ersten Quartal 2011 weltweit für Verunsicherung sorgten. Bedingt durch die hohe Staatsverschuldung in Europa und den USA verlangsamte sich das weltweite Konjunkturwachstum dann gegen Ende des ersten Halbjahres 2011. Die Situation verschärfte sich in der zweiten Jahreshälfte vor allem aufgrund der Ausweitung der Schuldenkrise in der Eurozone auf größere Peripheriestaaten wie Italien und Spanien.

Nach einem moderaten Wachstum im ersten Halbjahr trübten die Stimmungsindikatoren der Eurozone in der zweiten Jahreshälfte aufgrund der zunehmenden Unsicherheit über die Finanzstabilität vor allem Griechenlands, Spaniens, Portugals und Italiens weiter ein. Anleiheaufkäufe durch die Europäische Zentralbank (EZB) und Leitzinssenkungen konnten die Refinanzierungskosten der betroffenen Länder nicht nachhaltig senken. Belastet wurde die Wirtschaft neben den Programmen zur Konsolidierung der Staatshaushalte von einem Rückgang des Verbrauchervertrauens und zurückhaltenden Investitionen der Unternehmen. In Deutschland entwickelte sich die Konjunktur durch die robuste Investitions- und Exporttätigkeit der Unternehmen und den anziehenden privaten Konsum überdurchschnittlich gut. Allerdings verlangsamte sich das Wachstumstempo im Jahresverlauf auch hier.

Die Wirtschaft in den USA wuchs im Jahr 2011 nur moderat. Besonders in der zweiten Jahreshälfte drückten die europäische Schuldenkrise und die Uneinigkeit der US-Politik über ein mögliches Sparprogramm zum Abbau der amerikanischen Staatsverschuldung die Stimmung. Auch die angekündigte Nullzinspolitik der amerikanischen Notenbank konnte nicht den gewünschten belebenden Effekt auf die Wirtschaft entfalten. Belastet wurde die Konjunktur vor allem von der weiterhin hohen Arbeitslosigkeit, vom anhaltend schwachen Immobiliensektor und der hohen Verschuldung der privaten Haushalte. Erst gegen Ende des Jahres ließen sich Anzeichen für ein Anziehen der US Konjunktur erkennen. Das Wirtschaftswachstum in der Region Mittel- und Lateinamerika kühlte sich in den vergangenen Monaten aufgrund einer abnehmenden Exporttätigkeit in die USA und die Eurozone ab. Das Wachstum der Region wurde von einer anziehenden Inlandsnachfrage und Investitionstätigkeit getragen.

Die Wirtschaft in Asien entwickelte sich weiterhin deutlich stärker als im Rest der Welt. In der zweiten Jahreshälfte ließ das Wachstum in einigen Volkswirtschaften der Region aufgrund der nachlassenden Exporttätigkeit, zurückhaltender Investitionen und einer restriktiveren Vergabe von Bankkrediten jedoch nach. Die nachlassende Konsumnachfrage sowohl im In- als auch im Ausland, sinkende Immobilienpreise und eine restriktive Kreditvergabe ließen besonders die Sorgen um Abkühlung der chinesischen Konjunktur steigen. Die japanische Wirtschaft konnte sich nach dem schweren Erdbeben im weiteren Jahresverlauf stabilisieren, litt aber ebenfalls unter dem Rückgang der Exportnachfrage aus den westlichen Industriestaaten und der nur schwach anziehenden heimischen Nachfrage.

BRANCHENENTWICKLUNG

In der Premium- und Luxusgüterindustrie setzte sich die positive Entwicklung des Jahres 2010 im abgelaufenen Geschäftsjahr fort. Die Wachstumsraten der Branche lagen dabei deutlich über denen der Gesamtwirtschaft. Somit konnte sich die Luxusgüterindustrie den negativen Einflüssen des global sinkenden Konsumentenvertrauens und der steigenden Beschaffungs- und Lohnkosten entziehen. Laut Branchenexperten stieg der weltweite Umsatz mit hochwertigen Textilien, Accessoires, Lederwaren, Schuhen, Schmuck, Uhren, Parfüm und Kosmetik unter Annahme konstanter Wechselkurse im Jahr 2011 um ungefähr 13 %.

Die Entwicklung des Premium- und Luxusgütermarktes verlief in den verschiedenen Produktkategorien unterschiedlich. Uhren, Schmuck und Accessoires wiesen mit zweistelligen Wachstumsraten das stärkste Umsatzwachstum auf. Das für den HUGO BOSS Konzern als Vergleichsmaßstab relevante Bekleidungssegment wuchs im hohen einstelligen Bereich. Sowohl der Männer- als auch der Frauenbereich legten zu.

In Europa wurden die Umsatzsteigerungen in der Premium- und Luxusgüterindustrie vor allem von einer positiven Dynamik in Russland und Osteuropa begünstigt, wo ein steigendes Verbrauchervertrauen die Einzelhandelsumsätze beflügelte. Auch in den südeuropäischen Märkten stabilisierte sich die Lage gegenüber den Vorjahren. In den westeuropäischen Kernmärkten hingegen entwickelte sich die Industrie uneinheitlich. Zwar unterstützte die steigende Nachfrage von Touristen die Umsatzentwicklung, die Eurokrise und die Turbulenzen an den Finanzmärkten trübten jedoch die Konsumstimmung. Während der deutsche Einzelhandel eine erfreuliche Entwicklung vorweisen konnte, trübte sich die Konsumstimmung in Großbritannien im Jahresverlauf aufgrund der öffentlichen Sparmaßnahmen und der anhaltend hohen Inflation weiter ein. Insgesamt wuchs der europäische Markt für Luxusgüter im Jahr 2011 um rund 10 %.

In Amerika entwickelte sich das Premium- und Luxussegment im Einzelhandel überdurchschnittlich stark und koppelte sich damit von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung ab. Der private Konsum in den USA zog in den letzten Monaten leicht an, wobei das Wachstum der Branche auch vom Tourismus beflügelt wurde.In Lateinamerika wurde das Wachstum vor allem von der guten Entwicklung in Brasilien getragen. Dies hatte zur Folge, dass immer mehr Luxusgüteranbieter ihre Präsenz in diesem Markt ausbauten. Der Umsatzanstieg der Premium- und Luxusgüterbranche in Amerika im Jahr 2011 lag bei rund 12 %.

In der Region Asien-Pazifik stiegen die Umsätze der Premium- und Luxusgüterbranche um knapp 30 %. Der chinesische Luxusgütermarkt wies weiter ein starkes organisches Wachstum auf und die Umsätze stiegen hier überdurchschnittlich stark an. In China profitierte die Branche von der stetig wachsenden Mittelschicht mit steigenden verfügbaren Einkommen und der hohen Attraktivität insbesondere europäischer Premium- und Luxusmarken. Aufgrund der anhaltend hohen Nachfrage vergrößerte sich das Angebot an Einzelhandelsflächen in diesem Markt weiter. Der japanische Markt, einer der weltweit wichtigsten Einzelmärkte für Luxusgüter, entwickelte sich unmittelbar nach dem schweren Erdbeben im März 2011 deutlich rückläufig, erholte sich aber im weiteren Verlauf der Berichtsperiode stärker als erwartet.

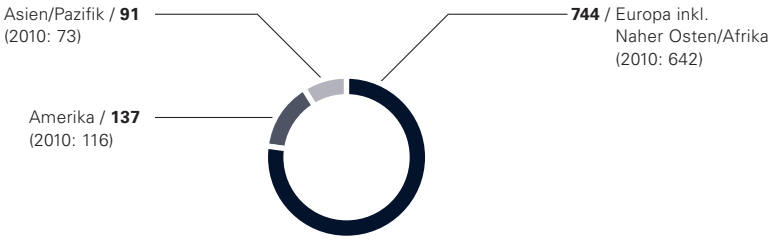
UMSATZ- UND ERTRAGSLAGE

Die HUGO BOSS AG erreichte im Geschäftsjahr 2011 neue Höchstmarken bei Umsatz und Ergebnis und übertraf die Steigerungsraten der Gesamtwirtschaft und der Branche deutlich. HUGO BOSS ist es gelungen, 2011 in allen Regionen und allen Absatzkanälen sowie mit allen Marken zu wachsen. Zu dieser Entwicklung trugen insbesondere das starke Wachstum des weltweit konzerneigenen Einzelhandels, eine konsequente Preispolitik sowie Effizienzverbesserungen wesentlicher Unternehmensprozesse bei.

UMSATZENTWICKLUNG

Im Geschäftsjahr 2011 erhöhte sich der Umsatz der HUGO BOSS AG um ca. 17 % auf 972 Mio. EUR (2010: 832 Mio. EUR). Diese Entwicklung ist insbesondere auf den steigenden Anteil des Umsatzes aus dem konzerneigenen Einzelhandel der Tochtergesellschaften zurückzuführen. Dabei stellt sich die regionale Umsatzentwicklung mit Tochtergesellschaften sowie externen Handelspartnern wie folgt dar:

REGIONALE UMSATZENTWICKLUNG (in Mio. EUR)
Mit Tochtergesellschaften sowie externen Handelspartnern



Umsätze außerhalb Deutschlands und Österreichs wurden mit Tochtergesellschaften erzielt.

In der Region Europa inkl. Naher Osten/Afrika stieg der Umsatz mit Tochtergesellschaften der HUGO BOSS AG im Geschäftsjahr 2011 um insgesamt 12 % auf 392 Mio. EUR (2010: 349 Mio. EUR). Der Umsatz mit Dritten betrug 352 Mio. EUR (2010: 293 Mio. EUR).

Auf dem amerikanischen Kontinent verbesserte sich der Umsatz der HUGO BOSS AG um 18 % auf 137 Mio. EUR (2010: 116 Mio. EUR). In Asien verzeichnete die HUGO BOSS AG ebenfalls einen Umsatzanstieg von 25 % auf 91 Mio. EUR (2010: 73 Mio. EUR).

Die Umsatzentwicklung nach Marken hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr ebenfalls positiv entwickelt. Der Umsatz der Kernmarke BOSS stieg um 15 % auf 868 Mio. EUR (2010: 754 Mio. EUR). Die Trendmarke HUGO erzielte im Geschäftsjahr 2011 einen Umsatzanstieg von 33 % auf 104 Mio. EUR (2010: 78 Mio. EUR).

ERGEBNISENTWICKLUNG

Der Jahresüberschuss lag im Geschäftsjahr 2011 mit 88 Mio. EUR 80 % über dem Wert des Vorjahres (2010: 49 Mio. EUR). Im Folgenden sind die Veränderungen im Einzelnen erläutert.

Das Bruttoergebnis vom Umsatz verbesserte sich gegenüber dem Vorjahreswert um 19 % auf 317 Mio. EUR (2010: 267 Mio. EUR). Das Verhältnis Herstellungskosten zum Umsatz verbesserte sich dabei geringfügig um einen Prozentpunkt auf 67 % (2010: 68 %).

Die Aufwendungen für Vertriebskosten erhöhten sich im Geschäftsjahr um 21 % auf 226 Mio. EUR (2010: 187 Mio. EUR). Die vermehrten Aufwendungen resultieren hauptsächlich aus höheren weiterberechneten Marketingaufwendungen der HUGO BOSS Trademark Management GmbH & Co. KG, höheren Personalkosten in den Bereichen Einzelhandel, Logistik und zentraler Vertrieb sowie gestiegenen Handelsmarketingkosten.

Die allgemeinen Verwaltungskosten verminderten sich um 22 % auf 76 Mio. EUR (2010: 98 Mio. EUR) und setzen sich hauptsächlich aus Personalkosten, Raummieten, Leasingkosten, Abschreibungen sowie diversen IT-Aufwendungen zusammen. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf eine erstmalig sachgerechte Zuordnung von Sekundärkosten auf die Vertriebs- sowie Forschungs- und Entwicklungskosten zurückzuführen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich hauptsächlich aus Forderungsabwertungen, Fremdwährungseffekten, Forschungs- und Entwicklungskosten sowie sonstigen einmaligen Effekten zusammen und verminderten sich im Vergleich zum Vorjahr um 23 % auf 63 Mio. EUR (2010: 82 Mio. EUR). Die Verminderung beruht zum Großteil auf gesunkenen Aufwendungen in den Bereichen Fremdwährungsbewertungen, Devisentermingeschäfte sowie Verpflichtungen aus den „Stock Appreciation Rights (SAR)". Aufgrund der Umstellung auf vier Kollektionen im Rahmen des Projekts D.R.I.V.E. haben sich die Forschungs- und Entwicklungskosten erhöht.

Dem starken Rückgang der sonstigen betrieblichen Aufwendungen stehen stabile sonstige betriebliche Erträge von 102 Mio. EUR (2010: 103 Mio. EUR) gegenüber. Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich im Wesentlichen aus der Weiterbelastung von Marketing- und Verwaltungskosten an verbundene Unternehmen zusammen. Rückläufig entwickelten sich insbesondere die aperiodischen Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen, die Bewertungseffekte aus dem „Stock Appreciation Rights Program" sowie geringe Erträge aus Devisentermingeschäften.

Die Erträge aus Beteiligungen betreffen im Wesentlichen den Jahresüberschuss bei der HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG in Höhe von 80 Mio. EUR (2010: 73 Mio. EUR).

Das Nettofinanzergebnis (sonstige Zinsen und ähnliche Erträge abzüglich Zinsen und ähnliche Aufwendungen) wies zum Geschäftsjahr 2011 einen Wert von –6 Mio. EUR (2010: –13 Mio. EUR) aus. Ursächlich für die Veränderung waren insbesondere Erträge aus dem Verkauf von Optionen im Rahmen von Sicherungsgeschäften im Zusammenhang mit dem bestehenden „Stock Appreciation Rights Program".

Das außerordentliche Ergebnis im Vorjahr betraf ausschließlich Anpassungen im Rahmen des BilMoG (2010: 0,2 Mio. EUR).

Das Ergebnis vor Steuern belief sich im Geschäftsjahr 2011 auf 127 Mio. EUR (2010: 63 Mio. EUR). Der Anstieg des Ergebnisses vor Steuern resultierte aus dem verbesserten Betriebsergebnis von 55 Mio. EUR (2010: 3 Mio. EUR). Die Steuerquote lag mit 30,6% über dem Vorjahr (2010: 22,3 %). Einen negativen Effekt auf die Steuerquote hatten aperiodische Ertragsteuern aus den Vorjahren in Höhe von 2.912 TEUR sowie Bewertungs- und Ansatzunterschiede zwischen Handels- und Steuerbilanz, die nicht im Steueraufwand berücksichtigt sind, weil vom Ansatzwahlrecht für aktive latente Steuern kein Gebrauch gemacht wurde. Ohne diese beiden Effekte ergibt sich eine bereinigte Steuerquote von 24,9 %.

DIVIDENDE UND ERGEBNISVERWENDUNG

Das Geschäftsjahr 2011 der HUGO BOSS AG schloss mit einem Jahresüberschuss von 88 Mio. EUR ab (2010: 49 Mio. EUR). Der Bilanzgewinn beträgt nach Entnahme aus den Gewinnrücklagen 203 Mio. EUR. Vor dem Hintergrund einer ertragsorientierten Ausschüttungspolitik werden Aufsichtsrat und Vorstand der Hauptversammlung vorschlagen, eine Dividende von 2,88 EUR je Stammaktie und 2,89 EUR je Vorzugsaktie für das Geschäftsjahr 2011 auszuschütten. Dies entspricht einem Betrag von 199 Mio. EUR (2010: 140 Mio. EUR). Des Weiteren wird der Hauptversammlung vorgeschlagen, den auf eigene Anteile entfallenden Dividendenbetrag in Höhe von 4 Mio. EUR (2010: 3 Mio EUR) auf neue Rechnung vorzutragen.

VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

BILANZSTRUKTUR UND BILANZKENNZAHLEN

Die Bilanzsumme erhöhte sich zum Ende des Jahres 2011 um 3,8 % auf 934 Mio. EUR (2010: 900 Mio. EUR). Die wesentlichen Veränderungen der Bilanzpositionen werden im Folgenden erläutert.

Auf der Aktivseite verminderte sich der Anteil der langfristigen Aktiva auf 70 % (2010: 73 %). Das immaterielle Anlagevermögen in Höhe von 42 Mio. EUR (2010: 40 Mio. EUR) enthält im Wesentlichen Software und ein Vertriebsrecht.

Im Sachanlagevermögen führten die Abschreibungen sowie eine geringere Investitionstätigkeit zu einem Rückgang dieser Position.

In den Finanzanlagen sind die direkten Beteiligungen der HUGO BOSS AG enthalten. Eine Übersicht zu den Beteiligungsverhältnissen ist in den Erläuterungen zum Anteilsbesitz im Anhang zu finden.

Der Anteil der kurzfristigen Aktiva zum 31. Dezember 2011 lag mit 30 % über Vorjahresniveau (2010: 27 %). Dabei erhöhten sich die Vorräte um 11,4 % auf 166 Mio. EUR (2010: 149 Mio. EUR). Die Erhöhung der Vorräte reflektiert den fortgesetzten Ausbau des weltweiten Einzelhandels des HUGO BOSS Konzerns, welche sich bei der HUGO BOSS AG als Zulieferant für die weltweiten Vertriebsgesellschaften entsprechend in einer Erhöhung des Vorratsbestands niederschlagen.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind auf 16 Mio. EUR (2010: 8 Mio. EUR) und die Forderungen gegen verbundene Unternehmen inklusive Beteiligungen sind auf 21 Mio. EUR (2010: 13 Mio. EUR) angestiegen. Ein wesentlicher Treiber dieser Entwicklung war das unternehmensweite Projekt D.R.I.V.E., im Zuge dessen sich auch die Auslieferungszyklen verändert haben. Dadurch lag insbesondere im Dezember das Auslieferungsvolumen deutlich über dem Wert des Vergleichsmonats.

Die sonstigen Vermögensgegenstände lagen bei 34 Mio. EUR (2010: 38 Mio. EUR) und betreffen hauptsächlich Steuerforderungen, Kaufoptionen zur Absicherung der Stock Appreciation Rights und Bonusforderungen gegenüber Lieferanten. Der Rückgang der sonstigen Vermögensgegenstände ist im Wesentlichen auf einen Verkauf der Sicherungsgeschäfte aus „Stock Appreciation Rights“ (SAR) zurückzuführen.

Bei den Passiva wirkte sich vor allem die Entnahme aus den anderen Gewinnrücklagen um 112 Mio. EUR aus. Das Eigenkapital der HUGO BOSS AG beträgt zum Bilanzstichtag 407 Mio. EUR (2010: 458 Mio. EUR). Damit beläuft sich die Eigenkapitalquote auf 43,6 % (2010: 50,9 %).

Die Rückstellungen erhöhten sich auf 110 Mio. EUR (2010: 89 Mio. EUR). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf höhere Steuerrückstellungen sowie sonstige Risikorückstellungen zurückzuführen.

Die Verbindlichkeiten erhöhten sich auf 415 Mio. EUR (2010: 351 Mio. EUR). Der Anstieg ist zum einen auf höhere Wareneingänge zum Jahresende und daraus resultierende höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen. Zum anderen sind die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen angestiegen. Insbesondere kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber der HUGO BOSS International B. V. sind von 185 Mio. EUR im Vorjahr auf jetzt 296 Mio. EUR angestiegen.

FINANZLAGE

Ein positiver Mittelzufluss ergab sich aus dem Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit sowie der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit führten zu einem Mittelabfluss. Im Folgenden werden die Veränderungen der verschiedenen Cashflows dargestellt.

Der operative Cashflow lag mit 117 Mio. EUR deutlich über dem Vorjahreswert (2010: 97 Mio. EUR). Die Verbesserung im operativen Cashflow ist im Wesentlichen auf einen höheren Jahresüberschuss von 88 Mio. EUR (2010: 49 Mio. EUR) zurückzuführen.

Innerhalb des operativen Cashflows waren wesentliche Veränderungen in der Bewegungsbilanz in den Positionen Vorratsvermögen, Forderungen, Verbindlichkeiten und Rückstellungen zu verzeichnen. So erhöhten sich die Vorräte um 17 Mio. EUR, die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände ohne Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen um insgesamt 4 Mio. EUR, die Rückstellungen um 20 Mio. EUR und die Verbindlichkeiten und sonstige Passiva, ohne Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen, um 5 Mio. EUR.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit betrug 35 Mio. EUR (2010: Mittelzufluss 10 Mio. EUR). Vor allem führten Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen und in das Sachanlagevermögen in Höhe von 28 Mio. EUR zu Mittelabflüssen. Sie erhöhten sich um 16 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahr (2010: 12 Mio. EUR). Eine detaillierte Darstellung der Investitionen ist im Kapitel „Investitionen" zu finden.

Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit war geprägt von der Auszahlung der Dividende in Höhe von 140 Mio. EUR. Zum 31. Dezember 2011 betrug der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit 80 Mio. EUR (2010: 73 Mio. EUR).

Der Finanzmittelbestand verbesserte sich insgesamt um 2 Mio. EUR auf 40 Mio. EUR (2010: 38 Mio. EUR).

FINANZMANAGEMENT

Der HUGO BOSS AG stehen ausreichend Mittel zur Finanzierung von Investitionen und Wachstum zur Verfügung. Die Finanzierung erfolgt in erster Linie über das Konzerndarlehen mit der HUGO BOSS International B.V.

Über den syndizierten Kredit der HUGO BOSS International B.V. wird dem HUGO BOSS-Konzern ein Gesamtvolumen von bis zu 450 Mio. EUR zur Verfügung gestellt, das nach Finanzierungsbedarf auf die einzelnen Konzerngesellschaften allokiert wird. Am 31. Dezember 2011 bestand bei der HUGO BOSS AG ein Intercompany-Darlehen mit der HUGO BOSS International B.V. in Höhe von 200 Mio. EUR, welches jährlich prolongiert wird. Dieses Darlehen wird mit einem festen Zinssatz verzinst. Daneben bestehen mit der HUGO BOSS International B.V. weitere kurzfristige Darlehensverbindlichkeiten in Höhe von 96 Mio. EUR. Dieses kurzfristige Darlehen wird auf Basis des 1-Monats-EURIBOR zuzüglich einer fixierten Marge verzinst.

Zudem können bei Kreditinstituten Darlehen und Kreditlinien zur Deckung von kurzfristigen Verbindlichkeiten genutzt werden.

Aufgrund des niedrigen externen Finanzierungsvolumens ist die Abhängigkeit von Zinsentwicklungen gering. Gehen die anderen Konzerngesellschaften direkt externe Kreditgeschäfte ein, geben je nach Anforderung die HUGO BOSS AG oder die HUGO BOSS International B.V. Garantien oder Patronatserklärungen ab.

Eine genauere Darstellung des Managements der finanziellen Risiken sowie deren Absicherung sind unter dem Kapitel „Risikobericht" und im Anhang unter „sonstige finanzielle Verpflichtungen" zu finden.

INVESTITIONEN

Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände betrugen im abgelaufenen Geschäftsjahr 28 Mio. EUR (2010: 12 Mio. EUR).

Das seit dem Jahr 2004 laufende Projekt „Columbus" wurde mit der Einbeziehung der Linie BOSS Black Menswear beendet. In unterschiedlichen Folgeprojekten wurden im Geschäftsjahr 2011 weitere 4 Mio. EUR (2010: 3 Mio. EUR) für neue Software und Nutzungsrechte investiert. Des Weiteren ist im immateriellen Vermögen ein Vertriebsrecht im Rahmen einer konzerninternen Umstrukturierung im Wert von 6 Mio. EUR zugegangen.

Diverse sonstige Investitionsvorhaben wie die Einrichtung von Vertriebsflächen und die Erneuerung von Geschäftsausstattung sowie Investitionen in Maschinenparks und EDV-Anlagen summierten sich auf etwa 18 Mio. EUR (2010: 9 Mio. EUR).

Die bestehenden Verpflichtungen aus begonnenen Investitionsvorhaben sind im Anhang unter „Sonstige finanzielle Verpflichtungen" aufgeführt und belaufen sich zum 31. Dezember 2011 auf 3 Mio. EUR (31. Dezember 2010: 1 Mio. EUR).

AUSSERBILANZIELLE FINANZIERUNGSINSTRUMENTE

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente werden im Wesentlichen in der Form von Leasing von Immobilien am Standort Metzingen, Deutschland, genutzt. Die sich hieraus ergebenden finanziellen Verpflichtungen sind im Anhang unter „Sonstige finanzielle Verpflichtungen" sowie „Nicht in der Bilanz enthaltene Geschäfte nach § 285 Nr. 3a HGB" angegeben. Andere außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente werden nicht genutzt.

GESAMTAUSSAGE ZUR WIRTSCHAFTLICHEN LAGE

Zusammengefasst zeigt die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage, dass sich die HUGO BOSS AG zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts in einer soliden wirtschaftlichen Lage befand.

VERGÜTUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

VERGÜTUNG FÜR DEN VORSTAND

Die Summe der fixen Gehaltsbestandteile des Vorstands belief sich im Geschäftsjahr 2011 auf 2.873 TEUR (2010: 3.248 TEUR). Die fixen Gehaltsbestandteile umfassen, neben dem Gehalt, dem Vorstand gewährte Leistungen wie Dienstwagen und sonstige zum Gehalt gehörende Sachleistungen sowie weitere zur Erfüllung der Vorstandsaufgaben notwendige Ausstattungen und Leistungen.

Die variablen Vergütungsbestandteile mit nachhaltiger Anreizwirkung bestehen in einer mehrjährigen Bonusvereinbarung, die entsprechend der Zielerreichung der mit dem Aufsichtsrat vereinbarten persönlichen Ziele sowie der Erfüllung der im Vorfeld definierten Unternehmenskennzahlen EBITDA vor Sondereffekten und kurzfristiges operatives Nettovermögen (Trade Net Working Capital) gewährt werden. Der Bonus für ein Jahr richtet sich überwiegend nach Zielen, deren Erreichung über einen Zeitraum von drei Jahren bemessen wird. Nach Ablauf des dritten Geschäftsjahres wird der Bonus final ermittelt und ausbezahlt. Für einen Übergangszeitraum bei Einführung der mehrjährigen Bonusvereinbarungen erhalten die Vorstandsmitglieder Abschlagszahlungen auf den erwarteten Bonus. Sofern der Betrag der Restzahlung negativ ist, ist dieser vom Vorstandsmitglied an die HUGO BOSS AG zurückzuzahlen. Die Zuführung zur Rückstellung für den Mehrjahresbonus erfolgt ratierlich. Zum 31. Dezember 2011 besteht eine Rückstellung in Höhe von 4.050 TEUR (2010: 3.025 TEUR).

Die zum Bilanzstichtag aktiven Vorstände haben keinen Anspruch auf Teilnahme am „Stock Appreciation Rights Program".

Für den Fall der vorzeitigen Beendigung enthalten die Dienstverträge Regelungen, die - von der in der Entsprechenserklärung vom Dezember 2011 erklärten Abweichung abgesehen - im Einklang mit den Vorgaben des Corporate Governance Kodex stehen. Für den Fall der regulären Beendigung enthalten die Dienstverträge - mit Ausnahme von Pensionsregelungen - keine Regelungen. Im Geschäftsjahr 2011 sind keine Leistungen an frühere Vorstandsmitglieder im Zusammenhang mit der Beendigung ihrer Tätigkeit gewährt worden (2010. 2.934 TEUR).

Daneben bestehen für die Vorstände Pensionszusagen durch die Gesellschaft. Das spätere Ruhegeld richtet sich nach der Anzahl der Dienstjahre und dem Grundgehalt. Die Zuführung zu den Pensionsrückstellungen der Vorstandsmitglieder (ohne Gehaltsumwandlung) betrugen 1.593 TEUR (2010: 900 TEUR).

VERGÜTUNG FÜR DEN AUFSICHTSRAT

Gemäß den Forderungen des Corporate Governance Kodex ist die Vergütung der Aufsichtsräte aufgeteilt in einen fixen und einen variablen Bestandteil. Der variable Bestandteil bemisst sich nach der Höhe des Ergebnisses je Aktie im Konzernabschluss. Die Position des Aufsichtsratsvorsitzenden und die seines Stellvertreters werden bei der Berechnung der Vergütung berücksichtigt.
Der Aufsichtsrat erhielt für seine Tätigkeit im Jahr 2010 Gesamtbezüge in Höhe von 1.534 TEUR. Für das Jahr 2011 betragen die Gesamtbezüge voraussichtlich 1.911 TEUR, darin enthalten ist eine Rückstellung für den variablen Anteil in Höhe von 1.156 TEUR (2010: 738 TEUR).

SPEZIALGESETZLICHE ANGABEN

Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen
Der Vorstand von HUGO BOSS ist zur Aufstellung eines Berichts über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 AktG verpflichtet. In dem Abhängigkeitsbericht wurden die Beziehungen zur Permira Holdings Limited, Guernsey, und den zum HUGO BOSS-Konzern gehörenden Unternehmen erfasst. Über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen hat der Vorstand Bericht erstattet und zusammenfassend erklärt: „… dass die Gesellschaft nach den Umständen im Zeitpunkt des jeweiligen Geschäfts für jede Leistung im Sinne dieses Berichts stets eine angemessene Gegenleistung erhalten hat. Maßnahmen wurden auf Veranlassung oder im Interesse der Permira Holdings Limited, Guernsey, beziehungsweise ihrer verbundenen Unternehmen weder getroffen noch unterlassen."

Angaben nach den §§ 289 Abs. 4, 315 Abs. 4 HGB
Nachfolgend sind die nach §§ 289 Abs. 4, 315 Abs. 4 HGB erforderlichen Angaben aufgeführt und erläutert. Aus Sicht des Vorstands besteht darüber hinaus kein weitergehender Erläuterungsbedarf im Sinne der §§ 175 Abs. 2 Satz 1, 176 Abs. 1 Satz 1 AktG.

Das gezeichnete Kapital der HUGO BOSS AG setzt sich unverändert zusammen aus 35.860.000 auf den Inhaber lautenden Stammaktien (50,9 %) und 34.540.000 auf den Inhaber lautenden Vorzugsaktien (49,1 %) ohne Stimmrecht mit einem rechnerischen Betrag des Grundkapitals von 1,00 EUR je Stamm- oder Vorzugsaktie. Den Inhabern der Vorzugsaktien ohne Stimmrecht steht bei der Verteilung des Bilanzgewinns ein Vorzugsgewinnanteil von 0,01 EUR je Aktie zu. Das bedeutet, die Inhaber der stimmrechtslosen Vorzugsaktien erhalten aus dem jährlichen Bilanzgewinn eine um 0,01 EUR je Vorzugsaktie höhere Dividende als die Inhaber von Stammaktien, mindestens jedoch eine Dividende in Höhe von 0,01 EUR je Vorzugsaktie.

Im Gegensatz zu den Stammaktien sind die Vorzugsaktien stimmrechtslos. Gesetzliche oder statuarische Stimmrechts- oder Übertragungsbeschränkungen bestehen nicht. Diesbezügliche Vereinbarungen zwischen den Aktionären sind dem Vorstand unbekannt.

Es bestehen Kapitalbeteiligungen, die 10 % der Stimmrechte überschreiten.

Daneben sind der HUGO BOSS AG keine weiteren Aktionäre gemeldet worden, die mehr als 10 % der Stimmrechte überschreiten. Es liegen dem Unternehmen auch keine sonstigen Meldungen von Aktionären vor, die 3 % oder mehr der Stimmrechte der HUGO BOSS AG halten.

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, existieren bei der HUGO BOSS AG nicht. Für die Ausübung der Aktionärsrechte von Aktionären, die Mitarbeiter der HUGO BOSS AG sind, existieren keine Sonderregelungen.

Die Ernennung und die Abberufung der Mitglieder des Vorstands der HUGO BOSS AG richten sich nach den §§ 84, 85 AktG und § 31 MitbestG in Verbindung mit § 6 der Satzung. Der Vorstand besteht gemäß § 6 Abs. 1 der Satzung aus mindestens zwei Mitgliedern. Die Zahl der Vorstandsmitglieder wird vom Aufsichtsrat gemäß § 6 Abs. 2 der Satzung bestimmt. Der Aufsichtsrat kann einen Vorsitzenden des Vorstands sowie einen stellvertretenden Vorsitzenden ernennen. Der Aufsichtsrat kann die Bestellung zum Vorstandsmitglied und die Ernennung zum Vorsitzenden des Vorstands widerrufen, wenn ein wichtiger Grund vorliegt. Die Vorstandsmitglieder sollen nach § 6 Abs. 3 der Satzung bei ihrer Bestellung in der Regel nicht älter als 60 Jahre sein. Die Vorstandsmitglieder werden vom Aufsichtsrat auf höchstens fünf Jahre bestellt.

Über Änderungen der Satzung beschließt die Hauptversammlung. Soweit das Aktiengesetz nicht zwingend etwas Abweichendes bestimmt, wird der Beschluss gemäß § 17 Satz 2 und 3 der Satzung mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen und – soweit eine Mehrheit des bei der Beschlussfassung vertretenen Kapitals erforderlich ist – mit einfacher Mehrheit des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals gefasst. Nach § 20 der Satzung ist dem Aufsichtsrat die Befugnis eingeräumt, Änderungen der Satzung, die nur die Fassung betreffen, zu beschließen.

Einzelheiten zum Thema internes Kontroll-, Risikomanagement- und Revisionssystem können Sie dem Kapitel „Risikobericht" auf den Seiten 56 ff. entnehmen.

Ermächtigung des Vorstands zur Erhöhung des Grundkapitals (Genehmigtes Kapital 2009) mit der Möglichkeit des Bezugsrechtsausschlusses

Der Vorstand ist gemäß dem Beschluss der Hauptversammlung vom 14. Mai 2009 ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 13. Mai 2014 mit Zustimmung des Aufsichtsrats durch Ausgabe neuer Inhaberstamm- und/oder Inhabervorzugsaktien ohne Stimmrecht, die den bereits ausgegebenen Inhabervorzugsaktien ohne Stimmrecht gleichstehen, gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrfach, insgesamt jedoch höchstens um einen Betrag von 35.200.000 EUR zu erhöhen. Die Erhöhungen des Grundkapitals gegen Bareinlagen erfolgen unter Wahrung des Verhältnisses beider Aktiengattungen zueinander. Bei der Ausnutzung des genehmigten Kapitals steht den Aktionären grundsätzlich ein Bezugsrecht zu. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, das Bezugsrecht der Inhaber von Aktien einer Gattung auf Aktien der anderen Gattung auszuschließen, Spitzenbeträge vom Bezugsrecht der Aktionäre auszunehmen und, mit Zustimmung des Aufsichtsrats, das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen, soweit die Kapitalerhöhung gegen Sacheinlagen zum Zweck des Erwerbs von Unternehmen oder von Beteiligungen an Unternehmen erfolgt.

Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien und zur Verwendung eigener Aktien auch unter Ausschluss eines Andienungs- und Bezugsrechts einschließlich der Ermächtigung zur Einziehung erworbener eigener Aktien und Kapitalherabsetzung

Die Befugnisse des Vorstands zum Aktienrückkauf wurden in der Hauptversammlung vom 21. Juni 2010 erneuert. Danach ist der Vorstand ermächtigt, bis zum 20. Juni 2015 Inhaberstamm- und/oder Inhabervorzugsaktien ohne Stimmrecht der Gesellschaft bis zu einem Anteil von insgesamt höchstens 10 % des am 21. Juni 2010 ausstehenden Grundkapitals zu erwerben. Die HUGO BOSS AG kann von der Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien ganz oder in Teilbeträgen, allein für Inhaberstamm- und/oder Inhabervorzugsaktien und damit unter teilweisem Ausschluss eines eventuellen Andienungsrechts der jeweiligen Gattung, einmal oder mehrmals in Verfolgung eines oder mehrerer Zwecke Gebrauch machen. Der Erwerb darf über die Börse oder mittels an die Inhaber der entsprechenden Aktiengattung gerichteten öffentlichen Kaufangebot erfolgen. Nach dieser Ermächtigung zurückerworbene eigene Aktien können über die Börse oder mittels Angebot an alle Aktionäre unter Ausschluss des Bezugsrecht der Aktionäre wieder veräußert werden. Sie können aber auch eingezogen, als Gegenleistung für einen eventuellen Erwerb von Unternehmen und Beteiligungen an Unternehmen, für eine Veräußerung zu einem Preis, der den aktuellen Börsenpreis nicht wesentlich unterschreitet, und für die Zulassung der Aktie an ausländischen Börsenplätzen verwendet werden.

Der durch die HUGO BOSS International B.V. aufgenommene und durch die HUGO BOSS AG garantierte syndizierte Kredit sowie bilaterale Linien enthalten marktübliche Vereinbarungen, die unter den Bedingungen eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots – sogenannte „Change of Control"-Klauseln – den Vertragspartnern zusätzliche Kündigungsrechte einräumen.

Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft für den Fall eines Übernahmeangebots mit den Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern existieren nicht.

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

RISIKOBERICHT

Die Risiko- und Chancenpolitik von HUGO BOSS verfolgt neben der Bestandssicherung des Unternehmens das Ziel der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes sowie die Erreichung finanzieller und strategischer Unternehmensziele. Durch ein wirksames Risikomangement wird sichergestellt, dass Risiken frühzeitig erkannt und minimiert wertden. Die Identifikation neuer Chancen dient neben der weiteren Reduzierung potenzieller Risiken für den Unternehmenserfolg insbesondere auch der Sicherstellung pofitablen Wachstums.

Der Erfolg der Gesellschaft beruht auf der konsequenten Nutzung von Chancen im Rahmen der mittel- und langfristigen Unternehmensstrategie. Ergänzend dazu verfolgt die Risikopolitik das Ziel, den Bestand des Unternehmens zu sichern, den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern sowie finanzielle und strategische Unternehmensziele zu erreichen.

Risikomanagement

Die Basis eines erfolgreichen Risikomanagements stellen konzerneinheitliche Standards für den systematischen Umgang mit Risiken dar. Diese werden durch den Vorstand festgelegt und in einem Risikohandbuch dokumentiert, das den Mitarbeitern online zur Verfügung steht. Risiken sind als potenzielle, negative Abweichungen vom geplanten operativen Ergebnis (EBIT) definiert. Festgelegte Grenzwerte beschreiben die Risikotragfähigkeit von HUGO BOSS und ermöglichen eine Einordnung der Risiken in Risikostufen von „gering" bis „hoch". Innerhalb festgelegter zeitlicher Intervalle in Abhängigkeit der Risikostufe werden Risiken rechtzeitig identifiziert, analysiert und überwacht und somit eine transparente Risikosituation geschaffen. Darüber hinaus sind alle Mitarbeiter von HUGO BOSS zu risikobewusstem Handeln und zur Vermeidung existenzgefährdender Risiken verpflichtet.

Um Risiken und Chancen frühzeitig zu erkennen, diese zu analysieren, zu steuern, zu überwachen und gegebenenfalls mit risikominimierenden Maßnahmen entgegenzuwirken, erfolgt die Koordination des konzernweiten Risikomanagements zentral im Bereich „Risiko- und Versicherungsmanagement" der HUGO BOSS AG. Dieser entwickelt die Instrumente des Risikomanagement-Systems kontinuierlich weiter und stellt sicher, dass Risiken und Chancen unternehmensweit systematisch nach einer einheitlichen Methode und regelmäßig innerhalb der festgelegten Intervalle erfasst werden.

Die Verantwortung für die Risikoanalyse, den adäquaten Umgang mit Risiken und die Umsetzung wirksamer risikoreduzierender Maßnahmen liegt dezentral in den jeweiligen Unternehmensbereichen, in denen die Risiken auftreten können. Hierzu sind je Bereich Risikoverantwortliche (Risk Owner) definiert. Vorstand und Aufsichtsrat werden regelmäßig über die Risikolage, die Entwicklung der wichtigsten Risiken sowie neu hinzugekommene Risiken informiert.

Der Umgang mit Risiken erfolgt auf vier Arten: Vermeidung, Verringerung, Übernahme und Übertragung von Risiken. Bestandteil des Risikomanagements ist dementsprechend die Übertragung von Risiken auf Versicherer. Finanzielle Folgen versicherbarer Risiken werden damit weitestgehend neutralisiert.

Die Risiken werden mindestens einmal im Jahr, in Abhängigkeit ihres Ausmaßes jedoch auch in halb-, vierteljährlichen beziehungsweise monatlichen Intervallen auf ihre Aktualität überprüft, gegebenenfalls überarbeitet sowie um neue Risikoaspekte erweitert. Die Risikoquantifizierung erfolgt durch Einschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeiten der Risiken einerseits und der damit verbundenen Auswirkungen auf das operative Ergebnis (EBIT) andererseits. Um ein möglichst differenziertes Bild der Risiken zu erhalten, werden unterschiedliche Risikoszenarien für den besten, mittleren und schlechtesten Fall betrachtet. Damit wird dem potenziell starken Einfluss von Extremszenarien mit zwar geringer Eintrittswahrscheinlichkeit, aber großer Auswirkung Rechnung getragen.Zusätzlich zu der auf die 12-monatige Planperiode abgestellten Risikoquantifizierung wird auch eine mittelfristige Risikotendenz ermittelt.

Durch die kontinuierliche Überwachung von Frühwarnindikatoren können Planabweichungen rechtzeitig erkannt werden. Meldeketten und das Einleiten geeigneter, im Vorfeld definierter Gegenmaßnahmen gewährleisten eine rasche Reaktion im Eintrittsfall eines Risikos.

HUGO BOSS ist in der Lage, Risiken frühzeitig zu erkennen sowie darauf kurzfristig und angemessen zu reagieren. Die Funktionsfähigkeit des Risikomanagements wird außerdem regelmäßig von der Internen Revision kontrolliert. Im Rahmen der Jahresabschlussprüfung wird durch den Wirtschaftsprüfer überprüft, ob der Vorstand die nach § 91 Abs. 2 AktG geforderten Maßnahmen in geeigneter Weise getroffen hat.

Risikobereiche und Struktur der Einzelrisiken
Die bei HUGO BOSS identifizierten Einzelrisiken werden jeweils in übergeordnete Risikobereiche zusammengefasst. Diese werden wiederum einer externen, strategischen, finanziellen, operativen oder unternehmensorganisatorischen Hauptrisikokategorie zugeordnet.

Im Folgenden werden die wichtigsten Risiken dargestellt, wobei eventuelle andere Risiken, die derzeit noch nicht bekannt sind, oder Risiken, die aktuell als unwesentlich eingeschätzt werden, die Unternehmensentwicklung künftig ebenso beeinträchtigen können.

Externe Risiken
Wie jedes global agierende Unternehmen sieht sich auch HUGO BOSS gesamtwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Entscheidend ist hierbei vor allem die weltweite Konjunkturlage, aus der sich das Risiko reduzierter Nachfrage nach Textilgütern und Accessoires des Premium- und Luxusmarktes ergeben kann. Grundsätzlich besteht für den Konsumgüterbereich aufgrund der Abhängigkeit vom Kaufverhalten der Kunden ein Risiko, das sich auf den Planumsatz auswirken kann. Allerdings verfügt HUGO BOSS durch zeitlich vorgelagerte Ordereingänge sowie die Entwicklung des eigenen Einzelhandels über wichtige Frühwarnindikatoren, die eine rechtzeitige Prognose der Auswirkungen möglicher gesamtwirtschaftlicher Risiken erlauben. Um möglichen negativen Auswirkungen einer Verschlechterung der gesamtwirtschaftlichen Lage frühzeitig und effektiv gegenzusteuern, hat HUGO BOSS verschiedene Gegenmaßnahmen getroffen. Hierzu gehört ein klares Markenprofil, mit dem der Ausbau von Marktanteilen in einem wettbewerbsintensiven Umfeld angestrebt wird. Ein auf internationales Wachstum angelegtes Geschäftsmodell erschließt zudem neue Konsumentenpotenziale und trägt zur Kompensation von möglichen Nachfragerückgängen in einzelnen Märkten bei. Weiterhin wird eine ausgeglichene Verteilung des Umsatzes auf verschiedene Regionen angestrebt, um eine zu starke Abhängigkeit von Einzelmärkten zu vermeiden. So wird HUGO BOSS auch künftig den Ausbau in profitablen Wachstumsregionen, insbesondere Asien/Pazifik, vorantreiben. Der im Vergleich zu den Steigerungsraten der Weltwirtschaft und der Luxusbranche überproportionale Umsatzzuwachs im Geschäftsjahr 2011 zeigt, dass diese Maßnahmen erfolgreich waren und HUGO BOSS von einer starken Marktposition profitiert.

Als international tätiges Unternehmen ist HUGO BOSS auch einem Risiko im Zusammenhang mit Veränderungen in den Absatzmärkten ausgesetzt. Dieses Risiko kann sich aufgrund von Änderungen des politischen und regulatorischen Umfelds oder soziokultureller Entwicklungen realisieren. Wie für alle Unternehmen besteht zudem eine mögliche Gefahr für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens in Form von terroristischen Handlungen und Umweltkatastrophen. Um Länderrisiken auf der Absatzseite so gering wie möglich zu halten, werden HUGO BOSS Produkte überwiegend in Ländern mit stabilem ökonomischem und politischem Umfeld vertrieben.

Interne Risiken

Strategische Risiken

Aus sich verändernden Fashion- und Lifestyle-Trends können Kollektions- und Branchenrisiken entstehen. Die Herausforderung besteht darin, die richtigen Trends rechtzeitig zu erkennen und diese rasch in eine unverwechselbare Kollektionsaussage umzusetzen. Diesem Risiko begegnet HUGO BOSS mit intensiven Analysen der Zielgruppen und Märkte sowie dem Einsatz unterschiedlicher Designteams für die jeweiligen Marken. Die Kollektionen der insgesamt vier Saisons pro Jahr setzen sich aus unterschiedlichen Elementen zusammen, die von saisonübergreifenden Bestandteilen bis hin zu kurzfristig verfügbaren Programmen reichen. Dadurch können Trends zeitnah in die Kollektion integriert werden. Ebenso sind Initiativen implementiert, die auf eine Verkürzung der Produktentwicklungszyklen zur schnelleren Reaktion auf Markttrends abzielen. Auch eine verstärkte Kundennähe aufgrund des Einzelhandelsgeschäfts trägt wesentlich dazu bei, Informationen zu Trends und Kaufverhalten rasch in die Kollektionen einfließen zu lassen. Die Eintrittswahrscheinlichkeit von Kollektions- und Branchenrisiken wird aus Sicht des Managements als sehr unwahrscheinlich erachtet. Partielle negative Auswirkungen werden als gering eingestuft.

Der wirtschaftliche Erfolg von HUGO BOSS beruht auf dem Markenimage und einer langfristig starken Positionierung der Marken im hochwertigen Premium- und Luxusgütermarkt. Daher haben Schutz und Erhalt des Markenimages bei HUGO BOSS eine entsprechend hohe Priorität. Dies erfolgt durch strategische Maßnahmen wie eine klar differenzierte Markenpositionierung, die durch gezielte Marketingmaßnahmen unterstützt wird, sowie durch einen weltweit einheitlichen Markenauftritt mit laufender Beobachtung und Analyse der Märkte.
Weiterhin sind der rechtliche Schutz der Marke und die Verfolgung von Produktpiraterie wichtige Bestandteile zur Sicherung des Markenimages. Diesem Risiko begegnet HUGO BOSS mit einem weltweit einheitlichen Markenauftritt sowie der laufenden Beobachtung und Analyse der Märkte.
Das Corporate Image von HUGO BOSS reflektiert sich in der Wahrnehmung der Stakeholder, wie z. B. Kunden, Aktionäre, Lieferanten und Mitarbeiter. Die Unternehmenskommunikation mit Externen wird zentral über die Bereiche Communications sowie Investor Relations gesteuert. Zudem wird die Einhaltung von Gesetzen, Standards und Richtlinien sowohl unternehmensintern als auch bei Lieferanten regelmäßig kontrolliert. Negative Einflüsse aus Risiken für das Markenimage und Corporate Image könnten eine moderate Auswirkung auf die Vermögens- Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft haben, werden jedoch derzeit als sehr unwahrscheinlich eingestuft.

Investitionsrisiko

Eines der zentralen strategischen Ziele von HUGO BOSS ist die Fortführung des Ausbaus des eigenen Einzelhandels. Mit Retailaktivitäten sind Investitionsrisiken verbunden, die aufgrund von Geschäftsaufbau und -instandhaltung, langfristigen Mietverträgen sowie Personalkosten entstehen. Dies führt zu einer zwangsläufigen Erhöhung der Fixkosten, der jedoch die Chance steigender Rohertragsmargen gegenübersteht. Um das Risiko von Fehlinvestitionen und unprofitablen eigenen Einzelhandelsgeschäften so gering wie möglich zu halten, werden Entscheidungen für Neueröffnungen sowie Schließungen zentral, in Absprache mit den zuständigen Regionaldirektoren, getroffen. Der Eröffnung neuer Einzelhandelsgeschäfte gehen stets umfassende Standortprüfungen und Potenzialanalysen sowie eine intensive Umsatz- und Entwicklungsplanung voraus.
Die Konzerngesellschaften sind verpflichtet, monatlich die Performance ihrer Retailaktivitäten zu berichten. Durch ein kontinuierliches Monitoring der Performance wird gewährleistet, dass frühzeitig eine negative Entwicklung einzelner Stores erkannt werden kann, um rechtzeitig Gegenmaßnahmen, wie etwaige Umstrukturierungen, ergreifen zu können. Gemindert wird das Investitionsrisiko zusätzlich durch ein weltweit einheitliches Store-Konzept der Verkaufspunkte, sodass im Falle einer Geschäftsaufgabe die Einrichtung teilweise andernorts weiter genutzt werden kann. Im Rahmen des generellen Investitionscontrollings werden auch alle sonstigen Investitionen unter Berücksichtigung der mit ihnen verbundenen Risiken auf ihren Wertbeitrag hin überprüft. Vor dem Hintergrund der beschriebenen Maßnahmen wird das Investitionsrisiko als gering bei sehr unwahrscheinlicher Eintrittswahrscheinlichkeit eingeschätzt.

Finanzielle Risiken

Im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit ist die HUGO BOSS AG als weltweit tätiges Unternehmen einem Zinsänderungs-, Liquiditäts- und Währungsrisiken sowie Kontrahentenrisiken ausgesetzt, die einen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben können. Die genannten Risiken unterliegen fortlaufenden intensiven Kontrollen. Hierbei wird die Entwicklung des Exposures ständig beobachtet, quantifiziert und – sofern notwendig – abgesichert, um bilanzielle Risiken zu minimieren.

Finanzierungs- und Liquiditätsrisiken

Das Management des Liquiditätsrisikos zählt zu den zentralen Aufgaben der Treasury-Abteilung der HUGO BOSS AG. Das Liquiditätsrisiko besteht darin, dass aufgrund unzureichender Verfügbarkeit von Zahlungsmitteln, bestehenden oder zukünftigen Zahlungsverpflichtungen in Bezug auf Fristigkeit, Volumen und Währung nicht nachgekommen werden kann. Um jederzeit die Zahlungsfähigkeit und die finanzielle Flexibilität sicherzustellen, wird auf Basis einer dreijährigen Finanzplanung, sowie einer monatlich rollierenden währungsdifferenzierten Liquiditätsplanung mit einem Planungszeitraum von bis zu einem Jahr der Finanzbedarf ermittelt und durch Kreditlinien sowie liquide Mittel abgesichert.

Die finanzielle Flexibilität des HUGO BOSS Konzerns ist durch eine bis zum Jahr 2013 laufende syndizierte Kreditlinie bei der HUGO BOSS International B.V. sichergestellt. Aufgrund der auch im abgelaufenen Geschäftsjahr starken Cashflow-Generierung aus der operativen Geschäftstätigkeit wurde der zur Verfügung stehende konsortiale Kreditrahmen in Höhe von ursprünglich 750 Mio. EUR vorzeitig um insgesamt 300 Mio. EUR reduziert. Die Inanspruchnahme der festen Tranche wurde hierbei um 150 Mio. EUR zurückgeführt. Darüber hinaus wurde die zu diesem Zeitpunkt nicht in Anspruch genommene, revolvierende Tranche ebenfalls um 150 Mio. EUR gekürzt. Beide Maßnahmen entsprechen dem in den letzten Jahren gesunkenen Finanzierungsbedarf und der Erwartung weiterer Liquiditätsüberschüsse in der Zukunft. Die Rückführung erfolgte ohne Zahlung etwaiger Vorfälligkeitsentschädigungen. Zum Bilanzstichtag wurde lediglich die feste Tranche in Höhe von 300 Mio. EUR gezogen.

Die Währungskursrisiken der HUGO BOSS AG resultieren im Wesentlichen aus der operativen Geschäftstätigkeit sowie aus konzerninternen Finanzierungstätigkeiten.

Im operativen Geschäft entstehen Wechselkursrisiken primär dann, wenn die Umsatzerlöse in einer anderen als der funktionalen Währung der Gesellschaft anfallen (Transaktionsrisiko).

Die Währungskursrisiken der HUGO BOSS AG aus dem operativen Geschäft entstehen dabei hauptsächlich aus der Geschäftstätigkeit in den USA, Großbritannien, Australien, Kanada, der Schweiz, Japan, Hongkong und China sowie der Einkaufstätigkeit der Beschaffungseinheiten in Fremdwährungen.

Das Währungsmanagement für Transaktionsrisiken wird für alle Konzerngesellschaften zentral vorgenommen. Das primäre Ziel ist zunächst die Reduktion des gesamten Währungsexposures durch natürliche Hedges. Derartige Hedges bestehen darin, dass sich die Fremdwährungsexposures aus dem operativen Geschäft über den Konzern hinweg ausgleichen und damit in Höhe der ausgeglichenen Position keine Absicherungsmaßnahmen nötig sind.

Zur etwaigen Absicherung des verbleibenden Exposures können Devisentermin- und Swapgeschäfte sowie Plain-Vanilla-Devisenoptionen herangezogen werden. Ziel der Hedging-Strategie ist es primär, die bilanziellen Auswirkungen von Währungsschwankungen zu begrenzen. Die Laufzeiten der abgeschlossenen Derivate werden bei Abschluss in der Regel dem darunterliegenden Grundgeschäft angepasst. Die eingesetzten derivativen Finanzinstrumente, deren Handel im OTC-Markt erfolgt, dienen ausschließlich zur Absicherung der Grundgeschäfte. Um das bestmögliche Geschäft einzugehen, werden Quotierungen von mehreren Banken eingeholt und die Transaktion mit der am besten quotierenden Bank abgeschlossen.

Fremdwährungsrisiken im Finanzierungsbereich resultieren aus finanziellen Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährung sowie aus Darlehen in Fremdwährung gegenüber verbundenen Unternehmen.
Durch konzerneinheitliche Richtlinien ist eine strikte Funktionstrennung von Handel, Abwicklung und Kontrolle sämtlicher Finanzmarkttransaktionen sichergestellt. Ebenso bilden diese Richtlinien die Grundlage für Auswahl und Umfang der Absicherung. Zielsetzung der Währungsabsicherung ist dabei, die Minimierung von Währungseffekten auf die Entwicklung von Konzernergebnis und Konzerneigenkapital.

Aktienkursrisiko
Zur Absicherung zukünftiger Aufwendungen aus den noch nicht abgelösten Ansprüchen des aktienbasierten Vergütungsprogramms „Stock Appreciation Rights Program" werden durch HUGO BOSS derivative Instrumente eingesetzt. Die derivativen Absicherungsinstrumente wurden in dem Umfang verändert, soweit wertmäßig keine Verpflichtungen aus dem „Stock Appreciation Rights Program" entgegenstanden. Daher ist das Risiko einer negativen Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage aus Sicht der HUGO BOSS AG als gering einzuschätzen.

Operative Risiken
Die hohen Anforderungen an die Qualität der HUGO BOSS Produkte und damit an die Beschaffungs- und Produktionsprozesse bedingen enge Partnerschaften mit Lieferanten.
Im Zuge des insgesamt gestiegenen Beschaffungs- und Produktionsvolumens wurde die Zusammenarbeit mit ausgewählten Lieferanten weiter intensiviert. Abhängigkeiten können durch eine Konzentration von Produktionskapazitäten auf Hauptlieferanten entstehen. Ein mögliches Kumulrisiko könnte zudem aus regionalen Ereignissen resultieren, die mehrere Lieferanten, Geschäftsbereiche oder Produktgruppen gleichzeitig betreffen. Eine praktische Relevanz ist beispielsweise im Hinblick auf Erdbebenrisiken am Produktionsstandort in der Türkei gegeben. Ein mögliches Schadenpotenzial und Verlagerungsmöglichkeiten wurden identifiziert und die Risiken eines finanziellen Schadens weitestgehend über Versicherungen abgedeckt.
Um die zuverlässige Verfügbarkeit von Produktionsmaterialien und -kapazitäten in geeigneter Qualität und zu marktgerechten Preisen sicherzustellen, werden Bestellungen bei Lieferanten und Kapazitätsauslastung der Produzenten zentral koordiniert. Die Lieferantenstruktur wird regelmäßig mit dem Ziel überprüft, Länderrisiken rechtzeitig zu erkennen. Im Einklang mit den von Qualität und verfügbarer Produktionskapazität abhängigen Volumina wird eine weitestgehende Risikostreuung sichergestellt. Dem potenziellen Risiko einer zu hohen Konzentration auf einzelne externe Lieferanten wird durch einen angemessenen Eigenproduktionsanteil entgegengewirkt. Das Management geht aktuell davon aus, dass Abhängigkeiten von einzelnen Lieferanten zwar wahrscheinlich sind, sich jedoch nur in geringem Maße auf die Vermögens- Finanz- und Ertragslage der HUGO BOSS AG auswirken.

Lohnerhöhungen in der Produktion, die insbesondere in wirtschaftlich aufstrebenden Regionen wahrscheinlich sind, sowie steigende Rohstoffpreise können zu höheren Produktkosten führen und dadurch die Rohertragsmarge belasten. HUGO BOSS begegnet diesem Risiko mit einer margenbasierten Kollektionsplanung, unternehmensweiten Maßnahmen zur Effizienzsteigerung bei Produktions- und Beschaffungsprozessen, einer Verbesserung des Materialeinsatzes sowie einer konsequenten Umsetzung der Preispolitik. Aufgrund des zeitlichen Vorlaufs in den Beschaffungs- und Produktionsprozessen kann bereits auf Frühwarnindikatoren reagiert

werden. In Anbetracht der aktuellen Entwicklungen in wirtschaftlich aufstrebenden Regionen wird aktuell davon ausgegangen, dass Risiken aus höheren Produktkosten zwar möglich sind, sich jedoch nur in geringem Ausmaß negativ auf die erwartete Ergebnisentwicklung auswirken würden.

Die Produktqualität spielt für den Markenauftritt eine entscheidende Rolle. Die Produkte unterliegen auf allen Fertigungsstufen einer konzerneinheitlichen Qualitätskontrolle. Produktionsstandorte werden regelmäßig von Reisetechnikern aufgesucht und auf die strikte Einhaltung von Design- und Produktionsvorgaben hin überprüft. Eingangskontrollen, Kontrollen bei den Zulieferern sowei Qualitätstests im Technical Development Center am Hauptsitz in Metzingen stellen sicher, dass die hohen Qualitätsstandards von HUGO BOSS eingehalten werden und Warenlieferungen einwandfrei und termingerecht an den Kunden erfolgen. Vor diesem Hintergrund wird der Eintritt von Qualitätsrisiken als sehr unwahrscheinlich eingestuft, die sich in geringem Ausmaß auf die Ergebnisentwicklung auswirken könnten.

Die Lagerung der Roh- und Fertigwaren konzentriert sich auf wenige, ausgewählte Standorte. Durch den Aufbau eines zentralen Distributionszentrums für Hängewaren am Sitz der Konzernzentrale in Metzingen wurde dieser Konsolidierungstrend verstärkt. Dadurch können Logistikrisiken entstehen, die sich beispielsweise auf den Ausfall oder Verlust von Lagern beziehen. Um dem Risiko entgegenzuwirken, Teile der Roh- oder Fertigwaren und damit Umsätze durch Lieferunfähigkeit zu verlieren, werden strategisch wichtige Lager selbst betrieben sowie umfangreiche technische und organisatorische Maßnahmen zum Brandschutz und zur Sicherheit umgesetzt und deren Einhaltung kontinuierlich überprüft. Zudem hat HUGO BOSS das unmittelbare finanzielle Risiko eines Warenverlusts in Lagern sowie des Ausfalls eigener Produktionsstätten über Versicherungen abgedeckt. Finanzielle Auswirkungen sind daher als gering einzustufen. Zudem wird der Eintritt von Logistikrisiken als sehr unwahrscheinlich eingeschätzt.

Vertriebsrisiken
Risiken bestehen hauptsächlich darin, dass einzelne eigene Geschäfte unter den ursprünglich geplanten Umsatzzielen liegen und im äußersten Fall geschlossen werden müssen. Diese Kostenrisiken werden im Bereich der strategischen Risiken bei Investitionskostenrisiken berücksichtigt.

Vorrats- und Forderungsausfallrisiken
Mit steigendem Anteil eigenen Einzelhandels ist als Folgerisiko der gesamtwirtschaftlichen Situation oder der unterdurchschnittlichen Entwicklung der eigenen Einzelhandelsgeschäfte potenziell eine entsprechende Steigerung des Bestandsrisikos verbunden. Dies kann in Abschreibungen auf Vorräte oder in letzter Konsequenz in Warenvernichtung resultieren.
Durch differenzierte Einzelhandelsformate und darauf abgestimmte Kollektionen wird eine konstante Verbesserung der Effizienz auf den Verkaufsflächen angestrebt.
Das Vorratsmanagement wird auch künftig von großer Bedeutung sein. Die Herausforderung besteht darin, bei optimierten Beständen dennoch kurzfristig auf Kundenaufträge reagieren zu können. Zur Minderung der Vorratsrisiken und zur generellen Optimierung der Bestände wird das Replenishment in einem zentralen Verantwortungsbereich koordiniert.
Das Management geht aufgrund des steigenden Anteils des konzerneigenen Einzelhandels von einem möglichen Eintritt von Bestandsrisiken aus. Jedoch sind Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage als gering einzustufen.
Zur Vermeidung eventueller Abhängigkeiten von einzelnen Kunden im Grosshandelskanal wird auf eine ausgewogene Kundenstruktur geachtet. Durch die Expansion der eigenen Einzelhandelsaktivitäten wird die Abhängigkeit vom Handel reduziert. Kennzahlen wie Auftragsbestände, Umsatzerlöse und Auslieferungsquoten werden kontinuierlich und zeitnah im Vertriebscontrolling überwacht.
Im Grosshandelskanal kann es zu Forderungsausfällen kommen. Dieses Risiko ist sowohl abhängig von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung als auch von der individuellen finanziellen Situation der Kunden.

HUGO BOSS ist somit negativen Auswirkungen durch Zahlungsunfähigkeit oder Insolvenzen von Handelspartnern sowie kumulierten Ausfällen durch eventuelle konjunkturelle Verschlechterung in einzelnen Märkten und Regionen ausgesetzt. Im Gegenzug relativiert jedoch der überproportional steigende Anteil des konzerneigenen Einzelhandels am Gesamtumsatz dieses Risiko. Das bereits in der Vergangenheit erfolgreich implementierte, konzernweite Debitorenmanagement, welches nach einheitlichen Regelungen funktioniert, wurde durch zentral koordinierte Maßnahmen weiter intensiviert. Diese konzentrieren sich auf die Bonitätsprüfung sowie Vergabe und Einhaltung von Kundenkreditlimits, die Überwachung der Altersstruktur der Forderungen und die Handhabung zweifelhafter Forderungen. In Einzelfällen führte dies auch zum Verzicht auf Geschäfte mit Kunden, welche als nicht kreditwürdig eingestuft wurden. Die Interne Revision überprüft regelmäßig die Einhaltung dieser Konzernrichtlinien. Eine Konzentration von Ausfallrisiken durch wesentliche Außenstände bei einzelnen Kunden lag zum Bilanzstichtag nicht vor. Daher werden mögliche Risiken im Zusammenhang mit Zahlungsausfall von Großhandelspartner insgesamt als gering eingeschätzt.

Externe Rahmenbedingungen wie der Wettbewerb können zu Veränderungen in der Nachfrage nach HUGO BOSS Produkten und zu einem höheren Preisdruck in den betroffenen Absatzmärkten.

Um das Risiko einer überhöhten Rabattgewährung durch die Konzerngesellschaften zu minimieren, werden für jeden Einzelmarkt sowie jeden Absatzkanal im Vorfeld Margen- und Ergebnisziele zur Limitierung der Rabattvergabe definiert. Darüber hinaus erfolgt eine kontinuierliche Überwachung der gewährten Rabatte, sowohl für den Großhandel als auch den konzerneigenen Einzelhandel, und die Einhaltung der konzerninternen Richtlinien. Das Management geht davon aus, dass die Gewährung von Rabatten zwar weiterhin möglich ist, sich jedoch nur in geringem Umfang auf die geplante Ergebnisentwicklung der Gesellschaft auswirken wird.

Organisatorische Risiken

Ein reibungsloser Geschäftsablauf wird durch eine konzernweit einheitliche IT-Infrastruktur ermöglicht. Um Risiken wie Systemunterbrechungen, Datenverluste und unberechtigte Zugriffe zu verringern, werden verschiedene Maßnahmen in Form von mehrstufigen Sicherheits- und Virenkonzepten, Vergabe von Zugriffsrechten, Zugangskontrollsystemen und unabhängiger Energieversorgung umgesetzt. Das Management geht aktuell davon aus, dass der Eintritt von IT-Risiken sehr unwahrscheinlich ist. Das Ausmaß von Auswirkungen aufgrund von Risiken in der IT-Infrastruktur wird als moderat eingestuft.

Im Rahmen der weltweiten Geschäftsaktivitäten können mögliche rechtliche und steuerrechtliche Risiken entstehen. Alle wesentlichen Rechtsgeschäfte des HUGO BOSS Konzerns werden von der zentralen Rechtsabteilung geprüft und genehmigt, um Rechtsstreitigkeiten weitestgehend zu vermeiden. Die zentrale Rechtsabteilung arbeitet dabei eng mit lokalen Anwälten sowie den Tochtergesellschaften zusammen. Haftungsrisiken werden durch weltweit wirksame Versicherungen reduziert. Für Gerichts- und Rechtsberatungskosten sind im abgelaufenen Geschäftsjahr Rückstellungen in ausreichender Höhe gebildet worden. Das Risiko von weiteren rechtlichen Risiken wird als möglich eingeschätzt, jedoch ist die Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der HUGO BOSS AG aus Sicht des Managements gering.
Steuerrechtliche Fragestellungen werden durch die zentrale Steuerabteilung in Zusammenarbeit mit externen Steuerberatern regelmäßig analysiert und beurteilt. Steuerliche Risiken bestehen für alle offenen Veranlagungszeiträume. Für bereits bekannte steuerliche Risiken wurden in den vergangenen Geschäftsjahren Rückstellungen in entsprechender Höhe gebildet. Darüber hinaus sind dem Management neben dem allgemeinen Betriebsprüfungsrisiko keine konkreten Risiken bekannt, die sich negativ auf die geplante Ergebnisentwicklung auswirken könnten.
Risiken im Zusammenhang mit Personal ergeben sich im Wesentlichen durch Engpässe bei der Personalbeschaffung, Fachkräftemangel und Fluktuation. Diese Risiken werden begrenzt durch umfassende Weiterbildungsmaßnahmen, leistungsgerechte Vergütung und frühzeitige Nachfolgeplanung. Darüber hinaus wird die Entwicklung und Karriereplanung der Mitarbeiter durch ein umfangreiches Talent- und Performancemanagement gezielt

gefördert. Die beschriebenen Personalrisiken werden in Anbetracht des aktuellen Personalbedarfs der Gesellschaft als möglich eingeschätzt, mit gleichzeitig moderater Auswirkung auf die geplante Ergebnisentwicklung.

HUGO BOSS zeichnet sich durch eine vertrauensbasierte Unternehmenskultur mit flachen Hierarchien aus. Auf jeder Ebene sind eigenverantwortliches Handeln und Denken gefordert. Der Zugang zu vertraulichen Informationen sowie die Übertragung hoher unternehmerischer Verantwortung bergen trotz ausgebauter und mehrstufiger Prüfungs- und Kontrollmechanismen grundsätzlich das Risiko des Missbrauchs. Im Sinne guter Corporate Governance hat HUGO BOSS daher entsprechende Regelungen in die Arbeitsverträge aller Mitarbeiter aufgenommen. Personen, die im Sinne des Aktienrechts über Insiderkenntnisse verfügen, werden in einem Insiderverzeichnis geführt und verpflichten sich zur Einhaltung der damit verbundenen Vorschriften. Darüber hinaus werden die bestehenden Autorisierungsregelungen regelmäßig überprüft und weiterentwickelt.

Sämtliche Mitarbeiter des HUGO BOSS Konzerns sind zur Einhaltung des konzernweit geltenden allgemeinen Verhaltenskodex und der ergänzenden spezifischen Complianceregeln verpflichtet. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde ein umfangreiches Trainingsprogramm zum Thema Compliance durchgeführt. Die Einhaltung der Complianceregeln wird zentral überwacht und an den Vorstand berichtet. Daher wird der Eintritt von Verstößen gegen die Complianceregeln als sehr unwahrscheinlich eingestuft. Eine Nichteinhaltung könnte sich in moderatem Ausmaß finanziell auswirken.
Weiterhin werden Lieferanten vertraglich zur Einhaltung von Sozialstandards verpflichtet, die unter anderem Arbeitssicherheit, das Verbot von Kinderarbeit und eine angemessene Entlohnung regeln. Die Überwachung erfolgt durch regelmäßige Prüfungen. Werden Verstöße gegen Standards und gesetzliche Vorgaben festgestellt, wird je nach Schweregrad das Prüfungsintervall erhöht, zusammen mit dem Lieferanten ein verbindlicher Maßnahmenplan mit erneuter Umsetzungskontrolle vereinbart oder in schwerwiegenden Fällen die Zusammenarbeit beendet. Die Nichteinhaltung der Sozialstandards wird durch den Gesamtvorstand aktuell als möglich eingeschätzt. Dies könnte sich in moderatem Umfang auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der HUGO BOSS AG auswirken.

Beurteilung der Risikosituation durch die Unternehmensleitung
Die HUGO BOSS AG sowie auch alle Tochtergesellschaften arbeiten mit der gleichen Art der Risikoanalyse und des Risikomanagements, welches die organisatorische Voraussetzung für das rechtzeitige Erkennen von Risiken ist. Dabei werden Risiken einheitlich quantifiziert, indem ihr Einfluss auf das EBIT und/oder den Cashflow ermittelt wird.

Einzelne oder aggregierte Risiken, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten, sind nach derzeitiger Informationslage nicht erkennbar.

BERICHT ZUM RECHNUNGSLEGUNGSBEZOGENEN INTERNEN KONTROLLSYSTEM UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEM NACH §§ 289 ABS. 5 UND 315 ABS. 2 NR. 5 HGB

Das Interne Kontroll- und Risikomanagementsystem in Bezug auf den Rechnungslegungsprozess und die Abschlusserstellung der HUGO BOSS AG haben zum Ziel, sämtliche Geschäftsvorfälle bilanziell richtig zu erfassen, aufzubereiten und zu würdigen. Die klare Definition von Verantwortungsbereichen im Finanzbereich der HUGO BOSS AG und die geeignete Aus- und Fortbildung der Mitarbeiter bilden neben der Verwendung von adäquater Software sowie der Vorgabe von einheitlich anzuwendenden Richtlinien die Grundlage für einen ordnungsgemäßen, effizienten und konsistenten Rechnungslegungsprozess. Insgesamt wird somit sichergestellt, dass die Vermögenswerte und Schulden im Abschluss zutreffend angesetzt, bewertet und ausgewiesen sind und eine verlässliche Aussage über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie den Cashflow getroffen werden kann.

Rechnungslegungsrelevante IT-Systeme
Managementkontrollen in allen Geschäftsbereichen setzen die Bereitstellung von korrekten und zeitnahen Informationen voraus. Den Business-Informations- und Reporting-Systemen kommt daher eine hohe Bedeutung zu. Diesbezüglich hat sich auch die Kontrollqualität mit der konzernweiten Einführung von SAP AFS, SAP Retail und dem Business Intelligence Services-(BIS)-System wesentlich verbessert. Das BIS enthält sowohl für den Finanzbereich wie auch für alle operativen Bereiche eine Vielzahl von Kennzahlenberichten, die täglich abgerufen werden können.

Im Finanzbereich zählt das monatliche umfangreiche Reporting Package zu den wichtigsten Reportinginstrumenten. Im Rahmen des standardisierten konzernweiten Berichtswesens liefern alle HUGO BOSS Gesellschaften detaillierte Informationen zu den wichtigsten Bilanz- und GuV-Positionen sowie Kennzahlen und Erklärungen. Dabei werden sowohl die Berichtstermine als auch Inhalte verbindlich durch den zentralen Finanzbereich vorgegeben. Für eine Großzahl der Berichtsinhalte existieren automatisierte und standardisierte Berichtsformate. Die fachliche Verantwortung hierfür liegt bei den zentralen Finanz- und Controllingbereichen. Dies beinhaltet neben der zentralen Stammdatenpflege des konzerneinheitlichen Kontenplans auch die kontinuierliche Überprüfung der Berichtsformate im Hinblick auf Konformität mit den geltenden internationalen Rechnungslegungsvorschriften. Darüber hinaus wird in regelmäßigen Abständen die konzerneinheitliche Abbildung der HUGO BOSS Geschäftsvorfälle überprüft und bei abweichender Darstellung korrigiert.

Um unbefugte Datenzugriffe auf rechnungslegungsrelevante Inhalte zu verhindern und die Integrität, Verfügbarkeit und Authentizität der Daten jederzeit sicherzustellen, wurde die SAP Security Policy (ein Bestandteil der IT-Sicherheitsrichtlinie) konzernweit implementiert. Diese Richtlinie enthält zudem Anforderungen zur Kontrolle der Ordnungsmäßigkeit im Finanzbereich. Durch systemgestützte Kontrollen und workflowbasierte Prozesse, die ein Mehr-Augen-Prinzip, angemessene Funktionstrennungen und Genehmigungsprozesse vorgeben, wird die IT-Sicherheit der rechnungslegungsrelevanten Prozesse ergänzt. Hierzu gehören beispielsweise die Rechnungskontrolle und -freigabe, Beschaffungsprozesse oder das SAP-Berechtigungsmanagement.

Darüber hinaus werden die benötigten Berechtigungen eines Mitarbeiters über sogenannte Rollen definiert, in denen sich Arbeitsplätze oder Positionen im Unternehmen widerspiegeln. Zur Gewährleistung einer angemessenen Funktionstrennung in SAP-Systemen setzt HUGO BOSS seit 2009 erstmals vollumfänglich eine spezielle Detektionssoftware ein. Diese gleicht das Berechtigungsprofil eines Benutzers mit einem vorinstallierten SoD-(Segregation of Duties-)-Schema ab. Aufgrund des Einsatzes der Software konnten kritische Berechtigungen identifiziert und entsprechende Gegenmaßnahmen eingeleitet werden.

Das konzernweite Berechtigungsmanagement und die Definition von Rollen sind ebenfalls in den zentralen IT-Abteilungen der HUGO BOSS AG in Metzingen angesiedelt.

Organisation der Rechnungslegung und rechnungslegungsrelevante Richtlinien
Alle Tochter- und Enkelgesellschaften der HUGO BOSS AG stellen rechtlich selbstständige Einheiten dar. Neben dem Geschäftsführer (nachfolgend: Managing Director), der die operative Geschäftstätigkeit im jeweiligen Markt verantwortet, ist der Finanzleiter (nachfolgend: Finance Manager) für alle rechnungslegungsrelevanten Sachverhalte der Gesellschaft verantwortlich. Auch die kontinuierliche Überwachung der wichtigsten Steuerungsgrößen, das monatliche Reporting der Finanzkennzahlen an den zentralen Finanzbereich sowie die Erstellung der Dreijahresplanung für den jeweiligen Markt liegen im Verantwortungsbereich des Finance Managers. Darüber hinaus sind neue Investitionsprojekte, insbesondere im Bereich des konzerneigenen Einzelhandels, in Bezug auf Machbarkeit und Profitabilität zu analysieren und ebenfalls mit dem Finanzbereich der HUGO BOSS AG abzustimmen.

Als fachlicher Vorgesetzter aller Finance Manager ist der Finanzvorstand der HUGO BOSS AG weisungsbefugt und somit verantwortlich für das weltweite Finanzmanagement.

Die Finance Manager und die Managing Directors der HUGO BOSS Gesellschaften bestätigen zudem quartalsweise in einem sogenannten „CFO Certificate" die Einhaltung definierter Grundsätze und die Durchführung von Managementkontrollen. Diese Kontrollen sind teilweise über den „SAP Schedule Manager" auch systemseitig integriert. Darüber hinaus ist auch über die Angemessenheit der Kontrollen zur Sicherung der Datenintegrität und des Zugriffsschutzes auf Daten sowie über Fälle von Betrug oder grobe Verletzungen des Internen Kontrollsystems zu berichten.

Der zentrale Finanzbereich in Metzingen ist neben der aktiven Unterstützung aller Geschäftsbereiche und Konzerngesellschaften auch für die Erarbeitung und Aktualisierung von einheitlichen Richtlinien und Arbeitsanweisungen für rechnungslegungsrelevante Prozesse verantwortlich. Dazu gehören im Wesentlichen die Erstellung und Aktualisierung einer Forderungswertberichtigungsrichtlinie, einer Investitionsrichtlinie, des IAS/IFRS-Bilanzierungshandbuchs sowie klare Vorgaben zur Intercompany-Abstimmung. Darüber hinaus wurde im Geschäftsjahr 2010 die erste Ausgabe der sogenannte „FI/CO Bible" an alle Finanzmitarbeiter des HUGO BOSS Konzerns versendet, die in regelmäßigen Abständen aktualisiert wird. Aufbauend auf den verpflichtend einzuhaltenden Vorgaben der International Financial Reporting Standards enthält die „FI/CO Bible" detaillierte Anweisungen zur Abbildung der relevanten Geschäftsvorfälle im Finanzbuchhaltungssystem SAP AFS. Dies beinhaltet sowohl die Darstellung in der Finanzbuchhaltung als auch in den Controllingberichten. Somit kann die konzernweit einheitliche Darstellung und Bilanzierung gewährleistet werden und bietet darüber hinaus ein Nachschlagewerk für alle Mitarbeiter in den weltweiten Finanzbereichen. Die Einrichtung einer zentralen E-Mail-Adresse bietet zudem die Möglichkeit, offene Fragen zeitnah an die zentralen Finanzbereiche zu adressieren.

Fragestellungen zu spezifischen Bilanzierungs- oder Bewertungssachverhalten mit Relevanz für den HUGO BOSS Konzern werden ebenfalls zentral bearbeitet, analysiert, dokumentiert und an die „HUGO BOSS Financial Community" kommuniziert. Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungssachverhalte sowie Änderungen der relevanten IAS/IFRS-Standards und Interpretationen werden mit den Konzernwirtschaftsprüfern in mindestens quartalsweise stattfindenden Jour-fixe-Terminen diskutiert. In regelmäßigen Abständen werden darüber hinaus Fortbildungsveranstaltungen organisiert, Updates zu rechnungslegungsrelevanten Themen über den sogenannten „Accounting Newsletter" kommuniziert und im konzerneigenen Intranet im „Finance Forum" zur Verfügung gestellt. Für Nachwuchskräfte im Finanzbereich finden im Rahmen eines Financial Colleges Schulungen statt. Einmal jährlich treffen sich die verantwortlichen Finance Manager zum Finance Managers Meeting.

Die Interne Revision ist Teil des Internen Kontrollsystems und überprüft im Rahmen ihrer Überwachungsfunktion die definierten Kontrollen auf Einhaltung und Wirksamkeit. Der Jahresaudit-Plan wird mit dem Vorstand abgestimmt, wobei inhaltliche Schwerpunkte festgelegt werden. Ad-hoc-Audits sind jederzeit möglich. Alle Audit-Berichte werden direkt an den Finanzvorstand und gegebenenfalls weitere Vorstände berichtet. Darüber hinaus legt die Interne Revision auch gegenüber dem Audit Committee regelmäßig Rechenschaft ab.

CHANCENBERICHT

Die systematische Identifikation und Realisierung wertsteigernder unternehmerischer Chancen ist ein wichtiges Element zur Sicherstellung profitablen Unternehmenswachstums.

Dezentrale Organisation des Chancenmanagements

Aufgrund der direkten Verknüpfung mit den Zielen und der Strategie des jeweiligen Geschäftsbereichs obliegt die Verantwortung für die Identifikation, Bewertung und Realisierung von Chancen dem operativen Management in den Regionen und Zentralfunktionen. Chancen werden dabei immer im Zusammenhang mit eventuellen Risiken betrachtet. Sie werden nur verfolgt, wenn Sie das mit ihnen verbundene Risiko überwiegen und das Risiko als beherrschbar und in seinen potenziellen Auswirkungen begrenzt eingeschätzt wird.

Enge Verknüfung mit der Planung

Das Chancenmanagement ist unmittelbar mit der Planung verknüpft. Identifizierte und anhand ihres Beitrags zum Unternehmenswert bewertete Chancen fließen in die jährliche Budget- und langfristige strategische Planung ein. Dabei trifft der Vorstand im Dialog mit den operativen Einheiten die Entscheidung hinsichtlich ihrer Realisierung und teilt die dazu notwendigen Ressourcen zu.

HUGO BOSS hat die folgenden wesentlichen Chancen identifiziert, die ihren Ursprung sowohl im Unternehmensumfeld als auch in der Unternehmensstrategie selbst haben.

Deutliches Wachstum des relevanten Kundensegments

Branchenexperten erwarten ein starkes globales Wachstum des für die Premium- und Luxusgüterbranche relevanten Marktsegments. So rechnen einzelne Analysten damit, dass sich die Zielgruppe der Branche durch eine größer werdende Mittelschicht bis zum Jahr 2025 verdoppelt. Überdurchschnittliches Wachstum wird dabei in den Schwellenländern erwartet. Insbesondere für den chinesischen Markt werden aufgrund steigender Pro-Kopf-Einkommen und des im Vergleich zu anderen Weltregionen hohen Konsumanteils am verfügbaren Gesamteinkommen hohe Zuwächse erwartet. HUGO BOSS sieht sich aufgrund seiner strategischen Ausrichtung und Markenstärke in einer guten Position, um von dieser Entwicklung in China und anderen Märkten zu profitieren. Durch länderspezifisch zugeschnittene Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien arbeitet er an der Realisierung des identifizierten Wachstumspotenzials.

Steigende Bedeutung neuer Distributionsformen

Die Bedeutung von Monomarken-Vertriebsformaten ist insbesondere in der Bekleidungsbranche in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen. In vielen wichtigen Wachstumsmärkten bevorzugen die Kunden Monomarken- gegenüber Mehrmarken-Vertriebsformaten wie sie in Westeuropa und Nordamerika seit Jahrzehnten etabliert sind. Selbst in diesen Regionen werden jedoch zunehmend Monomarken-Flächen in traditionellen Mehrmarken-Vertriebsformaten wie Kaufhäusern eingerichtet, für deren Bewirtschaftung Einzelhandelskompetenz unabdingbar ist. Für HUGO BOSS ergeben sich aus der stetigen Verbesserung seiner diesbezüglichen Fähigkeiten große Chancen, neben seinem etablierten Großhandelsgeschäft überdurchschnittliche Umsatz- und Gewinnzuwächse durch den direkten Vertrieb an den Endkonsumenten zu erwirtschaften. Neben der Eröffnung eigener Stores bieten die selektive Übernahme von Franchisepartnern und das aktive Management von Großhandelsflächen weitere attraktive Wachstumschancen.

Effizientere Prozesse richten Unternehmen stärker auf den Endkonsumenten aus
HUGO BOSS hat im Geschäftsjahr 2011 wesentliche operative Prozesse in Produktentwicklung, -produktion, -beschaffung und im Vertrieb optimiert, um sich stärker an den Bedürfnissen des Endkonsumenten auszurichten und seine Reaktionsfähigkeit auf Marktveränderungen zu verbessern. Insbesondere durch verkürzte Vorlaufzeiten, ein fokussiertes Produktangebot und häufigere Kollektionswechsel soll die Attraktivität der Marken sowohl im eigenen Einzelhandels- als auch im Großhandelsgeschäft weiter gesteigert werden. HUGO BOSS sieht auf dieser Basis erhebliche Möglichkeiten, die Kundenfrequenz im eigenen Einzelhandel zu erhöhen, neue Umsatzpotenziale im Großhandelsgeschäft zu erschließen und über Effizienzgewinne Ergebnisverbesserungen zu erzielen.

Zunehmende Bedeutung des Internets für die Markenwahrnehmung
Das Internet wird sowohl als Vertriebskanal wie auch als Kommunikationsmedium für das Premium- und Luxussegment der globalen Bekleidungsindustrie immer wichtiger. Eine wachsende Zahl von Konsumenten schätzt die Vorzüge des Onlinehandels in Bezug auf Produktauswahl, Service und Komfort. HUGO BOSS hat deshalb seinen Onlinevertrieb deutlich ausgebaut und im Bezug auf Nutzerfreundlichkeit und Servicequalität optimiert. Darüber hinaus nutzt HUGO BOSS digitale Medien, um seine Marken unmittelbar erlebbar zu machen. So wurde im Jahr 2011 ein Wettbewerb auf der HUGO BOSS Website durchgeführt, bei der die Besucher der Seite die Rennanzüge der Fahrer des McLaren Formel 1-Rennstalls für das abschließende Saisonrennen gestalten konnten. Auch überträgt HUGO BOSS zunehmend Fashion Shows im Internet. Die Gesellschaft sieht darin gute Chancen, das Image seiner Marken aufzuwerten, bestehende Kundenbeziehungen zu stärken und neue Kunden zu gewinnen.

Mehrmarkenstrategie zur gezielten Ansprache differenzierter Kundensegmente
HUGO BOSS sieht sich im globalen Bekleidungsmarkt einzigartig positioniert. Alle Marken stehen für exzellente Qualität, herausragende Verarbeitung und modernes Design. HUGO BOSS spricht mit seinen Marken ein breites Publikum über das gesamte Spektrum des Premium-Modemarkts hinweg an – von der avantgardistischen Marke HUGO bis zur Lifestyle-Marke BOSS Orange. Mit BOSS Selection besitzt HUGO BOSS zudem ein glaubwürdiges Produktangebot im Luxussegment. Die Gesellschaft sieht gute Chancen, durch ein differenziertes Markenmanagement in Bezug auf Produkt, Präsentation und Kommunikation die Wahrnehmung durch den Kunden weiter zu verbessern und somit positive Umsatz- und Ergebniseffekte zu erzielen.

Verbesserung der Marktposition bei Damenbekleidung, Schuhen & Accessoires
HUGO BOSS hält insbesondere im Bekleidungssegment des Premium-Männermodemarktes in vielen Regionen die Marktführerschaft. Im Damenmodemarkt ist die Penetration in den meisten Märkten jedoch deutlich geringer. HUGO BOSS ist auf Basis seiner Produktkompetenz und der kontinuierlich gewachsenen Wahrnehmung und Glaubwürdigkeit im Damenmodemarkt zuversichtlich, die Attraktivität seiner Marken in diesem Kundensegment steigern zu können und Marktanteile hinzuzugewinnen. Auf dem Weg zu diesem Ziel sieht HUGO BOSS erhebliches Potenzial in den Produktbereichen Schuhe und Accessoires. In Ergänzung des Bekleidungssortiments bietet HUGO BOSS damit komplette Outfits an, die im Bereich der Damenbekleidung eine wichtige Rolle für die Kaufentscheidung spielen.

NACHTRAGS- UND PROGNOSEBERICHT

NACHTRAGSBERICHT

HUGO BOSS hat am 24. Januar 2012 seine Absicht bekannt gegeben, in den kommenden Jahren ein neues Distributionszentrum in Filderstadt, ein Flagship-Outlet in Metzingen und ein neues Verwaltungsgebäude am Standort in Metzingen zu errichten. Dies unterstützt das für die kommenden Jahre geplante Unternehmenswachstum. Die Gesamtausgaben werden sich voraussichtlich auf ca. 150 Mio. EUR belaufen.

Zwischen dem Ende des Geschäftsjahres 2011 und der Freigabe der Veröffentlichung dieses Berichts am 17. Februar 2012 gab es keine weiteren nennenswerten gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, branchenbezogenen oder unternehmensspezifischen Veränderungen, die sich nach den Erwartungen des Managements maßgeblich auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Unternehmens auswirken könnten.

PROGNOSEBERICHT

Der folgende Bericht gibt die Prognosen des HUGO BOSS Managements hinsichtlich des künftigen Geschäftsverlaufs wider und beschreibt die erwartete Entwicklung der maßgeblichen volkswirtschaftlichen und branchenbezogenen Rahmenbedingungen. Er entspricht dem Kenntnisstand des Managements zum Zeitpunkt der Berichtserstellung, wohlwissend dass die tatsächliche Entwicklung aufgrund des Eintretens von Risiken und Chancen wie im Risiko- und Chancenbericht beschrieben positiv wie negativ wesentlich von diesen Prognosen abweichen kann. Die HUGO BOSS AG übernimmt außerhalb der gesetzlich vorgeschriebenen Veröffentlichungsvorschriften keine Verpflichtung, die in diesem Bericht enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.

Gesamtwirtschaftlicher Ausblick

Die weltweite Konjunkturentwicklung sowie die Wachstumsaussichten des Premium- und Luxussegments für Bekleidung, Schuhe und Accessoires beeinflussen wesentlich die erwartete Geschäftsentwicklung der HUGO BOSS AG.

Seit der zweiten Jahreshälfte 2011 haben die Unsicherheiten in Bezug auf die Prognose der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung deutlich zugenommen. Die konjunkturellen Aussichten scheinen maßgeblich davon abzuhängen, inwieweit es den europäischen und US-amerikanischen Regierungen und Notenbanken gelingen wird, die Auswirkungen der Staatsschuldenkrise einzudämmen. Einigkeit herrscht allgemein darüber, dass sich das Weltwirtschaftswachstum im Jahr 2012 voraussichtlich weiter abschwächen wird. Experten rechnen für das Jahr 2012 nur noch mit einem Wachstum von 2 %, mit deutlichen regionalen Unterschieden.

In der Eurozone dürften die Anstrengungen zum Schuldenabbau das Wachstum weiter dämpfen. Steuererhöhungen und Ausgabenkürzungen werden voraussichtlich die Investitions- und Konsumentennachfrage dämpfen. Trotz der geldpolitischen Lockerungsmaßnahmen der Europäischen Zentralbank (EZB) sind darüber hinaus die realwirtschaftlichen Auswirkungen der mit der Staatsschuldenkrise verbundenen Bankenkrise schwer abschätzbar. In Mittel- und Osteuropa könnte sich das zukünftige Wachstum abschwächen. Für die Europäische Union (EU) wird im Jahr 2012 insgesamt nur noch mit einem stagnierenden Wirtschaftswachstum gerechnet. Deutschland wird ein im Vergleich zur Gesamtregion überdurchschnittliches Wachstum zugetraut. Die niedrige Arbeitslosigkeit und eine stabile Inlandsnachfrage sollten dazu beitragen.

In den USA zeichnen sich erste Signale für eine langsame Erholung der Wirtschaft ab. Durch die hohe Staatsverschuldung, die starke Verunsicherung über die wirtschaftlichen Aussichten und die anhaltend hohe Arbeitslosigkeit wird die Stimmung aber weiter belastet. Wirtschaftsforscher rechnen für die USA auf das Gesamtjahr 2012 bezogen mit einem Wachstum von knapp 2 %. Der weltweit schwächere wirtschaftliche Ausblick dürfte sich aufgrund der wachsenden Handels- und Kapitalbeziehungen auch auf die Konjunktur Lateinamerikas auswirken. Dennoch wird für die Region immer noch ein Wachstum von rund 4 % im Vergleich zum Vorjahr prognostiziert.

Auch die Prognosen für die Region Asien wurden von Experten in den letzten Monaten nach unten angepasst, wobei für das Jahr 2012 weiterhin ein verhältnismäßig starkes Wirtschaftswachstum von ungefähr 7 % (außer Japan) angenommen wird. Die beständig hohe private Konsumnachfrage und die anhaltende Investitionstätigkeit der Unternehmen sollten das Wachstum unterstützen. Obwohl aufgrund der schwächeren Exportnachfrage und Überhitzungstendenzen im Inland die Sorgen vor einer Wachstumsabschwächung in China in den letzten Monaten zunahmen, gehen Wirtschaftsforscher von einem Wachstum von über 8% im Jahr 2012 aus. In Japan wird weiterhin mit einer verhaltenen Erholung von den Folgen des schweren Erdbebens am Jahresanfang 2011 gerechnet. Allerdings ist die Entwicklung in Japan aufgrund der hohen Exporttätigkeit ebenfalls stark von der weltweiten Konjunkturentwicklung abhängig.

Nach der positiven Entwicklung der Premium- und Luxusgüterbranche im Jahr 2011 wird für das Jahr 2012 trotz der globalen makroökonomischen Unsicherheiten mit einem fortgesetzten Wachstum gerechnet. Mittelfristig prognostizieren Branchenexperten unter Annahme konstanter Wechselkurse ein durchschnittliches jährliches Branchenwachstum von 6 - 7 %.

Die schwer abschätzbaren Folgen der europäischen Staatsschuldenkrise und die damit verbundene Eintrübung der Konjunkturaussichten bergen zwar die kurzfristige Gefahr, über ein sinkendes Verbrauchervertrauen und eine zunehmend zurückhaltende Konsumtätigkeit auch die Premium- und Luxusgüterindustrie negativ zu beeinflussen. Die Entwicklung der Branche sollte aber vor allem durch eine steigende Nachfrage in den Schwellenländern weiter unterstützt werden. In Form von Tourismus wird diese Nachfrage voraussichtlich auch die Umsatzentwicklung in Europa und Amerika unterstützen. Viele Anbieter planen, ihr eigenes Storenetzwerk weiter auszubauen. Auch für den Online-Bereich werden fortgesetzt hohe Wachstumsraten erwartet.

In Westeuropa und Nordamerika wird das Branchenwachstum im Jahr 2012 insbesondere von der fortgesetzten Expansion eigener Einzelhandelsaktivitäten getrieben sein. In beiden Märkten wird mit einer fortgeführten Konsolidierung der Branche gerechnet. Zudem sollte sich die Erschließung von Regionen außerhalb der großen Metropolen verstärken. Große Potenziale werden Russland, dem Nahen Osten und Lateinamerika zugeschrieben.

In Asien wird voraussichtlich weiterhin der chinesische Markt der wesentliche Wachstumstreiber bleiben. Aufgrund der stetig größer werdenden Mittelschicht, die über ein immer höheres Einkommen verfügt, vergrößert sich das für die Premium- und Luxusgüterbranche relevante Konsumentensegment in diesem Markt sehr schnell. Besonders hohe Wachstumsraten werden dem Herrensegment zugetraut, das von einer zunehmend modebewussten Konsumentenschicht profitiert. Es wird erwartet, dass diese Entwicklung vor allem solchen europäischen Marken zugutekommen wird, deren Produkte vom Konsumenten als besonders qualitativ hochwertig und werthaltig wahrgenommen werden. Der Ausbau des eigenen Einzelhandels in China sollte sich insbesondere in den vergleichsweise kleineren Städten fortsetzen. Neben China wird auch für andere Schwellenländer der Region ein überdurchschnittliches Wachstum erwartet. In Japan gehen Branchenexperten ebenfalls von einer langsamen Erholung des Markts aus.

HUGO BOSS erwartet, seinen Umsatz im Jahr 2012 auf währungsbereinigter Basis weiter zu steigern. HUGO BOSS geht dabei davon aus, dass das Wachstum die Steigerungsraten der Weltwirtschaft und der Luxusgüterbranche übertreffen wird.

Wachstum in allen Regionen
Alle Regionen werden im Jahr 2012 zur prognostizierten Umsatzsteigerung der HUGO BOSS AG beitragen. Das stärkste Wachstum wird dabei in der Region Asien/Pazifik erwartet. Vor allem aufgrund des deutlichen Ausbaus der Marktpräsenz in China wird in dieser Region mit einem zweistelligen Umsatzanstieg gerechnet. In Europa werden Zuwächse in allen wichtigen Märkten erwartet. Die von der Schuldenkrise unmittelbar betroffenen Länder könnten sich allerdings vergleichsweise schwächer entwickeln. In der Region Amerika wird voraussichtlich der US-amerikanische Markt der wesentliche Wachstumstreiber bleiben. Auch der Umsatz im Segment Lizenzen sollte sich positiv entwickeln.

Eigener Einzelhandel bleibt Motor der Umsatzentwicklung
Der eigene Einzelhandel wird auch im Jahr 2012 der Hauptumsatztreiber für den Gesamtkonzern sein. Es wird erwartet, dass die Umsätze im eigenen Einzelhandel vor allem aufgrund starken Wachstums in eigenen Einzelhandelsgeschäften und dem Online Geschäft zweistellig steigen werden. Neben den positiven Effekten aus dem Ausbau des eigenen Storenetzwerks wird auch auf vergleichbarer Fläche ein Umsatzanstieg prognostiziert. Der Konzern profitiert dabei von der weiteren Professionalisierung seiner Einzelhandelsaktivitäten und der hohen Attraktivität seiner Marken. Auch der Umsatz im Großhandelsbereich wird voraussichtlich zulegen. Diese Prognose basiert vor allem auf dem positiven Feedback der Handelspartner zu den neuen Kollektionen. Die im abgelaufenen Geschäftsjahr vollzogenen beziehungsweise noch geplanten Übernahmen von bisher von Franchisepartnern betriebenen Geschäften zum Beispiel in China und Taiwan wird zu einem Umsatzanstieg im eigenen Einzelhandel führen, der den mit der Übernahme verbundenen Umsatzverlust im Großhandelsbereich mehr als ausgleichen wird.

Auch im Jahr 2012 wird HUGO BOSS den eigenen Einzelhandel ausbauen und die Zahl der eigenen Einzelhandelsgeschäfte steigern. China wird ein wichtiger Schwerpunkt von Neueröffnungen sein. HUGO BOSS sieht aber auch attraktive Möglichkeiten für den weiteren Ausbau des Einzelhandelsnetzwerks in Europa und, in geringerem Maße, in Amerika.

HUGO BOSS plant im Jahr 2012 sein operatives Ergebnis zu steigern. Das Wachstum des Ergebnisses soll den Umsatzanstieg übertreffen. Haupttreiber der Ergebnisverbesserung werden der Ausbau und das weiter verbesserte Management des eigenen Einzelhandels sowie Effizienzverbesserungen in der Produktentwicklung und -beschaffung sein. Die operativen Aufwendungen werden hauptsächlich aufgrund des weiteren Ausbaus der eigenen Einzelhandelsaktivitäten und höherer Marketingaufwendungen zur Schärfung der Markendifferenzierung steigen. Auch bei den Forschungs- und Enwicklungskosten wird mit einem Anstieg gerechnet. Infolge des verbesserten EBITDA wird auch für das Ergebnis ein Anstieg erwartet.

Striktes Management des kurzfristigen Nettovermögens
Das strikte Management des kurzfristigen operativen Nettovermögens (Trade Net Working Capital) genießt weiterhin hohe Priorität, um Verbesserungen des operativen Cashflows zu erzielen. Besonderes Augenmerk gilt dabei der Verringerung der Kapitalbindungsdauer. Verbesserungspotenzial wird insbesondere bei der Erhöhung des Vorratsumschlags gesehen. So wird durch das D.R.I.V.E.- Projekt eine Verbesserung der Umschlagshäufigkeit vor allem im eigenen Einzelhandel angestrebt. Insgesamt geht HUGO BOSS für das Jahr 2012 davon aus, dass das kurzfristige operative Nettovermögen langsamer als der Umsatz wachsen wird.

Investitionen
Der Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten sowie die Renovierung bestehender Stores und Shops werden auch im Jahr 2012 den Schwerpunkt der Investitionstätigkeit bilden. Darüber hinaus sind in den nächsten Jahren weitere Ausgaben im Zusammenhang mit der geplanten Errichtung eines neuen Distributionszentrums für Liegewaren, dem Bau eines FlagShip-Outlets in Metzingen und der Erweiterung von Büroflächen am Hauptsitz der Gesellschaft geplant. Allerdings hat HUGO BOSS noch keine Entscheidung hinsichtlich der Finanzierungsform für die geplanten Maßnahmen getroffen, sodass ihre bilanzielle Abbildung noch nicht vollständig abschätzbar ist. Ohne Berücksichtigung zu aktivierender Ausgaben im Zusammenhang mit den genannten Neuprojekten werden die Investitionen des Konzerns im Jahr 2012 in etwa auf Vorjahresniveau liegen.

Fortgesetzte starke Cashflow-Entwicklung
Im Jahr 2012 erwartet HUGO BOSS vor allem aufgrund der geplanten Ergebnissteigerung, eines strikten Managements des kurzfristigen operativen Nettovermögens und disziplinierter Investitionstätigkeit eine starke Cashflow-Entwicklung. Überschüssige Mittel sollen neben der Dividendenzahlung zur weiteren Verringerung der Verschuldung eingesetzt werden. HUGO BOSS geht dementsprechend davon aus, dass die Nettoverschuldung im Konzern am Jahresende den Wert des Vorjahres unterschreiten wird. Aufgrund der langfristig zu vorteilhaften Konditionen abgeschlossenen Finanzierung durch einen Konsortialkredit sowie der starken Innenfinanzierungskraft plant HUGO BOSS keine wesentlichen Finanzierungsaktivitäten im Jahr 2012.

Dividende je Aktie steigt deutlich
HUGO BOSS verfolgt eine ertragsorientierte Ausschüttungspolitik, die die Aktionäre angemessen an der Gewinnentwicklung des Konzerns beteiligt. Es sollen regelmäßig zwischen 60 % und 80 % des Konzerngewinns an die Aktionäre ausgeschüttet werden. Vorstand und Aufsichtsrat beabsichtigen aufgrund der deutlichen Gewinnsteigerung im abgelaufenen Geschäftsjahr und der positiven Erwartungen für das Jahr 2012, der Hauptversammlung am 3. Mai 2012 eine Dividende von 2,88 EUR je Vorzugsaktie (2010: 2,03 EUR) und 2,89 EUR je Stammaktie (2010: 2,02 EUR) für das Geschäftsjahr 2011 vorzuschlagen. Der Vorschlag entspricht einer Ausschüttungsquote von 70 % des auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallenden Konzernergebnisses im Jahr 2011 (2010: 75 %). Sofern die Aktionäre dem Vorschlag zustimmen, wird die Dividende am Folgetag der Hauptversammlung, dem 4. Mai 2012, ausgezahlt. Basierend auf der Anzahl der am Jahresende ausstehenden Aktien wird die Ausschüttungssumme 199 Mio. EUR betragen (2010: 140 Mio. EUR).

Ambitionierte mittelfristige Wachstumspläne im HUGO BOSS Konzern
HUGO BOSS plant, mittelfristig deutliche Steigerungen von Umsatz und Ergebnis zu erzielen. Die Konzernstrategie ist dabei auf organisches Wachstum des bestehenden Markenportfolios ausgerichtet. Im Jahr 2015 soll der Konzernumsatz 3 Mrd. EUR erreichen. Das operative Ergebnis soll im selben Jahr auf 750 Mio. EUR gesteigert werden. Im Jahr 2013 erwartet der Konzern weitere Fortschritte auf dem Weg zur Erreichung dieser Ziele. Die potenzielle Verschärfung der mittelfristigen Staatsschuldenkrise und deren realwirtschaftlicher Auswirkungen, Kosteninflation in den Beschaffungsprozessen und ein Attraktivitätsverlust der Konzernmarken könnten die Erreichung dieser Ziele gefährden. Der Konzern hat Vorkehrungen getroffen, um die Wahrscheinlichkeit und die Auswirkungen eines Eintritts dieser und weiterer Risiken zu begrenzen. Einzelheiten sind dem Risikobericht zu entnehmen.

Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung der HUGO BOSS AG

Das Management der HUGO BOSS AG erwartet im Jahr 2012 fortgesetzte Steigerungen von Umsatz und Ergebnis. Auch über das Jahr hinaus bietet die langfristige strategische Ausrichtung von HUGO BOSS seiner Meinung nach weiteres Potenzial zur Erzielung profitablen Wachstums und zur Erreichung der für das 2015 prognostizierten Umsatz- und Ergebnisziele des Konzerns. Die HUGO BOSS AG als Zulieferant der Konzernvertriebsgesellschaften partizipiert unmittelbar an dieser Entwicklung.

Metzingen, den 17. Februar 2012

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

CLAUS-DIETRICH LAHRS
CHRISTOPH AUHAGEN
MARK LANGER

03

JAHRESABSCHLUSS

JAHRESABSCHLUSS DER HUGO BOSS AG BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2011

AKTIVA

in EUR		Anhang – Nr.	31.12.2011	31.12.2010
A.	**Anlagevermögen**			
I.	**Immaterielle Vermögensgegenstände**	(1)		
1.	Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte		39.137.487,00	38.397.302,00
2.	Geschäfts- oder Firmenwert		753.379,00	870.735,00
3.	Geleistete Anzahlungen		2.563.963,79	644.521,28
			42.454.829,79	**39.912.558,28**
II.	**Sachanlagen**	(1)		
1.	Grundstücke und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken		15.074.602,56	14.063.949,84
2.	Technische Anlagen und Maschinen		1.665.162,00	1.838.090,00
3.	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung		48.778.903,18	52.642.767,18
4.	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau		2.899.206,04	12.094,72
			68.417.873,78	**68.556.901,74**
III.	**Finanzanlagen**	(2)		
1.	Anteile an verbundenen Unternehmen		544.336.131,51	544.336.131,51
2.	Beteiligungen		10.000,00	10.000,00
			544.346.131,51	**544.346.131,51**
			655.218.835,08	**652.815.591,53**
B.	**Umlaufvermögen**			
I.	**Vorräte**			
1.	Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe		49.417.963,07	41.267.120,64
2.	Unfertige Erzeugnisse		465.600,95	616.785,85
3.	Fertige Erzeugnisse und Waren		114.516.472,70	104.389.746,29
4.	Geleistete Anzahlungen		1.283.234,71	2.544.338,14
			165.683.271,43	**148.817.990,92**
II.	**Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände**	(3)		
1.	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		16.001.758,45	7.877.367,18
2.	Forderungen gegen verbundene Unternehmen		20.760.379,06	13.071.125,67
3.	Sonstige Vermögensgegenstände		34.236.656,21	37.999.322,78
			70.998.793,72	**58.947.815,63**
III.	**Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstitutionen**		40.448.081,51	37.799.791,60
			277.130.146,66	**245.565.598,15**
C.	**Rechnungsabgrenzungsposten**	(4)	1.174.365,56	1.382.945,00
			933.523.347,30	**899.764.134,68**

PASSIVA

in EUR		Anhang – Nr.		31.12.2011	31.12.2010
A.	**Eigenkapital**				
I.	**Gezeichnetes Kapital**	(5)			
1.	Stammaktien		35.860.000,00		
	Nennbeträge eigener Anteile auf Stammaktien		–528.555,00	35.331.445,00	35.331.445,00
2.	Vorzugsaktien ohne Stimmrecht		34.540.000,00		
	Nennbeträge eigener Anteile auf Vorzugsaktien		–855.278,00	33.684.722,00	33.684.722,00
				69.016.167,00	**69.016.167,00**
II.	**Kapitalrücklage**	(6)		**399.198,30**	**399.198,30**
III.	**Gewinnrücklagen**	(7)			
1.	Gesetzliche Rücklage			6.640.801,70	6.640.801,70
2.	Andere Gewinnrücklagen			127.850.811,64	239.798.796,64
				134.491.613,34	**246.439.598,34**
IV.	**Bilanzgewinn**	(8)		203.097.400,00	142.553.400,00
				407.004.378,64	**458.408.363,64**
B.	**Rückstellungen**				
1.	Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	(10)		1.479.272,09	2.198.704,90
2.	Steuerrückstellungen			2.981.908,44	0,00
3.	Sonstige Rückstellungen	(11)		105.446.673,44	87.247.301,44
				109.907.853,97	**89.446.006,34**
C.	**Verbindlichkeiten**	(12)			
1.	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen			77.485.444,39	70.164.187,48
2.	Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen			330.277.594,88	270.370.909,34
3.	Sonstige Verbindlichkeiten			6.953.140,42	10.748.522,88
				414.716.179,69	**351.283.619,70**
D.	**Rechnungsabgrenzungsposten**			1.894.935,00	626.145,00
				933.523.347,30	**899.764.134,68**

JAHRESABSCHLUSS DER HUGO BOSS AG GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2011

in EUR		Anhang – Nr.	2011	2010
1.	Umsatzerlöse	(15)	972.178.235,91	831.729.992,04
2.	Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	(16)	654.741.077,16	564.900.456,42
3.	**Bruttoergebnis vom Umsatz**		**317.437.158,75**	**266.829.535,62**
4.	Vertriebskosten	(17)	225.582.000,83	187.247.855,69
5.	Allgemeine Verwaltungskosten	(18)	76.175.553,81	97.899.811,26
6.	Sonstige betriebliche Erträge	(19)	102.378.683,75	102.705.390,32
7.	Sonstige betriebliche Aufwendungen	(20)	63.107.066,74	81.523.732,39
8.	Erträge aus Beteiligungen	(21)	79.543.375,92	72.898.625,82
	davon aus verbundenen Unternehmen 79.543.375,92 EUR (2010: 72.898.625,82 EUR)			
9.	Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	(22)	10.121.571,51	1.504.770,72
	davon aus verbundenen Unternehmen 810.743,79 EUR (2010: 1.082.419,52 EUR)			
10.	Aufwendungen aus Verlustübernahme	(23)	1.113.863,27	208.979,97
11.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen	(22)	16.158.705,01	14.686.625,38
	davon an verbundene Unternehmen 15.049.093,41 EUR (2010: 13.500.552,77 EUR)			
12.	**Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit**		**127.343.600,27**	**62.371.317,79**
13.	Außerordentliche Erträge		0,00	346.391,87
14.	Außerordentliche Aufwendungen		0,00	121.965,00
15.	**Außerordentliches Ergebnis**	(24)	**0,00**	**224.426,87**
16.	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(25)	38.870.464,31	13.941.468,76
17.	Sonstige Steuern		127.616,40	129.874,14
18.	**Jahresüberschuss**		**88.345.519,56**	**48.524.401,76**
19.	Entnahme aus anderen Gewinnrücklagen		111.947.985,00	92.691.965,78
20.	Gewinnvortrag aus dem Vorjahr		2.803.895,44	1.337.032,46
21.	**Bilanzgewinn**		**203.097.400,00**	**142.553.400,00**

JAHRESABSCHLUSS DER HUGO BOSS AG ANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011

RECHNUNGSLEGUNG

Der Jahresabschluss 2011 der Hugo Boss AG wird nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches und des Aktienrechts erstellt.

Um die Übersichtlichkeit der Bilanz zu gewährleisten, wurden Vermerke und Erläuterungen zu einzelnen Positionen ausschließlich im Anhang aufgeführt.

Die HUGO BOSS AG, Metzingen, und die Red & Black Holding GmbH, Oberursel (Taunus), sind mit der Permira Holdings Limited, Guernsey (oberstes Mutterunternehmen), und deren unmittelbaren und mittelbaren Tochterunternehmen verbundene Unternehmen.

Die Gesellschaft wird in die Konzernabschlüsse der HUGO BOSS AG, Metzingen (kleinster Konsolidierungskreis), sowie der Red & Black Holding GmbH, Oberursel (Taunus) (größter Konsolidierungskreis), einbezogen.

Diese Konzernabschlüsse sind am jeweiligen Sitz der Gesellschaften erhältlich und werden im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE, WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des Vorjahres wurden unverändert beibehalten.

Anlagevermögen

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten bewertet und linear über eine Nutzungsdauer von 3 bis 10 Jahren abgeschrieben. Die aktivierten, entgeltlich erworbenen Geschäfts- oder Firmenwerte werden über eine voraussichtliche Nutzungsdauer von 8 beziehungsweise 15 Jahren abgeschrieben. Die Nutzungsdauern sind durch langfristig bestehende Mietverträge begründet.

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungs- und Herstellungskosten, vermindert um Abschreibungen, angesetzt.

Für die Abschreibungen auf Gebäude werden Nutzungsdauern von 8 bis 50 Jahren angesetzt, bei technischen Anlagen und Maschinen 5 bis 19 Jahre, bei anderen Anlagen 5 bis 15 Jahre sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung 3 bis 23 Jahre.

Die planmäßigen Abschreibungen werden für Zugänge bis zum 31. Dezember 2007 nach der degressiven Methode errechnet. Zugänge nach dem 31. Dezember 2007 werden ausschließlich linear abgeschrieben.

Geringwertige Anlagegüter, das sind Gegenstände mit Anschaffungs- und Herstellungskosten bis einschließlich 150 EUR, werden im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben. Für Anlagenzugänge wird ein Sammelposten gebildet, wenn die Anschaffungs- oder Herstellungskosten für das einzelne Anlagegut mehr als 150 EUR, aber nicht mehr als 1.000 EUR betragen. Der jeweilige Sammelposten wird im Jahr der Bildung und in den folgenden vier Geschäftsjahren jeweils mit einem Fünftel ergebniswirksam aufgelöst.

Die Bewertung der Finanzanlagen erfolgt zu Anschaffungskosten beziehungsweise zum niedrigeren beizulegenden Wert.

Umlaufvermögen
Die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie die Waren werden zu gleitenden durchschnittlichen Anschaffungskosten bewertet.

Unfertige und fertige Erzeugnisse werden zu durchschnittlichen Herstellungskosten angesetzt.

In die Herstellungskosten werden Materialeinzel- und Fertigungseinzelkosten sowie Sondereinzelkosten der Fertigung und Material- und Fertigungsgemeinkosten einbezogen. Soweit Bestandsrisiken vorliegen, die sich aus der Lagerdauer und verminderter Verwertbarkeit ergeben, sind Abwertungen in ausreichendem Umfang vorgenommen worden.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände werden zum Nennbetrag beziehungsweise niedrigeren beizulegenden Zeitwert bewertet. Erkennbare Einzelrisiken wurden durch Wertberichtigungen berücksichtigt. Dem allgemeinen Kreditrisiko wurde durch eine Pauschalwertberichtigung angemessen Rechnung getragen.

Flüssige Mittel sind mit dem Nennbetrag, gegebenenfalls mit dem niedrigeren beizulegenden Wert, bewertet.

Eigenkapital
Eigene Anteile werden gemäß § 272 Abs. 1a HGB mit dem Nennbetrag offen vom „Gezeichneten Kapital" abgesetzt.

Rückstellungen und Verbindlichkeiten
Die Pensionsrückstellungen werden für handelsrechtliche Zwecke auf Basis der projizierten Einmalbeitragsmethode unter Zugrundelegung eines Rechnungszinsfußes von 5,13 % (Oktober 2011; Oktober 2010: 5,16 %), einer Dynamik der anrechenbaren Bezüge von 2,50 % sowie einer Anpassung der laufenden Renten von 1,75 % und der Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck ermittelt. Zur Festsetzung der Restlaufzeit von 15 Jahren wird die Vereinfachungsregel gemäß § 253 Abs. 2 Satz 2 HGB in Anspruch genommen.

Die Gesellschaft hält Vermögensgegenstände, die der Absicherung der Pensionsleistungen dienen. Diese Vermögensgegenstände erfüllen die Voraussetzungen des § 246 Abs. 2 Satz 2 1. Halbsatz HGB und sind mit den Pensionsrückstellungen zu verrechnen. Die Bewertung der Vermögensgegenstände erfolgt zum beizulegenden Zeitwert.

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verbindlichkeiten. Sie sind in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags (d. h. einschließlich zukünftiger Kosten- und Preissteigerungen) angesetzt. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr wurden mit dem ihrer Restlaufzeit entsprechenden durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Geschäftsjahre abgezinst.

Verbindlichkeiten werden mit dem Erfüllungsbetrag angesetzt.

Sicherungsgeschäfte
Das Unternehmen sicherte sich in Vorjahren durch Termingeschäfte oder Optionen gegen Währungsschwankungen ab. Diese Geschäfte wurden in den meisten Fällen zur Absicherung fester Kundenaufträge, mindestens aber auf der Basis einer konzernweiten währungsdifferenzierten Liquiditätsplanung abgeschlossen.

Währungssicherungsgeschäfte wurden mit dem Marktwert zum Bilanzstichtag, im Falle eines positiven Marktwerts jedoch höchstens mit ihren Anschaffungskosten bewertet.

Zum Bilanzstichtag bestehen keine Währungssicherungsgeschäfte.

Für das „Stock Appreciation Rights Program" sind Sicherungsgeschäfte abgeschlossen, mit denen die Verpflichtungen gegenüber den Mitarbeitern gesichert sind.

Die Anschaffungskosten der für die Absicherung erworbenen Kaufoptionen wurden aktiviert und auf den niedrigeren beizulegenden Wert am Bilanzstichtag abgewertet. Die per 31. Dezember 2011 noch verbleibenden Verpflichtungen aus dem „Stock Appreciation Rights Program" sind nach marktüblichen Methoden mit dem Zeitwert bewertet, welche von den ausgebenden Banken zur Verfügung gestellt werden.

Währungsumrechnung
Die Forderungen und Verbindlichkeiten in fremder Währung werden mit dem Kurs am Tag des Geschäftsvorfalls umgerechnet und zum Bilanzstichtag grundsätzlich mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlussstichtag bewertet. Bei einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr wurden dabei das Realisationsprinzip (§ 252 Abs. 1 Nr. 4 Halbsatz 2 HGB) und das Anschaffungskostenprinzip (§ 253 Abs. 1 Satz 1 HGB) beachtet.

Latente Steuern

Latente Steuern werden für zeitliche Unterschiede zwischen den handelsrechtlichen und steuerlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Rechnungsabgrenzungsposten und Schulden ermittelt. Dabei werden nicht nur die Unterschiede aus den eigenen Bilanzpositionen einbezogen, sondern auch solche, die bei Organtöchtern beziehungsweise bei Personengesellschaften, an denen die HUGO BOSS AG als Gesellschafter beteiligt ist, bestehen. Die Ermittlung der latenten Steuern erfolgt auf Basis des kombinierten Ertragsteuersatzes des steuerlichen Organkreises von derzeit aktuell 28,0 % (Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer und Solidaritätszuschlag). Abweichend hiervon werden latente Steuern aus zeitlichen Bilanzierungsunterschieden bei Beteiligungen in der Rechtsform einer Personengesellschaft auf Basis eines kombinierten Ertragsteuersatzes ermittelt, der lediglich Körperschaftsteuer und Solidaritätszuschlag beinhaltet; dieser beträgt derzeit 15,83 %. Im Falle einer sich insgesamt ergebenden Steuerbelastung wird diese in der Bilanz als passive latente Steuer angesetzt. Im Falle einer Steuerentlastung wird vom entsprechenden Aktivierungswahlrecht kein Gebrauch gemacht.

ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

1 // ANLAGEVERMÖGEN

Die Entwicklung des Anlagevermögens nach § 268 Abs. 2 HGB im Geschäftsjahr 2011 ist im Anlagenspiegel als Anlage zum Anhang dargestellt.

Unter den immateriellen Vermögensgegenständen ist im Wesentlichen Software erfasst. Der Zugang von 15.044 TEUR (2010: 6.675 TEUR) ergab sich im Wesentlichen aus Investitionen in Software, die zu einer weiteren Verbesserung und Strukturierung der Prozesse im Unternehmen führte, sowie dem Erwerb eines Vertriebsrechts im Rahmen einer konzerninternen Umstrukturierung.

Die Zugänge zu den Sachanlagen in Höhe von 12.896 TEUR (2010: 5.720 TEUR) resultieren vor allem aus der Erweiterung des IT-Bereichs, der Grundstücke und Bauten sowie aus Investitionen in Inneneinrichtungen und im Bereich der Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Die Abgänge resultieren zu einem wesentlichen Teil aus dem Abgang von EDV-Anlagen.

In den Abschreibungen sind keine außerplanmäßigen Abschreibungen enthalten (2010: 370 TEUR).

2 // ANTEILSBESITZ DER HUGO BOSS AG

Der Anteilsbesitz der HUGO BOSS AG ist auf den folgenden Seiten dargestellt.

Alle direkten und indirekten Beteiligungen der HUGO BOSS AG sind im Anhang in den Angaben zum Anteilsbesitz aufgeführt.

Die HUGO BOSS AG hält entweder direkt oder indirekt jeweils 100 % der Kapitalanteile an den im nachfolgenden Anteilsbesitz aufgeführten Unternehmen. Einzige Ausnahmen sind die Beteiligungen der BIL Leasing Verwaltungs-GmbH & Co. 869 KG, der ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Dieselstraße KG und der ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Metzingen KG. Die Kapitalanteile der HUGO BOSS AG betragen bei diesen jeweils 94,0 %.
Mit der Rainbow Gruppe, einem langjährigen Franchisepartner in China, und der HUGO BOSS AG besteht ein Joint Venture an der HUGO BOSS Lotus Hong Kong Ltd. An diesem ist die HUGO BOSS AG indirekt mit 60 % der Anteile beteiligt. Die HUGO BOSS Lotus Hong Kong Ltd. hält ihrerseits sämtliche Anteile an der Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd., Macau, und der Lotus (Shenzhen) Commerce Ltd., Shenzhen, China.

ANTEILSBESITZ DER HUGO BOSS AG

in TEUR **Gesellschaft**
HUGO BOSS Holding Netherlands B.V.
HUGO BOSS Internationale Beteiligungs-GmbH[1, 3]
HUGO BOSS International B.V.
HUGO BOSS USA, Inc.[2]
HUGO BOSS Ticino S.A.
Lotus (Shenzhen) Commerce Ltd.
HUGO BOSS Benelux B.V.
HUGO BOSS Lotus Hong Kong Ltd.
HUGO BOSS Textile Industry Ltd.
HUGO BOSS International Markets AG
HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG[1]
HUGO BOSS Canada, Inc.
HUGO BOSS UK Limited
HUGO BOSS France SAS
HUGO BOSS Italia S.p.A.
HUGO BOSS Holdings Pty. Ltd.
HUGO BOSS China Retail Co. Ltd.
HUGO BOSS Australia Pty. Ltd.
Lotus Concept Trading (Macau) Co. Ltd.[3]
HUGO BOSS Benelux B.V. CIA S.C
HUGO BOSS Mexico S.A. de C.V.
HUGO BOSS Shoes & Accessories Italia S.p.A.
HUGO BOSS Switzerland Retail AG
HUGO BOSS Nordic ApS
HUGO BOSS Belgium Retail BVBA
HUGO BOSS (Schweiz) AG
HUGO BOSS do Brasil Ltda.
HUGO BOSS Belgium BVBA
HUGO BOSS Hong Kong Ltd.
HUGO BOSS Benelux Retail B.V.
HUGO BOSS Guangdong Trading Co. Ltd.
HUGO BOSS Dienstleistungs GmbH[1]
MSC Poland Sp.z.o.o.
HUGO BOSS Scandinavia AB
HUGO BOSS Ireland Limited
HUGO BOSS Mexico Management Services S.A. de C.V.[1]
HUGO BOSS Holding Sourcing S.A.
HUGO BOSS Trade Mark Management Verwaltungs-GmbH
HUGO BOSS Merchandise Management GmbH[2]
HUGO BOSS Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG[1]
HUGO BOSS Beteiligungsgesellschaft mbH[1, 3]

1 Direkte Beteiligungen der HUGO BOSS AG.

2 Teilkonzernabschluss.

3 Gesellschaften, die einen Ergebnisabführungsvertrag mit der HUGO BOSS AG haben.

	Ergebnis		Eigenkapital	
Sitz	**2011**	**2010**	**2011**	**2010**
Amsterdam, Niederlande	1.177	475	653.362	652.185
Metzingen, Deutschland	0	0	524.800	524.800
Amsterdam, Niederlande	162.635	102.845	447.725	279.604
New York, DE, USA	24.866	14.483	77.940	56.970
Coldrerio, Schweiz	63.154	42.826	86.817	74.034
Shenzhen, Volksrepublik China	12.288	5.426	43.575	27.570
Amsterdam, Niederlande	19.846	15.239	42.548	37.702
Hongkong, Volksrepublik China	1.897	–142	35.197	37.801
Izmir, Türkei	14.481	1.200	28.678	14.197
Zug, Schweiz	21.068	14.757	28.480	18.443
Metzingen, Deutschland	81.007	74.002	26.719	25.230
Toronto, Kanada	2.867	2.263	19.590	16.471
London, Großbritannien	13.127	10.791	17.929	14.622
Paris, Frankreich	13.741	–8.929	17.246	3.505
Mailand, Italien	1.312	535	13.545	22.233
Preston, Australien	0	0	12.363	12.363
Shanghai, Volksrepublik China	2.902	4.119	11.924	8.068
Preston, Australien	–50	1.279	11.023	11.870
Macau	6.835	3.111	8.909	6.530
Madrid, Spanien	11.999	2.720	6.542	–5.457
Mexiko-Stadt, Mexiko	2.970	2.822	5.938	5.190
Morrovalle, Italien	634	237	5.835	5.202
Zürich, Schweiz	2.902	561	5.373	2.359
Kopenhagen, Dänemark	3.730	3.224	5.295	4.236
Diegem, Belgien	680	664	3.307	2.627
Zug, Schweiz	3.133	3.840	3.146	4.324
São Paulo, Brasilien	–1.035	348	2.812	4.149
Diegem, Belgien	889	750	2.532	2.343
Hongkong, Volksrepublik China	15.106	16.134	45.282	38.018
Amsterdam, Niederlande	420	220	2.313	1.893
Guangzhou, Volksrepublik China	131	96	2.239	1.937
Metzingen, Deutschland	–122	–164	1.377	1.458
Radom, Polen	55	–54	1.146	1.216
Stockholm, Schweden	–49	–1.921	1.070	1.117
Dublin, Irland	1.038	–215	923	–115
Mexico-Stadt, Mexiko	127	144	627	551
Coldrerio, Schweiz	–661	–9	586	1.250
Metzingen, Deutschland	1	1	33	32
Metzingen, Deutschland	0	0	24	24
Metzingen, Deutschland	–27	–2	–25	2
Metzingen, Deutschland	0	0	–116	–116

ANTEILSBESITZ DER HUGO BOSS AG (FORTSETZUNG)

in TEUR **Gesellschaft**
ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Dieselstraße KG[1]
HUGO BOSS Hellas LLC
HUGO BOSS Magazacilik Ltd. Sti.
GRAMOLERA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft Objekt Ticino mbH
ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Metzingen KG[1]
HUGO BOSS Portugal & Companhia
BIL Leasing Verwaltungs-GmbH & Co. 869 KG[1]
HUGO BOSS Japan K.K.

1 Direkte Beteiligungen der HUGO BOSS AG.

2 Teilkonzernabschluss.

3 Gesellschaften, die einen Ergebnisabführungsvertrag mit der HUGO BOSS AG haben.

	Ergebnis		Eigenkapital	
Sitz	**2011**	**2010**	**2011**	**2010**
Grünwald, Deutschland	61	47	–130	–191
Athen, Griechenland	–490	0	–220	0
Izmir, Türkei	–1.851	–563	–932	979
Metzingen, Deutschland	–362	–1.117	–2.223	–1.861
Grünwald, Deutschland	155	84	–2.585	–2.739
Lissabon, Portugal	–2.004	–2.419	–4.956	–2.952
Pöcking, Deutschland	–780	–537	–6.796	–6.015
Tokio, Japan	–4.100	–3.843	–38.275	–31.108

3 // FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE

Gegliedert nach Restlaufzeiten	**Mit einer Restlaufzeit von**			
in TEUR (Vorjahresbeträge in Klammern)	**bis zu 1 Jahr**	**1 bis 5 Jahren**	**mehr als 5 Jahren**	**Gesamt**
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	16.002 (7.877)	– –	– –	16.002 (7.877)
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	20.760 (13.071)	– –	– –	20.760 (13.071)
Sonstige Vermögensgegenstände	31.388 (34.393)	2.122 (2.943)	727 (664)	34.237 (38.000)
	68.150 (55.341)	**2.122** (2.943)	**727** (664)	**70.999** (58.948)

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen betreffen mit 13.673 TEUR (2010: 11.760 TEUR) Darlehen, im Übrigen Lieferungen und Leistungen. Der Anstieg ist im Wesentlichen auf höhere Forderungen aus Leistungsbeziehungen mit Tochterunternehmen zurückzuführen.

Die sonstigen Vermögensgegenstände beinhalten zum 31. Dezember 2011 im Wesentlichen Bonusforderungen gegenüber Lieferanten (10.256 TEUR; 2010: 8.757 TEUR), Kaufoptionen zur Absicherung der Stock Appreciation Rights (3.435 TEUR; 2010: 6.684 TEUR), Ertragsteuerforderungen (8.147 TEUR; 2010: 7.523 TEUR) sowie Umsatzsteuerforderungen (7.226 TEUR; 2010: 6.776 TEUR). Der Rückgang des Postens ist im Vergleich zum Vorjahr hauptsächlich auf verkaufte Optionen im Zusammenhang mit Sicherungsgeschäften für Verpflichtungen aus dem „Stock Appreciation Rights Program" (SAR) zurückzuführen.

4 // RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

Der Rechnungsabgrenzungsposten enthält hauptsächlich abgegrenzte Aufwendungen für EDV-Wartungsverträge sowie Mietverträge.

5 // GEZEICHNETES KAPITAL

Das gezeichnete Kapital der HUGO BOSS AG beträgt zum 31. Dezember 2011 insgesamt 69.016 TEUR (2010: 69.016 TEUR). Das Gezeichnete Kapital setzt sich wie folgt zusammen:

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Stammaktien, auf den Inhaber lautend 35.860.000 Stück	35.860	35.860
Eigene Anteile, auf den Inhaber lautend 528.555 Stück	–529	–529
Vorzugsaktien ohne Stimmrecht, auf den Inhaber lautend 34.540.000 Stück	34.540	34.540
Eigene Anteile auf Vorzugsaktien ohne Stimmrecht, auf den Inhaber lautend 855.278 Stück	–855	–855
	69.016	**69.016**

In der Hauptversammlung vom 14. Mai 2009 wurde beschlossen, dass der Vorstand der HUGO BOSS AG mit Zustimmung des Aufsichtrats bis zum 13. Mai 2014 über ein genehmigtes Kapital von 35.200 TEUR verfügen kann. Das genehmigte Kapital berechtigt einmalig oder mehrfach zur Erhöhung des Grundkapitals durch die Ausgabe neuer Stamm- und Vorzugsaktien. Dieser Beschluss wurde im Handelsregister der HUGO BOSS AG eingetragen.

6 // KAPITALRÜCKLAGE

Die Kapitalrücklage enthält die Aufgelder aus der Ausgabe von Aktien und ist gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 1 HGB ausgewiesen.

7 // GEWINNRÜCKLAGEN

Die anderen Gewinnrücklagen entwickelten sich insgesamt wie folgt:

in TEUR	
Stand 31.12.2010	**239.799**
Entnahmen aus den anderen Gewinnrücklagen gemäß Beschluss von Vorstand und Aufsichtsrat	111.948
Stand 31.12.2011	**127.851**

Am 31. Dezember 2011 werden 528.555 Stammaktien und 855.278 Vorzugsaktien gehalten. Der darauf entfallende Anteil am gezeichneten Kapital beträgt 1.383 TEUR (2010: 1.383 TEUR) (1,97 %). Der Nennbetrag wurde vom „Gezeichneten Kapital“ offen abgesetzt. Der Differenzbetrag in Höhe von 30.300 TEUR zwischen dem Nennwert der eigenen Anteile und dem zum 31. Dezember 2009 ausgewiesenen Buchwert wurde im Jahr 2010 mit den Gewinnrücklagen verrechnet.

Die eigenen Anteile stammen aus Erwerben in den Jahren 2004 bis 2007:

Kauf	Anzahl Stammaktien in Stück	Anzahl Vorzugsaktien in Stück
03/2004	35.966	0
05/2004	36.280	0
06/2004	11.513	0
07/2004	40.506	0
02/2005	12.992	0
03/2005	34.794	1.000
04/2005	84.000	82.467
10/2005	21.700	153.700
05/2006	0	210.200
06/2006	79.700	0
07/2006	158.628	0
08/2006	0	20.021
09/2006	9.976	110.084
01/2007	0	94.411
02/2007	2.500	183.395
31.12.2011	**528.555**	**855.278**

Die historischen Anschaffungskosten der eigenen Anteile betrugen 42.362 TEUR.

In der Hauptversammlung vom 21. Juni 2010 wurde beschlossen, dem Vorstand eine Ermächtigung bis zum 20. Juni 2015 zu erteilen, eigene Inhaberstamm- und/oder Inhabervorzugsaktion ohne Stimmrecht der Gesellschaft bis zu einem Anteil von insgesamt höchstens 10 % des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben.

Im Geschäftsjahr 2011 wurden keine zusätzlichen eigenen Aktien erworben oder veräußert. Die eigenen Anteile sollen es der Gesellschaft ermöglichen,

- durch Angebote an institutionelle Anleger im In- und Ausland den Aktionärskreis zu erweitern;
- eine Gegenleistung bei möglichen Unternehmenszusammenschlüssen oder beim Erwerb von Unternehmen oder Unternehmensbeteiligungen in Form von eigenen Aktien gewähren zu können;
- die Aktie auch an ausländischen Börsenplätzen zu platzieren;
- Aktien ohne weiteren Hauptversammlungsbeschluss einzuziehen.

Konkrete Pläne für das Ausnutzen dieser Ermächtigung bestehen derzeit nicht.

8 // BILANZGEWINN

in TEUR	
Bilanzgewinn am 31.12.2010	142.553
Gewinnausschüttung für 2010	139.749
Gewinnvortrag	2.804
Jahresüberschuss 2011	88.345
Entnahme aus anderen Gewinnrücklagen	111.948
Bilanzgewinn am 31.12.2011	**203.097**

9 // ANGABEN ZU AUSSCHÜTTUNGSGESPERRTEN BETRÄGE

Zur Ausschüttung gesperrte Beträge im Sinne des § 268 Abs. 8 HGB bestehen keine (2010: 1.066 TEUR).

10 // RÜCKSTELLUNGEN FÜR PENSIONEN UND ÄHNLICHE VERPFLICHTUNGEN

Verpflichtungen aus Pensionszusagen sind teilweise durch qualifizierte Versicherungspolicen (Deckungsvermögen) gesichert. Die Leistungen aus den Versicherungspolicen dienen ausschließlich der Erfüllung der jeweiligen Pensionsverpflichtungen und sind dem Zugriff übriger Gläubiger durch Verpfändung entzogen.
Der beizulegende Zeitwert des Rückdeckungsanspruchs besteht aus dem geschäftsplanmäßigen Deckungskapital des Versicherungsunternehmens zuzüglich eines vorhandenen Guthabens aus Beitragsrückerstattung (sogenannte Überschussbeteiligung).

in TEUR	**31.12.2011**
Erfüllungsbetrag der Pensionen und ähnlichen Verpflichtungen	54.128
Beizulegender Zeitwert der Rückdeckungsversicherung	52.649
Nettowert der Pensionen und ähnlichen Verpflichtungen (Rückstellung)	1.479
Anschaffungskosten des in der Rückdeckungsversicherung angelegten Vermögens	52.649

Die aus dem Deckungsvermögen resultierenden Erträge und die Zinsaufwendungen aus korrespondierenden Erfüllungsbeträgen der Pensionsrückstellungen im Geschäftsjahr 2011 sind nachstehend dargestellt:

in TEUR	**2011**
Zinserträge aus Deckungsvermögen	1.771
Zinsaufwand aus korrespondierenden Pensionsrückstellungen	2.359
Saldierter Zinsaufwand	**588**

Der Saldo in Höhe von 588 TEUR wird im Zinsaufwand ausgewiesen.

11 // SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Personalaufwendungen	39.416	41.493
Ausstehende Eingangsrechnungen	36.358	31.256
Übrige Rückstellungen	29.673	14.498
	105.447	**87.247**

Die Rückstellungen für Personalaufwendungen betreffen überwiegend Rückstellungen für die Abwicklung der Stock Appreciation Rights, Gewinnbeteiligungen und Boni, Abfindungsansprüche sowie Altersteilzeit.

Die übrigen Rückstellungen betreffen im Wesentlichen Warenrücksendungen, schwebende Rechtsstreitigkeiten und Rückstellungen für sonstige Risiken. Für laufende Verfahren wurden Rückstellungen in ausreichendem Maße eingestellt.

12 // VERBINDLICHKEITEN

Gegliedert nach Restlaufzeiten	**Mit einer Restlaufzeit von**			
in TEUR (Vorjahresbeträge in Klammern)	**bis zu 1 Jahr**	**1 bis 5 Jahren**	**mehr als 5 Jahren**	**Gesamt**
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	77.485 (70.164)	– –	– –	77.485 (70.164)
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	330.278 (270.371)	– –	– –	330.278 (270.371)
Sonstige Verbindlichkeiten	4.047 (8.065)	–	2.906 (2.684)	6.953 (10.749)
	411.810 (348.600)	**–** –	**2.906** (2.684)	**414.716** (351.284)

Bei den Verbindlichkeiten aus Lieferungen von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen sowie von Waren bestehen die handelsüblichen Eigentumsvorbehalte.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen betreffen mit 328. 959 TEUR (2010: 269.685 TEUR) Darlehen, im Übrigen Lieferungen und Leistungen.

Zum 31.12.2011 bestehen keine Sicherheiten für die passivierten Verbindlichkeiten.

Aufteilung der sonstigen Verbindlichkeiten

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Aus Steuern	3.246	4.778
Im Rahmen der sozialen Sicherheit	2.920	2.684
Übrige	787	3.287
	6.953	**10.749**

13 // HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

in TEUR	31.12.2011	31.12.2010
Haftungsverhältnisse aus Bürgschaften	328.485	471.187
Davon für verbundene Unternehmen	(328.485)	(471.187)
Haftungsverhältnisse aus der Bestellung von Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten	9.945	9.372
Davon für verbundene Unternehmen	(9.945)	(9.372)
	338.430	**480.559**

Bürgschaften und Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten wurden ausschließlich zugunsten von Tochtergesellschaften abgegeben. Die zugrunde liegenden Verpflichtungen können von den betreffenden Gesellschaften nach unseren Erkenntnissen in allen Fällen erfüllt werden. Mit einer Inanspruchnahme aus den oben aufgeführten Haftungsverhältnissen ist daher derzeit nicht zu rechnen.

14 // LATENTE STEUERN

Als Ertragsteueraufwendungen werden Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Solidaritätszuschlag und im Ausland entrichtete Ertragsteuern (z. B. anrechenbare Quellensteuer) ausgewiesen.

Insgesamt besteht zum 31.12.2011 aus zeitlichen Unterschieden zwischen den handelsrechtlichen und steuerlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Rechnungsabgrenzungen und Schulden – sowohl aus eigenen als auch aus solchen Gesellschaften des steuerlichen Organkreises beziehungsweise von Personengesellschaften, an denen HUGO BOSS als Gesellschafter beteiligt ist – eine zukünftige Steuerentlastung von 10.024 TEUR (2010: 7.730 TEUR). Die Ermittlung dieses Betrags erfolgte auf Basis eines kombinierten Ertragsteuersatzes von 28,0 % (HUGO BOSS AG und Organgesellschaften) beziehungsweise 15,83 % (Beteiligungen in der Rechtsform einer Personengesellschaft).

Passive Steuerlatenzen resultieren im Wesentlichen aus unterschiedlichen Wertansätzen im Anlagevermögen. Die Unterschiede bei den Pensionsrückstellungen und dem zu saldierenden Planvermögen führen zu aktiven Steuerlatenzen. Weitere aktive Latenzen resultieren aus für steuerliche Zwecke nicht ansetzbaren Rückstellungen. Insgesamt ergibt sich ein aktiver latenter Steuerüberhang in Höhe von 10.024 TEUR (2010: 7.730 TEUR). In Ausübung des Wahlrechts aus § 274 Absatz 1 Satz 2 HGB wurde eine aktive latente Steuer nicht bilanziert.

Latente Steuern sind im Steueraufwand nicht enthalten.

ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

15 // UMSATZERLÖSE

in TEUR (Vorjahresbeträge in Klammern)	BOSS	HUGO	Gesamtbetrag
Europa[1]	652.384[2] (573.783)	91.864 (68.438)	744.248 (642.221)
Amerika	126.759[3] (107.947)	9.984 (8.436)	136.743 (116.383)
Asien/Pazifik	89.431[4] (71.725)	1.756 (1.401)	91.187 (73.126)
	868.574 (753.455)	**103.604** (78.275)	**972.178** (831.730)

1 inkl. Naher Osten und Afrika
2 Davon bei BOSS - Black 78 %, Orange 10 %, Green 10 %, Selection 2 %
3 Davon bei BOSS - Black 70 %, Orange 9 %, Green 10 %, Selection 11 %
4 Davon bei BOSS - Black 72 %, Orange 18 %, Green 7 %, Selection 3 %

16 // HERSTELLUNGSKOSTEN DER ZUR ERZIELUNG DER UMSATZERLÖSE ERBRACHTEN LEISTUNGEN

Die Herstellungskosten setzen sich im Wesentlichen aus Materialaufwendungen, Frachtkosten und Lizenzgebühren zusammen. Das Verhältnis von Herstellungskosten zu den Umsatzerlösen verbesserte sich im Geschäftsjahr auf 67,3 % (Vorjahr: 67,9 %). Die Veränderung ist hauptsächlich auf ein höheres Preisniveau auf dem Absatzmarkt zurückzuführen.

17 // VERTRIEBSKOSTEN

Die Aufwendungen für Vertriebskosten setzen sich aus folgenden Positionen zusammen:

in TEUR	2011	2010
Marketingaufwendungen	113.209	101.278
Aufwendungen für eigenen Einzelhandel	37.663	28.512
Lager- und Beschaffungsaufwendungen	74.710	57.458
	225.582	**187.248**

Der Anstieg der Marketingaufwendungen resultiert hauptsächlich aus höheren weiterberechneten Marketingaufwendungen der HUGO BOSS Trademark Management GmbH & Co. KG, höheren Personalkosten in den Bereichen eigener Einzelhandel, Logistik und zentraler Vertriebsaufgaben sowie gestiegenen Handelsmarketingkosten.

18 // ALLGEMEINE VERWALTUNGSKOSTEN

Die allgemeinen Verwaltungskosten resultieren hauptsächlich aus Personalkosten, Raummieten, Leasingkosten, Abschreibungen sowie diversen IT-Aufwendungen. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf eine sachgerechtere Zuordnung der Sekundärkosten in Höhe von 21,7 Mio. EUR zurückzuführen. Diese sind den Vertriebskosten in Höhe von 18,9 Mio. EUR sowie den Forschungs- und Entwicklungskosten in Höhe von 2,8 Mio. EUR zugeordnet worden.

19 // SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

in TEUR	2011	2010
Sonstige betriebliche Erträge	102.379	102.705
Davon aus Währungsumrechnung	(4.289)	(10.128)
Davon aperiodische Erträge	(2.424)	(3.381)

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten hauptsächlich Erlöse aus der Weiterberechnung von Kosten und Leistungen an verbundene Unternehmen.

Die aperiodischen Erträge resultieren im Wesentlichen aus der Auflösung von Rückstellungen in Höhe von 2.348 TEUR (2010: 3.358 TEUR).

20 // SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

in TEUR	2011	2010
Sonstige betriebliche Aufwendungen	63.107	81.524
Davon aus Währungsumrechnung	(5.864)	(14.663)
Davon aperiodische Aufwendungen	(464)	(501)

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich hauptsächlich aus Forderungsabwertungen, Fremdwährungseffekten sowie Forschungs- und Entwicklungskosten zusammen.
Der Rückgang beruht auf zahlreichen Einflüssen. Die größten Aufwendungsminderungen waren in den Bereichen Aufwendungen für Devisentermingeschäfte, Fremdwährungsbewertungen sowie Verpflichtungen aus den „Stock Appreciation Rights“ (SAR) zu verzeichnen. Aufgrund der Umstellung auf vier Kollektionen, im Rahmen des Projektes D.R.I.V.E., haben sich die Forschungs- und Entwicklungskosten gegenläufig entwickelt.

Die aperiodischen Aufwendungen resultieren aus Verlusten aus Anlageverkäufen und Anlagenverschrottungen.

21 // ERTRÄGE AUS BETEILIGUNGEN

Erträge aus Beteiligungen stammen in Höhe von 79.518 TEUR (2010: 72.892 TEUR) von der HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG, Metzingen.

22 // SONSTIGE ZINSEN UND ÄHNLICHE ERTRÄGE/ZINSEN UND ÄHNLICHE AUFWENDUNGEN

In den sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträgen sind Erträge aus der Abzinsung von Rückstellungen in Höhe von 356 TEUR (2010: 104 TEUR) enthalten. Zinsen und ähnliche Aufwendungen enthalten Aufwendungen aus der Abzinsung von Rückstellungen in Höhe von 765 TEUR (2010: 1.011 TEUR).

23 // AUFWENDUNGEN AUS VERLUSTÜBERNAHMEN

Die Verlustübernahme 2010 und 2011 betreffen die Tochterunternehmen HUGO BOSS Internationale Beteiligungs-GmbH, Metzingen und HUGO BOSS Beteiligungsgesellschaft mbH, Metzingen.

24 // AUSSERORDENTLICHES ERGEBNIS

Im Vorjahr betraf das außerordentliche Ergebnis Umstellungseffekte aus der erstmaligen Anwendung des BilMoG zum 1. Januar 2010.

25 // STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag betreffen ausschließlich das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit.

in TEUR	2011	2010
Insgesamt	38.870	13.941
Davon aperiodischer Aufwand	(2.912)	(1.146)

ZUSÄTZLICHE ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG AUFGRUND DER ANWENDUNG DES UMSATZKOSTENVERFAHRENS

Materialaufwand

in TEUR	2011	2010
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	457.924	400.135
Aufwendungen für bezogene Leistungen	91.797	82.353
Materialaufwand	**549.721**	**482.488**

Personalaufwand

in TEUR	2011	2010
Löhne und Gehälter	132.312	145.099
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	21.254	20.326
Davon für Altersversorgung	(1.306)	(721)
Personalaufwand	**153.566**	**165.425**

SONSTIGE ANGABEN

Mitarbeiterzahlen

Im Jahresdurchschnitt wurden beschäftigt:

	2011	2010
Gewerbliche Arbeitnehmer	803	811
Kaufmännische Arbeitnehmer	1.754	1.620
	2.557	**2.431**

Teilzeitkräfte wurden anteilig berücksichtigt.

Fremdwährungssicherungsgeschäfte

Devisensicherungsgeschäfte bestehen zum 31. Dezember 2011 keine.

Sicherungsgeschäfte für Verpflichtungen aus dem „Stock Appreciation Rights Program" (SAR)

Um das Risiko aus Aktienkursschwankungen im Zusammenhang mit dem in 2001 aufgelegten „Stock Appreciation Rights Program" (SAR) und damit mögliche Auswirkungen auf den Cashflow und das Ergebnis der HUGO BOSS AG zu begrenzen, wurde Ende 2007 ein entsprechendes Absicherungsprogramm mit Wirkung ab dem Geschäftsjahr 2008 abgeschlossen.

Im Rahmen des „Stock Appreciation Rights Program" erhalten die Führungskräfte der HUGO BOSS AG eine bestimmte Anzahl an Partizipationsrechten, über die sie von Kurssteigerungen der Aktien der HUGO BOSS AG profitieren können. Die Partizipationsrechte gewähren ausschließlich einen Anspruch auf Barausgleich, nicht jedoch auf Aktien der HUGO BOSS AG.

Zum 31. Dezember 2011 bestehen folgende Kaufoptionen:

	2011		2010	
in TEUR	**Buchwert**	**Zeitwert**	**Buchwert**	**Zeitwert**
Kaufoption (zur Absicherung der SAR)	3.435	7.926	6.684	14.992

Die Anschaffungskosten der für die Absicherung erworbenen Kaufoptionen werden in den sonstigen Vermögensgegenständen aktiviert und gegebenenfalls auf den niedrigeren beizulegenden Wert am Bilanzstichtag abgewertet. Gewinne werden bilanziell erst erfasst, wenn sie realisiert sind.

1. Programmänderung 2009
Im Dezember 2009 hat sich das Management der HUGO BOSS AG zur Vermeidung zusätzlicher Ausgaben für Sicherungsinstrumente dazu entschlossen, die Rahmenbedingungen des „Stock Appreciation Rights Program" neu zu regeln. Mit Wirkung zum 14. Dezember 2009 wurde daher allen berechtigten Führungskräften folgende Programmänderung angeboten:

1 / Verzicht auf die Partizipationsrechte sowie auf sämtliche Rechte aus den in den Jahren 2005 bis 2008 begebenen Tranchen gegen Auszahlung einer Entschädigung
2 / Anpassung der Ausübungsbedingungen der in 2009 begebenen Tranche

Die Entschädigungszahlung für den Verzicht auf die Rechte der Tranchen 5 bis 8 entsprach der Summe des Optionswertes der jeweiligen Tranche multipliziert mit der Anzahl an Partizipationsrechten. Die maßgeblichen Optionswerte wurden von externen Banken im Auftrag der HUGO BOSS AG unter Verwendung eines üblichen Bewertungsmodells auf den 14. Dezember 2009 ermittelt. Als maßgeblicher Aktienkurs wurde dafür der ungewichtete Durchschnitt der Schlusskurse der Vorzugsaktie der HUGO BOSS AG im Xetra-Handel der Frankfurter Wertpapierbörse an den fünf Börsenhandelstagen unmittelbar vor dem 14. Dezember 2009 angesetzt.

Um die Effekte aus außerordentlichen, nicht vorhersehbaren Aktienkursentwicklungen nach unten und oben hin zu begrenzen, wurde im Rahmen der Programmänderung sowohl der minimal als auch der maximal mögliche Ausübungsgewinn je Option für die Partizipationsrechte der Tranche 9 definiert. Hierbei entsprach die zu gewährende Vergütung mindestens der Differenz zwischen der rechnerisch auf eine Vorzugsaktie der HUGO BOSS AG entfallenden Marktkapitalisierung der letzten fünf Börsenhandelstage unmittelbar vor dem 14. Dezember 2009 und dem Basispreis der Vorzugsaktie bei Ausgabe, höchstens jedoch 33,20 EUR. Zudem konnten die Berechtigten nach Zustimmung zur Programmänderung bereits vor Ablauf der Erdienungsphase vorzeitig jeweils bis zu einem Drittel der Partizipationsrechte der Tranche 9 mit Wirkung zum 14. Dezember 2009 ausüben. Dies war erstmalig zum 14. Dezember 2009 möglich. Der Ausübungsgewinn entsprach in diesem Fall der oben definierten Mindestvergütung von 11,77 EUR.

Mit Zustimmung zur Programmänderung verlängerte sich die Haltefrist auf drei Jahre mit Ablauf zum 31. Dezember 2011 (zwei Jahre vor Programmänderung), der Ausübungszeitraum verkürzte sich entsprechend auf zwei Jahre mit Ablauf zum 14. Dezember 2013 (dreijährige Ausübungsphase vor Programmänderung). Die Gesamtlaufzeit der im Geschäftsjahr 2009 begebenen Tranche 9 blieb mit fünf Jahren unverändert.

Nach kontinuierlichem Anstieg des Aktienkurses wurde der maximal mögliche Ausübungsgewinn je Option für die Partizipationsrechte der Tranche 9 bereits im Oktober des Geschäftsjahres 2010 überschritten. Unter dem in 2009 modifizierten Programm könnte die Tranche 9 ab Beginn des Jahres 2012 erstmalig vollständig ausgeübt werden.

2. Vorzeitige Ablösung Tranche 9
Da das „Stock Appreciation Rights Program" erheblichen administrativen Aufwand sowohl in den Personal- als auch in den Finanzabteilungen der HUGO BOSS Gruppe verursacht, hat sich das Management der HUGO BOSS AG für eine vorzeitige Ablösung der Tranche 9 entschieden und allen Inhabern von Partizipationsrechten der Tranche 9 eine Auszahlung des maximal möglichen Ausübungsgewinns je Option zum 15.12.2010 angeboten. Durch die vorzeitige Beendigung des Programms entstehen keine zusätzlichen Aufwendungen, sofern der Aktienkurs auch Ende des Jahres 2011 bei 45,00 EUR oder höher liegt. Die Aufwendungen aus der Pro-rata-Zuführung zur Rückstellung der Tranche 9 aus dem Jahr 2011 werden lediglich in das Jahr 2010 vorgezogen.

Zum 31.12.2010 lag der Kurs für Vorzugsaktien bei 56,50 EUR und somit deutlich über dem für den maximalen Ausübungsgewinn notwendigen Aktienkurs von 45,00 EUR.

Noch vorhandene Partizipationsrechte der Tranchen 7 und 8 können auch nach Programmänderung in 2010 nach den Regelungen der ursprünglichen Optionsbedingungen ausgeübt werden.

3. Rahmenbedingungen „Stock Appreciation Rights Program"
Mit Ausnahme der abgelösten Tranche 9 haben die restlichen Tranchen des „Stock Appreciation Rights Program" eine Laufzeit von sechs Jahren. Mit Ablauf der Erdienungsphase von zwei Jahren beginnt der vierjährige Ausübungszeitraum. Noch vorhandene Partizipationsrechte der Tranchen 5 bis 8 konnten auch nach Programmänderung in 2009 nach den Regelungen der ursprünglichen Optionsbedingungen ausgeübt werden. Sofern bei Ablauf der Erdienungsphase oder im anschließenden Ausübungszeitraum die Entwicklung der Marktkapitalisierung der HUGO BOSS AG die Entwicklung des MDAX um 5 Prozentpunkte übertrifft (Ausübungshürde), können die Partizipationsrechte der Tranchen 7 und 8 ausgeübt werden.

Die zu gewährende Vergütung orientiert sich an der Differenz zwischen der rechnerisch auf eine Vorzugsaktie der HUGO BOSS AG entfallenden Marktkapitalisierung unter Berücksichtigung der Durchschnittskurse während der fünf Börsenhandelstage, die dem Tag der Ausübung vorangehen, und dem Basispreis der Vorzugsaktie nach Maßgabe der Bedingungen. Der Basispreis entspricht dem Durchschnittskurs der Vorzugsaktien der HUGO BOSS AG während der zwanzig Börsenhandelstage, die dem Ausgabetag vorausgehen.

Um das Risiko aus Aktienkursschwankungen im Zusammenhang mit dem „Stock Appreciation Rights Program" und damit mögliche Auswirkungen auf den Cashflow und das Ergebnis der HUGO BOSS AG zu begrenzen, wurde Ende 2007 ein entsprechendes Absicherungsprogramm mit Wirkung ab dem Geschäftsjahr 2008 abgeschlossen. Gemäß dem Absicherungsprogramm kaufte die HUGO BOSS AG im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2008 von unabhängigen Banken amerikanische Kaufoptionen auf HUGO BOSS Vorzugsaktien mit denselben Laufzeiten wie die gewährten „Stock Appreciation Rights" (SAR). Das Bezugsrecht beträgt dabei 1 : 1, das heißt, eine Option entspricht einer Vorzugsaktie. Das entsprechende Investitionsvolumen belief sich auf knapp 33 Mio. EUR.

Soweit im Zeitpunkt der Ausübung der SAR durch einen Mitarbeiter die entsprechenden Kaufoptionen an die ausgebende Bank verkauft werden, wird der Mittelabfluss aus der Ausübung der SAR durch einen Mittelzufluss aus dem Verkauf der Kaufoptionen ausgeglichen.

Sowohl die für die HUGO BOSS AG aus den SAR entstandenen Verpflichtungen, welchen durch Bildung entsprechender Rückstellungen Rechnung getragen wird, als auch die der Absicherung dienenden Kaufoptionen werden regelmäßig zu den Stichtagen erfolgswirksam mit dem niedrigeren beizulegendem Zeitwert berücksichtigt.

Die Veränderungen aus der Bewertung auf den beizulegenden Zeitwert werden unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen beziehungsweise sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen, soweit diese Mitarbeiter der HUGO BOSS AG betreffen. Zum Bilanzstichtag bestehen keine Kaufoptionen mehr zur Absicherung von Verpflichtungen gegenüber Mitarbeitern anderer HUGO BOSS Konzernunternehmen.

Nicht in der Bilanz enthaltene Geschäfte nach § 285 Nr. 3 HGB

HUGO BOSS nutzt nicht nur eigene Grundstücke und Gebäude, sondern ist auch Mieter mehrerer Gebäude und der dazugehörenden Grundstücke. Dieser Nutzung liegen Immobilienleasingverträge (Operating-Leasing) zugrunde. Dies trägt zur Verringerung der Kapitalbindung bei und belässt das Investitionsrisiko beim Leasinggeber. Die Leasingverträge haben Restlaufzeiten von 10, 12 beziehungsweise 15 Jahren. Die Leasingverträge führen zu einem jährlichen Leasingaufwand in Höhe von derzeit 6.152 TEUR. Die Leasingraten sind in der Aufstellung zu sonstigen finanziellen Verpflichtungen nach § 285 Nr. 3a HGB enthalten. Diese Immobilienleasingverträge enthalten Rückkaufsoptionen für die jeweiligen Immobilien.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen nach § 285 Nr. 3a HGB

		Miet- und Leasingverträge			Davon verb. Unternehmen	
in TEUR	**Gesamt**	**Gebäude/ Immobilien**	**Hard- und Software**	**Sonstige Verträge**	**Gebäude/ Immobilien**	**Sonstige Verträge**
Fällig 2012	31.445	22.792	7.391	1.262	4.540	0
Fällig 2013–2016	75.137	72.088	2.691	358	14.484	0
Fällig nach 2016	83.586	83.586	–	–	28.168	0
	190.168	**178.466**	**10.082**	**1.620**	**47.192**	**0**
Verpflichtungen aus im Geschäftsjahr begonnenen Investitionsvorhaben, fällig 2012 und 2013	**2.898**					

Bei den Werten handelt es sich um Nominalbeträge, d. h. nicht abgezinste Beträge.

Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Mitglieder des Aufsichtsrats und Vorstands sind auf den Seiten 113 bis 115 angegeben.

Aufgrund des Hauptversammlungsbeschlusses vom 21. Juni 2010 erfolgt keine Angabe der Bezüge unter Namensnennung.

Die Summe der fixen Gehaltsbestandteile des Vorstands beliefen sich im Geschäftsjahr 2011 auf 2.873 TEUR (2010: 3.248 TEUR). Die fixen Gehaltsbestandteile umfassen, neben dem Gehalt, dem Vorstand gewährte Leistungen wie Dienstwagen und sonstige zum Gehalt gehörende Sachleistungen sowie weitere zur Erfüllung der Vorstandsaufgaben notwendige Ausstattungen und Leistungen.

Die variablen Vergütungsbestandteile mit nachhaltiger Anreizwirkung bestehen in einer mehrjährigen Bonusve einbarung, die entsprechend der Zielerreichung der mit dem Aufsichtsrat vereinbarten persönlichen Ziele sowie der Erfüllung der im Vorfeld definierten Unternehmenskennzahlen EBITDA vor Sondereffekten und kurzfristiges operatives Nettovermögen (Trade Net Working Capital) gewährt werden. Der Bonus für ein Jahr richtet sich überwiegend nach Zielen, deren Erreichung über einen Zeitraum von drei Jahren bemessen wird. Nach Ablauf des dritten Geschäftsjahres wird der Bonus final ermittelt und ausbezahlt. Für einen Übergangszeitraum bei Einführung der mehrjährigen Bonusvereinbarungen erhalten die Vorstandsmitglieder Abschlagszahlungen auf den erwarteten Bonus. Sofern der Betrag der Restzahlung negativ ist, ist dieser vom Vorstandsmitglied an die HUGO BOSS AG zurückzuzahlen. Die Zuführung zur Rückstellung für den Mehrjahresbonus erfolgt ratierlich. Zum 31. Dezember 2011 besteht eine Rückstellung in Höhe von 4.050 TEUR (2010: 3.025 TEUR).

Die zum Bilanzstichtag aktiven Vorstände haben keinen Anspruch auf Teilnahme am „Stock Appreciation Rights Program".

Für den Fall der vorzeitigen Beendigung enthalten die Dienstverträge Regelungen, die - von der in der Entsprechenserklärung vom Dezember 2011 erklärten Abweichung abgesehen - im Einklang mit den Vorgaben des Corporate Governance Kodex stehen. Für den Fall der regulären Beendigung enthalten die Dienstverträge - mit Ausnahme von Pensionsregelungen - keine Regelungen. Im Geschäftsjahr 2011 sind keine Leistungen an frühere Vorstandsmitglieder im Zusammenhang mit der Beendigung ihrer Tätigkeit gewährt worden (2010: 2.934 TEUR).

Daneben bestehen für die Vorstände Pensionszusagen durch die Gesellschaft. Das spätere Ruhegeld richtet sich nach der Anzahl der Dienstjahre und dem Grundgehalt. Die Zuführung zu den Pensionsrückstellungen der Vorstandsmitglieder (ohne Gehaltsumwandlung) betrugen in 2011 1.593 TEUR (2010: 900 TEUR). Für aktive Mitglieder des Vorstands werden Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen in Höhe von 3.849 TEUR (2010: 2.256 TEUR) ausgewiesen. Das entsprechende Planvermögen in Form der Rückdeckungsversicherung beläuft sich auf 3.921 TEUR (2010: 2.457 TEUR).

Für frühere Mitglieder des Vorstands und deren Hinterbliebenen bestehen Pensionsverpflichtungen in Höhe von 17.178 TEUR (2010: 16.706 TEUR). Das entsprechende Planvermögen in Form der Rückdeckungsversicherung beläuft sich auf 16.813 TEUR (2010: 15.920 TEUR). Die Pensionsrückstellungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und deren Hinterbliebenen betragen 365 TEUR (2010: 786 TEUR), nach Saldierung der als Planvermögen zu qualifizierenden Rückdeckungsversicherung. An diesen Personenkreis sind im Jahr 2011 Gesamtbezüge in Höhe von 186 TEUR (2010: 192 TEUR) geleistet worden.

Der Aufsichtsrat erhielt für seine Tätigkeit im Jahr 2010 Gesamtbezüge in Höhe von 1.534 TEUR. Für das Jahr 2011 betragen die Gesamtbezüge voraussichtlich 1.911 TEUR, darin enthalten ist eine Rückstellung für den variablen Anteil in Höhe von 1.156 TEUR (2010: 738 TEUR), der sich nach der Höhe des Ergebnisses je Aktie im Konzernabschluss bemisst.

Die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats halten insgesamt weniger als 1 % (2010: weniger als 1 %) der von der HUGO BOSS AG ausgegebenen Aktien.

Management Beteiligungsprogramm
Im Rahmen des in 2008 eingeführten „Management Beteiligungsprogramms" (kurz: MPP) konnten sich die Vorstände und Führungskräfte der zweiten Ebene gegen Leistung einer Zahlung indirekt an der Red & Black TopCo S.à r.l. beteiligen. Seit der Ende 2009 stattgefundenen Umstrukturierung hält die Red & Black TopCo S.à r.l. über die Red & Black Lux S.à r.l. neben der indirekten Beteiligung an der HUGO BOSS AG auch direkt 100 % der Anteile an der Valentino Fashion Group S.p.A. Das Management von HUGO BOSS hat insofern nicht allein in die HUGO BOSS Gruppe, sondern auch in die von ihr nicht kontrollierten oder beeinflussbaren Gesellschaften der Valentino Fashion Group investiert.

Die indirekte Beteiligung an der Red & Black TopCo S.à r.l. erfolgt über eine deutsche Kommanditgesellschaft mit der Firma „Red & Black Management Beteiligungs GmbH & Co. KG" (kurz „MPP KG" genannt). Die MPP KG ist zu 0,07 % am stimmberechtigten Kapital der Red & Black TopCo S.à r.l. beteiligt und hält sogenannte „Class D Anteile". Der Gesellschaftsvertrag ist auf unbestimmte Zeit abgeschlossen, mindestens jedoch bis Ende 2024. Die Rechtsstellung der Manager in der MPP KG ist im Gesellschaftsvertrag geregelt. Der Beteiligungshöchstbetrag an der MPP KG ist individuell vorgegeben. Die Manager sind im Handelsregister eingetragene Kommanditisten der MPP KG.

Ende des Jahres 2010 wurde das MPP für die bereits beteiligten Manager (nachfolgend „Alt-Manager") modifiziert und noch nicht beteiligten Managern (nachfolgend „Neu-Manager") erneut eine Beteiligung an der MPP KG angeboten.

Der Erwerb der Kommanditgesellschaftsanteile an der MPP KG durch die Neu-Manager erfolgte im Dezember 2010 zum aktuellen Verkehrswert. Die Alt-Manager halten ihre bereits 2008 erworbenen Anteile an der MPP KG unverändert weiter. Es findet weder ein Tausch noch ein Verkauf der von den Alt-Managern gehaltenen Anteile an der MPP KG statt.

Das Management von HUGO BOSS soll nach der Neustrukturierung des MPP im Falle eines Börsengangs oder eines Verkaufs der HUGO BOSS Gruppe (nachfolgend „Exit") über die MPP KG ausschließlich an den auf HUGO BOSS entfallenden Exit-Erlösen (nachfolgend „HB AG Erlöse") partizipieren. Sämtliche auf die Valentino Fashion Group S.p.A. entfallenden Erlöse und Kosten werden bei der Ermittlung der HB AG Erlöse neutralisiert. Der Anspruch zur Partizipation an diesen HB AG Erlösen entsteht über einen mehrjährigen Erdienungszeitraum bis zum 31.12.2014 zeitanteilig.

Im Rahmen der Modifikation des MPP ist der Nachrang zu einzelnen Finanzierungsinstrumenten und die Übererlösberechtigung („Ratchet") dieser Class D Anteile weggefallen. Mit der satzungsrechtlichen Umstrukturierung wurden sogenannte Liquidationspräferenzen geschaffen. Diese räumen den Vorrang bestimmter Kapitalien vor Verteilung der HB AG Erlöse an die Kommanditisten ein und schaffen den finanziellen Ausgleich des inzwischen eingetretenen Wertverfalls der Class D Anteile gegenüber dem aktuellen Verkehrswert für die Investoren.

Werden die einem Manager zurechenbaren MPP-Anteile im Zuge eines Exits veräußert, so steht ihm grundsätzlich der dabei erzielte HB AG Erlös nach Abzug von Schulden und Liquidationspräferenzen anteilig zu. Die Berechtigung des Managers auf Auskehrung des anteiligen verbleibenden Veräußerungserlöses ist daran geknüpft, dass der betreffende Manager im Zeitpunkt des Exits die HUGO BOSS Gruppe noch nicht verlassen hat. Einschränkungen der Berechtigung auf Auskehrung des anteiligen Veräußerungserlöses gibt es nur bei Managern, die vor einem Exit ausscheiden. Im Falle des vorzeitigen Ausscheidens eines Managers hat die Red & Black TopCo S.à r.l. grundsätzlich das Recht, die von dem betroffenen Manager gehaltenen Anteile anzukaufen. Bei der Festlegung des Ankaufspreises wird dabei unterschieden, ob der ausscheidende Manager als sogenannter „Good Leaver" oder „Bad Leaver" zu qualifizieren ist.

Im Falle der Umsetzung des geplanten Exits wird bei künftigen Gewinnausschüttungen und für künftige Veräußerungsgewinne bei den teilnehmenden Vorständen und Führungskräften eine Zuordnung der Vergütung zur Gesellschafterposition vorgenommen. Arbeitsentgelt, das ergebniswirksam bei HUGO BOSS zu buchen wäre, wird in diesem Fall nicht entstehen.

Das MPP hat wie im Vorjahr im Geschäftsjahr 2011 das Periodenergebnis der HUGO BOSS AG nicht beeinflusst, da seit Einführung des MPP kein Exit oder vergleichbare Transaktionen stattgefunden haben, die unter Bezugnahme auf den beizulegenden Zeitwert bewertet gewesen wären. Vermögensgegenstände oder Schulden aus dem MPP waren weder am 31. Dezember 2010 noch am Bilanzstichtag anzusetzen.

Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG haben im Dezember 2011 die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben. Diese ist auf der Internetseite der Gesellschaft den Aktionären dauerhaft zugänglich.

Honorar des Abschlussprüfers

Die Angabe unterbleibt gemäß § 285 Nr. 17 HGB, da die Angabe im Konzernabschluss der HUGO BOSS AG erfolgt.

Beziehungen und Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Im Geschäftsjahr 2011 wurden Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen, die nicht in den Konzernabschluss der HUGO BOSS AG einbezogen werden oder bei denen der Anteilsbesitz direkt oder indirekt weniger als 100 % beträgt, getätigt. Es wurden folgende Geschäfte mit diesen nahestehenden Unternehmen durchgeführt:

	Art der Beziehung		
in TEUR Art des Geschäfts	**Tochter-unternehmen**	**Mutter-unternehmen**	**nahestehende Unternehmen zum obersten Mutterunternehmen**
Verkäufe	–	–	14
Erträge aus der Erbringung von Dienstleistungen	–	50	–
Leasingaufwendungen	3.818	–	–
Zinserträge	91	–	–
Forderungen	2.018	50	–
Verbindlichkeiten	6	–	–

Dividende und Ergebnisverwendung

Das Geschäftsjahr 2011 der HUGO BOSS AG schloss mit einem Jahresüberschuss von 88.346 TEUR ab (2010: 48.524 TEUR). Der Bilanzgewinn beträgt nach der Entnahme aus der Gewinnrücklage 203.097 TEUR (2010: 142.553 TEUR). Vor dem Hintergrund einer ertragsorientierten Ausschüttungspolitik werden Aufsichtsrat und Vorstand der Hauptversammlung vorschlagen, eine Dividende von 2,88 EUR je Stammaktie und 2,89 EUR je Vorzugsaktie für das Geschäftsjahr 2011 auszuschütten. Dies entspricht einem Betrag von 199.103 TEUR (2010: 139.750 TEUR). Des Weiteren wird der Hauptversammlung vorgeschlagen, 3.994 TEUR (2010: 2.804 TEUR) auf neue Rechnung vorzutragen.

ANGABEN ZUM MEHRHEITSAKTIONÄR

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 17. Oktober 2005 folgenden Hinweis zur Mitteilung gemäß § 21 WpHG vom 12. März 2003 der V.F.G. International N.V., Amsterdam/Niederlande:
  „Unter Bezugnahme auf unsere Meldung vom 12. März 2003 zeigen wir die seit 28. September 2005 eingetragene Namensänderung von Marzotto International N.V. in V.F.G. International N.V. an.
  Wir halten nach wie vor 78,76 % des stimmberechtigten Grundkapitals."

  Metzingen, im Oktober 2005
  Der Vorstand

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 08. August 2007 folgende Korrekturmitteilung zu den Stimmrechtsmitteilungen vom 03. August 2007 gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG der nachfolgend genannten Gesellschaften und Personen:

7. Red & Black HoldCo S.à r.l.
Die Red & Black HoldCo S.à r.l. hat uns mitgeteilt:
Der Stimmrechtsanteil der Red & Black HoldCo S.à r.l., Luxemburg (Anschrift: 282, route de Longwy, L-1940 Luxemburg), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 2. August 2007 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % überschritten. Der Stimmrechtsanteil beträgt nunmehr 80,23 % der Stimmrechte (28.770.683 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 78,76 % (28.242.128 Stimmrechte) der Red & Black HoldCo S.à r.l. aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Red & Black HoldCo S.à r.l. mittelbar über die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l, die Red & Black S.r.l. und die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Red & Black HoldCo S.à r.l. aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien über die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l., die Red & Black S.r.l., die Valentino Fashion Group S.p.A. und die V.F.G. International N.V. nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

8. Red & Black HoldCo 2 S.à r.l.
Die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l. hat uns mitgeteilt:
Der Stimmrechtsanteil der Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., Luxemburg (Anschrift: 282, route de Longwy, L-1940 Luxemburg), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 2. August 2007 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % überschritten. Der Stimmrechtsanteil beträgt nunmehr 80,23 % der Stimmrechte (28.770.683 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 78,76 % (28.242.128 Stimmrechte) der Red & Black HoldCo 2 S.à r.l. aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Red & Black HoldCo 2 S.à r.l. mittelbar über die Red & Black Topco 2 S.à r.l., die Red & Black Lux 2 S.à r.l, die Red & Black 2 S.r.l. und die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Red & Black HoldCo 2 S.à r.l. aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien über die Red & Black Topco 2 S.à r.l., die Red & Black Lux 2 S.à r.l., die Red & Black 2 S.r.l., die Valentino Fashion Group S.p.A. und die V.F.G. International N.V. nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

9. P4 Sub L.P.1

Die P4 Sub L.P.1 hat uns mitgeteilt:

Der Stimmrechtsanteil der P4 Sub L.P.1, Guernsey (Anschrift: Trafalgar Court, Les Banques, St Peter Port, Guernsey, Kanalinseln), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 2. August 2007 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % überschritten. Der Stimmrechtsanteil beträgt nunmehr 80,23 % der Stimmrechte (28.770.683 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 78,76 % (28.242.128 Stimmrechte) der P4 Sub L.P.1 aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der P4 Sub L.P.1 mittelbar über die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., die Red & Black Topco 2 S.à r.l., die Red & Black Lux 2 S.à r.l, die Red & Black 2 S.r.l. und die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der P4 Sub L.P.1 aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien über die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., die Red & Black Topco 2 S.à r.l., die Red & Black Lux 2 S.à r.l., die Red & Black 2 S.r.l., die Valentino Fashion Group S.p.A. und die V.F.G. International N.V. nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

10. Permira IV L.P.1

Die Permira IV L.P.1 hat uns mitgeteilt:

Der Stimmrechtsanteil der Permira IV L.P.1, Guernsey (Anschrift: Trafalgar Court, Les Banques, St Peter Port, Guernsey, Kanalinseln), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 2. August 2007 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % überschritten. Der Stimmrechtsanteil beträgt nunmehr 80,23 % der Stimmrechte (28.770.683 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 78,76 % (28.242.128 Stimmrechte) der Permira IV L.P.1 aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Permira IV L.P.1 mittelbar über die P4 Sub L.P.1, die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., die Red & Black Topco 2 S.à r.l., die Red & Black Lux 2 S.à r.l, die Red & Black 2 S.r.l. und die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Permira IV L.P.1 aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien über die P4 Sub L.P.1, die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., die Red & Black Topco 2 S.à r.l., die Red & Black Lux 2 S.à r.l., die Red & Black 2 S.r.l., die Valentino Fashion Group S.p.A. und die V.F.G. International N.V. nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

11. Permira IV Managers L.P.

Die Permira IV Managers L.P. hat uns mitgeteilt:

Der Stimmrechtsanteil der Permira IV Managers L.P., Guernsey (Anschrift: Trafalgar Court, Les Banques, St Peter Port, Guernsey, Kanalinseln), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 2. August 2007 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % überschritten. Der Stimmrechtsanteil beträgt nunmehr 80,23 % der Stimmrechte (28.770.683 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 78,76 % (28.242.128 Stimmrechte) der Permira IV Managers L.P. aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Permira IV Managers L.P. mittelbar über die Permira IV L.P.1, die P4 Sub L.P.1, die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., die Red & Black Topco 2 S.à r.l., die Red & Black Lux 2 S.à r.l, die Red & Black 2 S.r.l., die Permira IV L.P.2, die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l, die Red & Black S.r.l. und die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Permira IV Managers L.P. aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien über die Permira IV L.P.1, die P4 Sub L.P.1, die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., die Red & Black Topco 2 S.à r.l., die Red & Black Lux 2 S.à r.l., die Red & Black 2 S.r.l., die Permira IV L.P.2, Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l., die Red & Black S.r.l., die Valentino Fashion Group S.p.A. und die V.F.G. International N.V. nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

12. Permira IV Managers Limited

Die Permira IV Managers Limited hat uns mitgeteilt:

Der Stimmrechtsanteil der Permira IV Managers Limited, Guernsey (Anschrift: Trafalgar Court, Les Banques, St Peter Port, Guernsey, Kanalinseln), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 2. August 2007 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % überschritten. Der Stimmrechtsanteil beträgt nunmehr 80,23 % der Stimmrechte (28.770.683 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 78,76 % (28.242.128 Stimmrechte) der Permira IV Managers Limited aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Permira IV Managers Limited mittelbar über die Permira IV Managers L.P., die Permira IV L.P.1, die P4 Sub L.P.1, die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., die Red & Black Topco 2 S.à r.l., die Red & Black Lux 2 S.à r.l, die Red & Black 2 S.r.l., die Permira IV L.P.2, die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l, die Red & Black S.r.l. und die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Permira IV Managers Limited aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien über die Permira IV Managers L.P., die Permira IV L.P.1, die P4 Sub L.P.1, die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., die Red & Black Topco 2 S.à r.l., die Red & Black Lux 2 S.à r.l., die Red & Black 2 S.r.l., die Permira IV L.P.2, die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l., die Red & Black S.r.l., die Valentino Fashion Group S.p.A. und die V.F.G. International N.V. nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

13. Permira IV L.P.2

Die Permira IV L.P.2 hat uns mitgeteilt:

Der Stimmrechtsanteil der Permira IV L.P.2, Guernsey (Anschrift: Trafalgar Court, Les Banques, St Peter Port, Guernsey, Kanalinseln), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 2. August 2007 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % überschritten. Der Stimmrechtsanteil beträgt nunmehr 80,23 % der Stimmrechte (28.770.683 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 78,76 % (28.242.128 Stimmrechte) der Permira IV L.P.2 aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Permira IV L.P.2 mittelbar über die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l, die Red & Black S.r.l. und die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Permira IV L.P.2 aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien über die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l., die Red & Black S.r.l., die Valentino Fashion Group S.p.A. und die V.F.G. International N.V. nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

14. P4 Co-Investments L.P.

Die P4 Co-Investments L.P. hat uns mitgeteilt:

Der Stimmrechtsanteil der P4 Co-Investment L.P., Guernsey (Anschrift: Trafalgar Court, Les Banques, St Peter Port, Guernsey, Kanalinseln), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 2. August 2007 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % überschritten. Der Stimmrechtsanteil beträgt nunmehr 80,23 % der Stimmrechte (28.770.683 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 78,76 % (28.242.128 Stimmrechte) der P4 Co-Investment L.P. aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der P4 Co-Investment L.P. mittelbar über die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l, die Red & Black S.r.l. und die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der P4 Co-Investments L.P. aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien über die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l., die Red & Black S.r.l., die Valentino Fashion Group S.p.A. und die V.F.G. International N.V. nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

15. Permira Investments Limited

Die Permira Investments Limited hat uns mitgeteilt:

Der Stimmrechtsanteil der Permira Investments Limited, Guernsey (Anschrift: Trafalgar Court, Les Banques, St Peter Port, Guernsey, Kanalinseln), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12,72555 Metzingen, Deutschland, hat am 2. August 2007 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % überschritten. Der Stimmrechtsanteil beträgt nunmehr 80,23 % der Stimmrechte (28.770.683 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 78,76 % (28.242.128 Stimmrechte) der Permira Investments Limited aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Permira Investments Limited mittelbar über die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l, die Red & Black S.r.l. und die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Permira Investments Limited aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien über die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l., die Red & Black S.r.l., die Valentino Fashion Group S.p.A. und die V.F.G. International N.V. nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

16. Permira IV GP L.P.

Die Permira IV GP L.P. hat uns mitgeteilt:

Der Stimmrechtsanteil der Permira IV GP L.P., Guernsey (Anschrift: Trafalgar Court, Les Banques, St Peter Port, Guernsey, Kanalinseln), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 2. August 2007 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % überschritten. Der Stimmrechtsanteil beträgt nunmehr 80,23 % der Stimmrechte (28.770.683 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 78,76 % (28.242.128 Stimmrechte) der Permira IV GP L.P. aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Permira IV GP L.P. mittelbar über die Permira IV L.P.1, die P4 Sub L.P.1, die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., die Red & Black Topco 2 S.à r.l., die Red & Black Lux 2 S.à r.l, die Red & Black 2 S.r.l., die Permira IV L.P.2, die P4 Co- Investments L.P., die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l, die Red & Black S.r.l. und die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Permira IV GP L.P. aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien über die Permira IV L.P.1, die P4 Sub L.P.1, die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., die Red & Black Topco 2 S.à r.l., die Red & Black Lux 2 S.à r.l., die Red & Black 2 S.r.l., die Permira IV L.P.2, die P4 Co-Investments L.P., die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l., die Red & Black S.r.l., die Valentino Fashion Group S.p.A. und die V.F.G. International N.V. nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

17. Permira IV GP Limited

Die Permira IV GP Limited hat uns mitgeteilt:

Der Stimmrechtsanteil der Permira IV GP Limited, Guernsey (Anschrift: Trafalgar Court, Les Banques, St Peter Port, Guernsey, Kanalinseln), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 2. August 2007 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % überschritten. Der Stimmrechtsanteil beträgt nunmehr 80,23 % der Stimmrechte (28.770.683 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 78,76 % (28.242.128 Stimmrechte) der Permira IV GP Limited aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Permira IV GP Limited mittelbar über die Permira IV GP L.P., die Permira IV L.P.1, die P4 Sub L.P.1, die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., die Red & Black Topco 2 S.à r.l., die Red & Black Lux 2 S.à r.l, die Red & Black 2 S.r.l., die Permira IV L.P.2, die P4 Co-Investments L.P., die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l, die Red & Black S.r.l. und die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Permira IV GP Limited aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien über die Permira IV GP L.P., die Permira IV L.P.1, die P4 Sub L.P.1, die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., die Red & Black Topco 2 S.à r.l., die Red & Black Lux 2 S.à r.l., die Red & Black 2 S.r.l., die Permira IV L.P.2, die P4 Co-Investments L.P., die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l., die Red & Black S.r.l., die Valentino Fashion Group S.p.A. und die V.F.G. International N.V. nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

18. Permira Nominees Limited

Die Permira Nominees Limited hat uns mitgeteilt:
Der Stimmrechtsanteil der Permira Nominees Limited, Guernsey (Anschrift: Trafalgar Court, Les Banques, St Peter Port, Guernsey, Kanalinseln), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 2. August 2007 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % überschritten. Der Stimmrechtsanteil beträgt nunmehr 80,23 % der Stimmrechte (28.770.683 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 78,76 % (28.242.128 Stimmrechte) der Permira Nominees Limited aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Permira Nominees Limited mittelbar über die Permira Investments Limited, die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l, die Red & Black S.r.l. und die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Permira Nominees Limited aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien über die Permira Investments Limited, die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black Topco S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l., die Red & Black S.r.l., die Valentino Fashion Group S.p.A. und die V.F.G. International N.V. nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 14. März 2008 folgende Stimmrechtsmitteilung gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG der nachfolgend genannten Gesellschaften:

  „Am 11. März 2008 ist die Red & Black 2 S.r.l., Mailand (Anschrift: via San Paolo 10, 20121 Mailand, Italien) auf die Red & Black S.r.l., Mailand (Anschrift: via San Paolo 10, 20121 Mailand, Italien) verschmolzen worden. Dadurch ist die Red & Black 2 S.r.l. erloschen. Rechtsnachfolger ist die Red & Black S.r.l..
  Vor dem Hintergrund des vorgenannten Verschmelzungsvorganges teilen wir Ihnen namens und im Auftrag der Red & Black S.r.l., Mailand (Anschrift: via San Paolo 10, 20121 Mailand, Italien) nach §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG Folgendes mit:

  Als Rechtsnachfolger der Red & Black S.r.l. 2, Mailand (Anschrift: via San Paolo 10, 20121 Mailand, Italien): Der Stimmrechtsanteil der Red & Black S.r.l. 2, Mailand (Anschrift: via San Paolo 10, 20121 Mailand, Italien), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 11. März 2008 die Schwellen von 75 %, 50 %, 30 %, 25 %, 20 %, 15 %, 10 %, 5 % und 3 % unterschritten und beträgt seit diesem Tage 0,00 % (keinerlei Stimmrechte).
  Für sich selbst: Der Stimmrechtsanteil der Red & Black S.r.l., Mailand (Anschrift: via San Paolo 10, 20121 Mailand, Italien), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, beträgt zum 11. März 2008 weiterhin mehr als 75 % der Stimmrechte, nämlich 89,49 % der Stimmrechte (32.092.026 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 88,02 % (31.563.471 Stimmrechte) der Red & Black S.r.l. aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Red & Black S.r.l. mittelbar über die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Red & Black S.r.l. aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet."

  Metzingen, den 14. März 2008
  Der Vorstand

Die HUGO BOSS AG erhielt am 25. März 2008 folgende Stimmrechtsmitteilung gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG der Red & Black S.p.A.:
Die Red & Black S.r.l., Mailand ist in Red & Black S.p.A., Mailand, Italien umgewandelt worden. Auch nach Wirksamwerden der Umwandlung am 19. März 2008 hält diese Gesellschaft weiterhin einen Stimmrechtsanteil an der HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland von über 75 %. Mit Wirksamwerden der Umwandlung am 19. März 2008 beträgt der Stimmrechtsanteil der Red & Black S.p.A., Mailand, Italien an der HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, 89,49 % der Stimmrechte (32.092.026 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 88,02 % (31.563.471 Stimmrechte) der Red & Black S.p.A. aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Red & Black S.p.A. mittelbar über die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Red & Black S.p.A. aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

Der Vorstand
Metzingen, den 26. März 2008

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 23. April 2008 folgende Stimmrechtsmitteilung gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG der Red & Black TopCo S.à r.l., Luxemburg, sowie der Red & Black Lux S.à r.l.,Luxemburg.
  Am 21. April 2008 ist zunächst die Red & Black TopCo 2 S.à r.l., Luxemburg auf die Red & Black TopCo S.à r.l., Luxemburg verschmolzen worden. Ebenfalls am 21. April 2008 ist in einem zweiten Schritt die Red & Black Lux 2 S.à r.l., Luxemburg auf die Red & Black Lux S.à r.l., Luxemburg verschmolzen worden. Dadurch sind sowohl die Red & Black TopCo 2 S.à r.l. als auch die Red & Black Lux 2 S.à r.l.erloschen. Rechtsnachfolger der Red & Black TopCo 2 S.à r.l. ist die Red & Black TopCo S.à r.l.;Rechtsnachfolger der Red & Black Lux 2 S.à r.l. ist die Red & Black Lux S.à r.l..Vor dem Hintergrund der vorgenannten Verschmelzungsvorgänge teilen die Red & Black TopCo S.à r.l. sowie die Red & Black Lux S.à r.l. nach §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG Folgendes mit:

  1. Red & Black TopCo S.à r.l. Als Rechtsnachfolger der Red & Black TopCo 2 S.à r.l., Luxemburg: Der Stimmrechtsanteil der Red & Black TopCo 2 S.à r.l, Luxemburg an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 21. April 2008 die Schwellen von 75 %, 50 %, 30 %, 25 %, 20 %, 15 %, 10 %, 5 % und 3 % unterschritten und beträgt seit diesem Tage 0,00 % (keinerlei Stimmrechte).

  Für sich selbst: Der Stimmrechtsanteil der Red & Black TopCo S.à r.l., Luxemburg an der HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, beträgt zum 21. April 2008 weiterhin mehr als 75 % der Stimmrechte, nämlich 89,49 % der Stimmrechte (32.092.026 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 88,02 % (31.563.471 Stimmrechte) der Red & Black TopCo S.à r.l. aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Red & Black TopCo S.à r.l. mittelbar über die Red & Black Lux S.à r.l., Luxemburg, die Red & Black S.p.A., Mailand, Italien und die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Red & Black TopCo S.à r.l. aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

2. Red & Black Lux S.à r.l. Als Rechtsnachfolger der Red & Black Lux 2 S.à r.l., Luxemburg: Der Stimmrechtsanteil der Red & Black Lux 2 S.à r.l, Luxemburg an der HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, hat am 21. April 2008 die Schwellen von 75 %, 50 %, 30 %, 25 %, 20 %, 15 %, 10 %, 5 % und 3 % unterschritten und beträgt seit diesem Tage 0,00 % (keinerlei Stimmrechte).
Für sich selbst: Der Stimmrechtsanteil der Red & Black Lux S.à r.l., Luxemburg, an der HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, beträgt zum 21. April 2008 weiterhin mehr als 75 % der Stimmrechte, nämlich 89,49 % der Stimmrechte (32.092.026 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 88,02 % (31.563.471 Stimmrechte) der Red & Black Lux S.à r.l. aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Red & Black Lux S.à r.l. mittelbar über die Red & Black S.p.A., Mailand, Italien, und die Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien, kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Red & Black Lux S.à r.l. aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

Metzingen, den 24. April 2008
Der Vorstand

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 02. Mai 2008 folgende Stimmrechtsmitteilung gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG der Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien (bis zum 1. Mai 2008 firmierend unter Red & Black S.p.A., Mailand, Italien), eingetragen im Unternehmensregister von Mailand am 26. Juni 2007 unter Nummer 05786030964:

  1. Am 1. Mai 2008 ist die Valentino Fashion Group S.p.A. mit Sitz in Mailand, Italien, eingetragen im Unternehmensregister von Mailand am 15. Februar 2005 unter Nummer 047403870962 (nachfolgend als „Valentino Alt" bezeichnet) auf die Red & Black S.p.A., Mailand, Italien verschmolzen worden. Dadurch ist die Valentino Alt erloschen. Rechtsnachfolger ist die Red & Black S.p.A., Mailand, Italien.
  2. Im Zuge des vorgenannten Verschmelzungsvorgangs ist am 1. Mai 2008 die Firma der Red & Black S.p.A. in Valentino Fashion Group S.p.A. (nachfolgend als „Valentino Neu" bezeichnet) geändert worden.
  3. Vor dem Hintergrund der vorgenannten Verschmelzung und Umfirmierung teilt die Valentino Neu nach §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG Folgendes mit:

  Als Rechtsnachfolger der Valentino Alt: Der Stimmrechtsanteil der Valentino Alt an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 1. Mai 2008 die Schwellen von 75 %, 50 %, 30 %, 25 %, 20 %, 15 %, 10 %, 5 % und 3 % unterschritten und beträgt seit diesem Tage 0,00 % (keinerlei Stimmrechte).
  Für sich selbst: Der Stimmrechtsanteil der Valentino Neu an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, beträgt zum 1. Mai 2008 auch nach Wirksamwerden der Verschmelzung und Umwandlung weiterhin mehr als 75 % der Stimmrechte, nämlich 89,49 % der Stimmrechte (32.092.026 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 88,02 % (31.563.471 Stimmrechte) der Valentino Neu aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Valentino Neu kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Valentino Neu aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

  Metzingen, den 02. Mai 2008
  Der Vorstand

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 06. August 2008 folgende Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG der nachfolgend genannten Gesellschaften und Personen:
  Der Stimmrechtsanteil der Permira Holdings LLP, London, Großbritannien, an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 4. August 2008 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % der Stimmrechte überschritten und beträgt 89,49 % der Stimmrechte (32.092.026 Aktien). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 88,02 % der Stimmrechte (31.563.471 Aktien) der Permira Holdings LLP aus von der V.F.G. International N.V. gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr.1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von Permira Holdings LLP mittelbar über die Permira Holdings Limited, die Permira IV Managers Limited, die Permira IV Managers L.P., die Permira IV GP Limited, die Permira IV GP L.P., die Permira IV L.P.1, die P4 Sub L.P.1, die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., die Permira IV L.P.2, die P4 Co-Investments L.P., die Permira Investments Limited, die Permira Nominees Limited, die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black TopCo S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l. und die Valentino Fashion Group SpA kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % der Stimmrechte (528.555 Aktien) wird der Permira Holdings LLP aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien über die Permira Holdings Limited, die Permira IV Managers Limited, die Permira IV Managers L.P., die Permira IV GP Limited, die Permira IV GP L.P., die Permira IV L.P.1, die P4 Sub L.P.1, die Red & Black HoldCo 2 S.à r.l., die Permira IV L.P.2, die P4 Co-Investments L.P., die Permira Investments Limited, die Permira Nominees Limited, die Red & Black HoldCo S.à r.l., die Red & Black TopCo S.à r.l., die Red & Black Lux S.à r.l., die Valentino Fashion Group S.p.A. und die V.F.G. International N.V. nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr.1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

  Metzingen, den 07. August 2008
  Der Vorstand

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 24. September 2009 folgende Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG der nachfolgend genannten Gesellschaften und Personen:
  Der Stimmrechtsanteil der Permira Holdings LLP, London, Großbritannien, an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 21. September 2009 die Schwellen von 75 %, 50 %, 30 %, 25 %, 20 %, 15 %, 10 %, 5 % und 3 % unterschritten und beträgt zu diesem Tag 0,00 % (keine Stimmrechte).

  Zur Klarstellung wird darauf hingewiesen, dass die Stimmrechtsanteile sämtlicher anderer Gesellschaften, über die der Mitteilungspflichtigen ihr bisheriger Stimmrechtsanteil an der HUGO BOSS AG bislang zugerechnet wurden, von den oben gemeldeten Schwellenunterschreitungen durch die Meldepflichtige unberührt bleiben. Obergesellschaft in der bestehenden Struktur ist nunmehr die Permira Holdings Limited und nicht die Permira Holdings LLP.

  Metzingen, den 25. September 2009
  Der Vorstand

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 23. Dezember 2009 folgende Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG der nachfolgend genannten Gesellschaften und Personen:

  1. Valentino Fashion Group S.p.A.
  Die Valentino Fashion Group S.p.A. mit Sitz in Mailand, Italien, hat uns mitgeteilt:Hiermit teilen wir, die Valentino Fashion Group S.p.A., Ihnen gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mit, dass unser Stimmrechtsanteil an der HUGO BOSS AG am 23. Dezember 2009 die Schwellen von 75 %, 50 %, 30 %, 25 %, 20 %, 15 %,10 %, 5 % und 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 0,00 % (0 Stimmrechte) beträgt. Zur Klarstellung wird darauf hingewiesen, dass die Stimmrechtsanteile sämtlicher anderer Gesellschaften, denen bislang von der Valentino Fashion Group S.p.A. Stimmrechte aus Aktien der HUGO BOSS AG zugerechnet wurden, von den oben gemeldeten Schwellenunterschreitungen durch die Valentino Fashion Group S.p.A. unberührt bleiben. Obergesellschaft in der bestehenden Struktur bleibt die Permira Holdings Limited.

  2. Blitz F09-vier-sechs GmbH
  Die Blitz F09-vier-sechs GmbH mit Sitz in Frankfurt am Main, Deutschland, hat uns mitgeteilt:
  Hiermit teilen wir, die Blitz F09-vier-sechs GmbH, Ihnen gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mit, dass unser Stimmrechtsanteil an der HUGO BOSS AG am 23. Dezember 2009 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % überschritten hat und zu diesem Tag 89,49 % (32.092.026 Stimmrechte) beträgt.
  Davon wird der Blitz F09-vier-sechs GmbH ein Stimmrechtsanteil von 88,02 % (31.563.471 Stimmrechte) aus von der V.F.G. INTERNATIONAL N.V., Rotterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.
  Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Blitz F09-vier-sechs GmbH aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.
  Zur Klarstellung: Der Überschreitung der oben genannten Stimmrechtsschwellen liegt eine konzerninterne Umstrukturierung zugrunde. Obergesellschaft in der bestehenden Struktur bleibt die Permira Holdings Limited.

  Metzingen, den 28. Dezember 2009
  Der Vorstand

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 24. März 2010 folgende Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG der nachfolgend genannten Gesellschaften:

  1. V.F.G. International N.V., Amersfoort, Niederlande:
  Der Stimmrechtsanteil der V.F.G. International N.V. Amersfoort, Niederlande an der HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, hat am 23. März 2010 die Schwellen von 75 %, 50 %, 30 %, 25 %, 20 %, 15 %, 10 %, 5 % und 3 % unterschritten und beträgt seit diesem Tage 0,00 % (keinerlei Stimmrechte).

  2. Red & Black Holding GmbH (ehemals Blitz F09-vier-sechs GmbH), München, Deutschland:
  Der Stimmrechtsanteil der Red & Black Holding GmbH (ehemals Blitz F09-viersechs GmbH), München, Deutschland an der HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, beträgt zum 23. März 2010 weiterhin mehr als 75 % der Stimmrechte, nämlich 89,49 % der Stimmrechte (32.092.026 Stimmrechte). Davon wird nunmehr ein Stimmrechtsanteil von 88,02 % (31.563.471 Stimmrechte) von der Red & Black Holding GmbH gemäß § 21 Abs. 1 WpHG direkt gehalten.
  Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Red & Black Holding GmbH aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.
  Zur Klarstellung wird darauf hingewiesen, dass die Stimmrechtsanteile sämtlicher anderer Gesellschaften, denen bislang von der V.F.G. International N.V. Stimmrechte aus Aktien der HUGO BOSS AG zugerechnet wurden, von den oben gemeldeten Schwellenunterschreitungen durch die V.F.G. International N.V. unberührt bleiben. Obergesellschaft in der bestehenden Struktur bleibt die Permira Holdings Limited.

  Metzingen, den 26. März 2010
  Der Vorstand

Daneben sind der HUGO BOSS AG keine weiteren Aktionäre gemeldet worden, die mehr als 10 % der Stimmrechte überschreiten. Es liegen dem Unternehmen auch keine sonstigen Meldungen von Aktionären vor, die 3 % oder mehr der Stimmrechte der HUGO BOSS AG halten.

VORSTAND

CLAUS-DIETRICH LAHRS Stuttgart, Deutschland	Vorsitzender des Vorstands Vorstand für die Bereiche Vertrieb, Retail, Lizenzen, Kommunikation und Global Replenishment
CHRISTOPH AUHAGEN Stuttgart, Deutschland	Vorstand für die Bereiche Brand Management, Creative Management, Sourcing und Manufacturing
MARK LANGER Stuttgart, Deutschland	Vorstand für die Bereiche Controlling, Investor Relations, Finanzen, Recht, Personal, Logistik, IT und Central Services Arbeitsdirektor

AUFSICHTSRAT

DR. HELLMUT ALBRECHT München, Deutschland	Managementberater Vorsitzender des Aufsichtsrats
ANTONIO SIMINA Metzingen, Deutschland	Schneider/Betriebsratsvorsitzender HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats Arbeitnehmervertreter
GERT BAUER Reutlingen, Deutschland	1. Bevollmächtigter der IG Metall Verwaltungsstelle, Reutlingen/Tübingen, Deutschland Arbeitnehmervertreter
HELMUT BRUST Bad Urach, Deutschland	Direktor Social Affairs HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland Arbeitnehmervertreter
BERND SIMBECK Metzingen, Deutschland	Kaufmännischer Angestellter, HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland Arbeitnehmervertreter
SINAN PISKIN Metzingen, Deutschland	Kaufmännischer Angestellter HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland Arbeitnehmervertreter
DR. MARTIN WECKWERTH Frankfurt am Main, Deutschland	Partner Permira Beteiligungsberatung GmbH, Frankfurt am Main, Deutschland
MONIKA LERSMACHER Kornwestheim, Deutschland	Gewerkschaftssekretärin IG Metall Bezirksleitung Baden-Württemberg, Stuttgart, Deutschland Arbeitnehmervertreterin

DAMON MARCUS BUFFINI Surrey, Großbritannien	Geschäftsführer Permira Advisers LLP, London, Großbritannien
LUCA MARZOTTO Venedig, Italien	Vorstandsvorsitzender Zignago Holding S.p.A., Fossalta di Portogruaro, Italien
GAETANO MARZOTTO Mailand, Italien	Aufsichtsratsvorsitzender Gruppo Santa Margherita S.p.A., Fossalta di Portogruaro, Italien
DR. KLAUS MAIER Stuttgart, Deutschland	Managementberater

ANGABEN ZU DEN AUFSICHTSRATS- UND VORSTANDSMITGLIEDERN

Die Aufsichtsratsmitglieder unserer Gesellschaft sind gleichzeitig Mitglieder eines Organs folgender Gesellschaften:[1]

Dr. Hellmut Albrecht	MME Moviement AG[2]	München, Deutschland
	Pro-Beam AG & Co. KGaA[2]	Planegg, Deutschland
Gert Bauer	ElringKlinger AG	Dettingen/Erms, Deutschland
Monika Lersmacher	Berthold Leibinger GmbH	Ditzingen, Deutschland
Dr. Klaus Maier	Diehl Stiftung & Co. KG	Nürnberg, Deutschland
	Titan X Holding AB	Mjällby, Schweden
	Valeo SA	Paris, Frankreich
	Galeria Kaufhof GmbH	Köln, Deutschland
Gaetano Marzotto	Zignago Holding S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
	Santa Margherita S.p.A.[2]	Fossalta di Portogruaro, Italien
	Zignago Vetro S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
	Valentino Fashion Group S.p.A.	Mailand, Italien
Luca Marzotto	Zignago Holding S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
	Santa Margherita S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
	New High Glass Inc.	Miami, FL, USA
	Federvini - Sindacato A[2]	Rom, Italien
	Vetri Speciali S.p.A.	Trento, Italien
	Zignago Vetro S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
	Banca Populare Friuladria S.p.A.	Pordenone, Italien
Dr. Martin Weckwerth	Valentino Fashion Group S.p.A.	Mailand, Italien

1 Nicht genannte Mitglieder haben keine Mandate in anderen Gesellschaften.

2 Tätigkeit als Vorsitzender.

Offenlegung

Der Jahres- und Konzernabschluss der HUGO BOSS AG werden im elektronischen Bundesanzeiger bekannt gemacht und auf der Internetseite von HUGO BOSS veröffentlicht.

Metzingen, 17. Februar 2012

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

CLAUS-DIETRICH LAHRS
CHRISTOPH AUHAGEN
MARK LANGER

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS

	Anschaffungs- und Herstellungskosten				
in TEUR	**01.01.2011**	**Zugänge**	**Umbuchungen**	**Abgänge**	
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	81.195	12.612	512	2.083	
2. Geschäfts- oder Firmenwert	1.340	0	0	0	
3. Geleistete Anzahlungen	644	2.432	–512	0	
	83.179	**15.044**	**0**	**2.083**	
II. Sachanlagen					
1. Grundstücke und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	29.063	1.681	0	0	
2. Technische Anlagen und Maschinen	10.004	467	0	588	
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	131.881	7.850	11	8.872	
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	12	2.898	–11	0	
	170.960	**12.896**	**0**	**9.460**	
III. Finanzanlagen					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	544.876	0	0	0	
2. Beteiligungen	10	0	0	0	
	544.886	**0**	**0**	**0**	
	799.025	**27.940**	**0**	**11.543**	

		Abschreibungen		Buchwerte	
	31.12.2011	**des Geschäftsjahres**	**kumuliert**	**31.12.2011**	**31.12.2010**
	92.236	11.644	53.098	39.138	38.397
	1.340	117	587	753	871
	2.564	0	0	2.564	644
	96.140	**11.761**	**53.685**	**42.455**	**39.912**
	30.744	671	15.669	15.075	14.064
	9.883	632	8.218	1.665	1.838
	130.870	11.223	82.091	48.779	52.643
	2.899	0	0	2.899	12
	174.396	**12.526**	**105.978**	**68.418**	**68.557**
	544.876	0	540	544.336	544.336
	10	0	0	10	10
	544.886	**0**	**540**	**544.346**	**544.346**
	815.422	**24.287**	**160.203**	**655.219**	**652.815**

04

WEITERE ANGABEN

VORSCHLAG FÜR DIE VERWENDUNG DES BILANZGEWINNS

Der Jahresabschluss der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2011 weist einen Bilanzgewinn von 203.097.400 EUR aus. Im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat schlägt der Vorstand der Hauptversammlung vor, den Bilanzgewinn wie folgt zu verwenden:

in EUR	
1. Ausschüttung einer Dividende von 2,88 EUR je Stammaktie 35.331.445 Stück Stammaktien	101.754.561,60
2. Ausschüttung einer Dividende von 2,89 EUR je Vorzugsaktie 33.684.722 Stück Vorzugsaktien	97.348.846,58
3. Vortrag auf neue Rechnung	3.993.991,82
Bilanzgewinn	**203.097.400,00**

Die vorgeschlagenen Beträge sind unter Berücksichtigung der im HUGO BOSS Konzern am Bilanzstichtag gehaltenen und damit nicht dividendenberechtigten eigenen 528.555 Stück Stammaktien und 855.278 Stück Vorzugsaktien der HUGO BOSS AG ermittelt worden.

Sofern die HUGO BOSS AG im Zeitpunkt der Beschlussfassung durch die Hauptversammlung eigene Aktien hält, sind diese nach dem Aktiengesetz nicht dividendenberechtigt. Der auf solche nicht dividendenberechtigte Aktien entfallende Betrag wird auf neue Rechnung vorgetragen.

Metzingen, den 17. Februar 2012

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

CLAUS-DIETRICH LAHRS
CHRISTOPH AUHAGEN
MARK LANGER

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Jahresabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der HUGO BOSS AG vermittelt und im Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage der HUGO BOSS AG so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung der HUGO BOSS AG beschrieben sind.

Metzingen, den 17. Februar 2012

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

CLAUS-DIETRICH LAHRS
CHRISTOPH AUHAGEN
MARK LANGER

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Wir haben den Jahresabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang – unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der HUGO BOSS AG, Metzingen, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2011 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung auf Grund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der HUGO BOSS AG. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Stuttgart, den 17. Februar 2012

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Göttgens
Wirtschaftsprüfer

Gloß
Wirtschaftsprüferin

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. 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 UND KONTAKTE

FINANZKALENDER

14. MÄRZ 2012

Bilanzpresse- und Analystenkonferenz

26. APRIL 2012

Veröffentlichung des Berichts zum Ersten Quartal 2012

03. MAI 2012

Hauptversammlung

31. JULI 2012

Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2012

30. OKTOBER 2012

Veröffentlichung des Neunmonatsberichts 2012

KONTAKTE

INVESTOR RELATIONS

Telefon +49 (0) 7123 94 - 1326
E-Mail investor-relations@hugoboss.com

DENNIS WEBER

Leiter Investor Relations
Telefon +49 (0) 7123 94 - 86267
Fax +49 (0) 7123 94 - 886267

DR. HJÖRDIS KETTENBACH

Leiterin Unternehmenskommunikation
Telefon +49 (0) 7123 94 - 2375
Fax +49 (0) 7123 94 - 2051

ANFORDERUNG GESCHÄFTSBERICHTE

www.group.hugoboss.com / Bestellservice

PRODUKTION

FSC www.fsc.org MIX Papier aus verantwortungsvollen Quellen FSC® C010284

Print CO2 kompensiert Id-Nr. 1217582 www.bvdm-online.de