

HUGO BOSS

GESCHÄFTSBERICHT 2008

H U G O B O S S

GESCHÄFTSBERICHT 2008

HUGO BOSS 10-JAHRES-ÜBERBLICK

in Mio. EUR	2008 IFRS	2007 IFRS	2006 IFRS
Ertragslage			
Umsatz	1.686,1	1.632,0	1.495,5
EBITDA ¹	251,1	287,7	233,4
EBITDA vor Sondereffekten ²	287,5	275,3	–
EBIT ¹	190,1	220,3	184,4
EBIT vor Sondereffekten ²	226,5	207,9	–
Konzernergebnis	112,0	154,1	128,7
Personalaufwand ²	353,5	299,7	277,8
Mitarbeiter ⁴	9.593	9.123	8.441
Finanzlage und Dividende			
Cashflow	172,2	218,6	175,5
Free Cashflow vor Dividendenzahlung	35,9	25,8	60,3
Investitionen	118,8	84,7	98,5
Abschreibungen ⁵	61,0	67,4	49,0
Dividende	94,9 ¹¹	100,4	82,5
Sonderausschüttung	–	345,1	–
Vermögens- und Kapitalstruktur			
Bilanzsumme	1.161,6	1.039,3	943,1
Eigenkapital ⁶	199,0	546,4	494,4
Kurzfristiges Nettovermögen ⁷	395,6	397,4	298,7
Langfristige Vermögenswerte ⁸	459,2	400,5	397,9
Kennzahlen			
Auslandsanteil des Umsatzes in % ⁹	78,9	77,9	76,8
EBIT-Marge in %	11,3	13,5	12,3
Umsatzrendite nach Steuern in %	6,6	9,4	8,6
Eigenkapitalrentabilität in % ¹⁰	33,7	29,2	26,2
Eigenkapitalquote in %	17,1	52,6	52,4
Aktien (in EUR)			
Dividende je Aktie			
Stammaktien	1,37 ¹¹	1,45	1,19
Vorzugsaktien	1,38 ¹¹	1,46	1,20
Sonderausschüttung je Aktie			
Stammaktien	–	5,00	–
Vorzugsaktien	–	5,00	–
Ergebnis je Aktie ¹²	–	–	–
Stammaktien	1,62	2,22	1,84
Vorzugsaktien	1,63	2,24	1,86
Cashflow je Aktie	2,45	3,11	2,49
Stammaktien ¹³			
Höchstkurs	40,39	55,40	41,70
Tiefstkurs	7,32	38,26	28,60
Vorzugsaktien ¹³			
Höchstkurs	42,60	49,69	40,40
Tiefstkurs	9,04	38,65	28,84

¹ Ab 2004: einschließlich einmaliger und außergewöhnlicher Positionen.² Werte bereinigt um einmalige und außergewöhnliche Positionen seit 2007.³ Werte bereinigt um den Steuereffekt der Sonderdividende.⁴ Jahresdurchschnitt nach HGB/Kapazitäten zum Stichtag nach IFRS.⁵ Ab 2004: einschließlich einmaliger Abschreibungen.⁶ Inkl. 50% des Sonderpostens mit Rücklageanteil.⁷ Vorräte und Forderungen abzüglich Lieferantenverbindlichkeiten.

	2005 IFRS	2004 IFRS	2003 IFRS	2002 IFRS	2001 IFRS	2001 HGB	2000 HGB	1999 HGB
	1.309,4	1.168,4	1.054,1	1.093,4	1.094,7	1.094,7	923,4	752,9
	204,2	172,7	152,2	130,6	182,4	181,8	184,4	122,8
	-	-	-	-	-	-	-	-
	162,9	135,3	119,3	98,4	153,0	151,2	161,6	103,4
	-	-	-	-	-	-	-	-
	108,2	88,2	82,4	74,7	107,7 ³	106,6	99,1 ³	56,5
	238,2	198,3	170,4	158,2	149,3	149,7	123,1	100,5
	7.584	6.942	5.110	4.600	4.234	4.240	3.394	2.581
	153,9	119,9	111,9	105,1	140,7 ³	141,9	115,8 ³	73,0
	106,9	40,1	60,5	61,0	-46,8	-26,3	17,8	33,5
	76,6	57,3	46,3	68,4	95,6	73,7	36,6	46,9
	41,3	37,4	32,9	32,2	29,4	30,6	22,8	19,4
	70,2	59,2	55,2	53,1	53,1	53,1	49,5	28,4
	-	-	-	-	-	-	43,9	-
	854,0	810,4	754,5	760,4	756,8	661,7	501,2	369,5
	467,8	415,6	399,5	385,2	375,3	320,9	305,4	223,0
	279,5	290,3	310,1	304,4	349,0	296,3	195,6	127,7
	360,6	331,9	257,9	261,9	199,8	159,5	115,8	100,6
	75,7	75,0	75,2	74,8	72,9	71,6	69,5	63,6
	12,4	11,6	11,3	10,6	15,3	14,8	17,7	14,6
	8,3	7,5	7,8	6,8	9,8 ³	9,7	10,7 ³	7,5
	23,8	21,3	20,4	18,9	28,3 ³	33,2	37,5 ³	27,6
	54,8	51,3	52,9	50,6	49,6	48,5	60,9	60,4
	1,00	0,84	0,78	0,75	0,75	0,75	0,70	0,40
	1,01	0,85	0,79	0,76	0,76	0,76	0,71	0,41
	-	-	-	-	-	-	0,62	-
	-	-	-	-	-	-	0,62	-
	-	-	-	-	-	1,52	1,33	0,85
	1,54	1,24	1,16	1,05	1,52 ²	-	-	-
	1,55	1,26	1,18	1,07	1,54 ²	-	-	-
	2,19	1,70	1,59	1,49	2,00 ³	2,02	1,65 ³	1,04
	32,60	23,81	18,00	26,10	33,80	33,80	29,50	12,70
	21,00	16,05	8,10	7,60	13,70	13,70	10,20	9,26
	31,50	24,43	17,93	29,45	39,20	39,20	38,50	14,30
	21,10	15,85	8,48	8,20	15,10	15,10	10,56	9,53

⁸ Bis 2001: Anlagevermögen.⁹ Auslandsumsätze inkl. ausländischer Lizenzentnahmen.¹⁰ Konzernergebnis, bezogen auf das durchschnittliche Eigenkapital.¹¹ 2008: Dividendenvorschlag.¹² 2008–2001 nach IFRS, bis 2001 nach DVFA/SG.¹³ Frankfurt am Main.

HUGO BOSS GESCHÄFTSBERICHT 2008

INHALTSVERZEICHNIS

AN UNSERE AKTIONÄRE

Brief des Vorstandsvorsitzenden	010
Vorstand	012
Aufsichtsrat	014
Bericht des Aufsichtsrats	016
Corporate Governance Bericht	021
HUGO BOSS am Kapitalmarkt	029
Unternehmerische Verantwortung bei HUGO BOSS	033

DIE FACETTEN VON HUGO BOSS

038

KONZERNLAGEBERICHT

Highlights 2008	056
Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur	057
Unternehmenssteuerung und Strategie	061
Innovation, Forschung und Entwicklung	066
Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen	067
Ertragslage im Geschäftsjahr 2008	069
Vermögens- und Finanzlage	075
Segmentberichterstattung	081
Weitere Erfolgsfaktoren	084
Risikobericht	089
Nachtrags-, Chancen- und Prognosebericht	096
Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat	101
Spezialgesetzliche Angaben	102

KONZERNABSCHLUSS

Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung	108
Konzernbilanz	110
Entwicklung des Konzerneigenkapitals	112
Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen	114
Kapitalflussrechnung	115
Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2008	116
Kennzahlen der wesentlichen Beteiligungsgesellschaften des HUGO BOSS Konzerns	124
Erläuterungen zur Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung	134
Erläuterungen zur Bilanz	141
Sonstige Erläuterungen	157
Angaben zum Mehrheitsaktionär	170
Vorstand	179
Aufsichtsrat	180
Angaben zu den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern	182

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

183**BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS**

184**WEITERE ANGABEN**

Allgemeine Anmerkungen	188
Zukunftsgerichtete Aussagen	188
Finanzkalender und Kontakte	189
Stichwortverzeichnis	190
Impressum	192



BRIEF DES VORSTANDSVORSITZENDEN

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren,

HUGO BOSS ist es im vergangenen Geschäftsjahr trotz der sich eintrübenden Konjunktur und der daraus resultierenden Konsumzurückhaltung gelungen, seine Marktposition zu behaupten und den positiven Umsatztrend vergangener Jahre fortzusetzen. Die Umsatzerlöse betragen im Geschäftsjahr 2008 1.686 Mio. EUR und erhöhten sich damit im Vergleich zum Vorjahr währungsbereinigt um 6%. Für das Geschäftsjahr 2009 erwarten wir jedoch ein besonders herausforderndes Marktumfeld, da sich die Finanz- und Bankenkrise mehr und mehr auf die Realwirtschaft auswirkt.

Gerade in diesen konjunkturellen Schwächephasen zahlt es sich aus, dass HUGO BOSS rechtzeitig die richtigen Weichen gestellt hat. So profitieren wir von der weltweiten Aufstellung des Konzerns, insbesondere da wir seit einigen Jahren unser Augenmerk auf die weiterhin dynamischen Modemärkte in Asien gerichtet haben und am dortigen Wachstum teilhaben können. Auch auf dem amerikanischen Kontinent sehen wir weiteres Wachstumspotenzial. Der Umsatz im US-Geschäft konnte im Geschäftsjahr 2008 gegen den allgemeinen Trend zur Konsumzurückhaltung währungsbereinigt um 12% gesteigert werden.

Eine langfristig positive Entwicklung auf den internationalen Märkten und insbesondere in den Regionen Asien, Osteuropa und Nordamerika sowie der kontinuierliche Ausbau des Anteils dieser Regionen am Gesamtumsatz bleiben die erklärten Ziele für die nächsten Jahre. Uns ist es dabei wichtig, dass internationales Wachstum und der Ausbau der Präsenz auf unseren traditionellen Absatzmärkten weiterhin Hand in Hand gehen. Mittelfristig beabsichtigen wir im Zuge dessen, den außereuropäischen Umsatzanteil auf annähernd 50% am Gesamtumsatz zu steigern. Diese Wachstumsinitiative ist verbunden mit einer strategischen Neuausrichtung auf Basis einer Regionalstruktur und einer Verschlinkung der gesamten Organisation. Wir sind davon überzeugt, dass unsere Strategie richtig ist und auch in den folgenden Jahren Chancen für profitables Wachstum eröffnen wird.

Darüber hinaus ergibt sich ein beachtlicher Teil unseres Wachstumspotenzials aus dem hohen Bekanntheitsgrad der qualitativ hochwertigen Marken von HUGO BOSS und einem ebenso exklusiven Verkaufs- und Vertriebsumfeld. Den Kern unserer Wachstumsstrategie bildet der Ausbau des heute schon überaus erfolgreichen Direktvertriebs über eigene Shops und Stores. HUGO BOSS hat im Jahr 2008 seine weltweite Präsenz auf insgesamt 330 eigene Geschäfte und über 1.000 Geschäfte von Franchisenehmern ausgebaut. Auch im kommenden Jahr werden wir unsere eigenen Einzelhandelsaktivitäten weiter forcieren.

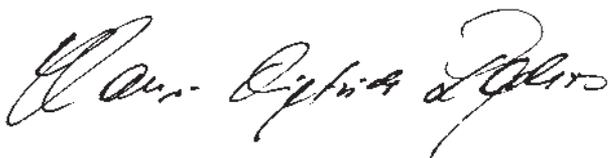
Alle Marken von HUGO BOSS stehen für hohe Qualität, ausgezeichnete Verarbeitung und herausragendes Design. Dieser Anspruch spiegelt sich auch in unserer Beziehung zu Zulieferern einerseits und Vertriebspartnern andererseits wider. HUGO BOSS kontrolliert die Qualität der verwendeten Materialien seit Jahren intensiv und arbeitet mit seinen Lieferanten kontinuierlich an der weiteren Optimierung der Fertigungsprozesse. Exzellenz muss sich auch im Markt und im Kontakt zu unseren Handelspartnern beweisen. Für uns gehören deshalb eine hohe Lieferzuverlässigkeit und der ständige Erfahrungsaustausch mit unseren Handelspartnern in aller Welt zum Selbstverständnis von HUGO BOSS.

In der Zukunft gilt es, auf der Basis dieser hohen Qualitätsstandards den Auftritt der Markenfamilie von HUGO BOSS weiter zu optimieren. Jede Linie – von der klassischen Linie BOSS Black über die Linien BOSS Orange und BOSS Green oder das Premium-Label BOSS Selection bis hin zur trendbewussten Marke HUGO – besitzt schon heute eine unverwechselbare Identität. Im Geschäftsjahr 2009 werden wir das individuelle Image dieser Linien noch deutlicher herausstellen und damit die einzelnen Zielgruppen innerhalb der Markenfamilie von HUGO BOSS noch individueller ansprechen. BOSS Selection kommt dabei eine Schlüsselrolle zu. Dank der herausragenden Qualität dieser Linie wird sich der HUGO BOSS Konzern künftig neben dem Premiumsegment auch dem internationalen Luxussegment anschließen können.

Das Festhalten an der bisher erfolgreichen Wachstumsstrategie und der Ausbau der bewährten Stärken durch neue Initiativen machen HUGO BOSS auch weiterhin zu einem Unternehmen, das Kunden, Lieferanten und Investoren solide Rahmendaten bietet. Im Jahr 2009 gilt es, diese Stärken von HUGO BOSS weiter herauszustellen, um auch in herausfordernden Zeiten gut aufgestellt zu sein und damit das Vertrauen unserer Partner, Mitarbeiter und Investoren in HUGO BOSS für die Zukunft zu sichern.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr



Claus-Dietrich Lahrs
Vorsitzender des Vorstands
Metzingen, im März 2009

VORSTAND**Claus-Dietrich Lahrs**

Stuttgart, Deutschland

Vorsitzender des Vorstands und Arbeitsdirektor,
Vorstand für die Marken BOSS und HUGO sowie
für die Bereiche Lizenzen, Kommunikation,
Recht und Personal,
Mitglied des Vorstands seit 1. August 2008

Norbert Unterharnscheidt

Ulm, Deutschland

Vorstand für die Bereiche Controlling
und Finanzen,
Mitglied des Vorstands seit 3. Dezember 2008

Hans Fluri

Pfaeffikon, Schweiz

Vorstand für die Bereiche Einkauf,
Produktion, Logistik und IT,
Mitglied des Vorstands
vom 5. März 2008 bis 28. Februar 2009

André Maeder

Stuttgart, Deutschland

Vorstand für die Bereiche Retail,
Vertrieb und Marketing,
Mitglied des Vorstands bis 31. Januar 2009

Dr. Bruno Sälzer

Reutlingen, Deutschland

Vorsitzender des Vorstands,
Vorstand für die Bereiche Vertrieb,
Marketing und die Marke BOSS,
Mitglied des Vorstands bis 29. Februar 2008

Dr. Werner Lackas

Eningen unter Achalm, Deutschland

Vorstand für die Bereiche Einkauf,
Produktion und Logistik,
Mitglied des Vorstands bis 5. März 2008

Joachim Reinhardt

Metzingen, Deutschland

Vorstand für die Bereiche Controlling,
Finanzen, Personal, Recht und IT
sowie Arbeitsdirektor,
Mitglied des Vorstands bis 31. Juli 2008

AUFSICHTSRAT

Dr. Hellmut Albrecht
München, Deutschland

Managementberater,
Vorsitzender des Aufsichtsrats
seit 1. Juli 2008

Dr. Giuseppe Vita
Mailand, Italien

Vorsitzender des Aufsichtsrats
bis 30. Juni 2008

Antonio Simina
Metzingen, Deutschland

Schneider/Betriebsratsvorsitzender,
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats,
Arbeitnehmersvertreter

Gianluca Andena
Lodi, Italien

Geschäftsführer,
Permira Associati S.p.A.,
Mailand, Italien

Gert Bauer
Reutlingen, Deutschland

1. Bevollmächtigter der
IG-Metall Verwaltungsstelle,
Reutlingen/Tübingen, Deutschland,
Arbeitnehmersvertreter

Helmut Brust
Bad Urach, Deutschland

Direktor Retail Germany,
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Arbeitnehmersvertreter

Fabrizio Carretti
Mailand, Italien

Prinzipal,
Permira Associati S.p.A.,
Mailand, Italien

Olaf Koch
Ingersheim, Deutschland

Prinzipal,
Permira Beteiligungsberatung GmbH,
Frankfurt am Main, Deutschland,
seit 13. Juni 2008

Ulrich Gasse
Bad Soden, Deutschland

Rechtsanwalt, Prinzipal,
Permira Beteiligungsberatung GmbH,
Frankfurt am Main, Deutschland

Susanne Gregor

Reutlingen, Deutschland

Leiterin OPR Clothing Man,
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Arbeitnehmervertreterin
seit 20. Januar 2009

Peter Haupt

Metzingen, Deutschland

Kaufmännischer Angestellter,
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Arbeitnehmervertreter
bis 11. November 2008

Roland Klett

Metzingen, Deutschland

Leiter Liegewaren,
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Arbeitnehmervertreter
bis 20. Januar 2009

Rainer Otto

Langen, Deutschland

Gewerkschaftssekretär des
IG-Metall-Vorstands,
Frankfurt am Main, Deutschland,
Arbeitnehmervertreter

Sinan Piskin

Metzingen, Deutschland

Kaufmännischer Angestellter,
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Arbeitnehmervertreter
seit 11. November 2008

Dr. Martin Weckwerth

Frankfurt am Main, Deutschland

Partner,
Permira Beteiligungsberatung GmbH,
Frankfurt am Main, Deutschland

Katrin Wehr-Seiter

Bad Homburg, Deutschland

Prinzipal,
Permira Beteiligungsberatung GmbH,
Frankfurt am Main, Deutschland,
bis 13. Juni 2008

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Aufsichtsrat hat auch im Geschäftsjahr 2008 die ihm per Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung der Gesellschaft obliegenden Aufgaben mit großer Sorgfalt wahrgenommen.

ZUSAMMENARBEIT VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Der Aufsichtsrat stand dem Vorstand der Gesellschaft bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beratend zur Seite und hat ihn bei der Führung der Geschäfte überwacht. In alle Entscheidungen, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung waren, wurde der Aufsichtsrat unmittelbar und frühzeitig einbezogen. Der Vorstand unterrichtete den Aufsichtsrat regelmäßig sowohl in schriftlicher als auch mündlicher Form zeitnah und umfassend über alle relevanten Aspekte der Unternehmensplanung und der strategischen Weiterentwicklung, über den Gang der Geschäfte und die Entwicklung der wichtigsten finanzwirtschaftlichen Kennzahlen, u. a. anhand monatlicher Berichte, sowie über die Risikolage, das Risikomanagement und die Compliance. Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den Plänen und Zielen wurden dem Aufsichtsrat im Einzelnen erläutert und anhand der vorgelegten Unterlagen von diesem geprüft. Die strategische Ausrichtung des Unternehmens hat der Vorstand mit dem Aufsichtsrat abgestimmt und alle zustimmungspflichtigen Geschäfte rechtzeitig zur Beschlussfassung vorgelegt. Genehmigungen durch den Aufsichtsrat erfolgten nach Prüfung der Unterlagen und gegebenenfalls Rückfragen an den Vorstand sowie Erörterungen mit den Mitgliedern des Vorstands. In dringlichen Fällen wurden vom Aufsichtsrat auch schriftliche Beschlüsse gefasst. Ferner fanden zwischen dem Vorstandsvorsitzenden und dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats regelmäßig Gespräche über die wichtigen Entwicklungen und anstehenden Entscheidungen statt.

PERSONALIA IM AUFSICHTSRAT DER HUGO BOSS AG

Aufgrund des Ausscheidens der Anteilseignervertreterin Katrin Wehr-Seiter zum 13. Juni 2008 wurde durch gerichtlichen Beschluss vom 30. Mai 2008 Herr Olaf Koch ab 13. Juni 2008 für die laufende Amtszeit als Anteilseignervertreter zum Mitglied des Aufsichtsrats bestellt. Aufgrund des Ausscheidens des Anteilseignerverreters und Aufsichtsratsvorsitzenden Dr. Giuseppe Vita mit Wirkung zum 30. Juni 2008 wurde Herr Dr. Hellmut Albrecht zum 1. Juli 2008 durch gerichtlichen Beschluss vom 27. Juni 2008 bis zum Ende der nächsten Hauptversammlung im Jahr 2009 als Anteilseignervertreter zum Mitglied des Aufsichtsrats bestellt. In der Aufsichtsratssitzung vom 16. Juli 2008 wurde Herr Dr. Albrecht zum Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt. Aufgrund des Ausscheidens des Arbeitnehmersvertreters Peter Haupt im November 2008 rückte Herr Sinan Piskin als bereits gewähltes Ersatzmitglied bis zum Ende der laufenden Amtszeit an seine Stelle. Ebenso rückte aufgrund des Ausscheidens des Arbeitnehmersvertreters Roland Klett im Januar 2009 Frau Susanne Gregor als bereits gewähltes Ersatzmitglied bis zum Ende der laufenden Amtszeit an seine Stelle. Soweit dies aufgrund der Veränderungen im Aufsichtsrat erforderlich war, wurden die Ausschüsse neu besetzt.

Der Aufsichtsrat dankt den ausgeschiedenen Aufsichtsratsmitgliedern für ihre stets konstruktiven und sachkundigen Beiträge sowie für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit. An dieser Stelle möchte der Aufsichtsrat auch sein tiefes Bedauern über den Tod des langjährigen und hoch geschätzten Aufsichtsratsmitglieds Roland Klett ausdrücken.

THEMEN DES AUFSICHTSRATS UND DER AUSSCHÜSSE IM JAHR 2008

Im Berichtsjahr 2008 fanden vier turnusmäßige sowie fünf außerordentliche Aufsichtsratssitzungen in den Monaten Februar, März, Mai, Juni, Juli, Oktober und Dezember statt.

Darüber hinaus wurde der Aufsichtsrat über Projekte und strategische Entscheidungen, die für die Gesellschaft von hoher Priorität waren, auch zwischen den einzelnen Sitzungen schriftlich informiert. Aus gesundheitlichen Gründen hat Herr Roland Klett an weniger als der Hälfte der Aufsichtsratssitzungen im Geschäftsjahr 2008 teilgenommen.

Regelmäßiger Gegenstand der Beratungen des Aufsichtsrats waren die Umsatz- und Ergebnisentwicklungen, die Investitionsplanung, die weitere Internationalisierung des Geschäfts sowie die aktuelle Risikoposition der Gesellschaft. Daneben bildeten die Initiativen des Vorstands zur Neuausrichtung der HUGO BOSS AG, im Einzelnen zu den Themen Markenstrategie, Produktportfolio, Wholesale-Wachstumsstrategie, Ausbau des eigenen Retailgeschäfts, Supply Chain, Beschaffung und Produktion sowie Fixkostenanalyse, zusätzliche Themenschwerpunkte im Berichtsjahr 2008. Ausführlich befasste sich der Aufsichtsrat mit der daraus resultierenden Neuorganisation sowie mit den Personalfragen in Sachen Vorstand.

Um seine Aufgaben effizient wahrnehmen zu können, hat der Aufsichtsrat insgesamt fünf Ausschüsse eingerichtet. Diese Ausschüsse berieten vorab anstehende Beschlüsse des Aufsichtsrats sowie Themen, die im Aufsichtsratsplenium zu behandeln waren. Darüber hinaus sind Entscheidungsbefugnisse des Aufsichtsrats auf Ausschüsse übertragen worden, soweit dies gesetzlich zulässig ist. Die verschiedenen Ausschüsse haben sich jeweils mit den ihnen zugewiesenen Themen der Unternehmensführung befasst. Der Prüfungsausschuss kam im abgelaufenen Geschäftsjahr fünfmal zusammen. Zentrale Themen waren die Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses, die Finanz- und Steuerungsstrategie sowie das Risikomanagement, die Compliance und die Planung der zukünftigen Geschäftsjahre. Der Personalausschuss beriet sich neunmal. Dabei hat er sich vor allem mit den Veränderungen im Vorstand und den entsprechenden vertraglichen Regelungen beschäftigt. Weiterhin wurde schwerpunktmäßig die Vergütungsstruktur, insbesondere die Kriterien der variablen Vergütung des Vorstands, besprochen. Der Arbeitsausschuss tagte im Berichtsjahr zweimal. Er setzte sich mit dem Jahresabschluss sowie mit der Unternehmens- und Investitionsplanung auseinander und bereitete die entsprechenden Beschlüsse des Aufsichtsrats vor. Der Nominierungsausschuss fasste im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Beschluss im Umlaufverfahren; eine Sitzung fand nicht statt. Der Vermittlungsausschuss gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG musste auch im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht einberufen werden. Die Ausschussvorsitzenden haben dem Aufsichtsrat stets umfassend über die Sitzungen und deren Ergebnisse berichtet.

CORPORATE GOVERNANCE

Der Aufsichtsrat befasste sich ausführlich mit den Inhalten des Deutschen Corporate Governance Kodex. Im Dezember 2008 beschloss Aufsichtsrat und Vorstand die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG zur Einhaltung der Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex bei der HUGO BOSS AG. Der gemeinsame Bericht über die Einhaltung der Regelungen des deutschen Corporate Governance Standards gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex befindet sich auf den Seiten 021 ff. Die vom Deutschen Corporate Governance Kodex empfohlene Effizienzprüfung der Aufsichtsrats Tätigkeit wurde wie in den vergangenen Jahren anhand eines standardisierten, umfangreichen Fragebogens durchgeführt. Die Ergebnisse wurden in der Aufsichtsratsitzung am 3. Dezember 2008 eingehend diskutiert und analysiert. Insgesamt kam der Aufsichtsrat zu einem positiven Ergebnis.

Interessenkonflikte betreffend Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder, die dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen sind und über die die Hauptversammlung zu informieren ist, sind im Berichtsjahr nicht aufgetreten.

PRÜFUNG DES JAHRES- UND KONZERNABSCHLUSSES

Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss der HUGO BOSS AG mit Lagebericht für das Geschäftsjahr 2008 sowie der Konzernabschluss mit Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2008 wurden von der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, unter Einbeziehung der Buchführung geprüft. Den Prüfauftrag dazu hatte der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats entsprechend dem Beschluss der Hauptversammlung vom 8. Mai 2008 vergeben. 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, haben dem Aufsichtsrat vorgelegen. Diese wurden vom Prüfungsausschuss, dem Arbeitsausschuss und dem Aufsichtsrat im Beisein des Abschlussprüfers, der über die Ergebnisse seiner Prüfung berichtete, eingehend geprüft und erörtert. Der

Abschlussprüfer berichtete über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung und erläuterte im Einzelnen die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft sowie des Konzerns. Die dabei vom Aufsichtsrat und seinen Ausschüssen gestellten Fragen wurden beantwortet, die Abschlussunterlagen im Einzelnen mit dem Abschlussprüfer durchgegangen, vom Aufsichtsrat und seinen Ausschüssen diskutiert und geprüft. Die Prüfungsberichte wurden mit dem Abschlussprüfer erörtert und dazu vorhandene 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 17. März 2009 den vom Vorstand aufgestellten Jahres- und Konzernabschluss sowie die jeweiligen Lageberichte für das Geschäftsjahr 2008. Damit ist der Jahresabschluss der HUGO BOSS AG nach § 172 AktG festgestellt.

Dem vom Aufsichtsrat, dem Arbeitsausschuss und dem Prüfungsausschuss 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 17. März 2009 dem Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns zu. Er diskutierte in diesem Zusammenhang intensiv über die Liquiditätsslage der Gesellschaft, die Finanzierung der geplanten Investitionen und die Auswirkungen auf den Kapitalmarkt. Dabei kam der Aufsichtsrat zu dem Schluss, dass der Vorschlag im Sinne der Gesellschaft und im Interesse der Aktionäre ist.

VERÄNDERUNGEN IM VORSTAND

Im Vorstand der HUGO BOSS AG gab es im Geschäftsjahr 2008 sowie Anfang 2009 eine Reihe von Veränderungen. Bereits in seinem Bericht an die Hauptversammlung vom März 2008 hat der Aufsichtsrat über das Ausscheiden der früheren Vorstandsmitglieder Dr. Bruno Sälzer (Vorstandsvorsitzender) und Dr. Werner Lackas berichtet. Ebenso wurde über die Bestellung von Herrn Hans Fluri zum Mitglied des Vorstands berichtet.

Zum 1. August 2008 wurde Herr Claus-Dietrich Lahrs zum Mitglied des Vorstands und Arbeitsdirektor bestellt und gleichzeitig zum Vorstandsvorsitzenden ernannt. Er war zunächst für die Bereiche Kommunikation, Lizenzen, die Marken BOSS und HUGO, Personal, Recht und Shoes & Accessories zuständig. Derzeit verantwortet er zusätzlich auch den weltweiten Vertrieb und Retail. Herr Lahrs war zuvor Geschäftsführer bei Christian Dior Couture in Paris, Frankreich. Mit Wirkung zum 31. Juli 2008 ist Herr Joachim Reinhardt aus dem Vorstand ausgeschieden. Er war seit 1. April 2006 Finanzvorstand. Seine Nachfolge hat Herr Norbert Unterharnscheidt angetreten, der mit Wirkung zum 3. Dezember 2008 zum Mitglied des Vorstands bestellt wurde. Er ist zuständig für die Bereiche Controlling und Finanzen. Herr Unterharnscheidt war zuvor Finanzvorstand und Arbeitsdirektor bei der Paul Hartmann AG, Heidenheim. Weiterhin ist Herr Hans Fluri zum 28. Februar 2009 aus dem Vorstand ausgeschieden, um die Aufgabe des Chairmans bei der Red & Black Lux S.à.r.l., Muttergesellschaft der Valentino Fashion Group S.p.A., welche indirekt Mehrheitsaktionärin der HUGO BOSS AG ist, zu übernehmen. Als Nachfolger bestellte der Aufsichtsrat Herrn Klaus-Gerhard Bierbrauer zum Mitglied des Vorstands. Diese Bestellung wurde vor Amtsantritt

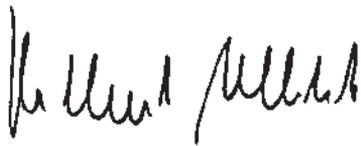
am 5. Februar 2009 widerrufen. Die Aufgaben des Vorstandsressorts von Herrn Fluri werden von dem Vorstandsvorsitzenden Claus-Dietrich Lahrs und dem Finanzvorstand Norbert Unterharnscheidt übernommen. Schließlich ist mit Wirkung zum 31. Januar 2009 Herr André Maeder, der seit 1. Januar 2004 als Vertriebsvorstand tätig war, ausgeschieden. Seine Aufgabenbereiche Vertrieb, Retail und Lizenzgeschäft sind vorerst von dem Vorstandsvorsitzenden, Herrn Claus-Dietrich Lahrs, übernommen worden.

Der Aufsichtsrat dankt allen ausgeschiedenen Vorstandsmitgliedern und wünscht ihnen für die Zukunft viel Erfolg.

Der Aufsichtsrat spricht den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihr großes persönliches Engagement und ihre erfolgreiche Arbeit im Geschäftsjahr 2008 Dank und Anerkennung aus.

Metzingen, den 17. März 2009

Der Aufsichtsrat

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hellmut Albrecht', written in a cursive style.

Dr. Hellmut Albrecht
(Vorsitzender)

CORPORATE GOVERNANCE BERICHT

Über die Corporate Governance bei HUGO BOSS berichten Vorstand und Aufsichtsrat gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex wie folgt:

Die Corporate Governance Grundsätze für die HUGO BOSS AG als Aktiengesellschaft mit Sitz in Deutschland ergeben sich aus dem deutschen Recht, insbesondere dem Aktien-, dem Mitbestimmungs- und Kapitalmarktrecht, sowie der Satzung der HUGO BOSS AG und dem Deutschen Corporate Governance Kodex.

Die HUGO BOSS AG orientierte sich auch im Jahr 2008 an den anerkannten Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung. Für HUGO BOSS ist Corporate Governance ein Anspruch, der sämtliche Bereiche des Unternehmens umfasst und eines der wichtigen Prinzipien für den langfristigen Erfolg des Unternehmens darstellt. Bis auf wenige Ausnahmen befolgt HUGO BOSS sämtliche Empfehlungen des Kodex, der von der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex zuletzt am 6. Juni 2008 in einigen Punkten überarbeitet worden ist. Einzelheiten hierzu finden Sie im nachfolgenden Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat.

TRANSPARENTE KOMMUNIKATION MIT DEN AKTIONÄREN

Mit **Offenheit und Transparenz soll das Vertrauen der Aktionäre und Kapitalgeber sowie der interessierten Öffentlichkeit gestärkt werden.** Daher erfolgt eine regelmäßige und zeitnahe Information über die Lage des Unternehmens sowie wesentliche geschäftliche Veränderungen. Im Rahmen der Investor Relations Aktivitäten werden regelmäßig Treffen mit Analysten und institutionellen Anlegern durchgeführt. Neben der jährlichen Analystenkonferenz zum Jahresabschluss finden anlässlich der Veröffentlichung der Zwischenberichte zum ersten und dritten Quartal sowie des Halbjahresberichts Telefonkonferenzen für Analysten statt. Sämtliche Präsentationen, die für diese Veranstaltungen, aber auch für Investorenkonferenzen vorbereitet werden, können im Internet unter www.group.hugoboss.com eingesehen werden.

Ausgebaut wurde außerdem die Kontaktpflege mit Privatanlegern. So stellt die Hauptversammlung insbesondere für Privatanleger die wichtigste Investor Relations Veranstaltung dar. Ziel der jährlichen Hauptversammlung ist es, sämtliche Aktionäre vor und während der Versammlung zügig, umfassend und effektiv zu informieren. Aktionäre, die an der Hauptversammlung vor Ort nicht teilnehmen können, haben die Möglichkeit, die Übertragung der Rede des Vorstandsvorsitzenden im Internet zu verfolgen. Ihr Stimmrecht können sie in der Versammlung selbst ausüben oder durch einen Bevollmächtigten ihrer Wahl bzw. einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft ausüben lassen. Neben der Hauptversammlung präsentiert sich HUGO BOSS auch bei Privatinvestorenveranstaltungen.

Über die wichtigsten Termine unterrichtet der Finanzkalender. Dieser ist fester Bestandteil des Geschäftsberichts und der Zwischenberichte und wird ständig auf der Unternehmens-Website www.group.hugoboss.com aktualisiert. 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, auf der Website unter „WpHG Mitteilungen“ eingesehen werden. Damit soll sichergestellt werden, dass neue Tatsachen grundsätzlich allen Aktionären und der interessierten Öffentlichkeit zeitgleich zur Verfügung stehen. Schließlich kann auch ein elektronischer Newsletter genutzt werden, um aktuell über Neuigkeiten aus dem Konzern informiert zu werden.

Nach § 15a WpHG sind die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sowie Mitarbeiter mit Führungsaufgaben im Sinne des WpHG dazu verpflichtet, den Erwerb oder die Veräußerung von Wertpapieren der HUGO BOSS AG – so genannte **Directors' Dealings** – offenzulegen. Directors' Dealings werden auf der Website von HUGO BOSS unter „WpHG Mitteilungen“ veröffentlicht.

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2008 wurde der Gesellschaft ein nach § 15a WpHG meldepflichtiges Wertpapiergeschäft gemeldet. Herr Dr. Hellmut Albrecht, Aufsichtsratsvorsitzender, hat am 16. Oktober 2008 in Frankfurt am Main 4.350 Vorzugsaktien (ISIN DE0005245534) der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, zu einem Stückpreis von 11,50 EUR, Gesamtpreis 50.025,00 EUR, erworben.

Darüber hinaus betrug der Gesamtbesitz aller Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder an Aktien der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2008 weniger als 1 % der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien. Mitteilungspflichtiger Besitz nach Ziffer 6.6 des Deutschen Corporate Governance Kodex lag daher zu diesem Stichtag nicht vor.

ENGE ZUSAMMENARBEIT 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 relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements sowie über Compliance-Themen. Ziel- und Planungsabweichungen sowie die strategische Ausrichtung und Weiterentwicklung des Konzerns werden unmittelbar dem Aufsichtsrat und seinen Ausschüssen erläutert.

Bei der **Auswahl der Aufsichtsratsmitglieder** wurde stets darauf geachtet, dass den Aufsichtsgremien Mitglieder angehören, die über die erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachliche Erfahrung verfügen und im Sinne des Deutschen Corporate Governance Kodex unabhängig sind. 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.

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats dürfen bei ihren Entscheidungen und im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit für HUGO BOSS weder persönliche Interessen verfolgen noch anderen Personen ungerechtfertigte Vorteile gewähren. Zu Interessenkonflikten von Vorstands- oder Aufsichtsratsmitgliedern ist es im Berichtsjahr nicht gekommen. Die Mandate der Vorstands- und der Aufsichtsratsmitglieder sind im Anhang unter „Vorstand“ und „Aufsichtsrat“ aufgeführt.

VERANTWORTUNGSVOLLER UMGANG MIT UNTERNEHMERISCHEN RISIKEN

Zu einer **guten Corporate Governance gehört auch der verantwortungsbewusste Umgang des Unternehmens mit Risiken**. Der Vorstand stellt ein angemessenes Risikomanagement und Risikocontrolling im Unternehmen sicher. Das in dem wertorientierten Konzernmanagement verantwortete systematische Risikomanagement sorgt dafür, dass Risiken frühzeitig erkannt sowie bewertet und dass Risikopositionen optimiert werden. Einzelheiten zu diesem Thema können Sie dem Kapitel „Risikobericht“ auf den Seiten 089 ff. entnehmen.

RECHNUNGSPRÜFUNG UND ABSCHLUSSPRÜFUNG

Die Rechnungslegung bei HUGO BOSS erfolgt seit dem Geschäftsjahr 2001 **auf der Grundlage der International Financial Reporting Standards (IFRS)**. 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 soll auch über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse, die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung ergeben, unverzüglich berichten. Außerdem hat der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat zu informieren bzw. im Prüfungsbericht zu vermerken, wenn bei der Abschlussprüfung Tatsachen festgestellt werden, die mit der vom Vorstand und Aufsichtsrat nach § 161 AktG abgegebenen Entsprechenserklärung nicht vereinbar sind.

VERGÜTUNG FÜR DEN VORSTAND

Die Gesamtbezüge des Vorstands (einschließlich ausgeübter Stock Appreciation Rights) beliefen sich im Geschäftsjahr 2008 auf 5.479 TEUR (2007: 6.623 TEUR). Davon sind 2.919 TEUR (2007: 1.668 TEUR) fixe Bestandteile und 2.560 TEUR (2007: 4.955 TEUR) variable Bestandteile. Vergütungsbestandteile mit langfristiger Anreizwirkung sind nicht enthalten (2007: 2.951 TEUR).

Die **fixen Gehaltsbestandteile** umfassen dem Vorstand gewährte Leistungen wie Dienstwagen und Deputate sowie weitere zur Erfüllung der Vorstandsaufgaben notwendige Ausstattungen und Leistungen.

Die **variablen Bestandteile** bestehen zum einen aus den Tantiemen, die entsprechend der Erreichung der mit dem Aufsichtsrat vereinbarten persönlichen Ziele sowie bei Erfüllung von im Vorfeld definierten Unternehmensrenditekennzahlen gewährt werden.

Zum anderen hat die HUGO BOSS AG seit dem Geschäftsjahr 2001 für Vorstände und Führungskräfte ein „Stock Appreciation Rights Program“ aufgelegt. Im Rahmen dieses Programms erhalten die Führungskräfte eine definierte Anzahl an Partizipationsrechten, über die sie von Kurssteigerungen der Aktien der HUGO BOSS AG profitieren können. Die Partizipationsrechte gewähren ausschließlich einen Anspruch auf Geldleistung, nicht jedoch auf Aktien der HUGO BOSS AG. Im Jahr 2008 neu bestellte Vorstände haben keinen Anspruch auf das Stock Appreciation Rights Program.

Die Tranchen 4 bis 8 des „Stock Appreciation Rights Program“ haben eine sechsjährige Laufzeit. Mit Ablauf der Haltefrist von zwei Jahren beginnt der vierjährige Ausübungszeitraum. Sofern bei

Ablauf der Haltefrist oder im anschließenden Ausübungszeitraum die Kursteigerung der Vorzugsaktien der HUGO BOSS AG die Entwicklung des MDAX um 5 Prozentpunkte übertrifft (Ausübungshürde), können die Partizipationsrechte ausgeübt werden.

Die zu gewährende Geldleistung ergibt sich aus der Differenz zwischen dem Durchschnittskurs der Vorzugsaktie der HUGO BOSS AG während der fünf Börsenhandelstage, die dem Tag der Ausübung vorangehen, und dem Basispreis. Der Basispreis entspricht dem Durchschnittskurs der Vorzugsaktien der HUGO BOSS AG, bezogen auf die Vorzugsaktien während der 20 Börsenhandeltage, die dem Ausgabebetag vorausgehen.

Die Partizipation von Vorständen am langfristigen Unternehmenserfolg durch die Gewährung von Stock Appreciation Rights ist im Gesamtjahr 2008 teilweise zurückgeführt worden. In diesem Rahmen haben die Vorstandsmitglieder im Geschäftsjahr 2008 insgesamt 385.000 Bezugsrechte (2007: 420.000 Bezugsrechte) erhalten.

	Tranche 4	Tranche 5	Tranche 6	Tranche 7	Tranche 8	Gesamt
Ausgabezeitpunkt	Februar 2004	Februar 2005	Februar 2006	Januar 2007	Januar 2008	–
Anzahl der Optionsrechte am 31. Dezember 2008 ¹	–	68.760	74.490	68.760	68.760	280.770
Basispreis (EUR) vor Sonderdividende	17,00	25,38	32,59	39,08	42,11	–
Basispreis (EUR) nach Sonderdividende ²	14,83	22,14	28,43	34,09	36,74	–
Optionswert der vom aktiven Vorstand gehaltenen Optionsrechte						
31. Dezember 2007 (TEUR)	–	3.962	3.232	2.629	–	9.823
31. Dezember 2008 (TEUR)	–	33	107	88	44	272

¹ Kontraktgrößen wurden im Mai 2008 aufgrund der Sonderdividende entsprechend der EUREX-Bedingungen mit dem so genannten R-Faktor angepasst (siehe (37) Aktienbasierte Vergütung).

² Basispreise wurden im Mai 2008 aufgrund der Sonderdividende entsprechend der EUREX-Bedingungen mit dem so genannten R-Faktor angepasst (siehe (37) Aktienbasierte Vergütung).

Daneben wurden für die meisten Vorstände Pensionszusagen durch die Gesellschaft gemacht. Das spätere Ruhegeld richtet sich nach der Anzahl der Dienstjahre und dem Grundgehalt. Die Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen der Vorstandsmitglieder (ohne Gehaltsumwandlung) betragen 821 TEUR (2007: 939 TEUR).

VERGÜTUNG FÜR DEN AUFSICHTSRAT

Gemäß den Forderungen des Deutschen 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. Über die Vergütungshöhe beschließt die Hauptversammlung. Der Aufsichtsrat erhielt für seine Tätigkeit Gesamtbezüge in Höhe von 1.154 TEUR (2007: 1.342 TEUR). Darin enthalten ist ein variabler Anteil von 389 TEUR (2007: 587 TEUR), der sich nach der Höhe der Ergebnisse je Aktie im Konzernabschluss bemisst.

ENTSPRECHENSERKLÄRUNG

Nach § 161 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 oder welche Ausnahmen erklärt werden. Die letzte Änderung des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 6. Juni 2008 wurde am 8. August 2008 im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

Bereits im Jahr 2003 hat die Hauptversammlung der HUGO BOSS AG Satzungsänderungen beschlossen, welche die Voraussetzungen geschaffen haben, um den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex weitgehend zu folgen. Für den Zeitraum von Januar 2008, als die letzte Entsprechenserklärung abgegeben wurde, bis Dezember 2008 bzw. März 2009 haben Vorstand und Aufsichtsrat in ihrer weiter unten wiedergegebenen Entsprechenserklärung vom Dezember 2008, geändert im März 2009, erklärt, dass den Empfehlungen und Anregungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ grundsätzlich entsprochen wurde und sie beabsichtigen, diese auch in Zukunft zu beachten. Folgende Empfehlungen wurden und werden nicht angewandt:

- „Jede Aktie gewährt grundsätzlich eine Stimme.“ (Ziffer 2.1.2 Satz 1 des Kodex)
Das Eigenkapital der HUGO BOSS AG ist zum 31. Dezember 2008 eingeteilt in 35.860.000 Stammaktien und 34.540.000 Vorzugsaktien ohne Stimmrecht. Diese Einteilung ist historisch bedingt.
- „Schließt die Gesellschaft für Vorstand und Aufsichtsrat eine D&O-Versicherung ab, so soll ein angemessener Selbstbehalt vereinbart werden.“ (Ziffer 3.8 Abs. 2 des Kodex)

Die HUGO BOSS AG deckt das D&O (Directors and Officers)-Risiko durch eine angemessene Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung für ihre Organe und Leitungsverantwortlichen ab, in die auch die Aufsichtsratsmitglieder einbezogen sind.

Vorstand und Aufsichtsrat der Gesellschaft führen ihre Ämter verantwortungsvoll und im Interesse des Unternehmens. HUGO BOSS ist der Auffassung, dass ein Selbstbehalt kein geeignetes Mittel ist, um das Verantwortungsbewusstsein weiter zu verbessern. Zudem würde die Einführung eines Selbstbehalts nicht zu einer wesentlichen Senkung der Prämienzahlungen führen.

- „Für außerordentliche, nicht vorhergesehene Entwicklungen soll der Aufsichtsrat eine Begrenzungsmöglichkeit (Cap) vereinbaren.“ (Ziffer 4.2.3 Satz 8 des Kodex)
Eine Begrenzungsmöglichkeit für das langfristige Anreizsystem bei der Vergütung des Vorstands („Stock Appreciation Rights Program“) bei außerordentlichen, nicht planbaren Entwicklungen ist nicht vorgesehen. Das langfristige Anreizsystem der HUGO BOSS AG sieht für Führungskräfte eine Anzahl an Partizipationsrechten vor, über die sie an Kurssteigerungen der HUGO BOSS Aktien partizipieren können. Das Programm wurde bereits vor Inkrafttreten der entsprechenden Empfehlung aufgelegt. Daher konnte es diese Neuerung naturgemäß nicht berücksichtigen.

- „Für die Berechnung des Abfindungs-Caps soll auf die Gesamtvergütung des abgelaufenen Geschäftsjahres und gegebenenfalls auch auf die voraussichtliche Gesamtvergütung für das laufende Geschäftsjahr abgestellt werden.“ (Ziffer 4.2.3 Satz 10 des Kodex)

Einige Vorstandsverträge sehen vor, dass sich die Höhe der Gesamtbezüge für die Zwecke der Abfindung nach der für das letzte volle Geschäftsjahr bezogenen Gesamtvergütung bzw. – wenn das Vorstandsmitglied bereits zwei volle Geschäftsjahre im Amt war – nach dem Durchschnitt der letzten zwei vollen Geschäftsjahre richtet.

- „Die Offenlegung soll in einem Vergütungsbericht erfolgen, der als Teil des Corporate Governance Berichts auch das Vergütungssystem für die Vorstandsmitglieder in allgemein verständlicher Form erläutert.

Die Darstellung der konkreten Ausgestaltung eines Aktienoptionsplans oder vergleichbarer Gestaltungen für Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung und Risikocharakter soll deren Wert umfassen. Bei Versorgungszusagen soll jährlich die Zuführung zu den Pensionsrückstellungen oder Pensionsfonds angegeben werden.

Der wesentliche Inhalt von Zusagen für den Fall der Beendigung der Tätigkeit als Vorstandsmitglied ist anzugeben, wenn die Zusagen in ihrer rechtlichen Ausgestaltung von den den Arbeitnehmern erteilten Zusagen nicht unerheblich abweichen. Der Vergütungsbericht soll auch Angaben zur Art der von der Gesellschaft erbrachten Nebenleistungen enthalten.“ (Ziffer 4.2.5 des Kodex)

Die Hauptversammlung der HUGO BOSS AG hat 2006 beschlossen, von einer detaillierten Aufschlüsselung der Vorstandsvergütung und deren individualisierter Darstellung abzusehen. Aufgrund dieses Beschlusses der Hauptversammlung werden über die Angaben zur Gesamtvergütung sowie die nach anderen gesetzlichen Bestimmungen erforderlichen Angaben hinaus keine näheren Angaben gemacht.

- „Ein Antrag auf gerichtliche Bestellung eines Aufsichtsratsmitglieds soll bis zur nächsten Hauptversammlung befristet sein.“ (Ziffer 5.4.3 Satz 2 des Kodex)
Infolge der durch Übernahme des Mehrheitsaktionärs Valentino Fashion Group S. p. A. seitens der Red & Black Lux S.à.r.l. auch bei der HUGO BOSS AG mittelbar geänderten Mehrheitsverhältnisse wurden am 4. Oktober 2007 fünf Anteilseignervertreter im Aufsichtsrat gerichtlich neu bestellt. Im Interesse einer angemessenen Einarbeitungszeit und einer daran anschließenden Kontinuität im Aufsichtsrat erfolgte die Bestellung für den Rest der Amtszeit des Aufsichtsrats und damit in Abweichung von Ziffer 5.4.3 Satz 2 des Kodex. Dasselbe gilt für die gerichtliche Bestellung des Aufsichtsratsmitglieds Olaf Koch durch Beschluss vom 30. Mai 2008.
- „Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder soll im Corporate Governance Bericht individualisiert, aufgegliedert nach Bestandteilen ausgewiesen werden. Auch die vom Unternehmen an die Mitglieder des Aufsichtsrats gezahlten Vergütungen oder gewährten Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, sollen individualisiert im Corporate Governance Bericht gesondert angegeben werden.“ (Ziffer 5.4.6 Abs. 3 des Kodex)

Im Konzernanhang werden die gezahlten Aufsichtsratsvergütungen gemäß IAS 24 in Summe dargestellt. Ein betragsmäßiger Individualausweis im Corporate Governance Bericht bringt keine kapitalmarktrelevanten Zusatzinformationen.

Die Hauptversammlung hat im Jahr 2006 eine ausführliche, detaillierte Anpassung der Regelung für die Aufsichtsratsvergütung in der Satzung der HUGO BOSS AG beschlossen.

ERKLÄRUNG DES VORSTANDS UND DES AUFSICHTSRATS DER HUGO BOSS AG GEMÄSS § 161 AKTG VOM DEZEMBER 2008 UND MÄRZ 2009

Im Dezember 2008 haben Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG folgende Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben, die im März 2009 dadurch modifiziert wurde, dass der Verweis auf Ziffer 4.2.3 Sätze 7 bis 11 durch den Verweis auf Ziffer 4.2.3 Sätze 8 und 10 ersetzt wurde:

„HUGO BOSS AG, Metzingen
Wertpapier-Kenn-Nummern 524 550, 524 553

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG erklären hiermit gemäß § 161 AktG, dass seit der Entsprechenserklärung vom Januar 2008 den Empfehlungen der Regierungskommission „Deutscher Corporate Governance Kodex“ zunächst in der Fassung vom 14. Juni 2007 – bekannt gemacht im elektronischen Bundesanzeiger am 20. Juli 2007 – bzw. seit deren Geltung in der Fassung vom 6. Juni 2008 – bekannt gemacht im elektronischen Bundesanzeiger am 8. August 2008 – mit folgenden Ausnahmen entsprochen wurde und wird:

Nicht angewandt wurden und werden die Empfehlungen aus den Ziffern 2.1.2 Satz 1, 3.8 Abs. 2, 4.2.3 Sätze 8 und 10, 4.2.5, 5.4.3 Satz 2 und 5.4.7 Abs. 3 alte Fassung bzw. 5.4.6 Abs. 3 neue Fassung.

Metzingen, im März 2009“

BASISINFORMATIONEN HUGO BOSS AKTIEN

	2008	2007
Gesamtanzahl	70.400.000	70.400.000
davon Stammaktien	35.860.000	35.860.000
davon Vorzugsaktien	34.540.000	34.540.000
Aktienkurs (31.12.) in EUR¹		
Stammaktie	17,30	39,60
Vorzugsaktie	14,40	39,00
Aktienkurs in EUR¹		
Stammaktie		
Höchstkurs	40,39	55,40
Tiefstkurs	7,32	38,26
Vorzugsaktie		
Höchstkurs	42,60	49,69
Tiefstkurs	9,04	38,65
Marktkapitalisierung in Mio. EUR (31.12.)	1.118	2.767
Ergebnis je Aktie in EUR		
Stammaktie	1,62	2,22
Vorzugsaktie	1,63	2,24
Kurs/Gewinn-Verhältnis²		
Höchstkurs	26	22
Tiefstkurs	6	17
Ausschüttungssumme in Mio. EUR	95 ³	445
Ausschüttungsquote in %⁴	85 ³	289
Dividende je Aktie in EUR		
Stammaktie	1,37 ³	6,45
Vorzugsaktie	1,38 ³	6,46
Dividendenrendite in %⁵		
Höchstkurs	3,2 ³	13,0
Tiefstkurs	15,3 ³	16,7

¹ Xetra.

² Bezogen auf Hoch-/Tiefkurs Vorzugsaktien.

³ 2008: Dividendenvorschlag.

⁴ Bezogen auf das Konzernergebnis.

⁵ Bezogen auf die Vorzugsaktien.

AKTIENTYP: NENNWERTLOSE STÜCKAKTIEN

	Wertpapierkennnummer	International Securities Identification Number (ISIN)
Stammaktien	524550	DE 000 524 55 00
Vorzugsaktien	524553	DE 000 524 55 34

Handelsplätze

Xetra, Frankfurt am Main, Stuttgart, Düsseldorf, Hamburg, München, Hannover (nur Vorzugsaktien), Berlin-Bremen (nur Vorzugsaktien)

HUGO BOSS AM KAPITALMARKT

Der Rückblick auf das **Börsenjahr 2008** ist geprägt von einer sich immer mehr ausbreitenden Finanzkrise, deren Auswirkungen längst auch die Realwirtschaft und die Kursentwicklung von Unternehmen aller Branchen erreicht haben. Bereits im Januar des abgelaufenen Geschäftsjahres – eigentlich ein guter Börsenmonat, in dem die Anleger erhaltene Zinseinkünfte wieder investieren – büßten der DAX 15% und der MDAX 12% ihrer Werte ein. Mit dem Zusammenbruch von Lehman Brothers im Herbst 2008 verschärfte sich die Krise dramatisch. Die seit Bekanntwerden der US-Immobilienkrise im Sommer 2007 laufende Baisse an den internationalen Finanzmärkten hat sich daraufhin im Herbst massiv beschleunigt. Das instabile Finanzsystem und die hohen Tagesschwankungen an den Börsen haben extreme Unsicherheit erzeugt und zu hohen Abflüssen aus Aktien und Aktienfonds aller Branchen geführt. Im Laufe des Jahres 2008 verlor der Leitindex DAX daher knapp 40% seines Wertes. Die Nebenwerte trifft die eintrübende Konjunkturstimung meist stärker, da Anleger in der Krise diesen Werten weniger Stabilität zutrauen als den Großkonzernen aus dem DAX. Der MDAX, in dem die HUGO BOSS Vorzugsaktien gelistet sind, verzeichnete im Jahr 2008 ein Minus von über 43%. Der SDAX verlor im gleichen Zeitraum nahezu 46% seines Werts.

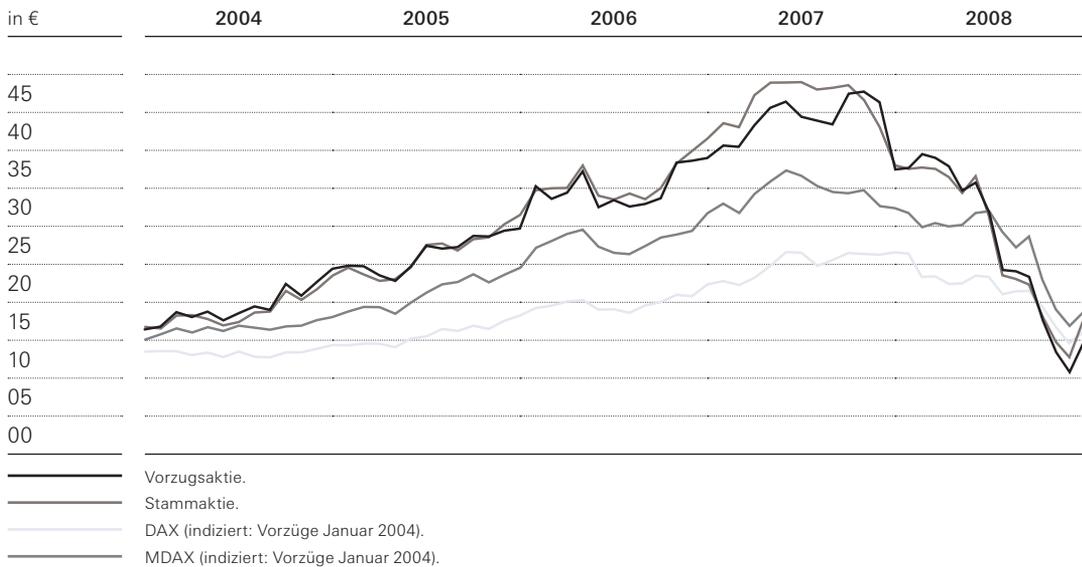
Auch die internationalen Leitbörsen waren vom allgemeinen Abwärtstrend betroffen. In den USA sank der Dow Jones um 34% und der japanische Nikkei büßte 42% ein. Der Euro Stoxx 50 gab sogar um 44% nach.

Entsprechend konnten sich die **HUGO BOSS Aktien von dem generellen Börsentrend und der negativen Kursentwicklung der gesamten Branche nicht abkoppeln**. Auch die gute Unternehmensentwicklung und zahlreiche Kaufempfehlungen von Analysten konnten den Kursrückgang der Aktien nicht stoppen. Begründet ist der Kursverlust zum einen in der allgemeinen Kaufzurückhaltung von Investoren bei Aktien des Retail- und Konsumgütersektors; dieser Effekt hat sich auch in deutlichen Kursrückgängen von Vergleichsunternehmen niedergeschlagen. **Der Kurs der HUGO BOSS Aktien war zum anderen aber auch von der Auszahlung einer Sonderdividende geprägt**. Dem Beschluss der Hauptversammlung am 8. Mai 2008 zur Ausschüttung der Sonderdividende in Höhe von 5,00 EUR und der gewöhnlichen Dividende von 1,45 EUR (Stammaktien) und 1,46 EUR (Vorzugsaktien) folgte der marktübliche Dividendenabschlag auf den Aktienkurs. So gaben die Stammaktien am 9. Mai 2008 um 6,91 EUR bzw. 17% und die Vorzugsaktien um 7,29 EUR bzw. 18% nach. Das Berichtsjahr 2008 beendeten die Vorzugsaktien mit einem Kurs von 14,40 EUR, die Stammaktien gingen mit 17,30 EUR aus dem Handel.

Dividendenausschüttung 2008: gewöhnliche Dividende 1,45 EUR (Stammaktie) bzw. 1,46 EUR (Vorzugsaktie). ←

Die **Marktkapitalisierung** von HUGO BOSS lag aufgrund des Kursrückgangs im Geschäftsjahr 2008 zum 31. Dezember 2008 bei 1.118 Mio. EUR und damit deutlich unter dem Vorjahr (2007: 2.767 Mio. EUR).

KURSENTWICKLUNG



Die **Aktionärsstruktur** hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht geändert. Gemäß den Stimmrechtsmitteilungen hält die Permira Holdings LLP, London, Großbritannien über die Tochtergesellschaft V.F.G. International N.V. 88,02% der 35,86 Mio. Stammaktien und 55,28% der 34,54 Mio. Vorzugsaktien. Dies entspricht rund 71,95% des gesamten Aktienkapitals des Unternehmens.

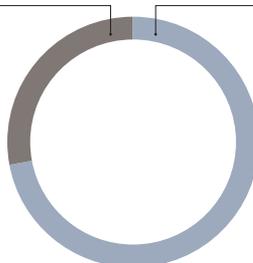
→ Gemäß Stimmrechtsmitteilung hält die Permira Holdings LLP, London, Großbritannien, 88,02% der Stammaktien und 55,28% der Vorzugsaktien und somit 71,95% am Gesamtkapital. Der Rest der Aktien befindet sich im Streubesitz oder wird von der HUGO BOSS AG gehalten.

Nach §21 WpHG sind Aktionäre verpflichtet, bei Über- oder Unterschreiten bestimmter Meldeschwellen die Höhe ihrer Stimmrechtsanteile zu melden. Die Meldeschwellen sind 3%, 5%, 10%, 20%, 25%, 30%, 50% und 75%. Neben den auf den Seiten 170 ff. aufgeführten Stimmrechtsmeldungen liegen keine Meldungen von Aktionären vor, die 3% oder mehr der Stimmrechte an der HUGO BOSS AG halten. Der Rest der Aktien befindet sich im Streubesitz oder wird von der HUGO BOSS AG gehalten.

ANTEILSVERTEILUNG DES GESAMTKAPITALS

Streubesitz: 28%¹

V.F.G. International N.V.: 72%



¹ Inklusive eigener Anteile.

Die Vorzugsaktien der HUGO BOSS AG sind seit 1999 im MDAX der Deutschen Börse gelistet. Über die Aufnahme eines Unternehmens in den Index, den Verbleib oder das Herausfallen berät ein Gremium der Deutschen Börse. Die Hauptkriterien, die für die Entscheidungsfindung herangezogen werden, sind dabei Orderbuchumsatz und Marktkapitalisierung der Aktien. Diese veröffentlicht die Deutsche Börse jeden Monat anhand einer Rangliste. In dem Aktienranking der Deutschen Börse nahmen die Vorzugsaktien von HUGO BOSS Ende Dezember 2008 den 57. Platz nach der Börsenkapitalisierung ein. Bezogen auf das Handelsvolumen lag HUGO BOSS unverändert zum Vorjahr auf Platz 43. Mit diesen Platzierungen erfüllt HUGO BOSS die Kriterien für einen Verbleib im MDAX. Die Stammaktien werden im amtlichen Handel gehandelt, sind aber aufgrund des geringen Streubesitzes in keinem Index enthalten. Durchschnittlich wurden pro Tag 184.000 Vorzugsaktien (2007: 140.000) gehandelt und rund 13.500 Stück Stammaktien (2007: 22.000) umgesetzt.

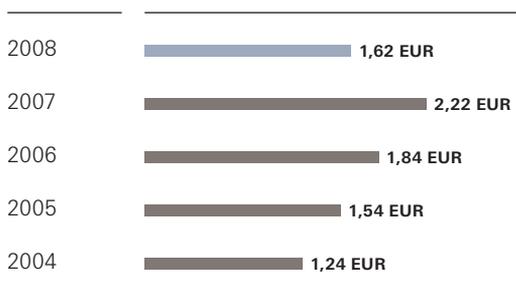
Die Hauptversammlung im Mai 2008 hat den Vorstand der HUGO BOSS AG auch im Geschäftsjahr 2008 ermächtigt, das **Aktienrückkaufprogramm** fortzusetzen. Von der Ermächtigung der Hauptversammlung am 8. Mai 2008 wurde jedoch im abgelaufenen Geschäftsjahr kein Gebrauch gemacht. Damit hält die HUGO BOSS AG nach Ablauf des Geschäftsjahres 2008 unverändert 528.555 Stück Stammaktien und 855.278 Stück Vorzugsaktien. Dies entspricht einem Anteil von 1,97% bzw. 1.383.833 EUR am Grundkapital.

Der Anteil eigener Aktien, die HUGO BOSS hält, beträgt 1,97% am Grundkapital.

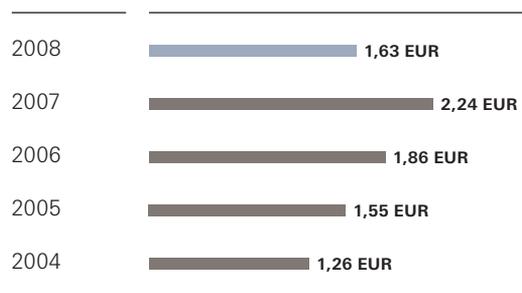


Das Ergebnis je Aktie ergibt sich nach IAS 33 aus der Division des Konzernergebnisses durch die durchschnittlich gewichtete Anzahl der Aktien. Für das Geschäftsjahr 2008 ergibt sich ein Ergebnis je Stammaktie von 1,62 EUR und ein Ergebnis je Vorzugsaktie von 1,63 EUR.

ERGEBNIS JE STAMMAKTIE



ERGEBNIS JE VORZUGSAKTIE



Die **Dividende** ermöglicht allen Aktionären von HUGO BOSS, am Wachstumserfolg des Unternehmens zu partizipieren. HUGO BOSS setzt dabei auf Dividendenkontinuität und eine ergebnisorientierte Ausschüttungspolitik. Vor dem Hintergrund der Ergebnisentwicklung im Jahr 2008 und der besonderen Herausforderungen im Geschäftsjahr 2009 schlagen Aufsichtsrat und Vorstand der Hauptversammlung vor, eine Dividende von 1,37 EUR je Stammaktie und 1,38 EUR je Vorzugsaktie für das Geschäftsjahr 2008 auszuschütten.

INVESTOR UND PUBLIC RELATIONS

Um in diesem schwierigen Marktumfeld die gute operative Performance und das Potenzial von HUGO BOSS in einem **offenen und kontinuierlichen Austausch mit institutionellen und privaten Investoren** zu präsentieren, wurden die Aktivitäten im Bereich der Finanzkommunikation im abgelaufenen Geschäftsjahr weiter intensiviert. Das Management des Unternehmens stand im vergangenen Jahr einem breiten Forum von in- und ausländischen Kapitalanlegern bei zahlreichen Roadshows und Konferenzen für Fragen zur Verfügung. Dabei wurden die Entwicklung und die Strategie des Unternehmens sowie die Besonderheiten der Länder, in denen HUGO BOSS aktiv ist, erläutert. **Ausgebaut wurde außerdem die Kontaktpflege mit Privatanlegern.** So stellte die Hauptversammlung am 8. Mai 2008 mit einem vertretenen Kapital von 82% (2007: 72%) insbesondere für Privatanleger die wichtigste Investor Relations Veranstaltung dar. Neben der Hauptversammlung präsentierte sich HUGO BOSS auch bei Privatinvestorenveranstaltungen.

Um alle Aktionäre zeitgleich mit den wichtigsten Unternehmensmeldungen versorgen zu können, gewinnt das Internet weiter an Bedeutung für die Kommunikation mit Investoren, Aktionären und Interessierten. Die Kontaktadressen der Investor Relations Abteilung und der Unternehmenskommunikation sowie aktuelle Informationen zum Unternehmen wie Finanzberichte, Pressemeldungen, der Finanzkalender und die jeweils aktuellste Unternehmenspräsentation können auf der neu gestalteten Unternehmens-Website von HUGO BOSS unter **www.group.hugoboss.com** abgerufen werden.

→ Unter www.group.hugoboss.com sind aktuelle Finanzberichte, Pressemeldungen, Präsentationen und weitere Informationen zum Unternehmen zu finden.

Die **Public Relations Aktivitäten** sind darüber hinaus ein bedeutender Baustein des Kommunikationskonzepts von HUGO BOSS. Wichtig ist dabei ein offener Dialog mit der nationalen und internationalen Wirtschafts- und Tagespresse, mit dem Ziel, das gute Image von HUGO BOSS in der Öffentlichkeit zu pflegen und zu stärken. Daneben gehört zur Arbeit der Unternehmenskommunikation von HUGO BOSS die Ausrichtung von Fashion Events sowie die Unterstützung von Kultur- und Sportveranstaltungen, um die Markenbekanntheit kontinuierlich zu stärken. So werden beispielsweise neben den üblichen Marketingmaßnahmen in Printmedien regelmäßig Fashion Shows inszeniert, die weltweit starke Medienbeachtung finden und somit zur Imagepflege der HUGO BOSS Marken einen entscheidenden Beitrag leisten.

UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG BEI HUGO BOSS

Eine verantwortungsvolle Unternehmensführung lässt auch soziale und ökologische Faktoren in Strategie und Entscheidungen einfließen. So ist das Thema Nachhaltigkeit in der Zeit des extrem beschleunigten Wirtschaftens eine wesentliche Voraussetzung für eine langfristig erfolgreiche Unternehmenspolitik.

Sozialstandards sind kein Privileg der industrialisierten Welt, sondern eine weltweite Aufgabe. Diese beginnt in der Konzernzentrale in Metzingen und setzt sich bis in die Produktionsstandorte fort. Unter Einhaltung der länderspezifischen Gesetze und für Deutschland üblichen Sozialstandards produziert HUGO BOSS auf technisch höchstem Stand die qualitativ hochwertigen Produkte, für die das Unternehmen auf der ganzen Welt bekannt ist.

Die HUGO BOSS Sozialstandards wurden in Anlehnung an die **SA 8000 Zertifizierung** definiert und bilden sowohl die spezifischen Anforderungen der Textilbranche als auch die besonders hohen Erwartungen des Unternehmens an jeden Produktionsstandort ab. Wesentliche Bestandteile – und damit bindende Vorgaben bei der Produktion – sind unter anderem das Verbot von Kinderarbeit, angemessene Entlohnung und Arbeitszeiten oder sichere Arbeitsbedingungen. Auch ökologisch nachhaltiges Handeln und der respektvolle Umgang mit Tieren sind fest in den Sozialstandards verankert.

Diese Vorgaben sind selbstverständlich auch für alle Lieferanten von HUGO BOSS verpflichtend. Dabei beruft sich der Konzern nicht nur auf die Einhaltung der vertraglichen Vorgaben, sondern kontrolliert regelmäßig aktiv die Situation vor Ort.

Die HUGO BOSS Sozialstandards gelten verpflichtend für alle Produktionsstätten, in denen die Produkte von HUGO BOSS gefertigt werden. Auditoren kontrollieren die Einhaltung der Standards regelmäßig vor Ort. ←

Diese Kontrollen werden mit eigenem, professionell geschultem Personal durchgeführt. Die Mitarbeiter sind vor Ort ansässig und mit den kulturellen Besonderheiten der Länder vertraut. Dies erleichtert die Kommunikation mit den Produktionsverantwortlichen und ermöglicht es, den Partnern die HUGO BOSS Qualitätsansprüche zu vermitteln. Darüber hinaus erlaubt der Einsatz von eigenem Personal eine Kontrolle, die nicht nur der reinen Beurteilung und gegebenenfalls Sanktionierung dient, sondern Ausgangspunkt für Schulungen und gemeinsame Trainings ist. Damit unterstützt HUGO BOSS seine Lieferanten vor Ort bei der Weiterentwicklung sozialer und ökologischer Standards. Das Unternehmen möchte hiermit das Bewusstsein dafür schärfen, dass jede Investition in bessere Standards eine Investition in die Zukunft ist, und arbeitet aktiv daran, diese in den entsprechenden Ländern mit zu gestalten.

Als weltweit agierender Konzern fühlt sich HUGO BOSS dem **verantwortungsvollen Umgang mit den natürlichen Ressourcen** der Erde verpflichtet.

Ein gutes Beispiel für das Umweltbewusstsein bei HUGO BOSS sind die neuen Verwaltungsgebäude in Metzingen und in der Schweiz. Durch eine „intelligente“ Architektur und Gebäudetechnik, wie beispielsweise den Einsatz einer Doppelglasfassade zur natürlichen Be- und Entlüftung durch thermische Auftriebswirkung, kann der Energieaufwand sehr gering gehalten werden. Ein Großteil der für den Betrieb der Gebäude notwendigen Energie wird mittels neuester Solartechnik selbst erzeugt.

Ein weiterer umweltrelevanter Bereich ist die Logistik. Durch reibungslose Prozesse und eine genaue Planung werden überflüssige Transporte vermieden, um den Ressourcenverbrauch und die Luftverschmutzung auf ein Minimum zu reduzieren. Darüber hinaus wird auf technisch ausgereifte Transportmittel mit möglichst emissionsarmem Betrieb geachtet. So wird auch der umweltfreundlicheren Seefracht gegenüber der Luftfracht, sofern möglich, der Vorzug gegeben.

Dass sich Umweltschutz mit einem exklusiven Markenauftritt verbinden lässt, zeigt HUGO BOSS mit seinen außergewöhnlichen Shop-Konzepten. Hier wird bewusst auf ressourcenschonende Technik wie langlebige Leuchtmittel mit geringem Stromverbrauch und auf ökologische Materialien gesetzt.

Verantwortungsbewusstsein wird erst gelebte Realität, wenn die Menschen, die im Namen von HUGO BOSS weltweit aktiv sind, auch entsprechend handeln.

Die Mitarbeiter sind das wichtigste Kapital eines Unternehmens. Nach einer ausgewogenen Auswahl gemäß der Charta der Vielfalt, die im Jahr 2008 von HUGO BOSS unterzeichnet wurde, sind Bildung, Kultur und Soziales die Bereiche, in denen der Konzern als zukunftsweisendes Unternehmen die Verantwortung gegenüber seinen Mitarbeitern wahrnimmt. Dazu gehört eine systematische Personalentwicklung, die individuelle Potenziale erkennt und gezielt fördert. Ebenso bietet HUGO BOSS ein flexibles Modell der Familienförderung an, das es berufstätigen Eltern ermöglicht, Beruf und Familie besser miteinander zu vereinbaren. Ein ausgewogenes Ernährungskonzept in den betriebseigenen Kantinen, umfangreiche Sportangebote, gemeinsame Kulturreisen sowie Unterstützung in Fragen der Work-Life-Balance runden die zahlreichen Maßnahmen ab.

Ebenso wichtig wie derartige Zusatzleistungen ist es, die Potenziale der Mitarbeiter durch ein hohes Maß an Eigenverantwortung zu fördern. HUGO BOSS traut jedem Einzelnen zu, eine Menge bewegen zu können, insbesondere im Team mit motivierten Mitarbeitern. Darum sind Offenheit und Verlässlichkeit feste Bestandteile der Unternehmenskultur.



Weitere Informationen zu den Mitarbeitern von HUGO BOSS sind im Kapitel „Mitarbeiter“ zu finden.

HUGO BOSS hilft auch den Menschen außerhalb des Unternehmens und hat Kinder in den Mittelpunkt seines **sozialen Engagements** gestellt.

Mit der Fürsorge für Kinder nimmt sich HUGO BOSS dieser gesellschaftlichen Verpflichtung an. So unterstützte der Konzern auch 2008 wieder das **UNICEF-Projekt „Schulen für Afrika“ im Rahmen einer festen Partnerschaft mit dem Kinderhilfswerk**. Im Zuge dieses Projekts werden

Schulen in Angola, Malawi, Ruanda, Mosambik, Simbabwe und Südafrika instand gesetzt oder neu gebaut und mit Schulmaterial versorgt. Zudem werden die dringend benötigten Lehrer ausgebildet.

Losgelöst von der Projektarbeit unterstützt HUGO BOSS auch Notspendenaufrufe von UNICEF, wie beispielsweise für die Kinder in den Krisengebieten Myanmar oder Sichuan.

Darüber hinaus initiierte HUGO BOSS im Jahr 2008 ein besonderes Spendenprojekt in Kooperation mit UNICEF, um Waisenkindern in Malawi zu helfen, deren Eltern an Aids gestorben sind. Mitarbeiter, Handelspartner, Kunden, aber auch Journalisten und Investoren konnten sich an der internationalen Spendenaktion beteiligen. Der Kerngedanke des Projekts bestand darin, einen aktiven Dialog mit diesen Interessengruppen zu eröffnen. HUGO BOSS wollte den Menschen dazu die fast aussichtslose Lage der betroffenen Kinder bewusst machen. Für jede auf der HUGO BOSS Internetseite abgegebene Stellungnahme spendete der Konzern einen US-Dollar zugunsten eines entsprechenden Hilfsprojekts von UNICEF.

HUGO BOSS zeigt starkes soziales Engagement und unterstützt zahlreiche internationale Hilfsprojekte mit Spendenaktionen. ←

Dass dieses besondere Verantwortungsbewusstsein des HUGO BOSS Konzerns gegenüber den schwächsten Mitgliedern der menschlichen Gemeinschaft auch von allen Mitarbeitern geteilt wird, zeigt sich zum Beispiel an der großen Teilnahme an Spendenaktionen, die vom Betriebsrat in Metzingen regelmäßig initiiert werden. Dazu gehören die Sammlung von Kinderkleidung und -spielzeug für ein Hilfsprojekt in Kolumbien ebenso wie die finanzielle Unterstützung einer rumänischen Kinderklinik zur Anschaffung von dringend benötigten Diagnostikgeräten. Auch die Auszubildenden des Konzerns engagieren sich und sorgten im Jahr 2008 mit einem „Wunschweihnachtsbaum“ dafür, dass die Wünsche von krebskranken Kindern in der Tübinger Kinderklinik durch HUGO BOSS Mitarbeiter erfüllt werden konnten.

Unternehmerische Verantwortung heißt für HUGO BOSS auch, die **rücksichtsvolle Behandlung von Tieren** sicherzustellen.

Fest in den HUGO BOSS Sozialstandards verankert, kommuniziert HUGO BOSS seine Haltung zum Thema Tierschutz auch gegenüber Lieferanten. In Verbindung mit entsprechenden Kontrollen wird Sorge dafür getragen, dass selbst in Ländern, in denen keine oder nur unzulängliche Tierschutzgesetze gelten, möglichst schonend mit Tieren umgegangen wird.

Ein Beispiel für das Engagement von HUGO BOSS im Tierschutz ist der Einsatz für tierschonende Alternativen zum „Mulesing“. Beim Mulesing handelt es sich um einen operativen Eingriff, der in Australien bei der Aufzucht von Wollschafen an den Jungtieren vorgenommen wird. Dieser Eingriff gilt grundsätzlich dem Schutz der Schafe vor dem Befall durch eine besonders aggressive Fliegenart, der tödlich enden kann. Da traditionelles Mulesing jedoch ohne Betäubung, Desinfektion und Wundheilmittel und unter sehr schmerzhaften Bedingungen durchgeführt wird, ist das Verfahren nicht mit den Tierschutzvorstellungen von HUGO BOSS vereinbar.

Schon seit mehreren Jahren steht HUGO BOSS deshalb im direkten Kontakt mit der AWI, einer Interessenvertretung der australischen Wollindustrie, sowie mit der australischen Regierung. Im regelmäßigen Austausch vertritt HUGO BOSS seinen Standpunkt in Bezug auf traditionelles Mulesing und bekräftigt seinen Wunsch nach ethisch vertretbaren Methoden der Herstellung von Wolle. Um zu diesem Anliegen eine eindeutige Stellung zu beziehen, hat HUGO BOSS im Jahr 2008 die Sourcing Policy für Wollprodukte umgestellt. In Abstimmung mit den Lieferanten kauft der Konzern seither gezielt Rohwaren von Farmern, die das veränderte Bedürfnis nach Mulesing-freier Wolle berücksichtigen.

DIE FACETTEN

VON HUGO BOSS

DAS LICHTSPIEL EINES GESCHLIFFENEN DIAMANTEN VARIERT, JE NACHDEM VON WELCHER SEITE MAN IHN BETRACHTET. ES ERGEBEN SICH HARTE KANTEN UND WEICHE ÜBERGÄNGE, DIE STRUKTUR DES KOSTBAREN STEINS BIETET KLARE FLÄCHEN UND EINE FASZINIERENDE TIEFE ZUR GLEICHEN ZEIT. AUCH DIE STRAHLKRAFT VON HUGO BOSS ZEIGT EINE BEEINDRUCKENDE BANDBREITE, ABHÄNGIG DAVON, AUS WELCHEM BLICKWINKEL MAN AUF DAS UNTERNEHMEN SCHAUT. JAHRZEHNTELANGE ERFAHRUNG UND FORTSCHRITTLICHE ENTWICKLUNG FINDEN AUSDRUCK IN ZAHLREICHEN FACETTEN, DIE EINANDER ERGÄNZEN UND UNSER UNTERNEHMEN UNVERWECHSELBAR MACHEN.

A full-page photograph of a man with dark hair and a light beard, wearing a white suit jacket over a dark grey shirt. He is sitting on a white, textured sofa. The background is a warm, wood-paneled wall. The word 'ELEGANT' is printed in a dark, sans-serif font on the right side of the image.

ELEGANT

Mode kann Stilsicherheit vermitteln und bewundernde Blicke anziehen. Sie kann unkonventionell sein und dabei etablierte Sichtweisen und Kategorien herausfordern. Unsere vielfältigen Kollektionen der Marken BOSS und HUGO oszillieren zwischen Eleganz und Avantgarde. Jede für sich präsentiert sich eigenständig in ihrer Markenwelt, gemeinsam bilden sie die ganze Bandbreite der modischen Vielfalt aus dem Hause HUGO BOSS ab: Qualität auf höchstem Niveau, individuell zugeschnitten auf die unterschiedlichsten Zielgruppen.

AVANTGARDISTISCH



VIELSEITIG



Aufbauend auf einer langen Tradition haben wir unsere Kompetenzen kontinuierlich erweitert. Von der Business- und Abendmode für Männer und Frauen über Sportkollektionen und Kindermode bis hin zu Düften und Accessoires – jeder Bereich für sich trägt dazu bei, unsere Produkte an den individuellen Bedürfnissen unserer Kunden auszurichten. Unsere starke Präsenz auf allen relevanten Märkten der Welt sichert uns eine unmittelbare Nähe zu unseren Kunden. Ihre Wünsche und ihr Feedback im direkten Austausch fließen konsequent in die Entwicklung unserer Produkte ein.

INDIVIDUELL



Unser Geschäft ist die Mode. Glamouröse Events mit internationaler Starbesetzung und beeindruckend choreografierte Shows faszinieren Menschen weltweit. Die emotionale Inszenierung des Moments für den optimalen Auftritt unserer Produkte ist eine Leidenschaft, die Perfektion erfordert. Hinter den Kulissen arbeiten daher Experten aus den unterschiedlichsten Disziplinen daran, dass unsere Marken ihre Strahlkraft erhalten und entwickeln. Denn nur mit einer präzisen strategischen Ausrichtung lässt sich ein nachhaltiger Erfolg sichern.



STRATEGISCH



EMOTIONAL

HEIMATVERBUNDEN

Ob in New York, Shanghai oder Moskau – HUGO BOSS ist international erfolgreich und gleichzeitig weltweit wiedererkennbar. Unsere Werte bilden den Kern unserer Marken, machen uns einzigartig und unverwechselbar. Qualität, Präzision und Beständigkeit sind Eigenschaften, die unsere Reputation in allen Teilen der Welt begründen. Zentral gesteuert, tragen unsere Tochtergesellschaften das Bekenntnis zum Gütesiegel „Made in Germany“ rund um den Globus – zunehmend auch in die Wachstumsmärkte Asiens und Osteuropas.

WELTWEIT PRÄSENT

BOSS
HUGO BOSS

BOSS
HUGO BOSS





DETAILGETREU

HUGO BOSS Produkte stehen für ausgereifte Qualität. Traditionell gewachsene handwerkliche Expertise geht heute Hand in Hand mit ausgefeilter Technik. Als einer der Vorreiter unserer Branche nutzen wir die Möglichkeiten der industriellen Fertigung, um unsere Produkte zu perfektionieren – bis ins kleinste Detail. Mode entwickelt sich, ist voll Dynamik und immer in Bewegung. Unser technologisches Know-how ist „State of the Art“ und verbindet sich mit einem sensiblen modischen Gespür für richtungsweisende Kollektionen. Das Ergebnis: kontinuierliche Produktinnovationen in einer Qualität, die Maßstäbe setzt.

INDUSTRIELL





AMBITIONNIERT

BOSS

99

BOSS
by Young & Rubicam

Die Bereitschaft, Herausragendes zu leisten, ist die Basis, um im Wettbewerb erfolgreich zu sein. Ambitionen bringen uns weiter – in der Mode wie im Sport. Daher unterstützen wir Menschen, die in ihren sportlichen Leistungen über sich hinauswachsen. Doch auch der Welt der Kunst fühlen wir uns eng verbunden. Sie ist von einem offenen Geist geprägt und lebt ebenso wie die Mode von Trends, Ästhetik und Kreativität. Ob im Sport, in der Kunst oder in der Mode: Es ist faszinierend zu beobachten, zu welchen Leistungen Menschen fähig sind, die ihre Leidenschaft zur Profession gemacht haben.



INSPIRIEREND



FORTSCHRITTLICH

Als weltweit tätiger Konzern sind wir davon überzeugt, dass Erfolg dazu verpflichtet, der Gesellschaft und der Umwelt etwas zurückzugeben. Daher fließen in unser wirtschaftliches Handeln auch soziale und ökologische Faktoren ein. Das Prinzip von HUGO BOSS lautet dabei: Fortschritt auf der Basis von Nachhaltigkeit. So werden Themen wie Tier- und Umweltschutz, soziale Standards sowie das karitative Engagement des Konzerns kontinuierlich ausgebaut.

NACHHALTIG



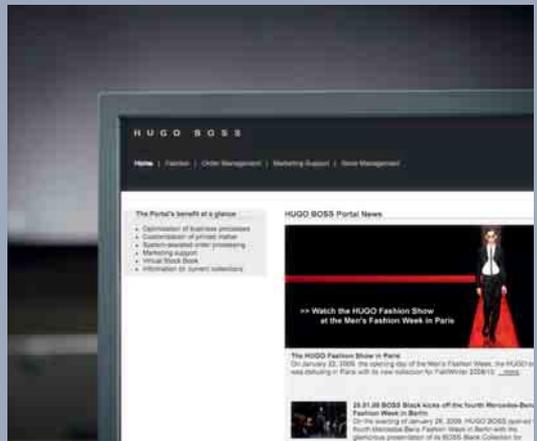
HIGHLIGHTS 2008

Erfolgreiche Geschäftsentwicklung

HUGO BOSS steht für ausgezeichnetes Design, hohe Qualität und damit für erstklassige Mode im Premiumsegment. Auch im vergangenen Jahr ist es dem Unternehmen gelungen, seine Marktposition weiter zu stärken sowie den Umsatz währungsbereinigt um 6% zu steigern.

Erweitertes Produktportfolio

Mit zwei Marken und vier Modelinien bietet HUGO BOSS seinen unterschiedlichen Zielgruppen individuelle Kollektionen für jeden Anlass. Das Geschäftsjahr 2008 war dabei nicht nur das erste Jahr mit HUGO Stardesigner Bruno Pieters, sondern brachte auch neue Produkte im Lizenzbereich.



Weltweite Expansion

An über 6.100 Points of Sale können Kunden weltweit die Kollektionen von HUGO BOSS erwerben. Allein im Jahr 2008 eröffnete das Unternehmen 54 neue eigene Verkaufsstandorte sowie über 150 weitere Franchisegeschäfte in einheitlichem Design.

Optimierte Prozesse

HUGO BOSS arbeitet stetig an der Verbesserung seiner Unternehmensstruktur. Im Geschäftsjahr 2008 konnten nach Abschluss des Columbus Projekts Effizienzsteigerungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, von der Produkterstellung bis zur Auslieferung, erzielt werden.

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND KONZERNSTRUKTUR

HUGO BOSS steht weltweit für Mode und Lifestyle im gehobenen Marktsegment. Basierend auf dem anhaltenden Erfolg in diesem Segment hat HUGO BOSS sein Produktangebot ausgebaut und bietet heute hochwertige Bekleidung mit ergänzenden Accessoires und Lizenzprodukten für vielfältige Anlässe an.

KONZERNPROFIL

Der Erfolg des HUGO BOSS Konzerns basiert auf dem passgenau abgestimmten Miteinander der an der Wertschöpfungskette beteiligten Funktionsbereiche. Ein globales und exklusives Verkaufs- und Vertriebsnetz, ausgeprägte Marktnähe, automatisierte Logistikprozesse, verlässliche Beschaffungsstrukturen, hohe Produktkompetenz und qualitativ hochwertige Mode bilden für HUGO BOSS die Grundlage für die Partnerschaft mit seinen internationalen Kunden.

Durch gezielte Marketingmaßnahmen sowie das Engagement im Sport- und Kultursponsoring und die einheitliche Gestaltung der Einzelhandelsgeschäfte werden die weltweite Bekanntheit und das Image der HUGO BOSS Marken und des Unternehmens gestärkt. Akzente setzt das Unternehmen zusätzlich durch medienwirksame Fashion Events in den Modemetropolen der Welt, die die Attraktivität und Akzeptanz der Marken des Konzerns bei wichtigen Zielgruppen zusätzlich unterstreichen und die Markenwelt von HUGO BOSS emotionalisieren. Damit gelingt es dem Unternehmen, sich als Trendsetter zu positionieren sowie maximale Aufmerksamkeit und Medienresonanz für die Marken BOSS und HUGO zu generieren.

Auf die hohe Nachfrage nach Luxusgütern gerade in den Regionen Asiens und Osteuropas hat HUGO BOSS bereits frühzeitig mit einer globalen Wachstumsstrategie reagiert. Heute können daher **HUGO BOSS Produkte in 110 Ländern und an über 6.100 Verkaufspunkten** erworben werden. Zur Abrundung der weltweiten Expansion und zum Ausbau der Vertriebsstärke und Distribution der HUGO BOSS Produkte werden dabei auch die eigenen Einzelhandelsaktivitäten weiter forciert. Die weltweite Präsenz eigener Geschäfte wurde auch im abgelaufenen Geschäftsjahr ausgebaut, womit die Zahl der Standorte von 287 auf 330 stieg. Die Anzahl der Stores, die über Franchisenehmer betrieben werden, stieg auf mehr als 1.000. Somit gehören zum Netzwerk von HUGO BOSS über 1.300 eigenständige Geschäfte in über 80 Ländern.

HUGO BOSS ist mit über 6.100 Verkaufspunkten in 110 Ländern vertreten. Das eigene Einzelhandelsnetzwerk besteht aus 330 Geschäften. Über 1.000 Geschäfte werden von Franchisenehmern betrieben. ←

MARKENARCHITEKTUR

Die Markenwelt von HUGO BOSS setzt sich heute aus verschiedenen, jeweils eigenständigen Kollektionen der **Kernmarke BOSS und der Trendmarke HUGO** zusammen.

Die Herrenkollektionen sind unter der Kernmarke BOSS mit den Linien BOSS Black, BOSS Selection, BOSS Orange und BOSS Green sowie unter der Marke HUGO auf dem Markt vertreten. Unter

der Hauptlinie BOSS Black wird für Herren klassisch-elegante Business- und Abendmode angeboten. Lässige Freizeitmode unter BOSS Orange sowie die modische, Golf-orientierte Sportkollektion von BOSS Green ergänzen die Auswahl. Ein Zusammenspiel von raffiniertem Design, erlesenen Materialien und sorgfältiger Schneiderkunst auf höchstem Niveau bietet das Premium-Label BOSS Selection. Der Trendsetter schließlich wird mit der Avantgarde-Kollektion von HUGO angesprochen.

Analog dazu bietet der Konzern für Damen stilvolle Garderobe unter BOSS Black, progressiv-auffallende Fashion unter BOSS Orange sowie eine betont strenge avantgardistische Mode von HUGO an.

Komplettiert wird das Angebot von HUGO BOSS mit Lizenzprodukten wie Düfte und Kosmetik, Uhren und Brillen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde das Lizenzgeschäft gemeinsam mit der Swarovski-Tochter Amazar um Schmuckkollektionen erweitert. In Kooperation mit Samsung Electronics sind seit Ende 2008 auch ein HUGO BOSS Mobilfunktelefon und dazugehörige Accessoires erhältlich. Daneben werden die HUGO BOSS Produkte um eine neue Kindermodekollektion ergänzt, die unter der Linie BOSS Orange angeboten und ab Frühjahr 2009 erstmals im Einzelhandel erhältlich sein wird. Zukünftig wird die Kindermodekollektion der Marke BOSS durch einen Lizenzpartner produziert und vertrieben. Diese Initiativen sind ein wichtiger Schritt zur Abrundung des Produktangebots, das modische Vielfalt mit hoher Qualität verbindet.

MARKENÜBERSICHT

	<ul style="list-style-type: none"> — Herrenkollektion — Damenkollektion — Accessoires 	<p>BOSS Black Umfassendes Spektrum von eleganten Businessoutfits über lässige Sportswear bis hin zu Abendgarderobe.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> — Herrenkollektion — Accessoires 	<p>BOSS Selection Premium-Label der BOSS Marke, mit besonders edlen Stoffen und exzellenter Verarbeitung.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> — Herrenkollektion — Damenkollektion — Accessoires 	<p>BOSS Orange Freizeitmode für Männer und Frauen, mit ungewöhnlichen Stoffen, kräftigen Farben und aufwändigen Details.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> — Herrenkollektion — Accessoires 	<p>BOSS Green Golf-Kollektion, die sowohl technisch als auch modisch eine optimale Performance garantiert.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> — Herrenkollektion — Damenkollektion — Accessoires 	<p>HUGO Selbstbewusste Männer- und Frauenkollektion, die Kreativität und Individualität mit einer unkonventionellen und progressiven Mode verbindet.</p>

ORGANISATIONSSTRUKTUR

Die Steuerung des Konzerns erfolgt durch die HUGO BOSS AG als Muttergesellschaft, in der alle zentralen Leitungsfunktionen gebündelt sind. Zu den wichtigsten Aufgaben der HUGO BOSS AG gehören die Festlegung der Unternehmensstrategie, insbesondere der Marken- und Vertriebsstrategie, sowie das Risikomanagement und die Finanzierung. Hier werden auch die wichtigen Entscheidungen zur Zusammenstellung der Kollektionen getroffen und das Vertriebsnetzwerk gesteuert. Außerdem ist die HUGO BOSS AG für die interne und externe Kommunikation einschließlich des Kontakts zum Kapitalmarkt und vor allem zu den Aktionären verantwortlich.

Neben der HUGO BOSS AG, die grundlegende strategische Entscheidungen trifft, aber auch operativ tätig ist, setzt sich der Konzern aus 52 konsolidierten Tochtergesellschaften zusammen, die die lokalen Geschäftstätigkeiten verantworten. Als Vertriebsgesellschaften sind 25 Tochterunternehmen organisiert. Die **eigene Produktion** erfolgt in Izmir (Türkei), dem größten eigenen Produktionsstandort von HUGO BOSS, Radom (Polen), Cleveland (USA), Morrovalle (Italien) und Metzingen (Deutschland). Eine detaillierte Übersicht der Beteiligungsverhältnisse im HUGO BOSS Konzern zum 31. Dezember 2008 sowie weitere Erläuterungen zu den Änderungen der rechtlichen Konzernstruktur sind im Konzernanhang auf den Seiten 120 ff. dargestellt. Sämtliche Tochtergesellschaften werden als eigenständige Profit Center geführt. Im Zuge eines Projekts zur Prozessoptimierung wurde konzernweit eine einheitliche IT-Infrastruktur aufgebaut, die die wesentlichen Arbeitsabläufe standardisiert. Dies unterstützt sowohl die Steuerung der Aktivitäten der Tochtergesellschaften als auch die zentrale Analyse der konzernweiten Geschäftsentwicklung.

Zum HUGO BOSS Konzern gehören 52 konsolidierte Tochtergesellschaften weltweit. ←

Durch die weltweite Expansion von HUGO BOSS gewinnt ein an die jeweiligen Besonderheiten der regionalen Märkte angepasstes Management immer mehr an Bedeutung. Der neue Konzernvorstand hat auf diese Herausforderung reagiert und Ende 2008 den **Vertrieb auf drei Regionen aufgeteilt und für Europa, Amerika und Asien/Pazifik jeweils einen Regionaldirektor ernannt**. Darüber hinaus wird die Lizenzsparte gesondert erfasst. Sie stellen in enger Abstimmung mit dem Vorstand die Umsetzung der Konzernziele in ihrem jeweiligen Marktumfeld sicher und ermöglichen gleichzeitig eine in Teilaspekten auf die Besonderheiten dieser Märkte abgestimmte Vertriebsstrategie. Ferner erwartet der Vorstand von dieser stärkeren Regionalisierung der Vertriebsstrukturen eine bessere Verzahnung der Ländergesellschaften und damit eine weitere Optimierung der Umsatz- und Ergebniskontrolle.

Seit dem Ausscheiden von André Maeder mit Wirkung zum 31. Januar 2009 berichten die Regionaldirektoren direkt an den Vorstandsvorsitzenden.

Im Zuge der zunehmenden Vertriebsentscheidungen in den Regionen wurde innerhalb des Konzerns auch die **Segmentberichterstattung angepasst**. Die externe Segmentberichterstattung erfolgt gemäß dem Management Approach nach IFRS 8 für das Geschäftsjahr 2008 erstmalig nach Regionen sowie nach Lizenzen. Nähere Informationen zu den Geschäftstätigkeiten in den Regionen sind im Kapitel „Segmentberichterstattung“ ab Seite 081 zu finden.

→ Der weltweite Vertrieb wurde auf drei Regionen aufgeteilt und für Europa, Amerika und Asien/Pazifik jeweils ein Regionaldirektor ernannt. Dementsprechend wurde die Segmentberichterstattung angepasst und regional gegliedert.

Die **Führungsstruktur von HUGO BOSS** ergibt sich in erster Linie aus den gesellschaftsrechtlichen Rahmenbedingungen. Als deutsche Aktiengesellschaft hat HUGO BOSS eine duale Führungs- und Kontrollstruktur. Gesteuert wird der Konzern 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 101 dargestellt. Die aktienbasierte Vergütung für Führungskräfte ist im Konzernanhang auf den Seiten 165 ff. zu finden. Im Vorstand der HUGO BOSS AG sind der Vorstandsvorsitzende und die gleichberechtigten Vorstände mit ihren einzelnen Zentralfunktionen umfassenden Vorstandressorts vertreten. Die Zentralfunktionen waren zum 31. Dezember 2008 unter den Vorstandsmitgliedern wie folgt aufgeteilt:

Claus-Dietrich Lahrs

Vorsitzender des Vorstands und Arbeitsdirektor, Vorstand für die Marken BOSS und HUGO sowie für die Bereiche Lizenzen, Kommunikation, Recht und Personal

Norbert Unterharnscheidt

Vorstand für die Bereiche Controlling und Finanzen

Hans Fluri

Vorstand für die Bereiche Einkauf, Produktion, Logistik und IT

André Maeder

Vorstand für die Bereiche Retail, Vertrieb und Marketing

Der Vorstand wird in seiner Tätigkeit durch eine im Jahr 2008 geschaffene erweiterte Geschäftsleitung unterstützt, dem die Direktoren für die Regionen Europa, Amerika und Asien/Pazifik sowie Direktoren zentraler Funktionen angehören. Auf diesem Wege wird bei strategischen Entscheidungen des Vorstands gezielt das Wissen und die Erfahrung der Direktoren berücksichtigt und gleichzeitig ein koordiniertes Vorgehen aller Bereiche gewährleistet.

UNTERNEHMENSSTEUERUNG UND STRATEGIE

Der Erfolgskurs von HUGO BOSS wird durch die Konzern- und Führungsstruktur sowie die festgelegte Wachstums- und Markenstrategie aktiv gesteuert. Den Rahmen gibt dabei das interne Steuerungssystem vor. Trotz eines auch für die Modebranche wirtschaftlich schwierigen Umfelds konnte HUGO BOSS durch Konzentration auf seine Markenstrategie und durch die kontinuierliche und systematische Umsetzung seiner Wachstumsstrategie seine Marktposition behaupten und den positiven Umsatztrend vergangener Jahre im Geschäftsjahr 2008 fortsetzen.

INTERNES STEUERUNGSSYSTEM

Der Anspruch, den nachhaltigen Erfolg des HUGO BOSS Konzerns langfristig zu sichern und weiter auszubauen, wird durch das interne Steuerungssystem aktiv unterstützt. Zu den wichtigsten Elementen des internen Steuerungssystems zählen das SAP-basierte konzernweite Berichtswesen, die Konzernplanung und das Investitionscontrolling.

Das interne Steuerungssystem unterstützt den nachhaltigen Erfolg von HUGO BOSS. ←

Das **konzernweite Berichtswesen** umfasst die Abschlüsse der Tochtergesellschaften, individuelle Berichte, die die Geschäftsfelder der Tochtergesellschaften abbilden, sowie standardisierte Kennzahlenberichte. Die Tochtergesellschaften erstellen monatlich IFRS-Abschlüsse, die konsolidiert in das Management Reporting und in die veröffentlichten Finanzberichte des Konzerns einfließen. Darüber hinaus werden den Entscheidungsträgern von HUGO BOSS Berichte zur Verfügung gestellt, anhand derer die Steuerung der Geschäftssegmente, der Tochtergesellschaften und der operativen Prozesse erfolgt.

Die **wichtigsten Steuerungsgrößen**, die kontinuierlich überwacht werden und die die Grundlage für die variable Vergütung der Führungskräfte bilden, sind:

- **die Umsatzerlöse**
- **das EBITDA vor Sondereffekten**
- **das kurzfristige Nettovermögen (Net Working Capital)**

Die **Konzernplanung** ist auf drei Jahre ausgelegt und wird jährlich während des Budgetprozesses überarbeitet. Jede Tochtergesellschaft erstellt für ihren spezifischen Markt einen Dreijahresplan, der vor allem in Bezug auf den Absatzplan und die Rohertragsmarge des Folgejahres auf detaillierter Ebene erfolgt. Der Dreijahresplan zielt für die Vertriebsgesellschaften vor allem auf eine Einschätzung der Umsatz- und Ergebnisgrößen ab, konzentriert sich aber ebenso auf geplante Investitionen und die Steuerung des Forderungs- und Vorratsvermögens. Bei Produktions- und Beschaffungsgesellschaften dient der Dreijahresplan vor allem einer mittelfristigen Kapazitätsplanung. Die Planung der Tochtergesellschaften wird im Laufe des Geschäftsjahres in regelmäßigen Abständen überprüft, indem diese im Rahmen einer Vorschau eine Einschätzung zur aktuellen Geschäftsentwicklung und zum voraussichtlichen Jahresergebnis des aktuellen Geschäftsjahres abgeben. Die Konzernplanung, als konsolidierter Plan der HUGO BOSS Gruppe, basiert auf den

Plänen der Tochtergesellschaften sowie der Einschätzung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen durch den Konzernvorstand.

Im Rahmen des **Investitionscontrollings** werden Investitionsprojekte hinsichtlich ihres Beitrags zur Erreichung der Renditeziele des Konzerns analysiert, gesteuert und nach ihrer Durchführung kontrolliert. Dabei werden ausschließlich Projekte initiiert, die einen positiven Beitrag zur Steigerung des Unternehmenswerts erwarten lassen. Projekte werden folglich nur realisiert, wenn sie eine Rendite erwirtschaften, die oberhalb der Kapitalkosten liegt.

SICHERUNG DER ZIELERREICHUNG

Die **Zielerreichung** wird durch die HUGO BOSS internen Informationssysteme sichergestellt, die Ist- und Planungsdaten enthalten, strategische und operative Elemente zeitnah verknüpfen sowie von einer regelmäßigen, gegebenenfalls maßnahmenorientierten Kommunikation begleitet werden. Dies gewährleistet einen direkten Zugriff auf zum Teil täglich aktualisierte Steuerungsinformationen, die einen hohen Detaillierungsgrad aufweisen und zielgerichtete Auswertungen ermöglichen. Das Controllingssystem des HUGO BOSS Konzerns wird laufend optimiert und an Entwicklungen des Unternehmens sowie an steigende Anforderungen angepasst. Dabei fließen auch unternehmensspezifische Frühindikatoren in die kontinuierliche Überprüfung der Planung ein. Dafür werden unter anderem Informationen aus dem Vorordergeschäft und den Abverkaufsquoten der Kollektionen herangezogen.



Durch das interne Kontrollsystem werden Zielabweichungen frühzeitig erkannt und notwendige Maßnahmen eingeleitet.

Zur Sicherung und zum nachhaltigen Ausbau des Erfolgs von HUGO BOSS werden neben finanziellen auch **nichtfinanzielle Leistungsindikatoren** herangezogen, analysiert und bei Zielabweichungen gegebenenfalls Maßnahmen abgeleitet. Die nichtfinanziellen Leistungsindikatoren sind im Kapitel „Weitere Erfolgsfaktoren“ auf den Seiten 084 ff. aufgeführt.

STRATEGIE

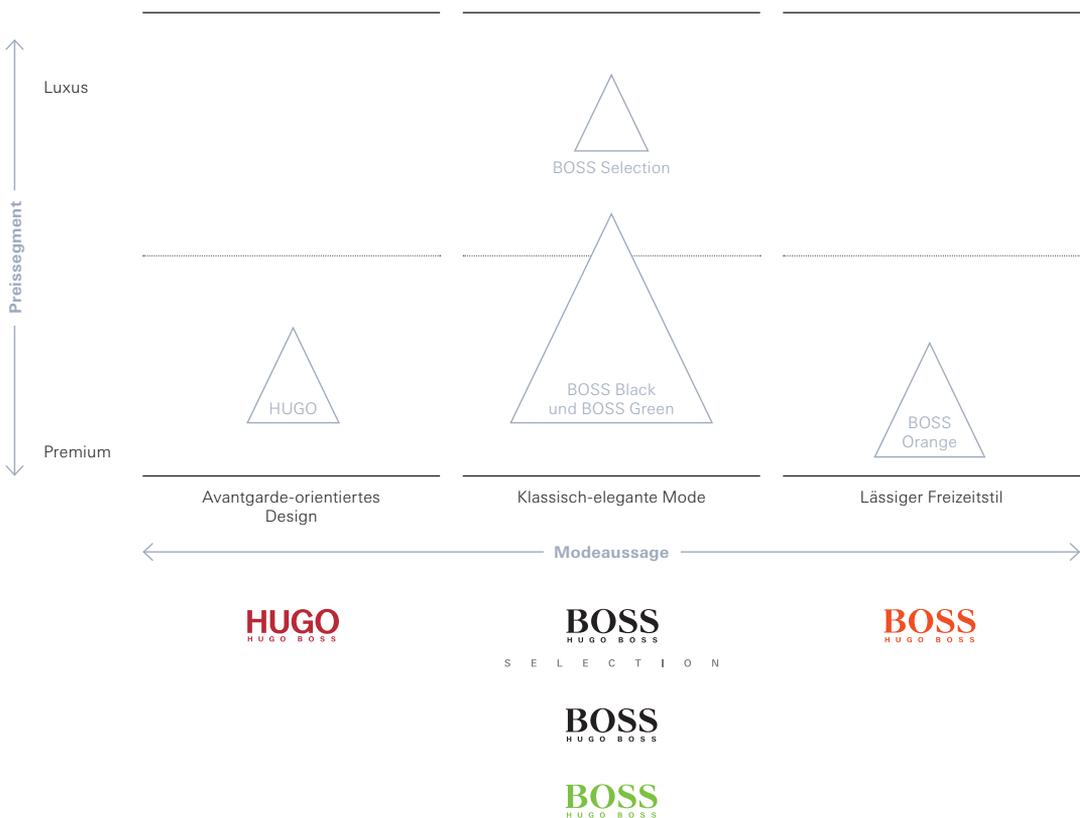
HUGO BOSS ist seit Jahren eines der **weltweit führenden Unternehmen im gehobenen Segment des Bekleidungsmarkts** und hat in den vergangenen Jahren seine Marktpositionierung kontinuierlich stärken können. Dabei hat sich ausgezahlt, dass das Unternehmen konsequent auf eine Strategie des internationalen Wachstums gesetzt hat. In den vergangenen Monaten hat der Vorstand unter dem Vorstandsvorsitzenden Claus-Dietrich Lahrs, der seit August 2008 an der Spitze der HUGO BOSS AG steht, diese Strategie einer genauen Prüfung unterzogen und die bisherige Ausrichtung nunmehr durch neue Akzente fokussiert und forciert.

Die qualitativ hochwertigen Marken und das Markenimage von HUGO BOSS sind das wichtigste Gut des Unternehmens. Um die Stärke der Marken auszubauen, verfolgt der Konzern eine **klar fokussierte Markenphilosophie**. Das Image der Kernmarke BOSS wird heute auf vier eigenständige und unterschiedlich ausgerichtete Linien übertragen, die verschiedene Schwerpunkte abdecken. Die Kollektionen der Linie BOSS Black sind auf elegante Businessmode ausgerichtet,

während BOSS Orange den Bereich der hochmodischen Leisurewear abdeckt. Eine modische Golf-Kollektion wird unter dem Label BOSS Green angeboten. Besonders hohe Ansprüche an Materialien, Verarbeitung und Exklusivität werden mit der luxuriösen Konfektion von BOSS Selection erfüllt. Daneben setzt die Marke HUGO progressive und avantgardistische Modeakzente. In diesem breit angelegten und gut strukturierten Markenportfolio kann HUGO BOSS unterschiedlichen Zielgruppen zu jedem Anlass das passende Outfit anbieten.

Auf Basis dieser Markenphilosophie und der hohen Qualitätsstandards wird HUGO BOSS zukünftig den **Auftritt der Markenfamilie weiter optimieren**. In den kommenden Jahren soll das individuelle Image dieser Linien noch deutlicher herausgestellt werden, um damit die einzelnen Zielgruppen für die jeweilige Marke und Linie noch passgenauer anzusprechen. BOSS Selection kommt dabei eine Schlüsselrolle zu. Dank der herausragenden Qualität dieser Linie wird sich der HUGO BOSS Konzern künftig am internationalen Luxussegment orientieren. Eine Neuausrichtung der Linie BOSS Orange wird eine klarere Marktpositionierung und zielgruppengerechtere Markenaussage für diese Kollektionen ermöglichen.

NEUE MARKENPOSITIONIERUNG



Um zusätzliche Wachstumschancen zu nutzen, wird HUGO BOSS seinen Aktionsradius auch außerhalb Europas deutlich erweitern. Dabei wird die **Unternehmensstrategie konsequent auf die erfolgreichsten Wachstumsmärkte und Regionen ausgerichtet**. Eine langfristig positive Entwicklung auf den internationalen Märkten und dabei insbesondere in den dynamischen Regio-

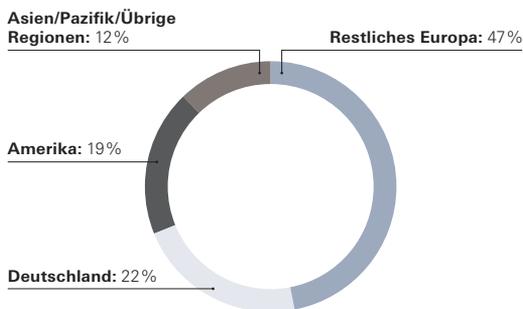
nen Asien, Osteuropa und Nordamerika mit einem kontinuierlichen Ausbau des Anteils dieser Regionen am Gesamtumsatz bleibt das erklärte Ziel für die nächsten Jahre. Es ist allerdings wichtig, dass das internationale Wachstum und der Ausbau der Präsenz auf den bestehenden Absatzmärkten weiterhin Hand in Hand gehen. Ziel dieser Strategie ist es, bestehende Marktanteile zu sichern und die Marktpositionen mit einem regional stärker diversifizierten Portfolio weiter auszubauen.

Insbesondere in den Schwellenländern Asiens und Osteuropas wird dementsprechend die Zahl der Verkaufsstellen in der Zukunft deutlich erhöht werden. Dabei gilt nach wie vor in erster Linie **China als wichtiger Zukunftsmarkt** mit erheblichen Wachstumschancen.

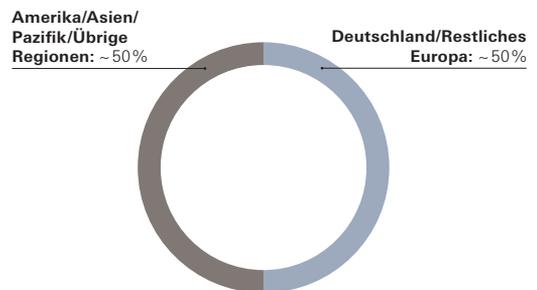
→ **Mittelfristig soll der außereuropäische Umsatzanteil auf 50% am Gesamtumsatz steigen.**

Im vergangenen Geschäftsjahr lag der Umsatz außerhalb Europas bereits bei über 30%. In den kommenden Jahren strebt HUGO BOSS ein ausgeglicheneres Verhältnis der Umsatzverteilung an.

UMSATZVERTEILUNG 2008¹



MITTELFRISTIGES ZIEL



¹ Ohne Lizenzen.

Daneben erschließt sich ein beachtlicher Teil des Wachstumspotenzials der Marken von HUGO BOSS aus einem exklusiven Verkaufs- und Vertriebsnetz. Eine Stärke des Unternehmens ist die hohe Anzahl von über 1.300 HUGO BOSS Monobrand Stores weltweit – also Verkaufsflächen, auf denen ausschließlich HUGO BOSS Kollektionen angeboten werden – und die in Eigenregie oder von Franchisenehmern betrieben werden. HUGO BOSS will diesen Vorteil auch in Zukunft weiter sichern und investiert in den **Ausbau des Umsatzes über eigene Einzelhandelsgeschäfte**. Deren Anteil am Konzernumsatz nahm in den vergangenen Jahren stark zu und lag zum Ende des Geschäftsjahres 2008 bei 16%. Der Vertrieb über eigene Geschäfte ermöglicht, die Produkte in einem höchst exklusiven Umfeld zu präsentieren und zusätzlich ein unmittelbares Kundenfeedback zu den laufenden Kollektionen zu erhalten. Diese Rückmeldungen aus den einzelnen Geschäften fließen in die Entwicklung zukünftiger Produkte ein. Weiterer Vorteil dieser Verkaufsform ist, dass die HUGO BOSS Marken weltweit gezielt etabliert und präsentiert werden können und damit die regionale Expansion unterstützt wird.

Mit diesen Anstrengungen gilt es, schon heute den Grundstein für das Wachstum von morgen zu legen.

WELTWEITE MARKTPRÄSENZ



POS: Points of Sale // Verkaufspunkte.

DOS: Directly Operated Stores // eigene Einzelhandelsgeschäfte.



INNOVATION, FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die Weiterentwicklung der hochwertigen Produkte von HUGO BOSS basiert auf den Erfahrungen und Kenntnissen aller Mitarbeiter insbesondere der in mehreren Kompetenzzentren tätigen Spezialisten. Neben der Kreativabteilung als eigentlicher Innovator und Entstehungsort neuer Kollektionen und Trends werden Innovationen rund um die Entstehung der HUGO BOSS Produkte in den Bereichen der technischen Entwicklung, dem Operation Technical Development (OTD) und dem Technology&Service Center (TSC) erbracht.

→ Die Entwicklung neuer Kollektionen erfolgt in der Kreativabteilung, Innovationen rund um die technische Umsetzung werden in den Operation Technical Development Abteilungen und dem Technology&Service Center generiert.

Das Technology&Service Center in Metzingen dient dabei vor allem der Produktentwicklung des Kernbereichs der klassischen Damen- und Herrenkonfektion. Demgegenüber sind in den Kompetenzzentren in Coldrerio (Schweiz) die Entwicklungsabteilungen für weitere textile Produktgruppen wie Hemden, Krawatten, Strickware, Bodywear&Socks und in Morovalle und Scandicci (Italien) für Schuhe und Lederaccessoires angesiedelt. An den Entwicklungsstandorten entstehen die Prototypen neuer Modekollektionen, die zuvor in der Modellabteilung umgesetzt sowie durch die Abteilung OTD technisch entwickelt wurden. Gleichzeitig werden dort Versuchsteile und Muster gefertigt, Stoffe auf ihre Tauglichkeit und Qualität hin geprüft und auf diesem Wege sämtliche für eine mögliche spätere Serienfertigung nötigen Daten gewonnen. HUGO BOSS achtet dabei, angefangen vom Technologieeinsatz über Arbeitsabläufe, Arbeitsinhalte, Herstellungskosten bis hin zu den Ausgangsmaterialien, auf hohe Qualitätsstandards und ausgezeichnete Produktionsergebnisse. In Zusammenarbeit mit seinen Zulieferern und Technologiepartnern entwickelt das Unternehmen dabei auch die nötigen Herstellungstechniken und fördert Innovationen bei den Stoffqualitäten. Diese intensive Produktentwicklung gewährleistet nicht nur den späteren störungsfreien Fertigungsprozess in den Produktionsstätten, sondern sichert HUGO BOSS auch seinen Wettbewerbsvorsprung im Bereich der Herstellungstechnik und Qualität.

→ Stetige Investitionen in Forschung und Entwicklung haben HUGO BOSS innerhalb der Modebranche zum Vorreiter bei Produktionstechnologien gemacht.

Die Mitarbeiter decken sämtliche relevanten Produktionsschritte ab, einschließlich Zuschnitt, Näherei oder Bügelei. HUGO BOSS achtet darauf, dass diese Mitarbeiter möglichst viele Arbeitsschritte kennen und damit den Fertigungsprozess im Ganzen verstehen. Darüber hinaus investiert das Unternehmen kontinuierlich in die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter, zeigt berufliche Perspektiven auf und sichert dadurch das Wissen und die Erfahrung dieser Spezialisten für HUGO BOSS.

Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung zur Kollektionserstellung in den Kreativabteilungen beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 49 Mio. EUR (2007: 40 Mio. EUR).

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die strategische Aufstellung sowie die Führung des Konzerns bilden eine gute Grundlage für weiteres profitables Wachstum. Entscheidend hierfür sind jedoch für HUGO BOSS als internationalem Modekonzern auch die Konjunktorentwicklung sowie die branchenspezifischen Perspektiven.

ENTWICKLUNG DER GESAMTWIRTSCHAFT

Die Wachstumsaussichten für die Entwicklung der Weltwirtschaft haben sich, bedingt durch die von der US-Immobilienkrise ausgehenden Verunsicherungen an den Finanzmärkten, deutlich verschlechtert. Darüber hinaus haben die insbesondere im ersten Halbjahr stark gestiegenen Preise auf den internationalen Energie-, Rohstoff- und Agrarmärkten negative Einflüsse auf die Weltkonjunktur gehabt. Die Zuspitzung des allgemeinen Abwärtstrends auf den internationalen Kapitalmärkten und die nach wie vor schwer kalkulierbaren Auswirkungen auf die Realwirtschaft haben die wichtigsten Wirtschaftsforschungsinstitute im abgelaufenen Geschäftsjahr immer wieder zu Anpassungen ihrer Prognosen veranlasst. So prognostizierte der Internationale Währungsfonds (IWF) für das Gesamtjahr 2008 in seinem jüngsten World Economic Outlook von Januar 2009 ein Weltwirtschaftswachstum von 3,4%, während es in seiner Studie vom Jahresanfang 2008 noch 4,1% waren.

Insbesondere in den **Industrielländern** war ein deutlicher konjunktureller Abschwung zu beobachten. Mehrere Industrieländer, so das Ergebnis des Januargutachtens, seien auf dem Weg in die Rezession, andere stünden kurz davor. Geringe Zuwächse im privaten Konsum, rückläufige Investitionen und die angespannte Lage im Immobiliensektor schwächten das **Wirtschaftswachstum in den USA** deutlich ab. Der IWF stellte für das Jahr 2008 nur noch ein Wachstum der US-Wirtschaft von 1,1% fest. Um den Belastungen aus der Kreditkrise entgegenzusteuern, haben die USA bereits mit deutlichen geldpolitischen Maßnahmen reagiert und den Leitzins im Laufe des Jahres mehrmals auf nun zwischen 0,00% und 0,25% gesenkt. Auch wurden bereits umfassende Konjunkturprogramme zur Stabilisierung der Wirtschaft geplant. Gleichzeitig reduzierte der IWF auch seine **Wachstumsprognosen für Westeuropa** drastisch. Während der Euroraum und Deutschland noch bis Mitte des Jahres vergleichsweise gute Werte erreichten, hat sich im Laufe des zweiten Halbjahres auch hier die Lage spürbar verschlechtert. So erreichte das Wachstum im Euroraum lediglich 1,0%. In Deutschland entwickelte sich das Bruttoinlandsprodukt im Berichtsjahr mit einem Wert von 1,3% etwas besser. Für das Jahr 2009 wird für den Euroraum sogar ein Rückgang des Bruttoinlandsprodukts vorausgesagt.

Nach wie vor robust präsentierten sich demgegenüber im abgelaufenen Geschäftsjahr die **Schwellenländer Südasiens und Osteuropas und der Mittlere Osten**. An den expandierenden Volkswirtschaften in Ost- und Südostasien sowie in Osteuropa ging im Jahr 2008 die globale Finanzkrise zwar nicht spurlos vorbei, jedoch wurde die Wirtschaft in diesen Ländern von einer dynamischen Investitionsentwicklung sowie einem nachhaltigen Wachstum der Binnennachfrage gestützt. So zeigten sich nach Angaben der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) China mit einem Wirtschaftswachstum von 9,0% und Indien mit einem Plus von 7,3% solide. Die zentral- und osteuropäischen Staaten blieben mit einem Anstieg um 3,2% auf Wachstumskurs, wobei sich auch hier das Tempo verminderte.

BRANCHENENTWICKLUNG

Entscheidend für das operative Geschäft von HUGO BOSS ist nicht zuletzt die Entwicklung auf dem weltweiten Bekleidungs-, Accessoire- und Luxusgütermarkt. Die Auswirkungen der sich verschärfenden Kreditkrise auf die Luxusgüterbezogene Realwirtschaft waren in dem vergangenen turbulenten Jahr nur schwer abschätzbar und auch die Prognose für das Jahr 2009 bleibt schwierig. So hat die sich abzeichnende Rezession zu einer nachhaltigen Verunsicherung der Konsumenten geführt. Im Bereich der hochwertigen Konsumgüter stellt sich eine regional differenzierte Entwicklung dar.

Der weltweite Luxusmarkt ist nach Schätzungen von Unternehmensberatungen im Jahresverlauf 2008 noch um 3% gewachsen, wobei das Wachstum ab dem zweiten Quartal deutlich an Fahrt verloren hat. Getrieben wurde diese Entwicklung wie in den Vorjahren von den stark steigenden verfügbaren Einkommen und dem hohen konsumtiven Nachholbedarf der **Schwellenländer Asiens und Osteuropas sowie des Mittleren Ostens**. Diese Länder werden wegen des wachsenden Wohlstands die Nachfrage nach Konsumgütern im Premiumbereich mit großer Wahrscheinlichkeit weiter steigern und damit auch für zunehmende Umsätze in der Luxusgüterindustrie sorgen. So gehen Expertenschätzungen für den asiatisch-pazifischen Modemarkt von einem Wachstum im Jahr 2008 in Höhe von 15% aus. Dabei erwies sich China erneut als treibende Kraft dieser Entwicklung – nicht zuletzt auch dank des dort nur langsam zunehmenden Angebots einheimischer Luxusartikel.

Für **Europa** ließ sich dagegen im vergangenen Jahr kein einheitlicher Trend ausmachen. Während sich der gesamteuropäische Modemarkt auf einem gegenüber dem Vorjahr stabilen Niveau bewegte und mit rund 5% wuchs, sind regional deutliche Unterschiede zu verzeichnen. Die Modeindustrie in den traditionellen europäischen Wirtschaftsregionen war in der ersten Jahreshälfte von dem deutlich nachlassenden Tourismus aus den USA und aus Japan aufgrund der starken Aufwertung des Euro negativ beeinflusst. Der private Konsum ging ebenfalls spürbar zurück. So haben sich beispielsweise die deutschen Konsumenten 2008 trotz positiver Entwicklung am deutschen Arbeitsmarkt und einer Zunahme der verfügbaren Einkommen zurückgehalten und vielmehr die Sparquote nach Angaben des Statistischen Bundesamts im ersten Halbjahr auf 11,3% (2007: 10,9%) des verfügbaren Einkommens gesteigert. In Europa zeigte sich lediglich in Osteuropa und dabei insbesondere in Russland die Entwicklung der Nachfrage dynamisch. Jedoch dämpften auch hier die turbulenten Ereignisse an den Finanzmärkten und der gesunkene Ölpreis in der zweiten Jahreshälfte das Wachstum deutlich.

Für die **USA** gingen die Schätzungen hingegen davon aus, dass auf Gesamtjahressicht 2008 ein Nullwachstum des dortigen Luxusgütermarktes zu verzeichnen war. Der Verkauf von Luxusgütern war in den USA in der ersten Jahreshälfte noch vom zunehmenden Tourismus vor allem aus Osteuropa und Asien sowie teilweise auch aus dem Euroraum positiv beeinflusst. Dieser Effekt ging aber mit der sich verschärfenden internationalen Finanzkrise und deren Auswirkungen auf die Realwirtschaft zurück. Darüber hinaus nahm der private Konsum der Amerikaner im Jahresverlauf merklich ab.

In **Japan** ist der private Konsum im Jahresverlauf 2008 in eine tiefe Krise geraten und der Markt für Luxusgüter schrumpfte nach Schätzungen um 7%.

ERTRAGSLAGE IM GESCHÄFTSJAHR 2008

GESAMTAUSSAGE ZUR UMSATZENTWICKLUNG

Das gebremste Weltwirtschaftswachstum und die unbefriedigende Branchenentwicklung wirkten sich auf die Geschäftstätigkeit von HUGO BOSS als internationalem Modekonzern negativ aus. Aber trotz des schwieriger gewordenen Marktumfelds konnte sich HUGO BOSS im abgelaufenen Geschäftsjahr gut behaupten. Die qualitativ hochwertigen Marken von HUGO BOSS und das exklusive Verkaufs- und Vertriebsumfeld waren die Basis für ein erfolgreiches Geschäftsjahr. Insbesondere die weitergehende regionale Diversifizierung und die Fokussierung auf die Wachstumsmärkte sind die Basis für eine langfristig positive Entwicklung.

UMSATZENTWICKLUNG

Im Geschäftsjahr 2008 steigerte HUGO BOSS den **Konzernumsatz in lokalen Währungen** (währungsbereinigt) um 6%. Damit lag die Umsatzentwicklung im Rahmen der Erwartungen.

Obwohl seit Spätsommer des abgelaufenen Geschäftsjahres ein zunehmender Abwärtsdruck auf der europäischen Einheitswährung lastete, verzeichnete HUGO BOSS im Gesamtjahr insgesamt einen negativen Währungseffekt. Dabei wirkten sich insbesondere das Euro-Verhältnis zum US-Dollar sowie zum Britischen Pfund und zum Hongkong-Dollar negativ auf den Umsatzausweis in Berichtswährung aus. Aufgrund dieser für den Euro nachteiligen Wechselkurseffekte legte der Umsatz in Konzernwährung lediglich um 3% auf 1.686 Mio. EUR zu (2007: 1.632 Mio. EUR).

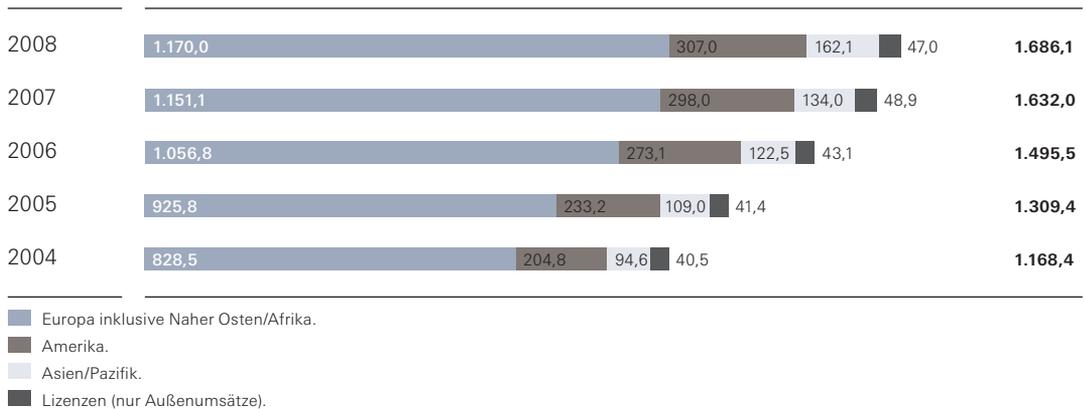
Diese insgesamt positive Umsatzentwicklung von HUGO BOSS im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde von mehreren Faktoren getragen. So konnte das Unternehmen in besonderem Maße von der dynamischen und in Bezug auf Luxusmarken anhaltend konsumfreundlichen Grundstimmung in den Wachstumsregionen Asien und Osteuropa profitieren. Ferner haben in anderen, schwierigeren Märkten die Handelspartner angesichts der dortigen Verunsicherung am Modemarkt auf die unverändert hohe Akzeptanz und Attraktivität von HUGO BOSS gesetzt. Schließlich trägt der konzerneigene Einzelhandel mit seiner robusten Entwicklung und einem Umsatzplus von währungsbereinigt 15% im Berichtsjahr zur Gesamtgeschäftsentwicklung bei. Jedoch war in der zweiten Jahreshälfte bei den Einzelhandelsumsätzen eine Abschwächung bemerkbar.

Die positive Umsatzentwicklung im Geschäftsjahr 2008 beruht insbesondere auf dem starken außereuropäischen Wachstum, auf der hohen Attraktivität der Marken BOSS und HUGO sowie auf dem Umsatzplus im eigenen Einzelhandel. ←

Da HUGO BOSS seine externe Segmentberichterstattung an die im Jahr 2008 neu ausgerichtete interne Organisationsstruktur angepasst hat, erfolgt die Segmentierung abweichend zur bisherigen Darstellung erstmalig nach den Segmenten Europa, Amerika, Asien/Pazifik und Lizenzen. Weitere Informationen zu der Umsatzentwicklung bezogen auf die wichtigsten Absatzmärkte und -regionen sind dem Kapitel „Segmentberichterstattung“ zu entnehmen.

Im Mehrjahresvergleich zeigt sich die Umsatzentwicklung der Segmente wie folgt:

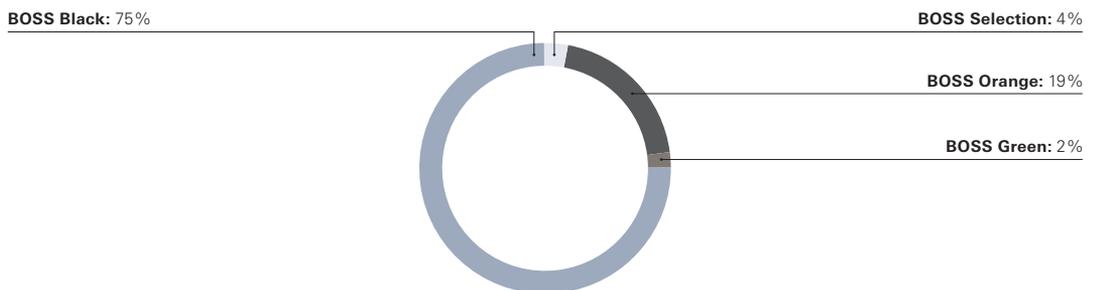
UMSATZENTWICKLUNG



Die **Umsatzentwicklung der beiden Marken BOSS und HUGO** war im abgelaufenen Geschäftsjahr positiv.

Im Geschäftsjahr 2008 konnte der Umsatz der **Kernmarke BOSS** währungsbereinigt um 5% und um 3% in Berichtswährung auf 1.527 Mio. EUR gesteigert werden (2007: 1.485 Mio. EUR). Von den einzelnen Linien entwickelte sich BOSS Selection besonders dynamisch. Zudem wurde die Linie BOSS Green nach einer Neuausrichtung der Kollektionsaussage sehr gut im Markt angenommen und verzeichnete erfreuliche Wachstumsraten.

UMSATZANTEILE DER LINIEN DER MARKE BOSS

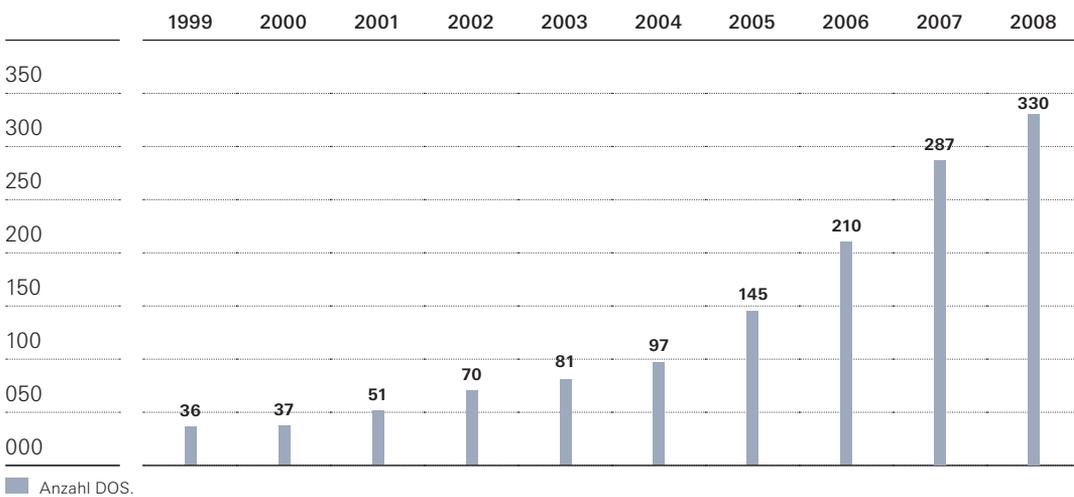


Die **Trendmarke HUGO**, die seit dem Jahr 2007 von dem belgischen Designer Bruno Pieters als Art Director verantwortet wird, erzielte im Geschäftsjahr 2008 einen Umsatzanstieg von währungsbereinigt 11% und knapp 10% in Euro auf 158 Mio. EUR (2007: 144 Mio. EUR). Dies bestätigt die zielgruppengerechte Neuausrichtung der Marke unter der Verantwortung des neuen Designteams.

Im Geschäftsjahr 2008 konnten **die Damenkollektionen und die Produktbereiche Schuhe und Lederaccessoires** erfolgreich ausgebaut werden. Der Umsatz im Damengeschäft stieg währungsbereinigt um 5%, der Produktbereich Schuhe und Lederaccessoires legte um 15% in lokalen Währungen zu. Dieser Umsatzzuwachs verdeutlicht erneut die Bedeutung dieser Produktgruppen.

HUGO BOSS hat den **Umsatz über konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte (DOS)**, auch durch Flächenausweitung, im abgelaufenen Geschäftsjahr weiter steigern können. Insgesamt wurde die weltweite Präsenz um netto 43 neue eigene Geschäfte auf nunmehr 330 ausgebaut. Wie schon im Vorjahr wurde wesentlich in Shop-in-Shop Konzepte investiert. Die Anzahl der bestehenden Shop-in-Shop Einheiten wurde im Jahr 2008 um weitere 24 auf nunmehr 214 erhöht. Die Zahl der freistehenden eigenen Geschäfte stieg um 19 auf 116 an. Dabei konnte der Konzern unter anderem attraktive Standorte in der Region Asien/Pazifik wie in China, Hongkong und Australien besetzen. Auf dem amerikanischen Kontinent wurde das Einzelhandelsnetzwerk ebenfalls weiter gestärkt. So wurden insbesondere weitere Geschäfte in Lateinamerika eröffnet.

ANZAHL KONZERNEIGENER EINZELHANDELSGESCHÄFTE



Insgesamt stiegen die **Umsätze im eigenen Einzelhandel** im Geschäftsjahr 2008 um 12% auf 269 Mio. EUR (2007: 239 Mio. EUR). Damit lag der Anteil des Vertriebs über Directly Operated Stores (DOS) am Gesamtumsatz bei rund 16% (2007: 15%).

Unter Berücksichtigung der mehr als 1.000 Franchise Shops und Stores verfügt der HUGO BOSS Konzern damit über insgesamt circa 1.300 Monobrand Stores und Shops in 80 Ländern.

Der **Markenumsatz**, der mit HUGO BOSS Produkten weltweit erzielt wurde, lag im Berichtsjahr 2008 bei 2.158 Mio. EUR und damit auf Vorjahresniveau. Dieser Wert ergibt sich aus dem Konzernumsatz abzüglich der Lizenzerträge und zuzüglich der Umsätze der HUGO BOSS Lizenznehmer.

AUFTRAGSLAGE DES ORDERGESCHÄFTS

Das Geschäftssystem von HUGO BOSS ist in den vergangenen Jahren zunehmend komplexer geworden. An die Stelle des früher dominierenden Ordergeschäfts treten mehr und mehr Umsatzanteile, die entweder durch die unternehmenseigenen Shops oder durch Lagergeschäfte erzielt werden.

Während ursprünglich pro Geschäftsjahr zwei Kollektionen, eine im Zeitraum Frühjahr/Sommer sowie eine weitere im Herbst/Winter, präsentiert wurden, bietet HUGO BOSS seinen Kunden inzwischen viermal im Jahr aktuelle Modekollektionen an. Gleichzeitig ist auch die Zahl monatli-

cher themenorientierter Lieferungen gestiegen. Der Anteil des Ordergeschäfts, also des Verkaufs von im Vorfeld bestellter Ware an Handelspartner, ist dabei im abgelaufenen Geschäftsjahr auf einen Umsatzanteil von 60% zurückgegangen. Demgegenüber kann vor allem trendunabhängige Ware von HUGO BOSS heute für die Kunden flexibel aus dem Lagergeschäft ausgeliefert werden. Um angesichts dieser veränderten Verkaufssituation auch weiterhin planbare Produktionsbedingungen zu ermöglichen, verlässt sich HUGO BOSS nunmehr nicht nur auf Orderzahlen, sondern bezieht auch Informationen aus den Vertriebsgesellschaften unter Berücksichtigung der tatsächlichen Abverkaufsquoten der Kollektionen in die Mengenplanung ein.

ERGEBNISENTWICKLUNG

Das **Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)** ist von 220 Mio. EUR im Jahr 2007 auf 190 Mio. EUR im Geschäftsjahr 2008 gesunken. Bereinigt um Sondereffekte betrug das EBIT im Geschäftsjahr 2008 226 Mio. EUR. Als Sondereffekte definiert HUGO BOSS im Wesentlichen Aufwendungen aus den Veränderungen im Vorstand sowie einmalige Beratungsaufwendungen im Zusammenhang mit der neuen mittelfristigen strategischen Ausrichtung des Konzerns durch den neuen Vorstand. Weitere Sondereffekte ergaben sich aus der strategischen Neuausrichtung der Organisationsstruktur mit einer damit verbundenen Verschlinkung der Personalstruktur.

→ Das EBIT bereinigt um Sondereffekte betrug 226 Mio. EUR.

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in Mio. EUR	2008	2007	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.686,1	1.632,0	3
Materialaufwand inkl. Bestandsveränderungen	-675,5	-685,6	1
Rohertrag	1.010,6	946,4	7
in % vom Umsatz	59,9	58,0	
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	-406,0	-359,0	-13
Personalaufwand	-353,5	-299,7	-18
Abschreibungen ¹	-61,0	-67,4	10
EBIT	190,1	220,3	-14
Nettofinanzergebnis	-41,7	-7,9	< -100
Ergebnis vor Ertragsteuern	148,4	212,4	-30
Ertragsteuern	-36,4	-58,3	38
Konzernergebnis			
absolut	112,0	154,1	-27
je Aktie (EUR)²			
Stammaktie	1,62	2,22	-27
Vorzugsaktie	1,63	2,24	-27

¹ Einschließlich Wertberichtigungen auf Sachanlagevermögen.

² Keine Verwässerung: Aktienoptionsprogramm, basierend auf Stock Appreciation Rights.

Der **Konzernumsatz** stieg im Geschäftsjahr 2008 währungsbereinigt um 6% und um 3% in Konzernwährung auf 1.686 Mio. EUR (2007: 1.632 Mio. EUR).

Der **Rohertrag** konnte um 7% auf 1.011 Mio. EUR (2007: 946 Mio. EUR) verbessert werden und entwickelte sich damit erneut überproportional zum Umsatz. Die **Rohertragsmarge** stieg um 1,9 Prozentpunkte auf 59,9% (2007: 58,0%). Vernichtungen von Outletbeständen wirkten sich negativ auf den Rohertrag aus. Dieser Effekt wurde jedoch kompensiert durch eine weitere Optimierung der weltweiten Warenproduktion und -beschaffung. Daneben trug auch der weiterhin steigende Anteil des Umsatzes über die konzerneigenen Einzelhandelsgeschäfte zur Margenverbesserung bei. Schließlich schlug sich in geringem Umfang die Abschwächung des US-Dollars bei eingekauften oder hergestellten Waren aus Asien positiv in der Rohertragsmarge nieder.

Der **Saldo der sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge** lag im abgelaufenen Geschäftsjahr mit –406 Mio. EUR rund 13% unter dem Wert des vergleichbaren Vorjahreszeitraums (2007: –359 Mio. EUR). Neben einem positiven Einmalertrag im Vorjahr aufgrund der vorzeitigen Auflösung des Mietvertrages des 5th Avenue Stores in New York und der Ausweitung des allgemeinen Geschäftsvolumens begründet sich der Anstieg im Ausbau der weltweiten Präsenz mit eigenen Geschäften. Im Jahr 2008 wurden 54 neue Standorte eröffnet. Bereinigt um Schließungen stieg die Zahl der konzerneigenen Geschäfte um netto 43 auf 330. Durch das gestiegene Geschäftsvolumen und insbesondere durch den Ausbau des eigenen Einzelhandels erhöhten sich auch die Aufwendungen für die Lagerhaltung. Der Anteil der Marketingaufwendungen am Umsatz war leicht rückläufig und betrug zum Jahresende 7%. Der prozentuale Anteil der Aufwendungen für die Kollektionserstellung in den Kreativabteilungen erhöhte sich demgegenüber leicht im Vergleich zum Vorjahr. Ein geringer Effekt ergab sich schließlich aus der Änderung der Abrechnungssystematik der zu leistenden Konzessionsabgaben in Japan.

Der **Personalaufwand** erhöhte sich im Jahr 2008 um 18% auf 354 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr (2007: 300 Mio. EUR). Ursächlich hierfür war der im abgelaufenen Geschäftsjahr fortgesetzte Mitarbeiteranstieg um 5% und Tarifierpassungen. Zusätzlich belasteten Sonderaufwendungen aus der Veränderung im Vorstand sowie die Neuorganisation der Konzernstruktur den Personalaufwand mit rund 28 Mio. EUR.

Wertminderungen im Zusammenhang mit der Verlagerung des 5th Avenue Stores in New York und verkürzte Abschreibungsdauern aufgrund von vorgezogenen Renovierungen im Vorjahr führten dazu, dass die **Abschreibungen** im Geschäftsjahr 2008 mit 61 Mio. EUR um gut 10% unter dem Wert des Vorjahres lagen (2007: 67 Mio. EUR). Bereinigt um diesen Vorjahreseffekt, erhöhten sich die Abschreibungen aufgrund der in den Vorperioden getätigten Investitionen in das weltweite Netzwerk aus eigenen Einzelhandelsgeschäften und Showrooms sowie in Betriebs- und Geschäftsausstattungen.

Das **Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)** lag aufgrund von Sondereffekten mit 190 Mio. EUR (2007: 220 Mio. EUR) 14% unter dem Vorjahr. Wesentliche Sondereffekte von rund 28 Mio. EUR ergaben sich aus den Veränderungen im Vorstand sowie aus der strategischen Neuausrichtung der Organisationsstruktur, die insbesondere bei Gesellschaften in Deutschland und in der Schweiz anfielen. Insgesamt beliefen sich die Sonderposten auf 36 Mio. EUR. Das um Sondereffekte bereinigte EBIT betrug 226 Mio. EUR.

in Mio. EUR	2008
EBIT	190
Sondereffekte	36
EBIT vor Sondereffekten	226

Das **Nettofinanzergebnis** wies zum Jahresende einen Wert von –42 Mio. EUR (2007: –8 Mio. EUR) aus. Ursächlich für den Anstieg der Zinsaufwendungen war die höhere Nettofinanzverschuldung durch die Auszahlung der Sonderdividende im Mai 2008. Daneben führte der Anstieg des allgemeinen Zinsniveaus teilweise zu höheren Finanzierungsaufwendungen. Schließlich belastete die Abwertung von Absicherungsinstrumenten für das Stock Appreciation Rights Program mit 6 Mio. EUR das Finanzergebnis.

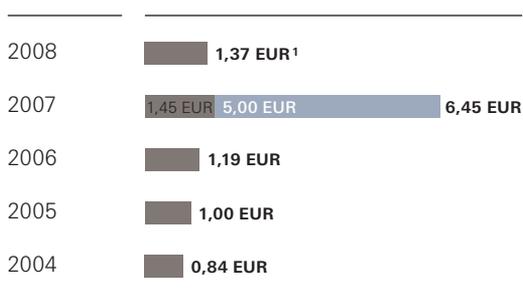
Das **Ergebnis vor Steuern** verringerte sich somit auf 148 Mio. EUR (2007: 212 Mio. EUR). Die Steuerquote lag mit 25% unter dem Vorjahr (2007: 27%). Dabei wirkte sich die Senkung des Körperschaftsteuersatzes in Deutschland positiv auf den Konzernsteuersatz aus.

Das **Konzernergebnis** lag im abgelaufenen Geschäftsjahr bedingt durch die erwähnten Sondereffekte mit 112 Mio. EUR (2007: 154 Mio. EUR) um rund 27% unter dem Vorjahr. Das **Ergebnis je Stammaktie** reduzierte sich entsprechend im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 2,22 EUR auf 1,62 EUR und das **Ergebnis je Vorzugsaktie** von 2,24 EUR auf 1,63 EUR.

DIVIDENDE UND ERGEBNISVERWENDUNG

Das Geschäftsjahr der HUGO BOSS AG schloss mit einem Jahresüberschuss von 319 Mio. EUR ab (2007: 44 Mio. EUR). Der Bilanzgewinn betrug nach Einstellung in die Gewinnrücklagen 190 Mio. EUR. Vor dem Hintergrund einer **ertragsorientierten Ausschüttungspolitik** werden Aufsichtsrat und Vorstand der Hauptversammlung vorschlagen, **eine Dividende von 1,37 EUR je Stammaktie und 1,38 EUR je Vorzugsaktie** für das Geschäftsjahr 2008 auszuschütten. Dies entspricht einem Betrag von 95 Mio. EUR (2007: 445 Mio. EUR). Des Weiteren wird der Hauptversammlung vorgeschlagen, einen Betrag von 93 Mio. EUR in andere Gewinnrücklagen einzustellen sowie den verbleibenden Betrag von 2 Mio. EUR auf neue Rechnung vorzutragen.

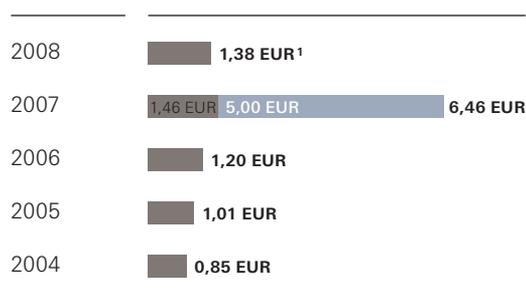
DIVIDENDE JE STAMMAKTIE



■ Gewöhnliche Dividende.
■ Sonderdividende.

¹ 2008: Dividendenvorschlag.

DIVIDENDE JE VORZUGSAKTIE



■ Gewöhnliche Dividende.
■ Sonderdividende.

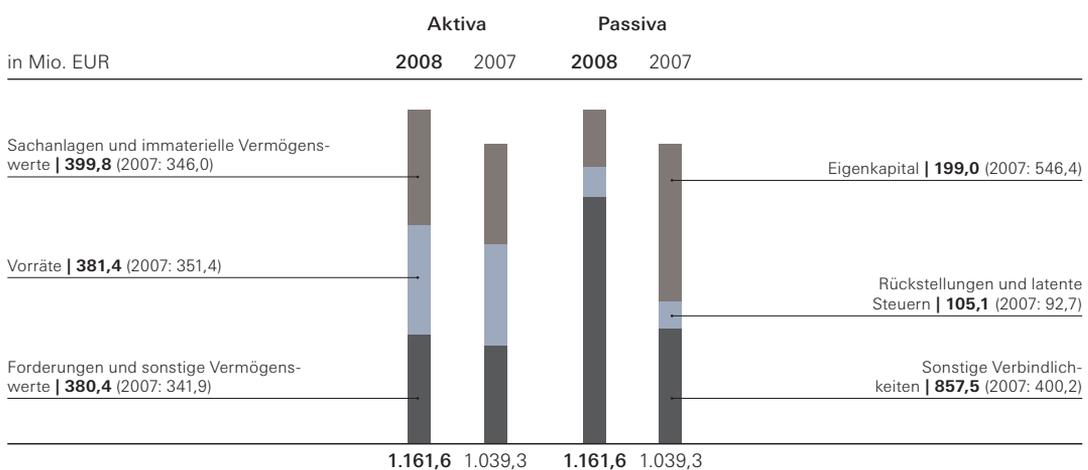
¹ 2008: Dividendenvorschlag.

VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

BILANZSTRUKTUR UND BILANZKENNZAHLEN

Die **Bilanzsumme** erhöhte sich zum Ende des Jahres 2008 um 12% auf 1.162 Mio. EUR (31. Dezember 2007: 1.039 Mio. EUR). Die Eigenkapitalquote ist im Vorjahresvergleich von 53% auf 17% gesunken.

BILANZSTRUKTUR



Der **Anteil der langfristigen Aktiva** erhöhte sich leicht von 39% im Vorjahr auf 40% zum 31. Dezember 2008. Der **Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte** verringerte sich demgegenüber geringfügig auf 60% (31. Dezember 2007: 61%).

Die **Passivseite spiegelt die veränderte Kapitalstruktur wider**. Die Struktur der Finanzverbindlichkeiten hat sich nach Auszahlung der Sonderdividende und der Aufnahme entsprechender Kredite im Mai des abgelaufenen Geschäftsjahres gegenüber dem Vorjahr deutlich verändert. HUGO BOSS hat nach Ausschüttung der Sonderdividende eine Konsortialkreditlinie in Höhe von 750 Mio. EUR vereinbart, die sich aus einer festen und einer revolving Kreditlinie zusammensetzt. Der Kreditvertrag hat eine Laufzeit von fünf Jahren und wurde zu guten Finanzierungsbedingungen abgeschlossen. Die Nettofinanzposition erhöhte sich daher gegenüber dem Jahresende von 174 Mio. EUR 2007 auf 583 Mio. EUR, wogegen das Eigenkapital nach Ausschüttung der Dividende zurückging.

VERMÖGENSLAGE

Das **kurzfristige Nettovermögen (Net Working Capital)** blieb im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändert bei 396 Mio. EUR (31. Dezember 2007: 397 Mio. EUR).

FINANZBEDARFSRECHNUNG

in Mio. EUR	2008	2007	Veränderung in %
Forderungen, sonstige Vermögenswerte ¹	296,4	262,9	13
Vorräte	381,4	351,4	9
Waren- und sonstige Verbindlichkeiten ¹	-222,9	-173,8	-28
Kurzfristige Rückstellungen	-59,3	-43,1	-37
Kurzfristiges Nettovermögen²	395,6	397,4	0
Anlagevermögen	399,8	346,0	16
Sonstige langfristige Vermögenswerte	15,8	20,9	-24
Langfristige Rückstellungen	-27,9	-40,0	30
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	-26,7	-28,2	5
Saldo latente Steuern	25,7	24,0	7
Mittel- und langfristiges Nettovermögen	386,7	322,7	20
Nettovermögen	782,3	720,1	9
Nettofinanzposition ³	583,3	173,7	> 100
Eigenkapital	199,0	546,4	-64
Deckung des Nettovermögens	782,3	720,1	9

¹ Restlaufzeit bis zu 1 Jahr.

² Net Working Capital.

³ Ohne negative Marktwerte aus Finanzinstrumenten.

Die **Forderungen und sonstigen Vermögenswerte** lagen mit 296 Mio. EUR (31. Dezember 2007: 263 Mio. EUR) über dem Vorjahr. Ursächlich hierfür war der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aufgrund eines erhöhten Auslieferungsvolumens zum Ende des Geschäftsjahres sowie ein leicht angepaßtes Zahlungsverhalten einzelner Kunden zum Jahresende.

Zusätzlich stiegen die **Vorräte** im Vergleich zum 31. Dezember 2007 an. Die Position lag mit 382 Mio. EUR (31. Dezember 2007: 351 Mio. EUR) 9% über dem Vorjahreswert. Der fortgesetzte Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels und das allgemein gestiegene Geschäftsvolumen führten zu einem kontrollierten Anstieg der Vorräte. Der im zweiten Quartal auf die Verbesserung der Warenverfügbarkeit gesetzte Fokus und die damit einhergehende Gewährleistung einer hohen Auslieferungsbereitschaft erhöhten diese Position temporär. Da sowohl die Umsätze im Einzelhandelsgeschäft als auch im Lagergeschäft die Erwartungen nicht in vollem Umfang erfüllten, waren im Gesamtjahr 2008 zusätzliche Bestandserhöhungen zu verzeichnen. Im Geschäftsjahr 2009 wird das Bestandsmanagement deutlich in den Fokus gerückt. Ziel ist es, durch zahlreiche Maßnahmen die Bestände zu optimieren und damit die Kapitalbindung zu senken. Für die kommenden Geschäftsjahre erwartet das Management daher eine zur Umsatzentwicklung unterproportionale Entwicklung der Bestände.

Die **kurzfristigen Waren- und sonstigen Verbindlichkeiten** nahmen aufgrund von längeren Zahlungszielen um rund 28% auf 223 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr zu (31. Dezember 2007: 174 Mio. EUR). Die kurzfristigen Rückstellungen erhöhten sich ebenfalls auf 59 Mio. EUR (31. Dezember 2007: 43 Mio. EUR).

Das **mittel- und langfristige Nettovermögen** lag zum Ende des Geschäftsjahres 2008 mit 387 Mio. EUR um 20% über dem Wert des Vorjahres (31. Dezember 2007: 323 Mio. EUR). Die wesentliche Position des mittel- und langfristigen Nettovermögens stellt das Anlagevermögen dar. Dieses erhöhte sich um 16% auf 400 Mio. EUR (31. Dezember 2007: 346 Mio. EUR). Der Anstieg des Anlagevermögens basiert im Wesentlichen auf den Investitionen im Rahmen der Ausweitung der Logistikkapazitäten sowie dem Ausbau des Netzwerks eigener Einzelhandelsstandorte.

FINANZLAGE

Die **Darstellung der Cashflow-Rechnung** erfolgt gemäß IAS 7. Der Stand der Zahlungsmittel hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2007 nur geringfügig verändert.

CASHFLOW

in Mio. EUR	2008	2007
Operativer Cashflow	164,8	109,7
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-116,8	-76,7
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-47,3	-47,0
Veränderung der flüssigen Mittel im Laufe des Geschäftsjahres	0,1	-15,5

Der **operative Cashflow** lag mit 165 Mio. EUR deutlich über dem Vorjahreswert (2007: 110 Mio. EUR). Das Konzernergebnis ging aufgrund der Sonderaufwendungen auf 112 Mio. EUR zurück (2007: 154 Mio. EUR). Die Abschreibungen lagen mit 61 Mio. EUR 10% unter dem Vorjahr, in dem hohe Wertminderungen enthalten waren (2007: 67 Mio. EUR). Die weiteren Veränderungen in dieser Position ergaben sich aus der Erhöhung des kurzfristigen Nettovermögens (Net Working Capital). Dabei wirkte sich der Anstieg der Verbindlichkeiten um 47 Mio. EUR positiv aus. Gegenläufig verminderte der Anstieg der Vorräte um 28 Mio. EUR und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 36 Mio. EUR den Cashflow. Zusätzlich führten Aufwendungen für Sicherungsinstrumente für das Stock Appreciation Rights (SAR) Program zu einem Mittelabfluss von 30 Mio. EUR. Das Absicherungsprogramm ist im Konzernanhang unter „Aktienbasierte Vergütung“ erläutert. Aufgrund der währungsbereinigten Darstellung im Cashflow lassen sich diese Werte nicht aus der Bilanz ableiten.

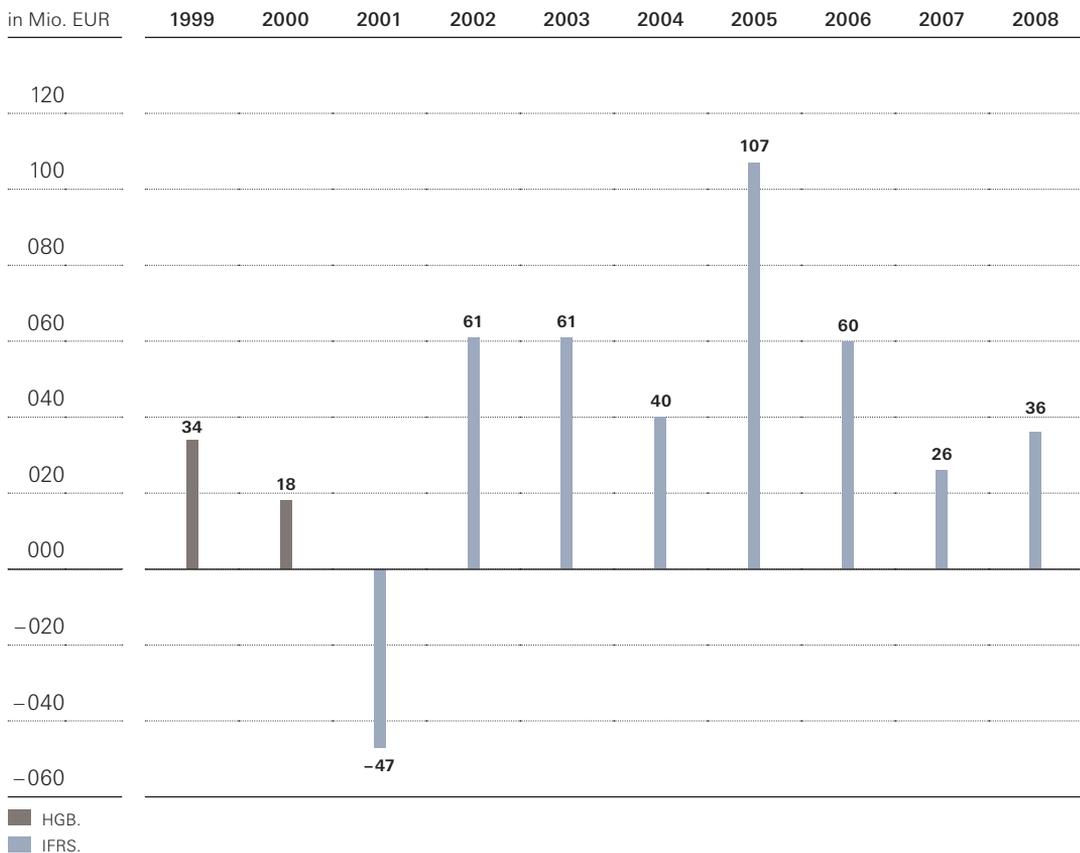
Die deutlich gestiegenen Investitionen erhöhten den **Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit** um 40 Mio. EUR auf 117 Mio. EUR. Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte lagen mit 119 Mio. EUR um 34 Mio. EUR über dem Vorjahr. Eine detaillierte Darstellung der Investitionen ist im Kapitel „Investitionen“ zu finden.

Der **Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit** war geprägt von der Auszahlung der Dividende für das Geschäftsjahr 2007 in Höhe von 445 Mio. EUR und der entsprechenden Aufnahme von Finanzverbindlichkeiten. Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit betrug 47 Mio. EUR.

Der **Finanzmittelbestand** blieb damit nahezu unverändert bei 25 Mio. EUR.

Der **Free Cashflow vor Dividende**, d. h. der Mittelzufluss vor Auszahlung der Dividende und vor Aufnahme der Kredite, stieg im Geschäftsjahr 2008 auf 36 Mio. EUR.

MEHRJAHRESÜBERSICHT FREE CASHFLOW VOR DIVIDENDENZAHLUNG



FINANZMANAGEMENT

Wichtigstes Ziel des Finanzmanagements von HUGO BOSS ist es, jederzeit über ausreichende Liquiditätsreserven für branchenbedingte saisonale Schwankungen und für das weitere Unternehmenswachstum zu verfügen. Die wichtigsten Liquiditätsquellen des Konzerns stellen der operative Cashflow sowie externe Kreditlinien dar.

Um das Fremdfinanzierungsvolumen des Konzerns zu reduzieren, werden im Rahmen des Cash-Poolings Liquiditätsüberschüsse einzelner Konzernunternehmen genutzt, um den Finanzbedarf der Tochtergesellschaften zu decken. Durch diesen konzerninternen Finanzausgleich kann eine optimale Zuteilung der flüssigen Finanzmittel sichergestellt werden, was positive Auswirkungen auf das Zinsergebnis hatte.

Die wesentliche externe Finanzierung stellt der **syndizierte Kredit im Volumen von 750 Mio. EUR** dar. Dieser besteht aus einer festen Tranche in Höhe von 450 Mio. EUR und einer revolving-Tranche von 300 Mio. EUR und wurde im Mai 2008 für eine Laufzeit von fünf Jahren abgeschlossen. Das Konsortium der beteiligten Banken wird von der Landesbank Baden-Württemberg, der Royal Bank of Scotland, der WestLB AG, der Bayerischen Hypo- und Vereinsbank AG, der BayernLB und der Commerzbank AG angeführt. Der Vertrag des syndizierten Kredits enthält marktübliche Vereinbarungen zur Einhaltung bestimmter Kennzahlen (Covenants). Am 31. Dezember 2008

hat HUGO BOSS alle vertraglich verpflichtenden Kennzahlen eingehalten. Trotz der schwierigeren Lage auf den Finanzmärkten ist es HUGO BOSS gelungen, eine langfristige Finanzierung zu guten Konditionen abzuschließen, was das Vertrauen der Partnerbanken in die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens unterstreicht.

Neben dem syndizierten Kredit gibt es **bilaterale Finanzierungszusagen** im Gesamtvolumen von 87 Mio. EUR (2007: 299 Mio. EUR). Ergänzt wird die Finanzierung durch **außerbilanzielle Operating-Leasing-Verträge** für Logistik- und Verwaltungsimmobilien sowie eigene Einzelhandelsstandorte.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente wurden in begrenztem Umfang eingesetzt und betreffen überwiegend Miet- und Leasingverträge. ←

Wesentliche Finanzierungsinstrumente und künftige finanzielle Verpflichtungen werden im Konzernanhang unter „Finanzverbindlichkeiten“, „Sonstige finanzielle Verpflichtungen“ und „Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten“ beschrieben.

Die Ermittlung des Finanzbedarfs des Konzerns erfolgt grundsätzlich zentral, wobei die Beschaffung des erforderlichen Fremdkapitals durch die HUGO BOSS International B.V. erfolgt. Geregelt werden dabei die Aufgaben und Kompetenzen verbindlich in einer konzerninternen Treasury-Richtlinie. Das Regelwerk enthält Vollmachtenregelungen und Vorgaben zur Bankenpolitik, zur Abwicklung des Zahlungsverkehrs, zum Liquiditätsmanagement, zum Management von Währungs- und Zinsrisiken sowie zu den Finanzierungsgrundsätzen.

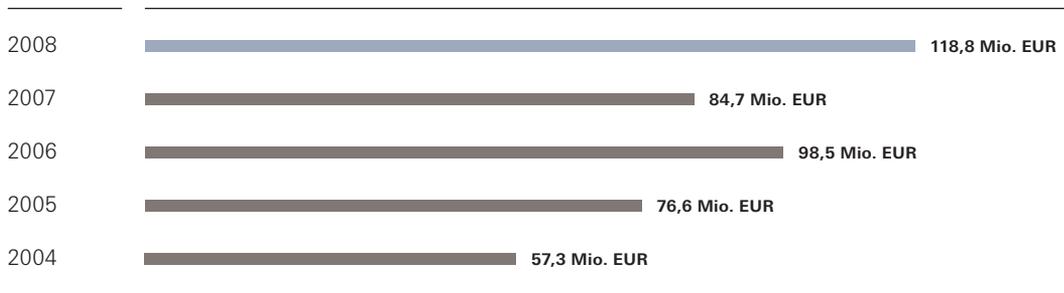
Gehen die Konzerngesellschaften direkt externe Kreditgeschäfte ein, geben je nach Anforderung entweder die HUGO BOSS AG oder die HUGO BOSS International B.V. Garantien oder Patronats-erklärungen ab. Die Koordination dieser Aufgaben bei der HUGO BOSS AG ist Grundvoraussetzung für eine zentrale Steuerung und Überwachung von Risiken.

Eine genauere Darstellung des Managements der finanziellen Risiken sowie deren Absicherung ist in dem Kapitel „Risikobericht“ und im Konzernanhang unter „Sicherungspolitik und Finanzderivate“ zu finden.

INVESTITIONEN

Im abgelaufenen Geschäftsjahr tätigte HUGO BOSS das höchste Investitionsvolumen seiner Geschichte. Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände betrugen 119 Mio. EUR (2007: 85 Mio. EUR) und lagen damit nur leicht unter dem Planungsniveau von 120 Mio. EUR.

5-JAHRES-ÜBERBLICK DER INVESTITIONEN



Im **Mittelpunkt der Neuinvestitionen stand im Jahr 2008 der Ausbau der Logistikinfrastruktur**. Die gestiegene internationale Geschäftstätigkeit von HUGO BOSS erforderte ein neues Lager- und Logistiksystem zur Abwicklung des komplexer werdenden Warenmanagements. Die Prozessoptimierung im Rahmen des Projekts „Columbus“ ermöglicht die zielgenaue Steuerung der Materialbeschaffung, der Warenproduktion, der Bereitstellung der Waren nach Bestellung sowie die termingerechte Lieferung an die Kunden. Auch die zeitgerechte Belieferung der Verkaufspunkte mit Waren aus dem wichtiger werdenden Lagergeschäft oder die Ausstattung der Geschäfte mit monatlich aktueller themenorientierter Ware sowie saisonal abgestimmten Präsentationen kann einfacher abgewickelt werden. Vor diesem Hintergrund hat HUGO BOSS im Geschäftsjahr 2008 insbesondere Investitionen in die Konsolidierung der Logistikstandorte für Hängeware und die Ausweitung der Logistikkapazitäten im Volumen von rund 30 Mio. EUR getätigt.

Den zweitgrößten Posten der Investitionen stellten mit einem Gesamtvolumen von 27 Mio. EUR (2007: 22 Mio. EUR) Ausgaben in den **Ausbau des unternehmenseigenen Einzelhandelsnetzwerks** dar. Die Anzahl der Einzelhandelsstandorte stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr, bereinigt um Schließungen, um 43 auf 330. Zusätzlich zu den Aufwendungen für neue Geschäfte entfielen 7 Mio. EUR (2007: 9 Mio. EUR) auf die Modernisierung und Renovierung bestehender Standorte. Daneben wurden rund 18 Mio. EUR (2007: 12 Mio. EUR) in die Eröffnung bzw. die Erweiterung bestehender Showrooms und Outletflächen sowie in eine Vielzahl kleinerer Einzelhandelsprojekte investiert.

Das seit dem Jahr 2003 laufende Projekt „Columbus“ wurde mit der Einbeziehung von BOSS Black Menswear beendet. In unterschiedliche Folgeprojekte, wie beispielsweise die Anbindung der unternehmenseigenen Geschäfte an die konzernweit eingesetzte Software, wurden im Geschäftsjahr 2008 rund 17 Mio. EUR (2007: 19 Mio. EUR) investiert.

Für die Anschaffung von Maschinen für ein Technologiezentrum zur Entwicklung neuer Produktionstechniken wurden insgesamt rund 13 Mio. EUR (2007: 9 Mio. EUR) aufgewendet. Diverse sonstige Investitionsvorhaben wie die Einrichtung von Verwaltungsgebäuden sowie die Erneuerung von Geschäftsausstattungen summierten sich auf etwa 6 Mio. EUR (2007: 14 Mio. EUR).

Die Abschreibungen auf das Anlagevermögen unter Berücksichtigung von aktivierten Entwicklungskosten betrugen 343 Mio. EUR (2007: 296 Mio. EUR).

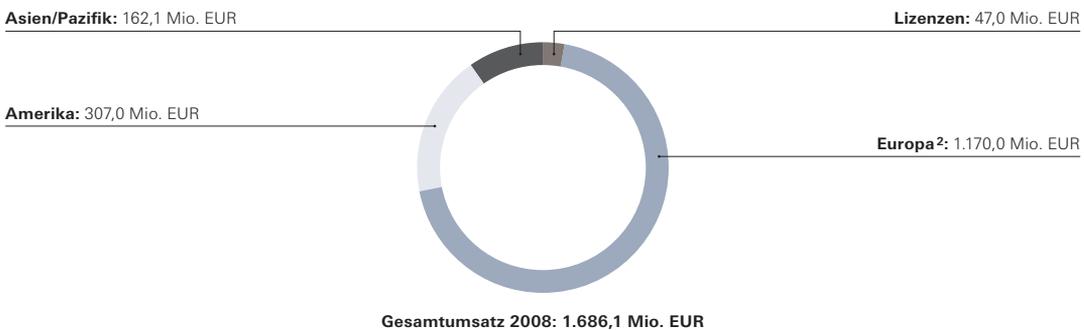
Die bestehenden Verpflichtungen aus begonnenen Investitionsvorhaben sind im Konzernanhang unter „Sonstige finanzielle Verpflichtungen“ aufgeführt und beliefen sich zum 31. Dezember 2008 auf 8 Mio. EUR (31. Dezember 2007: 15 Mio. EUR).

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Nach Überarbeitung des Standards zur Segmentberichterstattung wurde im November 2006 der IFRS 8 „Operating Segments“ veröffentlicht. Danach erfolgt die externe Segmentberichterstattung nach dem so genannten Management Approach, also der konzerninternen Organisationsstruktur. HUGO BOSS hat sich vorzeitig für die Anwendung des IFRS 8 entschieden, da im vergangenen Geschäftsjahr, verbunden mit der Neuausrichtung der Vertriebsstruktur, eine Regionalstruktur eingeführt wurde.

Die berichtspflichtigen Segmente gliedern sich in die drei Regionen Europa, Amerika, Asien/Pazifik sowie in die Lizenzsparte. Die unternehmensweiten Zentralstrukturen wie die Beschaffungs-, Produktions-, Forschungs- und Entwicklungseinheiten werden unter „Corporate Center“ erfasst. Lediglich die Produktionsstätte in Cleveland/Ohio, USA, die ausschließlich für den US-amerikanischen Raum produziert, wird dem Segment Amerika zugeordnet. Die Zuordnung zu den Regionen erfolgt nach dem Sitz der Gesellschaften.

UMSATZ NACH SEGMENTEN¹



¹ Nur Außenumsatz.

² Inklusive Naher Osten/Afrika.

UMSATZ NACH SEGMENTEN

Der **Umsatz in Europa inklusive Naher Osten/Afrika** stieg im Geschäftsjahr 2008 um 2% auf 1.170 Mio. EUR (2007: 1.151 Mio. EUR). In lokalen Währungen verbesserte sich der Umsatz um 3%.

Der deutsche Modemarkt blieb nach einer schwierigen Frühjahrssaison auch in den Sommermonaten hinter den Umsatzerwartungen zurück. So bescherten im dritten Quartal die Monate Juli und August dem deutschen Modehandel eine negative Umsatzentwicklung in den Warenhäusern. Nach einer kurzen Konsumzunahme Anfang September waren die letzten Wochen des Monats bereits von den dramatischen Ereignissen in der Finanzbranche geprägt. Es folgten uneinheitliche Entwicklungen im Oktober und November und ein schwacher Dezember. Vor diesem Hintergrund musste auch HUGO BOSS in **Deutschland**, dem größten Einzelmarkt des Konzerns, eine rückläufige Umsatzentwicklung hinnehmen. Aufgrund der guten Markenakzeptanz der HUGO BOSS Kollektionen konnte das Unternehmen jedoch bessere Ergebnisse erzielen als der Gesamtmarkt. Der Deutschlandumsatz¹ lag mit 357 Mio. EUR leicht unter dem Vorjahreswert von 361 Mio. EUR.

¹ Umsatz der europäischen Gesellschaften in Deutschland.

Der **Umsatz im restlichen Europa inklusive Naher Osten/Afrika** konnte sich demgegenüber verbessern. Er lag bei 813 Mio. EUR (2007: 790 Mio. EUR), was einem Anstieg von währungsbereinigt 4% entspricht. In einem wirtschaftlich vergleichsweise stabilen Umfeld in den Beneluxstaaten verzeichnete HUGO BOSS den prozentual höchsten Umsatzzuwachs in Westeuropa mit einem Plus von 12%. In Großbritannien erzielte HUGO BOSS trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und des allgemein schwachen Konsumverhaltens erneut ein erfreuliches Umsatzwachstum. Insgesamt lag dieses bei währungsbereinigt 10%. Diese Entwicklung ist der guten Markenperformance von HUGO BOSS und den damit einhergehenden positiven Abverkaufsquoten der Kollektionen zu verdanken. Robust zeigten sich, auf das Gesamtjahr gesehen, die zentral- und osteuropäischen Märkte. Dort wurde im Berichtsjahr eine Umsatzverbesserung von 8% erzielt. Der Umsatz in Frankreich, dem zweitgrößten europäischen Markt für HUGO BOSS, lag 4% über dem Wert des Vorjahres. In Spanien entwickelte sich das Geschäft für HUGO BOSS marktbedingt verhalten. Auch der italienische Modemarkt war für HUGO BOSS im abgelaufenen Geschäftsjahr herausfordernd.

Auf dem **amerikanischen Kontinent** konnte der HUGO BOSS Konzern beim Umsatz im Geschäftsjahr 2008 währungsbereinigt um 10% zulegen. Aufgrund der bis August anhaltenden Schwäche des US-Dollars im Verhältnis zum Euro lagen die Umsätze in Berichtswährung mit 307 Mio. EUR für das Geschäftsjahr 2008 knapp 3% über dem Niveau des Vorjahreszeitraums (2007: 298 Mio. EUR).

In den **USA** zeigte sich die Umsatzentwicklung trotz eines unsicheren Konsumentenverhaltens im Geschäftsjahr 2008 deutlich über den Erwartungen. Der Umsatz stieg in lokaler Währung um 12%. Dabei profitierten sowohl der konzerneigene Einzelhandel als auch der Großhandel von der guten Akzeptanz und Qualität der HUGO BOSS Marken sowie der attraktiven Preispositionierung der Kollektionen, insbesondere auch im Vergleich zu anderen europäischen Luxusmarken. In **Kanada** ist im Berichtsjahr 2008 der Umsatz wechselkursbereinigt gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 3% gestiegen. Die **Länder Mittel- und Südamerikas** zeigten weiterhin eine deutliche Aufwärtsentwicklung. Getrieben durch den Ausbau des eigenen Einzelhandelsnetzwerks legte der Umsatz dort in lokalen Währungen um 18% zu.

Mit einem Plus von 25% in lokalen Währungen konnte der HUGO BOSS Konzern seinen Umsatz in der **Region Asien/Pazifik** erneut merklich verbessern. Beeinflusst von negativen Währungseffekten legte der Umsatz um 21% in Konzernwährung auf 162 Mio. EUR (2007: 134 Mio. EUR) zu.

Besonders positiv zeigte sich die Umsatzentwicklung dabei erneut in der **Volksrepublik China**. Hier stieg der Umsatz in Berichtswährung um 24% auf 51 Mio. EUR. Bereinigt um die Einflüsse von Wechselkurseffekten verbesserte sich der Umsatz sogar um 32%. Diese Entwicklung unterstreicht erneut die Bedeutung der Volksrepublik China als Wachstumsmarkt für den HUGO BOSS Konzern.

Aufgrund der stagnierenden Konjunktur und des damit einhergehenden geringeren Konsumentenvertrauens war in **Japan** eine rückläufige Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr 2008 auszumachen. Bedingt durch eine Abrechnungsanpassung mit den japanischen Handelspartnern ergab sich im Vergleich zum Vorjahr allerdings ein leichter Umsatzanstieg.

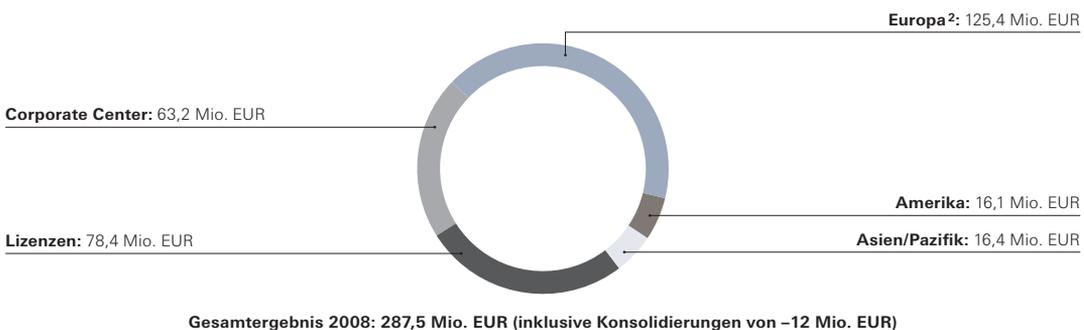
In den **übrigen Ländern der Region Asien/Pazifik** konnte der Umsatz in lokalen Währungen um 21% gesteigert werden. In Berichtswährung stieg der Umsatz hier um 14%. Dabei zeichneten sich

insbesondere Hongkong, Singapur, Südkorea und Australien als wichtige Wachstumsmärkte aus, deren Bedeutung noch weiter zunehmen wird.

Das **Lizenzgeschäft** entwickelte sich im Geschäftsjahr 2008 erwartungsgemäß. Dabei enthalten die Lizenzumsätze sowohl Lizenzentnahmen mit Dritten als auch gruppeninterne Umsätze. Die von Partnern hergestellten Produkte umfassen Düfte, Uhren, Schmuck, Brillen und Mobiltelefone. Ab dem kommenden Geschäftsjahr werden weitere Lizenzumsätze aus der Kindermodekollektion von HUGO BOSS dazukommen. Der Innenumsatz zeigt dabei die Umsätze der HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG als Inhaberin der Markenrechte des Konzerns mit verbundenen Unternehmen.

Der Außenumsatz mit externen Lizenznehmern lag leicht unter dem des Vorjahres und ging um 4% auf 47 Mio. EUR (2007: 49 Mio. EUR) zurück. Mehrere Markteinführungen neuer Produkte im Jahr 2007 hatten zu einem deutlichen Anstieg der Lizenzentnahmen im Vorjahr geführt.

ERGEBNIS NACH SEGMENTEN¹



¹ Operatives Ergebnis (EBITDA) vor Sondereffekten.

² Inklusive Naher Osten/Afrika.

ERGEBNIS NACH SEGMENTEN

In der **Region Europa** lag das Segmentergebnis mit 125 Mio. EUR (2007: 138 Mio. EUR) unter Vorjahresniveau. Abschreibungen von Beständen hauptsächlich aus dem Outletgeschäft und höhere Aufwendungen durch den Ausbau der Präsenz eigener Geschäfte verminderten das Ergebnis.

Das **Segmentergebnis der Region Amerika** lag bei 16 Mio. EUR (2007: 35 Mio. EUR). Dabei ist zu beachten, dass im Vorjahr ein positiver Einmalsertrag aufgrund der vorzeitigen Auflösung des Mietvertrags des 5th Avenue Stores in New York enthalten war. Darüber hinaus wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr in dieser Region Produkte mit niedrigeren Margen nachgefragt, was sich dementsprechend auf das Ergebnis auswirkte.

Das **Ergebnis in der Region Asien/Pazifik** hat sich von 15 Mio. EUR auf 16 Mio. EUR verbessert.

Aufgrund der nahezu flachen Umsatzentwicklung ging das **Ergebnis des Segments Lizenzen** leicht auf 78 Mio. EUR (2007: 79 Mio. EUR) zurück. In der Lizenzsparte fallen Aufwendungen für das Lizenzmanagement sowie die Vermarktung der Produkte im Rahmen der Lizenzumsätze mit verbundenen Unternehmen und externen Partnern an.

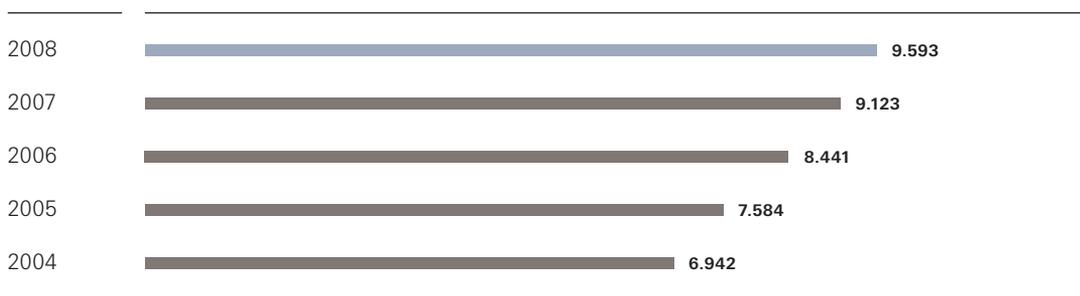
WEITERE ERFOLGSFAKTOREN

Die nachhaltige und positive Entwicklung des HUGO BOSS Konzerns basiert auch auf seinen hoch qualifizierten und motivierten Mitarbeitern, der Offenheit für innovative Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, dem konstruktiven Dialog mit seinen Kunden sowie dem steten Bewusstsein des Konzerns um seine gesellschaftliche Verantwortung und die Bedeutung ökologisch wie sozial nachhaltiger Konzepte. Der dauerhafte wirtschaftliche Erfolg des HUGO BOSS Konzerns ist daher nicht allein auf erstklassige Produkte, eingespielte Beschaffungs- und Betriebskonzepte sowie eine effizient geführte Organisation zurückzuführen, sondern erklärt sich ebenso durch weitere Faktoren, die sich nicht allein mit finanziellen Kennzahlen messen lassen.

MITARBEITER

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leisten durch ihre Identifikation mit dem Unternehmen und ihr Engagement für dessen Ziele den entscheidenden Beitrag zum Geschäftserfolg des HUGO BOSS Konzerns. Qualifikation und Motivation der Mitarbeiter sind dabei zentrale Elemente des Humankapitals als nichtfinanzieller Leistungsindikator.

MITARBEITER – 5-JAHRES-VERGLEICH



Aufgrund der hohen **Qualifikation der Mitarbeiter** kann der überwiegende Teil der vakanten Führungspositionen auf nationaler und internationaler Ebene aus den eigenen Reihen des HUGO BOSS Konzerns besetzt werden, wodurch das vorhandene Know-how im Unternehmen gesichert und weiter ausgebaut wird. Dabei werden die Potenziale der Mitarbeiter unter anderem durch ein hohes Maß an Eigenverantwortung gefordert und durch umfangreiche Schulungsmaßnahmen gefördert. Zur Qualifikation und Entwicklung der Mitarbeiter wurde ein Talent- und Performancemanagement eingeführt. Mittels eines internetbasierten Systems werden die Kompetenzen der Mitarbeiter erfasst und analysiert, um darauf aufbauend individuell und gezielt Schulungs- und Entwicklungspläne zu erstellen. Die Wirkung dieser Maßnahmen zeigt sich in der Auszeichnung von HUGO BOSS als „Great Place to Work“ im Rahmen eines vom Wirtschaftsmagazin Capital durchgeführten Wettbewerbs.

→ HUGO BOSS wurde im Jahr 2008 als „Great Place to Work“ ausgezeichnet.

Darüber hinaus hat HUGO BOSS die **Zahl der Auszubildenden** im vergangenen Geschäftsjahr weiter erhöht, um auch zukünftig viele der Fach- und Führungskräfte aus den eigenen Reihen rekrutieren zu können. Eine qualifizierte Berufsausbildung leistet einen entscheidenden Beitrag dazu, jungen Menschen einen guten und attraktiven Einstieg in die Arbeitswelt zu ermöglichen. Zu Beginn des neuen Ausbildungsjahres stellte HUGO BOSS in Deutschland 31 Auszubildende (2007: 24) ein. Dabei bietet der HUGO BOSS Konzern jungen Menschen eine Vielzahl interessanter und abwechslungsreicher Ausbildungsberufe. Innerhalb der beruflichen Ausbildung liegen die Schwerpunkte in den Bereichen Industriekaufmann, Kaufmann im Einzelhandel, Fachkraft für Lagerwirtschaft, Elektroniker für Betriebstechnik und Modenäher bzw. -schneider. Für das Ausbildungsjahr 2008 wurde das Angebot um den Ausbildungsberuf des Textillaboranten erweitert.

Ausbildung bei HUGO BOSS: Industrie- und Einzelhandel, Lagerwirtschaft, Elektroniker, Modenäher bzw. -schneider, Textillaboranten. ←

Im Rahmen eines Studiums an der **Dualen Hochschule**, vormals Berufsakademie, können bei HUGO BOSS die Ausbildungsgänge International Business, Wirtschaftsinformatik sowie seit dem Jahr 2008 auch Spedition, Transport und Logistik belegt werden. Diese Kooperation wird kontinuierlich ausgebaut und weiterentwickelt. Ferner bekamen zahlreiche Praktikanten und Diplomanden einen praktischen Einblick in die verschiedenen Unternehmensbereiche und Geschäftsprozesse bei HUGO BOSS. Es spricht für die nachhaltige Konzeption der Nachwuchsgewinnung des Konzerns, dass ein großer Teil der Praktikanten und Diplomanden auch im Jahr 2008 in ein festes Arbeitsverhältnis übernommen werden konnte.

Studiengänge an der Dualen Hochschule: International Business, Wirtschaftsinformatik, Spedition, Transport und Logistik. ←

Die **Motivation der Mitarbeiter** wird durch die finanzielle Anerkennung individueller Leistung durch moderne Vergütungsmodelle unterstützt. Dazu zählt auch die Einführung eines Jahresarbeitszeitkontos. Dies ermöglicht den Mitarbeitern, innerhalb eines Stundenkorridors die Arbeitszeit individuell auf ihre persönlichen und beruflichen Erfordernisse abzustimmen. Mehrarbeit wird dadurch reduziert und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf gefördert.

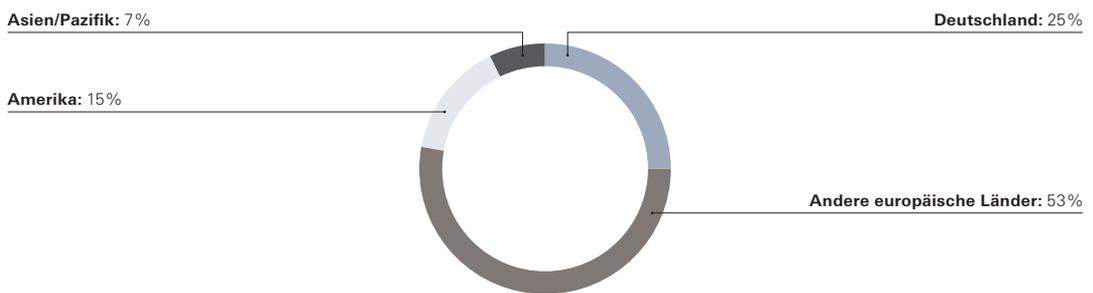
Zur **Vereinbarkeit von Familie und Beruf** hat HUGO BOSS darüber hinaus ein eigenes Konzept für Eltern entwickelt, das drei Säulen umfasst. An erster Stelle steht der finanzielle Zuschuss zu anfallenden Kinderbetreuungskosten. Zusätzlich wird für Angestellte der HUGO BOSS AG in Kooperation mit der Stadt Metzingen eine bestimmte Anzahl von Plätzen in einer Kindertagesstätte vorgehalten. Außerdem unterstützt das Unternehmen seine Mitarbeiter bei der Vermittlung von Betreuungsangeboten.

Durch zahlreiche Angebote im Bereich Sport, Fitness und Gesundheit ermöglicht der Konzern im Rahmen der **Work-Life-Balance** den Mitarbeitern einen Ausgleich zum beruflichen Alltag und bietet gleichzeitig die Gelegenheit, die Unternehmenskultur gemeinsam zu leben. Das **vielfältige Mitarbeiterprogramm** wird, weit über das berufliche Umfeld hinausgehend, auch in kultureller

Hinsicht abgerundet. So ermöglicht der jährlich neu aufgelegte HUGO BOSS ArtPass jedem Mitarbeiter sowie einer Begleitperson freien Eintritt in ausgewählte Museen weltweit. Zusätzlich organisiert der Konzern wechselnde Kulturausfahrten und Ausstellungsführungen, die auf großes Interesse stoßen.

Durch diese und weitere Maßnahmen zählt HUGO BOSS zu den beliebtesten Arbeitgebern nicht nur in Deutschland. Die Internationalität und der Zeitgeist prägen die Unternehmenskultur, und HUGO BOSS sieht in der Vielfalt seiner Mitarbeiter eine besondere Stärke des Unternehmens.

MITARBEITER NACH REGIONEN



WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Entlang der gesamten Wertschöpfungskette, beginnend mit der Entwicklung neuer Kollektionen, über Innovationen im Herstellungsprozess bis hin zum Logistikbereich und zur Beschaffung, garantieren die hohen Standards des HUGO BOSS Konzerns die bekannte Qualität der Produkte. Gestützt wird dies durch eine einheitliche Software, die im Rahmen des Projekts „Columbus“ im Unternehmen eingeführt wurde und sämtliche Abläufe verbindet.

Mit dem **Columbus Projekt** arbeitete HUGO BOSS seit 2003 an seinem bislang größten internen Modernisierungsprozess, um auf ein wachsendes Geschäft und immer komplexer werdende Abläufe reagieren zu können. Im Rahmen dieses Projekts wurde die Softwarelösung SAP Apparel Footwear Solution (AFS) für die Steuerung der gesamten Wertschöpfungskette übergreifend über alle Marken und die gesamte Verwaltungsstruktur bis hin zu den Verkaufsstellen des HUGO BOSS Konzerns eingeführt. Gleichzeitig wurden die Prozessabläufe optimiert, Arbeitsschritte effizienter gestaltet und Synergiepotenziale gehoben. Das Columbus Projekt wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr abgeschlossen, wobei Folgeprojekte im Bereich der Prozessorganisation und der IT weiterlaufen. Damit konnte HUGO BOSS eindeutige Organisations- und Verfahrensvorteile im Vergleich zum Wettbewerb aufbauen.

HUGO BOSS verfügt über ein weltweites **Beschaffungsnetzwerk** mit über 1.000 Lieferanten. Dies ermöglicht dem Konzern, die Materialbeschaffung flexibel zu steuern. Durch die enge Partnerschaft mit den Lieferanten, die auch die Bereitstellung von Maschinen, die gemeinsame Entwicklung neuer Herstellungstechniken und die Schulung von Mitarbeitern beinhaltet, kann die hohe Warenqualität sichergestellt werden. Die zuverlässigen Produktionsstrukturen leisten einen entscheidenden Beitrag zur kontinuierlichen Verbesserung der Rohertragsmarge.

Mit dem internationalen Wachstum des Konzerns steigen auch die Anforderungen an eine nahtlos funktionierende **Logistik**. Vernetzte Logistikprozesse ermöglichen die zielgenaue Steuerung der Materialbeschaffung, der Warenproduktion, der Bereitstellung der Waren nach Bestellung sowie die termingerechte Lieferung an den Point of Sale. Dieses moderne Logistiksystem garantiert HUGO BOSS einen reibungslosen und die Qualität sichernden Warenverkehr, auf die sich die Partner im Handel verlassen können. Die Warenverfügbarkeit, die die termingerechte und vollständige Lieferung bestellter Waren ermöglicht, hat im Geschäftsjahr 2008 einen hervorragenden Wert von 95 % erreicht. Durch die kontinuierliche Optimierung der Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette – insbesondere durch die Implementierung neuer Softwaresysteme sowie den Ausbau und die Modernisierung der Lagerinfrastruktur – wird es HUGO BOSS auch künftig möglich sein, bei einer wettbewerbsfähigen Kostenstruktur sein ausgezeichnetes Qualitätsniveau zu halten.

NACHHALTIGKEIT

Für HUGO BOSS stellt Nachhaltigkeit eine wesentliche Voraussetzung für eine langfristig erfolgreiche Unternehmenspolitik dar. Neben der Umsetzung von Corporate Governance Vorgaben umfasst diese auch soziale und ökologische Verantwortung.

Seiner **sozialen Verantwortung** kommt der Konzern beispielsweise durch die Auflage strenger Sozialstandards nach, die auch für sämtliche Lieferanten verpflichtend sind und deren Einhaltung von HUGO BOSS regelmäßig kontrolliert wird. Das Verbot von Kinderarbeit, die Wahrung der Arbeitssicherheit und eine angemessene Entlohnung sind dabei nur einige der bindenden Vorgaben.

Auch der **Schutz von Umwelt** und natürlichen Ressourcen gehört für HUGO BOSS zur unternehmerischen Verantwortung. Viele Initiativen dienen dazu, den Ressourcenverbrauch des Unternehmens zu minimieren und die Umwelt zu schonen. So werden beispielsweise „intelligente“ Architektur und Gebäudetechnik in den neuen Verwaltungsgebäuden eingesetzt, welche die Nutzung alternativer Energien vorsehen. Eine weitere Maßnahme zum Schutz der Umwelt ist die Verpflichtung aller Lieferanten zur Einhaltung der jeweils geltenden Umweltschutzgesetze. Darüber hinaus werden die Lieferanten angehalten, nachhaltige Gesichtspunkte in Produktion und Entwicklung einfließen zu lassen, um damit eine stetige Verbesserung der ökologischen Bedingungen zu erzielen.

Eine ausführliche Stellungnahme zur Nachhaltigkeit ist im Kapitel „Unternehmerische Verantwortung bei HUGO BOSS“ zu finden.

INVESTOREN- UND KAPITALMARKTBEZIEHUNGEN

Gute **Kapitalmarkt- und Unternehmenskommunikation** leistet einen Beitrag zur Steigerung des Unternehmenswerts. Die Investor Relations Abteilung und die Unternehmenskommunikation stehen in regelmäßigem Austausch mit Kapitalmarktteilnehmern und der Presse. Ziel ist, über die aktuelle Situation und die Entwicklung von HUGO BOSS transparent zu informieren und dadurch das Vertrauen der Kapitalmarktteilnehmer und der Öffentlichkeit in den Konzern zu stärken.

Weitere Informationen zur Investor und Public Relations sind auf der Seite 032 zu finden.

GESAMTAUSSAGE ZUR WIRTSCHAFTLICHEN LAGE

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

ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE

in Mio. EUR	2008	2007	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.686,1	1.632,0	3
Rohertrag	1.010,6	946,4	7
in % vom Umsatz	59,9	58,0	
EBITDA	251,1	287,7	-13
in % vom Umsatz	14,9	17,6	
EBIT	190,1	220,3	-14
in % vom Umsatz	11,3	13,5	
Ergebnis vor Ertragsteuern	148,4	212,4	-30
in % vom Umsatz	8,8	13,0	
Konzernergebnis	112,0	154,1	-27
in % vom Umsatz	6,6	9,4	

FINANZKENNZAHLEN

		2008	2007
Eigenkapitalquote in %	= $\frac{\text{Eigenkapital}}{\text{Gesamtkapital}}$	17,1	52,6
Verschuldungsgrad in %	= $\frac{\text{Fremdkapital}}{\text{Eigenkapital}}$	483,6	90,2
Eigenkapitalrentabilität in %	= $\frac{\text{Jahresüberschuss}}{\text{Ø Eigenkapital}}$	33,7	29,2
Investitionen (in Mio. EUR)		118,8	84,7
Bilanzsumme (in Mio. EUR)		1.161,6	1.039,3

RISIKOBERICHT

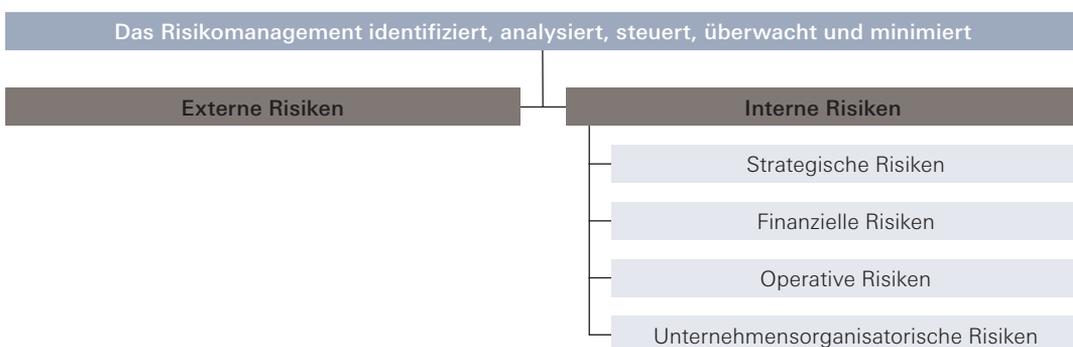
Der Erfolg des HUGO BOSS Konzerns beruht auf der Identifikation und Nutzung von Chancen, aber auch dem verantwortungsvollen Umgang mit Risiken. Dementsprechend werden alle wesentlichen Risiken im Unternehmensumfeld identifiziert, analysiert und überwacht. Mit einer regelmäßigen Risikoberichterstattung wird sichergestellt, dass Entscheidungen auf einer möglichst guten Informationsbasis getroffen werden können, um den Unternehmenserfolg langfristig in einem weitestgehend transparenten und kontrollierten Risiko- und Chancenumfeld zu steigern.

Die Wahrung von Chancen orientiert sich an der mittel- und langfristigen Unternehmensstrategie. Einzelheiten sind im Chancenbericht auf den Seiten 096 f. aufgeführt.

RISIKOMANAGEMENT

Um Risiken und Chancen frühzeitig zu erkennen, diese zu analysieren, zu steuern, zu überwachen und gegebenenfalls mit risikominimierenden Maßnahmen gegenzusteuern, erfolgt das **konzernweite Risikocontrolling zentral** im Bereich „Risiko- und Versicherungsmanagement“ der HUGO BOSS AG. Dieser stellt sicher, dass Risiken und Chancen regelmäßig und unternehmensweit nach einer einheitlichen Methode erfasst werden. Weiterhin werden dort übergeordnete Maßnahmen koordiniert sowie der Vorstand und der Aufsichtsrat regelmäßig über die Risikolage, die Entwicklung der wichtigsten Risiken sowie neu hinzugekommene signifikante Risiken informiert. Die Risiken werden dabei nach externen und internen Risiken kategorisiert. Die internen sind wiederum gegliedert in strategische, finanzielle, operative und unternehmensorganisatorische Risiken.

DAS RISIKOMANAGEMENT



Der Umgang mit diesen Risiken erfolgt auf vier Arten: Vermeidung, Verringerung, Übernahme und Übertragung von Risiken. Finanzielle Folgen versicherbarer Risiken werden durch den **Risiko-transfer** auf Versicherer weitestgehend neutralisiert. Durch die Zusammenlegung des Versicherungswesens und des Risikomanagements in einen Bereich im Jahr 2008 wird die gesamtheitliche Betrachtung aller versicherten und unversicherten Risiken sowie der jeweiligen Maßnahmen zur Risikominimierung gewährleistet.

Die Risiken werden abhängig vom Ausmaß, mindestens jedoch einmal im Jahr, auf ihre Aktualität hin überprüft, gegebenenfalls überarbeitet sowie um neue Risikoaspekte erweitert. Im gleichen Schritt werden auch Schadenshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit neu ermittelt und quantifiziert.

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

Das Risikomanagement erfüllt die gesetzlichen Anforderungen. Der HUGO BOSS Konzern ist in der Lage, Risiken frühzeitig zu erkennen und darauf kurzfristig und angemessen zu reagieren. Die Funktionsfähigkeit des Risikomanagements wird außerdem regelmäßig von der Internen Revision kontrolliert und im Rahmen der Jahresabschlussprüfung durch den Wirtschaftsprüfer geprüft, der die Angemessenheit und Funktionsfähigkeit bestätigt.

→ **Das Risikomanagement wird durch die Interne Revision kontrolliert sowie durch den Wirtschaftsprüfer auf Angemessenheit und Funktionsfähigkeit hin geprüft.**

EXTERNE RISIKEN

Die Beurteilung der **gesamtwirtschaftlichen Risiken**, denen sich der HUGO BOSS Konzern gegenüber sieht, hängt im Wesentlichen von der weltweiten konjunkturellen Lage ab. Vor allem die derzeitige Finanzkrise, die immer stärker auf die Realwirtschaft durchschlägt, hat die weltweiten Wachstumsaussichten deutlich verringert. Dies birgt die Gefahr einer spürbaren Dämpfung der Nachfrage nach Konsum- und Textilgütern insgesamt. Es besteht daher ein Risiko, dass es auch bei HUGO BOSS zu einem Rückgang von Bestellungen und Umsätzen im Einzelhandel kommt.

Als Gegenmaßnahme wurden bereits verschiedene Initiativen zur Prozess- und Kostenoptimierung ergriffen, um einerseits die Marktposition für HUGO BOSS Produkte zu stärken und andererseits die finanziellen Auswirkungen eines Nachfragerückgangs zu vermindern. Weiterhin wird eine ausgeglichene Verteilung des Umsatzes auf verschiedene Regionen angestrebt, um eine zu starke Abhängigkeit von Einzelmärkten zu vermeiden.

Als Mode- und Lifestyle-Unternehmen ist HUGO BOSS mit jeder neuen Kollektion durch sich verändernde Fashion- und Lifestyle-Trends **Branchenrisiken** ausgesetzt. Die Herausforderung besteht darin, einerseits die richtigen Trends rechtzeitig zu erkennen und andererseits diese rasch in eine unverwechselbare Kollektionsaussage umzusetzen. Diesem Risiko begegnet HUGO BOSS mit intensiven Analysen der Zielgruppen und Märkte sowie dem Einsatz unterschiedlicher Design-teams für die jeweiligen Marken und Linien. Darüber hinaus stellen Zwischenkollektionen sicher, dass Trends zeitnah umgesetzt werden können. Ebenso sind Initiativen zur Verkürzung der Produktionszyklen implementiert.

HUGO BOSS Produkte sind weltweit erhältlich. Der Umsatz findet überwiegend in Ländern mit stabilem ökonomischen und politischen Umfeld statt. Dementsprechend ist das **Länderrisiko** als gering einzuschätzen.

Wie für alle Unternehmen besteht eine mögliche Gefahr für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens in Form von **terroristischen Handlungen und Umweltkatastrophen**. Eine praktische Relevanz von Umweltkatastrophen ist beispielsweise im Hinblick auf Erdbebenrisiken am Produktionsstandort in der Türkei gegeben. Ein mögliches Schadenspotenzial und Verlagerungsmöglichkeiten wurden identifiziert und die Risiken eines finanziellen Schadens weitestgehend über Versicherungen abgedeckt.

INTERNE RISIKEN

Strategische Risiken

Der wirtschaftliche Erfolg von HUGO BOSS beruht auch auf dem positiven **Markenimage** und einer langfristig starken Positionierung der Marke im hochwertigen Segment. Der Schutz und Erhalt des Markenimages haben daher bei HUGO BOSS entsprechend hohe Priorität. Dies wird durch strategische Maßnahmen wie eine klar differenzierte Markenpositionierung und durch gezielte Markenkommunikation mit Marketing-, Event- und Sponsoringmaßnahmen unterstützt. Insbesondere der rechtliche Schutz der Marke und die Verfolgung von Produktpiraterie sind wichtiger Bestandteil zur Sicherung des Markenimages. Dem Risiko von Fälschungen begegnet HUGO BOSS mit einem weltweit einheitlichen Markenauftritt sowie der laufenden Beobachtung und Analyse der Märkte. Daneben spielt die **Produktqualität** für den Markenauftritt eine entscheidende Rolle. Die Produkte unterliegen auf allen Fertigungsstufen einer konzerneinheitlichen Qualitätskontrolle. Produktionsstandorte werden regelmäßig von Reiseteknikern aufgesucht und auf die strikte Einhaltung von Design- und Produktionsvorgaben hin überprüft. Der weltweite Versand wird zentral aus Metzingen koordiniert, wodurch sichergestellt ist, dass die hohen Qualitätsstandards von HUGO BOSS eingehalten werden und Warenlieferungen einwandfrei und termingerecht an den Kunden erfolgen.

Eines der zentralen strategischen Ziele von HUGO BOSS ist der weitere Ausbau des eigenen Einzelhandels. Mit den Retailaktivitäten sind **Investitions- und Kostenrisiken** aufgrund von Investitionen in den Geschäftsaufbau, einer Steigerung der Fixkosten und langfristigen Mietverträgen verbunden. Bei weniger erfolgreichen Geschäften können Sonderabschreibungen oder sogar Schließungen drohen.

Gemindert wird das Investitionsrisiko unter anderem durch weltweit einheitliche Einrichtungskonzepte der Verkaufspunkte, die im Falle einer Geschäftsaufgabe teilweise andernorts weiter genutzt werden können.

Um diese Risiken bereits im Vorfeld zu minimieren, gehen der Eröffnung neuer Standorte umfassende Standortprüfungen, intensive Umsatz- und Entwicklungsplanungen und ein mehrstufiger Genehmigungsprozess voraus.

Finanzielle Risiken

Im Rahmen seiner gewöhnlichen Geschäftstätigkeit ist HUGO BOSS als weltweit agierender Konzern Zinsänderungs-, Liquiditäts- und Währungsrisiken ausgesetzt, die einen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben können. Die aus dem operativen Geschäft sowie den daraus resultierenden Finanzierungserfordernissen entstehenden Risiken werden durch den Einsatz derivativer Finanzinstrumente begrenzt.

Handlungsrahmen, Verantwortlichkeiten, Abläufe und Kontrollmechanismen für den Einsatz von Finanzinstrumenten sind in einer vom Vorstand verabschiedeten Treasury-Richtlinie verbindlich geregelt. Die Geschäfte werden grundsätzlich zentral abgeschlossen. Es ist sichergestellt, dass der Vorstand über die bestehenden Sicherungsgeschäfte und wesentlichen Risiken stets umfassend informiert ist. Die Finanzgeschäfte werden nur mit Banken hoher Bonität abgeschlossen und zur Reduzierung des Ausfallrisikos auf mehrere Banken verteilt. Die Einhaltung der zentralen Vorgaben wird regelmäßig durch die Interne Revision überprüft.

Im Folgenden wird auf die einzelnen Risiken im Zusammenhang mit Finanzinstrumenten sowie deren Management eingegangen.

Das Management des **Liquiditätsrisikos** zählt zu den zentralen Aufgaben der HUGO BOSS AG. Das Liquiditätsrisiko besteht darin, dass aufgrund unzureichender Verfügbarkeit von Zahlungsmitteln bestehenden oder zukünftigen Zahlungsverpflichtungen nicht nachgekommen werden kann. Um jederzeit die Zahlungsfähigkeit und die finanzielle Flexibilität des Konzerns sicherzustellen, wird auf Basis einer dreijährigen Finanzplanung sowie einer monatlich rollierenden Liquiditätsplanung der Finanzbedarf ermittelt und dieser durch Kreditlinien und liquide Mittel abgesichert. Durch den Abschluss einer syndizierten Kreditlinie in Höhe von 750 Mio. EUR mit fünfjähriger Laufzeit hat HUGO BOSS die finanzielle Flexibilität gesichert. Die Konsortialfinanzierung beinhaltet marktübliche Vereinbarungen, so genannte Covenants, die zur Einhaltung bestimmter Kennzahlen verpflichten. HUGO BOSS hat diese vertraglichen Verpflichtungen zum Stichtag 31. Dezember 2008 eingehalten. Darüber hinaus verfügt HUGO BOSS über bilaterale Kreditlinien in Höhe von 87 Mio. EUR. Schließlich werden im Rahmen des Cash-Poolings Zahlungsüberschüsse und Liquiditätsbedarf zwischen den Unternehmen im Konzern ausgeglichen. Diese Maßnahmen minimieren das Liquiditäts- oder Finanzierungsrisiko.

→ Eine syndizierte Kreditlinie in Höhe von 750 Mio. EUR und bilaterale Kreditlinien sichern die finanzielle Flexibilität des Konzerns.

Mit dem Abschluss des Konsortialkredits zu Beginn des Geschäftsjahres 2008 sind die Finanzverbindlichkeiten deutlich gestiegen. Sie unterliegen zum überwiegenden Teil einer kurzfristigen Zinsbindung und sind daher einem **Zinsänderungsrisiko** ausgesetzt. Um die Auswirkungen von künftigen Zinsvolatilitäten auf die Finanzierungskosten der Kredite zu minimieren, werden fallweise derivative Finanzinstrumente in Form von Swaps eingesetzt. Von den Finanzverbindlichkeiten des HUGO BOSS Konzerns sind zum 31. Dezember 2008 rund 300 Mio. EUR durch Swaps gegen einen Zinsanstieg gesichert.

Das verbleibende Zinsrisiko wird laufend zentral analysiert und gesteuert. Bei Zinsderivaten in Höhe von 314 Mio. EUR und variabel verzinslichen Finanzschulden von 277 Mio. EUR (31. Dezember 2008) hätte eine Schwankung des Marktzinsniveaus von +/- 100 Basispunkten eine hypothetische Auswirkung auf das Ergebnis vor Ertragsteuern von +/- 3 Mio. EUR. Die Auswirkungen von möglichen Zinsschwankungen werden als moderat bewertet.

Als international operierendes Unternehmen ist HUGO BOSS in unterschiedlichen Währungsräumen tätig und unterliegt damit **Wechselkursrisiken**. Währungsrisiken bestehen dabei hauptsächlich aus der Geschäftstätigkeit in Großbritannien, Kanada, Australien, Japan und der Schweiz sowie durch die Produktion in der Türkei. Das Fremdwährungsrisiko im US-Dollar ist hingegen gering, da die Zahlungszuflüsse in US-Dollar durch Zahlungsabflüsse für in US-Dollar eingekaufte Waren aus Asien nahezu neutralisiert werden.

Wechselkursrisiken werden mit Devisentermin- und Swapgeschäften sowie Devisenoptionen abgesichert. Konzerneinheitliche Richtlinien bilden die Vorgabe für die Absicherung. Der Nettobedarf bzw. -überschuss der entsprechenden Währungen wird zwischen 50% und 100% abgesichert. Die Laufzeit der abgeschlossenen Devisenderivate beträgt in der Regel bis zu zwölf Monate.

Um das Risiko, das aus Wechselkursschwankungen resultiert, näherungsweise zu quantifizieren, wird eine Wechselkurssensitivitätsanalyse aufbereitet. Dabei wird eine hypothetische Aufwertung aller Währungen gegenüber dem Euro um 10% auf Basis der Jahresendkurse zugrunde gelegt.

WECHSELKURSSSENSITIVITÄTEN 2008

in Mio. EUR	Zahlungs- zuflüsse	Zahlungs- abflüsse	Netto-Währungsexposure	Effekt aus einer Aufwertung des Euros um 10% ¹
USD	95,9	-82,9	13,0	-0,55
GBP	65,5	-1,2	64,3	-1,30
CAD	31,6	0,0	31,6	-1,02
CHF	31,9	-57,5	-25,6	2,92
AUD	19,1	0,0	19,1	-0,97
JPY	2,4	-0,8	1,6	-0,30
TRY	0,0	-18,4	-18,4	1,57
Gesamt	246,4	-160,8	85,6	0,35

¹ Vorsteuereffekt unter Berücksichtigung der Wechselkurssicherungen.

Der Konzern ist bei Finanzinstrumenten einem **Ausfallrisiko** ausgesetzt, das aus der möglichen Nichterfüllung einer Vertragspartei resultiert und daher maximal in Höhe des positiven beizulegenden Zeitwerts des betreffenden Finanzinstruments besteht. Zur Minimierung der Ausfallrisiken werden im HUGO BOSS Konzern Finanzinstrumente nur mit Partnern sehr guter Bonität unter Einhaltung vorgegebener Risikolimits abgeschlossen. Außenstände und Ausfallrisiken werden von der Treasury Abteilung des Konzerns fortlaufend überwacht. Durch den Abschluss des syndizierten Kredits mit einer internationalen, bonitätsstarken Bankengruppe konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr die Abhängigkeit von einzelnen Kreditinstituten reduziert werden.

Operative Risiken

Die hohen Anforderungen an die Qualität der HUGO BOSS Produkte und damit an die Beschaffungs- und Produktionsprozesse bedingen intensive Partnerschaften mit Lieferanten. Die enge Zusammenarbeit mit Partnern kann **Beschaffungs-, Produktions- und Logistikkrisiken** mit sich bringen. Zur Vermeidung möglicher Risiken werden Bestellungen bei Lieferanten, Kapazitätsauslastung der Produzenten sowie deren Belieferung mit Rohware zentral koordiniert. Andererseits wird über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg darauf geachtet, dass keine Abhängigkeiten

entstehen. So vermeidet HUGO BOSS eine zu hohe Konzentration auf einzelne Lieferanten und Beschaffungsmärkte und achtet auf einen angemessenen Eigenproduktionsanteil. Das Risiko aufgrund von veränderten Zöllen, Handelsbeschränkungen, erhöhten Beschaffungspreisen oder politischen Instabilitäten wird damit reduziert. Darüber hinaus müssen Lieferanten über die hohen Anforderungen an Qualität und Lieferfähigkeit hinaus auch die von HUGO BOSS geforderten Umwelt- und Sozialstandards einhalten.

Die Lagerung der Roh- und Fertigwaren konzentriert sich auf wenige Standorte. Durch den derzeitigen Aufbau eines zentralen Distributionszentrums für Hängewaren wird dieser Konsolidierungstrend noch verstärkt. Um dem Risiko entgegenzutreten, Teile der Roh- oder Fertigwaren und damit Umsätze durch Lieferunfähigkeit zu verlieren, werden 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 Warenverlustes in Lagern sowie des Ausfalls eigener Produktionsstätten über Versicherungen abgedeckt.

Das **Risiko von Forderungsausfällen** wird durch ein konzernweites Debitorenmanagement auf Basis einheitlicher Regelungen begrenzt. Diese konzentrieren sich auf die Bonitätsprüfung und Vergabe und Einhaltung von Kundenkreditlimits, die Überwachung der Altersstruktur der Forderungen und die Handhabung zweifelhafter Forderungen. Die Interne Revision überprüft regelmäßig die Einhaltung dieser Konzernrichtlinien. Die Erläuterungen zur Bilanz unter [16] im Konzernanhang zeigen weitere Einzelheiten zu den Forderungen und deren Fälligkeit auf. Weiterhin erfolgt die konzernweite Absicherung von Forderungen durch eine Kreditversicherung. Bei versicherten Forderungen ist das Ausfallrisiko auf den Selbstbehalt begrenzt. In Anbetracht der aktuellen gesamtwirtschaftlichen Situation muss mit einem erhöhten Risiko von Forderungsausfällen gerechnet werden.

Das Vorratsmanagement ist im Rahmen des Net Working Capital Management im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich in den Fokus gerückt. Zur Minderung der **Vorratsrisiken** und zur generellen Optimierung der Bestände wird das Lagergeschäft in einem zentralen Verantwortungsbereich koordiniert.

Zur Vermeidung von **Vertriebsrisiken** wird auf eine ausgewogene Kundenstruktur geachtet. Durch die Expansion der Einzelhandelsaktivitäten wird das Risiko zusätzlich minimiert. Kennzahlen wie Auftragsbestände, Umsatzerlöse und Auslieferungsquoten werden kontinuierlich und zeitnah im Vertriebscontrolling überwacht.

Unternehmensorganisatorische Risiken

Ein reibungsloser Geschäftsablauf wird durch eine konzernweit einheitliche IT-Infrastruktur ermöglicht. Um Risiken aus der Kommunikations- und Informationstechnologie wie Systemunterbrechungen, Datenverluste und unberechtigte Zugriffe zu verringern, werden verschiedene Maßnahmen in Form von mehrstufigen Sicherheits- und Virenkonzepten, begrenzten Zugriffsrechten, Zugangskontrollsystemen und einer unabhängigen Energieversorgung umgesetzt.

Im Rahmen der weltweiten Geschäftsaktivitäten können mögliche **rechtliche Risiken** entstehen. Alle wesentlichen Rechtsgeschäfte des HUGO BOSS Konzerns werden von der zentralen Rechtsabteilung in Metzingen geprüft und genehmigt, um Rechtsstreitigkeiten weitestgehend zu vermeiden. Die zentrale Rechtsabteilung arbeitet dabei eng mit lokalen Anwälten und den Tochtergesellschaften zusammen.

Haftungsrisiken werden durch weltweit wirksame Versicherungen reduziert. Für Gerichts- und Rechtsberatungskosten sind Rückstellungen in ausreichender Höhe gebildet worden.

Personalrisiken ergeben sich im Wesentlichen durch Personalbeschaffung, mangelnde Qualifikation und Fluktuation. Diese Risiken werden begrenzt durch umfassende Weiterbildungsmaßnahmen, leistungsgerechte Vergütung und frühzeitige Nachfolgeplanung. Darüber hinaus wird die Entwicklung der Mitarbeiter durch ein umfangreiches Talent- und Performancemanagement gefördert.

Weitere Informationen hierzu sind im Kapitel „Mitarbeiter“ zu finden.

HUGO BOSS zeichnet sich durch eine vertrauensbasierte Unternehmenskultur mit flachen Hierarchien aus. Auf jeder Ebene ist eigenverantwortliches Handeln und Denken gefordert. Der Zugang zu vertraulichen Informationen sowie die Übertragung hoher unternehmerischer Verantwortung birgt 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.

GESAMTRISIKOPOSITION

Die Muttergesellschaft sowie auch alle Tochtergesellschaften arbeiten mit der gleichen Art der Risikoanalyse und des Risikomanagements. Dabei werden Risiken einheitlich quantifiziert, indem ihr Einfluss auf das operative Ergebnis und/oder den Cashflow ermittelt wird.

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

NACHTRAGS-, CHANCEN- UND PROGNOSEBERICHT

Die mittelfristigen Aussichten für HUGO BOSS ergeben sich einerseits aus der geschilderten strategischen Aufstellung des Konzerns, die wesentliche Wachstumsakzente setzen soll, andererseits aus den gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Nach Schätzungen führender Wirtschaftsforschungsinstitute steht für das Jahr 2009 ein deutlicher konjunktureller Einbruch bevor. Die Auswirkungen auf die Luxusgüterbezogene Realwirtschaft sind jedoch in diesem voraussichtlich turbulenten Jahr nur schwer abzuschätzen. In den kommenden Jahren gilt es deshalb, die fundamentale Stärke von HUGO BOSS weiter herauszustellen und durch neue Akzente abzurunden, um auch in herausfordernden Zeiten gut aufgestellt zu sein.

NACHTRAGSBERICHT

Bis zum 9. März 2009 gab es im HUGO BOSS Konzern keine nennenswerten operativen und strukturellen Veränderungen oder Geschäftsvorfälle, welche die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage im Vergleich zum 31. Dezember 2008 wesentlich verändern würden.

CHANCENBERICHT

HUGO BOSS ist seit Jahren einer der erfolgreichsten internationalen Modekonzerne im Bereich des gehobenen Bekleidungsmarkts. Diese Positionierung bietet auch in der Zukunft Wachstums- und Ergebnispotenzial. Um diese Potenziale zu nutzen, ist ein verlässliches **Chancenmanagement** wichtig. Alle Bereiche innerhalb des Konzerns sind darauf ausgerichtet, mögliche Chancen zu identifizieren, durch passgenaue Strategien konsequent zu nutzen und mit Risiken verantwortungsvoll umzugehen. Die Unternehmenszentrale in Metzingen koordiniert dabei nicht nur die Instrumentarien zur Chancenidentifikation, sondern sichert im zentralen Bereich Finanzierung auch die zur Chancenverwirklichung nötige Liquidität für das gesamte Unternehmen.

Weitere Informationen über das interne Steuerungssystem und das Risikomanagement von HUGO BOSS sind auf den Seiten 061 f. und 089 ff. zu finden.

Im Mittelpunkt stehen die laufende Beobachtung und Analyse der Märkte, um kommende Trends zeitnah zu erkennen und entsprechende Strategien umzusetzen. Daneben wird darauf geachtet, dass durch eine klare Markenkommunikation und ein exklusives Vertriebsnetzwerk die Positionierung der Marke im hochwertigen Segment geschützt und das Markenimage gestärkt wird. Dies hilft HUGO BOSS, seine Marktposition auch künftig zu behaupten und auszubauen.

Der bisherige Erfolg in den **strategischen Wachstumsfeldern** Womenswear, Schuhe und Lederaccessoires und eigene Einzelhandelsaktivitäten bietet auch weiterhin Raum für große Wachstumschancen, um die Marktpositionierung trotz des schwierigen Umfelds nicht nur verteidigen, sondern auch stärken zu können. So führt beispielsweise der Ausbau des Einzelhandelsnetzwerks nicht nur durch die verstärkte vertikale Diversifikation zu einer potenziell höheren Rohertragsmarge, sondern ermöglicht auch eine gezielte und offensive Präsentation des Warensortiments, eine größere Nähe zum Endkunden und somit die flexible Reaktion auf Marktveränderungen. Auch von den Marken BOSS und HUGO erwartet der Konzern weiterhin eine positive Entwicklung, insbesondere nachdem das individuelle Image der Linien mit den kommenden Kollektionen noch deutlicher heraus-

gestellt werden wird, um damit die einzelnen Zielgruppen noch passgenauer anzusprechen. Vor allem die Ausrichtung der qualitativ hochwertigen Linie BOSS Selection auf das Luxussegment hin und die Überarbeitung der Linie BOSS Orange werden zusätzliche Chancen für profitables Wachstum bieten. Regional gesehen eröffnen sich Chancen insbesondere im gesamten asiatischen Raum, dank des auch in den kommenden Jahren erwarteten Wachstums dieser Märkte. Auch die Ausweitung der Distribution in Nordamerika bietet noch weiteres Umsatz- und Ergebnispotenzial, ebenso wie der Ausbau der bereits marktführenden Stellung in Osteuropa. HUGO BOSS strebt daher in den kommenden Jahren eine Steigerung des außereuropäischen Umsatzanteils auf 50% am Konzernumsatz an. Um auf die Besonderheiten der regionalen Märkte besser eingehen zu können und diese intensiver zu betreuen, hat der Konzernvorstand für das operative Geschäft in den Weltregionen Europa, Amerika und Asien/Pazifik Regionaldirektoren berufen. Darüber hinaus wird von dieser stärkeren Regionalisierung der Vertriebsstrukturen eine bessere Verzahnung der Ländergesellschaften und damit eine weitere Optimierung der Umsatz- und Ergebniskontrolle erwartet.

Weitere Informationen zu den strategischen Wachstumsfeldern sind auf den Seiten 062 ff. dargestellt.

Daneben bietet die stetige Optimierung unternehmensinterner Abläufe entlang der gesamten Wertschöpfungskette die Chance zur **Effizienzsteigerung**. Eine verbesserte Kostenstruktur wird sich positiv auf das Geschäftsergebnis des Unternehmens auswirken und damit gerade in den kommenden konjunkturell angespannten Zeiten finanzielle Spielräume eröffnen. So wird beispielsweise mit dem Abschluss des Columbus Projekts und der nun vollen Leistungsfähigkeit der Logistikprozesse die Warenverfügbarkeit der Kollektionen deutlich gesteigert und die termingerechte und vollständige Lieferung bestellter Waren verzögerungsfrei ermöglicht sowie Umsatzpotenzial erschlossen. Darüber hinaus wurden die Beschaffungs- und Produktionsprozesse kontinuierlich optimiert, was sich positiv auf die Rohertragsmarge auswirken wird.

PROGNOSEBERICHT FÜR DIE JAHRE 2009 UND 2010

Die internationale Finanzkrise hat den **Konjunkturausblick** für die Entwicklung der Weltwirtschaft erheblich belastet. Der konjunkturelle Abschwung hat ab der Jahresmitte 2008 zunehmend an Dynamik gewonnen. Trotz aller Anstrengungen der Regierungen und Notenbanken zur Stabilisierung der Banken und Stimulierung der Konjunktur dürfte sich die Weltwirtschaft noch geraume Zeit, voraussichtlich über das gesamte Jahr 2009, auf Talfahrt befinden und sich anschließend nur zögerlich erholen. So erwartet der Internationale Währungsfonds (IWF) ein Wachstum der globalen Wirtschaftsleistung von 0,5%. Im Jahr 2010 sollte sich das Wachstum schließlich moderat beschleunigen.

Insbesondere in den **Industrieländern** erwarten die Wirtschaftsforschungsinstitute negative Konjunkturperspektiven. In den **USA** haben die Verbraucher ihren Konsum drastisch zurückgefahren, und die Industrie streicht Investitionen und baut Stellen ab. Die Erwartungen für das US-Sozialprodukt gehen von einer Abnahme um 1,6% aus. Auch für die **Europäische Gemeinschaft** sind die Wachstumsprognosen für 2009 mit einem Minus von 2,0% negativ. Lediglich in Teilen Osteuropas sind bei rückläufigen Wachstumsraten insgesamt noch moderat wachsende Wirtschaftsleistungen zu erwarten.

Auch die **asiatischen Schwellenländer** werden unter den Auswirkungen der Finanzmarktkrise leiden. Das Wachstum in Staaten wie Indien und China wird sich merklich verlangsamen. So soll Chinas Sozialprodukt laut IWF um 6,7%, das in Indien um 5,1% steigen.

Die Visibilität für das Jahr 2010 stellt sich Anfang 2009 als sehr schwierig dar. Die Wirtschaftsexperten sehen für das Jahr 2010 ein Abflauen der Effekte aus der Banken- und Finanzkrise durch die verabschiedeten Konjunkturpakete voraus und schließen nicht aus, dass sich das Wachstum der Weltwirtschaft im Jahr 2010 wieder moderat beschleunigen könnte.

Die Auswirkungen der konjunkturellen Entwicklung in den nächsten zwei Jahren auf die **Luxusgüterbranche** und damit auf die weltweiten Ausgaben in diesem Sektor sind schwer abzuschätzen. Dementsprechend bleibt eine Wachstumsprognose der Märkte für Luxusgüter für die Jahre 2009 und 2010 schwierig. Das Jahr 2009 scheint aber angesichts der gesamtwirtschaftlichen Lage kein einfaches Jahr zu werden. Ein Marktwachstum wird lediglich von den Schwellenländern Asiens sowie des Mittleren Ostens erwartet. Nach Schätzungen für den US-amerikanischen Mode- und Luxusgütermarkt soll sich dieser im Jahr 2009 noch nicht erholen. In den europäischen Märkten wird von einer sich weiter abschwächenden Entwicklung ausgegangen.

Für das Geschäftsjahr 2009 erwartet HUGO BOSS infolge der ausgesprochen schwachen weltwirtschaftlichen Lage eine rückläufige Umsatzentwicklung. Vor allem der nach wie vor vorhandene Nachholbedarf im Bereich hochwertiger Güter in den Ländern Asiens sowie in weiteren Schwellenländern könnte den in den traditionellen Märkten zu erwartenden Umsatzrückgang wenigstens teilweise ausgleichen. Dies gilt umso mehr, als HUGO BOSS in den genannten Wachstumsregionen noch keine spürbare Marktsättigung erreicht hat und folglich trotz eines konjunkturellen Rückgangs auch in diesen Ländern noch zu mobilisierende Umsatzpotenziale vorhanden sind. Mit einer Verbesserung der konjunkturellen Lage erwartet das Management für das Geschäftsjahr 2010 eine positive Geschäftsentwicklung mit einem Umsatzwachstum.

Die auf internationales Wachstum und in erster Linie auf Steigerung des außereuropäischen Umsatzes angelegte Strategie ist für HUGO BOSS jedoch nicht nur kurzfristig richtig, sondern auch langfristig vielversprechend. Gerade mittelfristig und nach Ende der wirtschaftlichen Krisenszenarien dürften in zahlreichen Wachstumsmärkten neue Konsumpotenziale entstehen. Eine stetig wachsende Mittel- und Oberschicht, die ihren Erfolg auch in angemessener Mode ausdrücken möchte, wird dazu genauso beitragen wie der steigende Anteil berufstätiger Frauen, die damit über spürbar mehr finanziellen Spielraum verfügen werden. Ferner dürfte das – gerade auch bei Männern – zunehmende Markenbewusstsein weitere Potenziale erschließen.

Insgesamt ist die Strategie auf organisches Wachstum ausgerichtet, das durch eigene Innovationskraft getrieben wird. Akquisitionen werden auf ihr Wertsteigerungspotenzial hin geprüft. Dennoch steht die Ausschöpfung aller Umsatz- und Ertragspotenziale aus dem derzeitigen Geschäft in den nächsten Jahren im Fokus.

Vor dem Hintergrund der schwierigen Umsatzprognose haben die **Ergebnissteuerung und das Kostenmanagement** nochmals deutlich an Bedeutung gewonnen. Nur eine strikte Überwachung der Kostenstruktur ermöglicht es, rechtzeitig Sparpotenziale zu identifizieren und durch ihre Realisierung die Ergebnismarge zu verbessern. Zu den wesentlichen Elementen der Ergebnissteigerung gehören:

- Die Umsetzung von Optimierungsprozessen entlang der gesamten Wertschöpfungskette des Unternehmens, angefangen von einer margenbasierten Kollektionsplanung über die Nutzung eines weltweiten Beschaffungsnetzwerks bis hin zur kontinuierlichen Verbesserung des Materialeinsatzes.
- Die Reduktion der Komplexität in den Kollektionen und damit der Produktions- und Logistikkosten.
- Das zentrale Management des Lagergeschäfts zur Optimierung der Bestände.
- Die Optimierung der Arbeitsprozesse, ihre bessere Verzahnung sowie der Abbau vorhandener Doppelstrukturen und damit Verschlankeung der Personalstruktur.

Ferner soll sich die Rohertragsmarge in den kommenden Jahren auch durch die Expansion des Retailgeschäfts weiter verbessern. Schließlich werden mit weiterem Volumenwachstum insbesondere bei den Damenkollektionen sowie dem Geschäft mit Schuhen und Lederaccessoires Skaleneffekte genutzt, um einen größeren Ergebnisbeitrag zu erreichen.

Die erfolgreiche Umsetzung dieser Maßnahmen wird sich bereits im Geschäftsjahr 2009 positiv auf die Kostenstruktur und das Geschäftsergebnis des Unternehmens auswirken. HUGO BOSS rechnet daher trotz rückläufiger Umsatzerlöse mit einem weiteren Anstieg des operativen Ergebnisses (EBITDA) im Verhältnis zum Umsatz. Für das Jahr 2010 geht HUGO BOSS von einer Fortsetzung des profitablen Wachstums aus.

Nachdem die Investitionen im abgelaufenen Geschäftsjahr dem höchsten Volumen in der Geschichte von HUGO BOSS entsprachen, werden die **geplanten Investitionen** im Geschäftsjahr 2009 wieder auf dem Niveau der Vorjahre liegen. Schwerpunkte werden weiterhin der Ausbau des eigenen Einzelhandels und die Optimierung der konzernweiten Prozesse sein. Mittelfristig werden zusätzlich Investitionen in die Rationalisierung der Logistikkapazitäten für Liegeware anfallen. Die Investitionsschwerpunkte und das Volumen für das Jahr 2010 sollten ähnlich denen des Geschäftsjahres 2009 sein.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben sich die **gewichteten Kapitalkosten des Fremd- und Eigenkapitals** im Rahmen der Finanzierung der Sonderdividende durch Aufnahme eines syndizierten Kredits vermindert. Gleichzeitig steht die Liquidität und Bonität des Unternehmens im Fokus, um die für die Unternehmensexpansion notwendige Flexibilität zu erhalten. HUGO BOSS plant daher, die Finanzierungsstärke, also das Verhältnis von Nettoverschuldung (Net Debt) zum operativen Gewinn (EBITDA), unter 2,75 zu halten. Die Finanzierungsstärke lag zum 31. Dezember 2008 bei einem Verhältnis von 2,00 vor Einmaleffekten. Angesichts der erwarteten Ergebnispotenziale geht der HUGO BOSS Konzern auch für die kommenden Jahre von einer guten Cashflow-Generierung und Liquiditätsausstattung aus. Hierdurch dürften alle für das operative Geschäft notwendigen Investitionsvorhaben ausreichend finanzierbar sein.

Um das internationale Wachstum zukünftig effizienter zu steuern, hat das Management eine **Neuorganisation der Unternehmensstruktur** eingeleitet, mit dem Ziel, Entscheidungsprozesse zu beschleunigen, Arbeitsprozesse zu optimieren sowie vorhandene Strukturen besser zu nutzen und Synergien zu heben. Damit geht auch eine Verschlankeung der Organisations- und Personalstruktur einher.

Die Neuorganisation ist erforderlich, damit der Konzern auch zukünftig effizient wirtschaften und die erreichte Marktposition halten bzw. weiter ausbauen kann. Bei einer positiven Geschäftsentwicklung wird jedoch ein erneuter Personalaufbau im Geschäftsjahr 2010 erwartet.

GESAMTAUSSAGE ZUR GESCHÄFTSENTWICKLUNG 2009 UND 2010

HUGO BOSS ist strategisch gut aufgestellt, um qualitativ weiter zu wachsen. Dennoch können die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Erwartungen über voraussichtliche Entwicklungen abweichen, wenn sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unzutreffend erweisen sollten. So hängt die Geschäftsentwicklung mit der weltweiten konjunkturellen Entwicklung zusammen. Sollten sich die Rezessionsszenarien weiter verschlimmern, muss auch mit Negativeffekten auf den Konzernumsatz und -gewinn gerechnet werden. Trotz weit reichender Währungsicherungsmaßnahmen und eines natürlichen Hedgings im US-Dollar würden starke Währungsschwankungen nicht ohne spürbare Auswirkungen bleiben. In den kommenden Jahren gilt es, auch das Risiko von möglichen Insolvenzen der Kunden von HUGO BOSS stärker zu beobachten. Darüber hinaus wird auf den „Risikobericht“ in diesem Lagebericht verwiesen.

VERGÜTUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

VERGÜTUNG FÜR DEN VORSTAND

Die fixen Gehaltsbestandteile umfassen dem Vorstand gewährte Leistungen wie Dienstwagen und Deputate sowie weitere zur Erfüllung der Vorstandsaufgaben notwendige Ausstattungen und Leistungen.

Die variablen Bestandteile bestehen zum einen aus den Tantiemen, die entsprechend der Erreichung der mit dem Aufsichtsrat vereinbarten persönlichen Ziele sowie bei Erfüllung von im Vorfeld definierten Unternehmensrenditekennzahlen gewährt werden.

Zum anderen hat die HUGO BOSS AG seit dem Geschäftsjahr 2001 für Vorstände und Führungskräfte ein „Stock Appreciation Rights Program“ aufgelegt. Im Rahmen dieses Programms erhalten die Führungskräfte eine definierte Anzahl an Partizipationsrechten, über die sie von Kurssteigerungen der Aktien der HUGO BOSS AG profitieren können. Die Partizipationsrechte gewähren ausschließlich einen Anspruch auf Geldleistung, nicht jedoch auf Aktien der HUGO BOSS AG. Im Jahr 2008 neu bestellte Vorstände haben keinen Anspruch auf das Stock Appreciation Rights Program.

Die Tranchen 4 bis 8 des „Stock Appreciation Rights Program“ haben eine sechsjährige Laufzeit. Mit Ablauf der Haltefrist von zwei Jahren beginnt der vierjährige Ausübungszeitraum. Sofern bei Ablauf der Haltefrist oder im anschließenden Ausübungszeitraum die Kursteigerung der Vorzugsaktien der HUGO BOSS AG die Entwicklung des MDAX um 5 Prozentpunkte übertrifft (Ausübungshürde), können die Partizipationsrechte ausgeübt werden.

Die zu gewährende Geldleistung ergibt sich aus der Differenz zwischen dem Durchschnittskurs der Vorzugsaktie der HUGO BOSS AG während der fünf Börsenhandelstage, die dem Tag der Ausübung vorangehen, und dem Basispreis. Der Basispreis entspricht dem Durchschnittskurs der Vorzugsaktien der HUGO BOSS AG, bezogen auf die Vorzugsaktien während der 20 Börsenhandeltage, die dem Ausgabebetag vorausgehen.

Daneben wurden für die meisten Vorstände Pensionszusagen durch die Gesellschaft gemacht. Das spätere Ruhegeld richtet sich nach der Anzahl der Dienstjahre und dem Grundgehalt.

VERGÜTUNG FÜR DEN AUFSICHTSRAT

Gemäß den Forderungen des Deutschen 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. Über die Vergütungshöhe beschließt die Hauptversammlung.

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 LLP, London, Großbritannien, und zu 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 Berichtes stets eine angemessene Gegenleistung erhalten hat. Maßnahmen wurden auf Veranlassung oder im Interesse der Permira Holdings LLP, London, Großbritannien, bzw. ihrer verbundenen Unternehmen weder getroffen noch unterlassen.“

ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN NACH DEN §§ 289 ABS. 4, 315 ABS. 4 HGB

Nachfolgend sind die nach den §§ 289 Abs. 4, 315 Abs. 4 HGB erforderlichen Angaben aufgeführt und erläutert. Aus Sicht des Vorstands besteht darüber hinaus kein weitergehender Erläuterungsbedarf im Sinne des § 120 Abs. 3 Satz 2 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 Stimmrechtsmitteilungen, die 10% der Stimmrechte überschreiten. Die HUGO BOSS AG erhielt am 6. 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 Per-

mira 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 S.p.A. 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.

Daneben sind der HUGO BOSS AG keine weiteren Aktionäre gemeldet worden, die mehr als 10% der Stimmrechte halten. 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 richtet 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.

Der **Vorstand ist gemäß § 4 Abs. 4 der Satzung ermächtigt**, das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 18. Mai 2009 mit Zustimmung des Aufsichtsrats durch Ausgabe neuer Inhaberstamm- und/oder Inhabervorzugsaktien ohne Stimmrecht, die den bereits ausgegebenen Inhaberstamm- bzw. 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 Erhöhung des Grundkapitals gegen Bareinlagen erfolgt 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.

Die **Befugnisse des Vorstands zum Aktienrückkauf** wurden an der Hauptversammlung vom 8. Mai 2008 erneuert. Danach ist der Vorstand ermächtigt, bis zum 7. November 2009 Inhaberstamm- und/oder Inhabervorzugsaktien ohne Stimmrecht der Gesellschaft bis zu einem Anteil von insgesamt höchstens 10% des ausstehenden Grundkapitals zu erwerben. Die HUGO BOSS AG kann von der Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien ganz oder in Teilbeträgen, einmal oder mehrmals Gebrauch machen. Der Erwerb darf über die Börse oder mittels eines an die Inhaber der entsprechenden Aktiegattung gerichteten öffentlichen Kaufangebots erfolgen. Nach dieser Ermächtigung zurückerworbene eigene Aktien können über die Börse oder mittels eines Angebots an alle 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 AG garantierte syndizierte Kredit der HUGO BOSS International B.V. sowie bilaterale Linien enthalten marktübliche **Vereinbarungen, die unter den Bedingungen eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots** – so genannte 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.

Metzingen, 9. März 2009

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Claus-Dietrich Lahrs
Norbert Unterharnscheidt

KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2008

in TEUR	Anh. Nr.	2008		2007	
Umsatzerlöse	[1]	1.686.058		1.632.018	
Sonstige betriebliche Erträge	[2]	74.921		86.540	
Bestandsveränderungen und andere aktivierte Eigenleistungen		45.809		47.854	
Materialaufwand	[3]	-721.300		-733.428	
Personalaufwand	[4]	-353.508		-299.667	
Abschreibungen	[5]	-60.975		-67.441	
Sonstige betriebliche Aufwendungen	[6]	-480.887		-445.583	
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit			190.118	220.293	
Zinsergebnis			-26.297	-7.880	
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		1.776		1.503	
Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-28.073		-9.383	
Übrige Finanzposten			-15.425	-32	
Finanzergebnis	[7]		-41.722	-7.912	
Ergebnis vor Ertragsteuern			148.396	212.381	
Ertragsteuern	[8]		-36.351	-58.285	
Konzernergebnis			112.045	154.096	
Davon entfallen auf:					
Anteilseigner des Mutterunternehmens			112.119	154.159	
Minderheitsanteile	[9]		-74	-63	
Konzernergebnis			112.045	154.096	
Ergebnis je Aktie (EUR) ¹	[10]				
Stammaktien			1,62	2,22	
Vorzugsaktien			1,63	2,24	
Dividende je Aktie (EUR)	[23]				
Stammaktien			1,37	6,45	
Vorzugsaktien			1,38	6,46	

¹ Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

KONZERNBILANZ**DES HUGO BOSS KONZERNS
ZUM 31. DEZEMBER 2008****AKTIVA**

in TEUR	Anh. Nr.	2008		2007
Immaterielle Vermögenswerte	[12]	105.018		97.038
Sachanlagen	[13]	294.807		248.960
Aktive latente Steuern	[8]	43.629		33.613
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	[14], [29]	9.370		7.302
Sonstige langfristige Vermögenswerte	[14]	6.425		13.557
Langfristige Vermögenswerte			459.249	400.470
Vorräte	[15]	381.354		351.389
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	[16]	201.035		171.288
Ertragsteuerforderungen	[8]	2.301		7.288
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	[14], [29]	13.488		6.684
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	[14]	79.582		77.634
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	[17]	24.612		24.502
Kurzfristige Vermögenswerte			702.372	638.785
Aktiva, gesamt			1.161.621	1.039.255

PASSIVA

in TEUR	Anh. Nr.	2008		2007
Gezeichnetes Kapital	[18]	70.400		70.400
Eigene Aktien	[19]	-42.363		-42.363
Kapitalrücklage	[20]	399		399
Gewinnrücklagen	[21]	102.888		393.882
Kumuliertes übriges Eigenkapital	[22]	-43.893		-29.628
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis		112.119		154.159
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital			199.550	546.849
Minderheitsanteile am Eigenkapital	[9]		-505	-431
Konzerneigenkapital			199.045	546.418
Langfristige Rückstellungen	[24], [25]	27.884		40.041
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	[26], [29]	588.506		46.103
Passive latente Steuern	[8]	17.926		9.587
Sonstige langfristige Schulden	[27]	26.706		27.409
Langfristige Schulden			661.022	123.140
Kurzfristige Rückstellungen	[24]	59.252		43.076
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	[26], [29]	40.169		153.178
Ertragsteuerschulden	[8]	36.768		35.325
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[28]	124.105		101.017
Sonstige kurzfristige Schulden	[27]	41.260		37.101
Kurzfristige Schulden			301.554	369.697
Passiva, gesamt			1.161.621	1.039.255

ENTWICKLUNG DES KONZERNEIGENKAPITALS

DES HUGO BOSS KONZERNS FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2008

in TEUR	Gewinnrücklagen				
	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Kapitalrücklage	Gesetzliche Rücklage	Sonstige Gewinnrücklagen
Anhang Nr.	[18]	[19]	[20]	[21]	[21]
1. Januar 2007	70.400	-31.114	399	6.641	340.667
Konzernergebnis					
Einstellung in Gewinnrücklagen					128.703
Dividendenzahlung					-82.129 ¹
Aktienrückkauf		-11.249			
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen					
31. Dezember 2007	70.400	-42.363	399	6.641	387.241
Konzernergebnis					
Einstellung in Gewinnrücklagen					154.159
Dividendenzahlung					-445.153 ¹
Aktienrückkauf					
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen					
31. Dezember 2008	70.400	-42.363	399	6.641	96.247

¹ Vermindert um die Veränderung der Verpflichtung zur Zahlung einer Mindestdividende von 0,01 EUR für die Inhaber der Vorzugsaktien.

Kumuliertes übriges Eigenkapital					
Unterschiede aus der Währungs- umrechnung	Markt- bewertung Sicherungs- geschäfte	Den Anteilseignern des Mutterunter- nehmens zuzurech- nendes Ergebnis	Auf die Anteilseigner des Mutterunterneh- mens entfallendes Eigenkapital	Minder- heitsanteile am Eigen- kapital	Konzern- eigenkapital
[22]	[22]			[9]	
-20.847	-119	128.703	494.730	-368	494.362
		154.159	154.159	-63	154.096
		-128.703	0		0
			-82.129		-82.129
			-11.249		-11.249
-11.951	3.289		-8.662		-8.662
-32.798	3.170	154.159	546.849	-431	546.418
		112.119	112.119	-74	112.045
		-154.159	0		0
			-445.153		-445.153
			0		0
-3.178	-11.087		-14.265		-14.265
-35.976	-7.917	112.119	199.550	-505	199.045

AUFSTELLUNG DER ERFASSTEN ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN¹**DES HUGO BOSS KONZERNS
FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2008**

in TEUR	2008	2007
Marktbewertung Sicherungsgeschäfte	-11.087	3.289
Währungsdifferenzen	-3.178	-11.951
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	-14.265	-8.662
Konzernergebnis	112.045	154.096
Erfasste Erträge und Aufwendungen	97.780	145.434
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	97.854	145.497
Minderheitsanteile	-74	-63

¹ Diese Aufstellung ist Bestandteil des Konzernanhangs.

KAPITALFLUSSRECHNUNG**DES HUGO BOSS KONZERNS
FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2008**

in TEUR	Anh. Nr.	2008	2007
	[33]		
Konzernergebnis		112.045	154.096
Abschreibungen	[12], [13]	60.975	67.441
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	[8]	36.351	58.285
Zinserträge und -aufwendungen	[7]	26.297	7.880
Veränderung der Vorräte		-27.929	-64.961
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva		-36.348	-51.131
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva		47.116	-3.308
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen		2.466	1.138
Veränderung Pensionsrückstellungen	[25]	770	-2.901
Veränderung übrige Rückstellungen		3.064	10.353
Gezahlte Ertragsteuern		-27.080	-59.332
Operativer Mittelzufluss		197.727	117.560
Gezahlte Zinsen	[7]	-34.678	-9.383
Erhaltene Zinsen	[7]	1.776	1.503
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit		164.825	109.680
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	[12], [13]	-118.781	-84.745
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten		2.008	8.082
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit		-116.773	-76.663
Dividende Vorjahr	[23]	-445.491	-82.466
Rückkauf eigener Aktien	[19]	0	-11.249
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten		-123.758	71.702
Rückzahlung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten		-9.656	-25.470
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten		531.631	518
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit		-47.274	-46.965
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		-668	-1.517
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		110	-15.465
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode		24.502	39.967
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	[17]	24.612	24.502

KONZERNANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2008

ALLGEMEINE ANGABEN

Der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht der HUGO BOSS AG, Metzingen, wurden durch Beschluss vom 9. März 2009 durch den Vorstand zur Weiterleitung an den Aufsichtsrat freigegeben. Die Veröffentlichung des Konzernabschlusses erfolgt voraussichtlich am 26. März 2009.

Die Gesellschaft ist unter der Firma HUGO BOSS AG in das Handelsregister beim Amtsgericht Stuttgart (HRB 360610) eingetragen (vormals Eintragung im Handelsregister des Amtsgerichts Reutlingen (HRB 610-U)).

Sitz der Gesellschaft ist Metzingen, Deutschland. Die Anschrift lautet HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen.

RECHNUNGSLEGUNG

Der Konzernabschluss der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2008 wurde in Übereinstimmung mit den Rechnungslegungsgrundsätzen des International Accounting Standards Board (IASB), den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften erstellt. Dabei wurden für das Geschäftsjahr 2008 alle gültigen International Financial Reporting Standards (IFRS) und International Accounting Standards (IAS) sowie die Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) berücksichtigt.

Die Erstellung des Konzernabschlusses erfordert bei einigen Positionen, dass Annahmen getroffen werden, die sich auf den Ansatz in der Konzernbilanz bzw. in der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung sowie auf die Angabe von sonstigen finanziellen Verpflichtungen und Eventualverbindlichkeiten auswirken.

Um die Klarheit der Darstellung zu verbessern, wurden verschiedene Posten der Konzernbilanz und der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung zusammengefasst. Diese Posten sind im Konzernanhang gesondert ausgewiesen und erläutert.

Durch die Erstellung des Konzernabschlusses in TEUR kann es bei zusammengefassten Zahlen zu Rundungsdifferenzen kommen, da die Berechnung der Einzelposten auf Zahlen in Euro basiert.

ANWENDUNG NEUER IFRS- BZW. GEÄNDERTER IAS-RECHNUNGSLEGUNGSVORSCHRIFTEN

Der Konzern hat im Geschäftsjahr die nachfolgend aufgelisteten neuen und überarbeiteten und von der EU übernommenen IFRS Standards und Interpretationen angewandt. Aus der Anwendung dieser überarbeiteten Standards und Interpretationen ergaben sich keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Sie führten jedoch zum Teil zu zusätzlichen Angaben.

- IFRS 8 Segmentberichterstattung

Der Standard regelt die Umstellung der Segmentberichterstattung vom „risk and reward approach“ des IAS 14 auf den „management approach“ in Bezug auf die Segmentidentifikation. IFRS 8 ist verpflichtend auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen.

Die HUGO BOSS AG hat sich entschieden, IFRS 8 freiwillig frühzeitig anzuwenden. Die Auswirkungen der frühzeitigen Einführung von IFRS 8 sind ausführlich im Konzernanhang unter Punkt [34] Segmentberichterstattung beschrieben.

- IFRIC 11 IFRS 2 Geschäfte mit eigenen Aktien und Aktien von Konzernunternehmen

IFRIC Interpretation 11 wurde im November 2006 veröffentlicht und ist erstmals für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. März 2007 beginnen, freiwillig anwendbar. IFRIC 11 IFRS 2 befasst sich mit der Fragestellung, wie konzernweite aktienbasierte Vergütungen zu bilanzieren sind, welche Auswirkungen Mitarbeiterwechsel innerhalb eines Konzerns haben und wie aktienbasierte Vergütungen zu behandeln sind, bei denen das Unternehmen eigene Aktien ausgibt, diese von einem Dritten erwerben muss oder die Aktien von dem Gesellschafter gewährt werden. Aus der Anwendung ergaben sich keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage bzw. die Cashflows des Konzerns.

- IFRIC 13 Kundenbonusprogramme

Diese Interpretation ist erstmals für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2008 beginnen, anzuwenden. Gemäß dieser Interpretation sind den Kunden gewährte Vorteile (Prämien) als eigener Umsatz separat von der Transaktion zu bilanzieren, im Rahmen derer sie gewährt wurden.

Da durch die HUGO BOSS AG im Rahmen des Verkaufs von Gütern keine Prämiengutschriften an Kunden vergeben werden, hatte diese Interpretation keine Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage bzw. die Cashflows des Konzerns.

- IFRIC 14 IAS 19 Die Begrenzung eines leistungsorientierten Vermögenswerts, Mindestfinanzierungsvorschriften und ihre Wechselwirkung

IFRIC Interpretation 14 wurde im Juli 2007 veröffentlicht und ist erstmals für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2008 beginnen.

Diese Interpretation gibt Leitlinien zur Bestimmung des Höchstbetrags des Überschusses aus einem leistungsorientierten Plan, der nach IAS 19 Leistungen an Arbeitnehmer als Vermögenswert aktiviert werden darf.

Da im Rahmen des Asset Ceilings gemäß IAS 19.58 kein Vermögenswert aus einem leistungsorientierten Plan angesetzt wird, hatte diese Interpretation zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2008 keine Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage bzw. die Cashflows des Konzerns.

Folgende Rechnungslegungsvorschriften wurden herausgegeben, waren aber für das Jahr 2008 noch nicht verpflichtend anzuwenden:

- Änderung von IFRS 2 Anteilsbasierte Vergütung, Ausübungsbedingungen und Annullierungen
Die Änderungen betreffen im Wesentlichen die Definition von Ausübungsbedingungen (vesting conditions) und die Regelungen zur Annullierung (cancellation) eines Plans durch eine

andere Partei als das Unternehmen. Durch die Änderungen wird klargestellt, dass Ausübungsbedingungen nur Leistungsbedingungen (service conditions) und Zielerreichungsbedingungen (performance conditions) sind. Dabei sind Leistungsbedingungen zeitraumbezogen. Die Zielerreichungsbedingungen, die neben den Leistungsbedingungen auch bestimmte Erfolgsziele beinhalten, können auch Marktbedingungen enthalten. Die Änderungen sind rückwirkend auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen.

- **Änderung von IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse sowie Ergänzungen des IAS 27 Konzern- und separate Abschlüsse nach IFRS**
Wesentliche Änderungen der überarbeiteten bzw. ergänzten Standards sind die Anwendung der Full Goodwill-Methode, die erfolgswirksame Erfassung von Anschaffungsnebenkosten, die erfolgswirksame Neubewertung bereits bestehender Beteiligungsanteile bei Kontrollgewinn sowie verbleibender Beteiligungsanteile bei Kontrollverlust, die erfolgsneutrale Erfassung von Änderungen der Beteiligungsquote an einem Tochterunternehmen ohne Kontrollverlust sowie die unbeschränkte Verlustzurechnung an die Minderheitsgesellschafter. Beide Standards sind verpflichtend auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen.
- **Änderung von IAS 1 Darstellung des Abschlusses und IAS 32 Finanzinstrumente: Darstellung**
Die Änderungen sind in einem Dokument mit dem Titel „Puttable Financial Instruments and Obligations Arising on Liquidation“ zusammengefasst und beinhalten auch kleinere Änderungen von IFRS 7, IAS 39 und IFRIC 2. Die Änderungen betreffen im Wesentlichen Fragen zur Abgrenzung zwischen Eigen- und Fremdkapital. Insbesondere besteht nun im Rahmen der Neufassung unter bestimmten Voraussetzungen die Möglichkeit, kündbare Instrumente als Eigenkapital zu klassifizieren. Die Änderungen sind auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen.
- **IAS 23 Fremdkapitalkosten**
Der überarbeitete Standard IAS 23 Fremdkapitalkosten ist für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen. Der Standard fordert eine Aktivierung von Fremdkapitalkosten, die einem qualifizierten Vermögenswert zugerechnet werden können.
- **Änderungen des IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung**
Im Juli 2008 hat das IASB eine Ergänzung zu IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung veröffentlicht. Die Ergänzungen sind in einem Dokument mit dem Titel „Eligible Hedged Items – Amendment to IAS 39 Financial Instruments: Recognition and Measurement“ zusammengefasst. Ausgangspunkt sind die bestehenden Regelungen, nach denen ein Unternehmen das gesamte, einen Teil oder bestimmte Risiken eines Grundgeschäfts in einen Hedge einbeziehen kann.
Um die Anwendung der unveränderten Grundprinzipien zu vereinfachen, wurden die Anwendungsgrundsätze in den Bereichen der Designation von Inflationsrisiken als Grundgeschäft sowie der Designation eines einseitigen Risikos in einem Grundgeschäft (beispielsweise mit einer Option als Sicherungsgeschäft) ergänzt.
Des Weiteren wurden im November 2008 Änderungen betreffend der Umklassifizierung einiger Finanzinstrumente veröffentlicht.
Die Änderungen sind auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen.

- IFRIC 12 Dienstleistungskonzessionsvereinbarungen

Die Interpretation regelt die bilanzielle Behandlung von im Rahmen von Dienstleistungskonzessionen übernommenen Verpflichtungen und erhaltenen Rechten im Abschluss des Konzessionsnehmers.

Diese Interpretation ist grundsätzlich erstmals für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2008 beginnen, anzuwenden. Da die EU diese jedoch derzeit noch nicht übernommen hat, ist IFRIC 12 derzeit in Abschlüssen nach § 315a HGB nicht verpflichtend anzuwenden.

Diese neuen Rechnungslegungsvorschriften sind im Konzernabschluss 2008 noch nicht berücksichtigt. Aus der Anwendung dieser überarbeiteten Standards und Interpretationen werden sich voraussichtlich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie die Cashflows der HUGO BOSS AG ergeben.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Der Konsolidierungskreis des HUGO BOSS Konzerns umfasst die HUGO BOSS AG und die von ihr beherrschten Gesellschaften. Die Beherrschung ist grundsätzlich gegeben, wenn der Konzern die Möglichkeit hat, die Finanz- und Geschäftspolitik eines Unternehmens derart zu bestimmen, dass er von dessen Aktivitäten profitiert. Neben der HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, sind dies im Einzelnen folgende Gesellschaften (Kapitalbeteiligung jeweils 100%, soweit nicht abweichend vermerkt):

BIL Leasing Verwaltungs-GmbH & Co. 869 KG, Pöcking, Deutschland¹
HUGO BOSS (Schweiz) AG, Zug, Schweiz
HUGO BOSS Australia Pty. Ltd., Preston, Australien
HUGO BOSS Belgium BVBA, Diegem, Belgien
HUGO BOSS Belgium Retail BVBA, Diegem, Belgien
HUGO BOSS Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande
HUGO BOSS Benelux Retail B.V., Amsterdam, Niederlande
HUGO BOSS Beteiligungsgesellschaft mbH, Metzingen, Deutschland²
HUGO BOSS Canada, Inc., Toronto, Kanada
HUGO BOSS China Retail Co. Ltd., Shanghai, China
HUGO BOSS Cleveland, Inc., Wilmington, DE, USA
HUGO BOSS Dienstleistungen GmbH, Metzingen, Deutschland²
HUGO BOSS do Brasil Ltda., São Paulo, Brasilien
HUGO BOSS España S.A., Madrid, Spanien
HUGO BOSS Fashions, Inc., Wilmington, DE, USA
HUGO BOSS France SAS, Paris, Frankreich
HUGO BOSS Germany Retail GmbH, Metzingen, Deutschland³
HUGO BOSS Guangdong Trading Co. Ltd., Guangzhou, China
HUGO BOSS Holding Netherlands B.V., Amsterdam, Niederlande
HUGO BOSS Holdings Pty. Ltd., Preston, Australien
HUGO BOSS Holding Sourcing S.A., Coldrerio, Schweiz
HUGO BOSS Hong Kong Ltd., Hongkong
HUGO BOSS International B.V., Amsterdam, Niederlande
HUGO BOSS International Markets AG, Zug, Schweiz
HUGO BOSS Internationale Beteiligungs-GmbH, Metzingen, Deutschland²
HUGO BOSS Italia S.p.A., Mailand, Italien
HUGO BOSS Japan K.K., Tokio, Japan
HUGO BOSS Licensing, Inc., Wilmington, DE, USA
HUGO BOSS Merchandise Management GmbH, Metzingen, Deutschland
HUGO BOSS Mexico Management Services S.A. de C.V., Mexiko-Stadt, Mexiko
HUGO BOSS Mexico S.A. de C.V., Mexiko-Stadt, Mexiko
HUGO BOSS Nordic ApS, Kopenhagen, Dänemark
HUGO BOSS Outlet Magazacilik Limited Sirketi, Izmir, Türkei
HUGO BOSS Portugal, Unipessoal, Lda., Lissabon, Portugal
HUGO BOSS Retail, Inc., Wilmington, DE, USA
HUGO BOSS S.p.A., Como, Italien
HUGO BOSS Scandinavia AB, Stockholm, Schweden
HUGO BOSS Shoes & Accessories Italia S.p.A., Morrovalle, Italien
HUGO BOSS shoes & accessories, Inc., Wilmington, DE, USA

HUGO BOSS Switzerland Retail AG, Zürich, Schweiz
 HUGO BOSS Textile Industry Ltd., Izmir, Türkei
 HUGO BOSS Ticino S.A., Coldrerio, Schweiz
 HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG, Metzingen, Deutschland³
 HUGO BOSS Trade Mark Management Verwaltungs-GmbH, Metzingen, Deutschland²
 HUGO BOSS UK Limited, London, Großbritannien
 HUGO BOSS USA, Inc., Wilmington, DE, USA
 HUGO BOSS Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG, Metzingen, Deutschland²
 MSC Poland Sp.z.o.o., Radom, Polen
 ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Dieselstraße KG, Grünwald, Deutschland¹
 ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Metzingen KG, Grünwald, Deutschland¹
 The Joseph & Feiss Company, Wilmington, DE, USA

¹ Beteiligungen mit einem Kapitalanteil von 94%.

² Tochterunternehmen, die von der Befreiung gemäß §§ 264 Abs. 3 bzw. 264b HGB zur Offenlegung Gebrauch machen.

³ Tochterunternehmen, die von der Befreiung gemäß §§ 264 Abs. 3 bzw. 264b HGB zur Erstellung eines Lageberichts und zur Offenlegung Gebrauch machen.

Zudem wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr folgende Objektgesellschaften mit Sitz in Grünwald, Deutschland, gegründet:

GRETANA Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Lagerimmobilie KG
 GRETANA Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Lagerlogistik KG

Bei diesen Gesellschaften handelt es sich um Objektgesellschaften, die voraussichtlich die geplante Lagerlogistikimmobilie samt Mobilie herstellen und anschließend an die HUGO BOSS AG im Rahmen eines Operate lease vermieten. Bis zum Abschluss der Leasingverträge hat sich die HUGO BOSS AG verpflichtet, den Objektgesellschaften alle anfallenden Aufwendungen für den Fall zu ersetzen, dass es nicht zum Abschluss eines Leasingvertrages kommt. Die HUGO BOSS AG trägt sämtliche Chancen und Risiken aus diesen Beteiligungen, wonach diese grundsätzlich in den Konsolidierungskreis einzubeziehen sind. Da das Engagement jedoch von untergeordneter Bedeutung ist, wurde auf eine Einbeziehung in den Konsolidierungskreis verzichtet.

Die vollständige Aufstellung des Anteilsbesitzes gemäß § 313 HGB wird beim elektronischen Bundesanzeiger als Bestandteil des Anhangs bekannt gemacht.

VERÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2008 stieg die Anzahl der konsolidierten Gesellschaften gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007 durch die Gründung der HUGO BOSS Merchandise Management GmbH um eine auf 52 Gesellschaften.

Insgesamt stellt sich die Zahl der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen im Geschäftsjahr 2008 wie folgt dar:

ANZAHL DER VOLLKONSOLIDIERTEN GESELLSCHAFTEN

	2008	2007
1. Januar	51	52
Neu gegründete/konsolidierte Unternehmen	1	1
Unternehmenszusammenschlüsse	-	-2
31. Dezember	52	51

ANGABEN ZUM MEHRHEITSAKTIONÄR

Die Valentino Fashion Group S. p. A., Mailand, Italien, hält über die von ihr kontrollierte V. F. G. International N. V., Amsterdam, Niederlande, die Mehrheit der Stimmrechte an der HUGO BOSS AG. Der Konzernabschluss der HUGO BOSS AG wird in den Konzernabschluss der Valentino Fashion Group S. p. A., Mailand, Italien, als größtem Konsolidierungskreis einbezogen.

KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

Bei erstmaliger Konsolidierung von Tochterunternehmen werden die Anschaffungswerte der Beteiligung dem Konzernanteil am Buchwert des Eigenkapitals der jeweiligen Gesellschaft gegenübergestellt. Die Differenz zwischen den Anschaffungskosten und dem anteiligen Eigenkapital wird grundsätzlich, soweit sie auf stillen Reserven oder stillen Lasten beruht, den Vermögenswerten und Schulden des Tochterunternehmens vollständig zugeordnet. Ein verbleibender aktivischer Unterschiedsbetrag wird als Geschäfts- oder Firmenwert aktiviert und auf Ebene der entsprechenden „Cash Generating Unit“ auf Werthaltigkeit getestet.

Die Auswirkungen konzerninterner Geschäftsvorfälle werden eliminiert. Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den konsolidierten Gesellschaften werden gegeneinander aufgerechnet, Zwischengewinne und -verluste im Anlage- und Vorratsvermögen werden eliminiert und konzerninterne Erträge mit den korrespondierenden Aufwendungen verrechnet. Auf temporäre Unterschiede aus der Konsolidierung werden die nach IAS 12 erforderlichen Steuerabgrenzungen vorgenommen.

WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Die Berichtswährung des HUGO BOSS Konzerns ist der Euro. Fremdwährungsgeschäfte werden in den Einzelabschlüssen der Konzerngesellschaften mit dem Kurs zum Zeitpunkt des Geschäftsvorfalles umgerechnet. Monetäre Posten in Fremdwährung werden grundsätzlich zum Kurs am Bilanzstichtag umgerechnet. Daraus resultierende Währungsgewinne und -verluste werden unmittelbar erfolgswirksam erfasst.

Die Jahresabschlüsse der ausländischen Konzerngesellschaften (bei denen es sich um wirtschaftlich selbständige Teileinheiten handelt) werden nach der modifizierten Stichtagskursmethode gemäß IAS 21 in Euro umgerechnet. Die funktionale Währung ist grundsätzlich die jeweilige Lan-

deswahrung. Abweichend davon ist die funktionale Währung der HUGO BOSS Textile Industry Ltd. der Euro, da die wesentlichen Transaktionen dieser Gesellschaft in Euro getätigt werden. Es handelt sich bei dieser Gesellschaft um einen ausländischen Geschäftsbetrieb, der wirtschaftlich in den Geschäftsbetrieb der HUGO BOSS AG integriert ist. Eine Umrechnung dieses Jahresabschlusses ist demzufolge nicht vorzunehmen.

Vermögenswerte und Schulden werden mit den Mittelkursen am Bilanzstichtag, die Posten der Gewinn- und Verlustrechnungen werden grundsätzlich zum Zeitpunkt des Geschäftsvorfalles umgerechnet. Aus Vereinfachungs- und aus Wesentlichkeitsgründen wird ein Durchschnittskurs, der aus Tageskursen ermittelt wird, verwendet. Das Eigenkapital wird zu historischen Kursen umgerechnet.

Der Unterschiedsbetrag aus der Umrechnung der Gewinn- und Verlustrechnungen zu Durchschnittskursen und der Bilanzen zu Stichtagskursen wird erfolgsneutral im kumulierten übrigen Eigenkapital ausgewiesen. Der sich aus der Umrechnung des Eigenkapitals zu historischen Kursen ergebende Wahrungsunterschied wird ebenfalls mit dem kumulierten übrigen Eigenkapital verrechnet.

Die wichtigsten im Konzernabschluss verwendeten Kurse haben sich in Relation zum Euro wie folgt entwickelt:

Land	Währung	Durchschnittskurs		Bilanzstichtagskurs		
		1 EUR =	2008	2007	2008	2007
Australien	AUD		1,7409	1,6351	2,0435	1,6731
Brasilien	BRL		2,6701	2,6639	3,2862	2,5858
Dänemark	DKK		7,4559	7,4508	7,4506	7,4566
Großbritannien	GBP		0,7952	0,6843	0,9742	0,7348
Hongkong	HKD		11,4477	10,6907	10,9261	11,4620
Japan	JPY		152,4061	161,2658	127,4000	166,1300
Kanada	CAD		1,5585	1,4696	1,7331	1,4389
Mexiko	MXN		16,1768	14,9700	19,0863	15,9646
Schweden	SEK		9,6084	9,2495	10,9500	9,4483
Schweiz	CHF		1,5879	1,6427	1,4963	1,6604
USA	USD		1,4699	1,3701	1,4098	1,4692

KENNZAHLEN DER WESENTLICHEN BETEILIGUNGSGESELLSCHAFTEN DES HUGO BOSS KONZERNS

Gesellschaft

HUGO BOSS AG¹

HUGO BOSS International B. V.²

HUGO BOSS Ticino S. A.

HUGO BOSS USA, Inc.³

HUGO BOSS Benelux B. V.⁴

HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG

HUGO BOSS International Markets AG

HUGO BOSS Hong Kong Ltd.

HUGO BOSS France SAS

HUGO BOSS Italia S. p. A.

HUGO BOSS Textile Industry Ltd.

HUGO BOSS Shoes & Accessories Italia S. p. A.

HUGO BOSS Australia Pty. Ltd.

HUGO BOSS Canada, Inc.

HUGO BOSS UK Limited

HUGO BOSS Scandinavia AB

HUGO BOSS (Schweiz) AG

HUGO BOSS do Brasil Ltda.

HUGO BOSS Mexico S. A. de C. V.

HUGO BOSS Japan K. K.

HUGO BOSS España S. A.

¹ Das Ergebnis enthält Erträge aus Gewinnübernahmen in Höhe von 300.021 TEUR sowie Erträge aus Beteiligungen in Höhe von 77.702 TEUR.

² Das Ergebnis enthält Dividendeneinkünfte in Höhe von 191.149 TEUR (2007: 92.066 TEUR).

³ Teilkonzernabschluss.

⁴ Das Ergebnis enthält 2007 einen Gewinn in Höhe von 1.148 TEUR aus Beteiligungsveräußerungen im Konzern.

Sitz	Ergebnis (in TEUR)		Eigenkapital (in TEUR)	
	2008	2007	2008	2007
Metzingen, Deutschland	329.249	-28.367	537.852	569.975
Amsterdam, Niederlande	176.926	64.977	105.225	246.897
Coldrerio, Schweiz	38.897	31.124	66.364	70.911
Wilmington, DE, USA	762	10.506	45.666	73.686
Amsterdam, Niederlande	15.902	15.066	37.911	37.009
Metzingen, Deutschland	79.196	83.213	22.842	103.098
Zug, Schweiz	17.405	18.557	20.977	18.519
Hongkong	12.525	9.643	17.787	10.215
Paris, Frankreich	1.940	2.147	14.055	37.115
Mailand, Italien	-1.447	-125	13.633	15.080
Izmir, Türkei	5.711	2.125	13.450	7.739
Morrovalle, Italien	1.076	320	8.217	7.141
Preston, Australien	1.736	2.147	7.871	11.094
Toronto, Kanada	-2.369	-1.465	7.190	11.225
London, Großbritannien	11.123	8.356	6.986	10.832
Stockholm, Schweden	4.595	179	5.046	4.351
Zug, Schweiz	4.078	4.487	4.959	4.921
São Paulo, Brasilien	113	21	2.466	3.017
Mexiko-Stadt, Mexiko	966	2.226	2.387	7.512
Tokio, Japan	-4.035	-1.823	-11.090	-4.803
Madrid, Spanien	-22.294	-3.434	-20.472	1.822

BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Die Abschlüsse der HUGO BOSS AG sowie der in- und ausländischen Tochterunternehmen werden entsprechend IAS 27 nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen aufgestellt.

ERTRAGS- UND AUFWANDSREALISIERUNG

Erträge werden erfasst, wenn es wahrscheinlich ist, dass der wirtschaftliche Nutzen dem Konzern zufließen wird und die Höhe der Erträge verlässlich bestimmt werden kann. Erträge werden zum beizulegenden Zeitwert der erhaltenen Gegenleistung bewertet. Erträge werden nach Abzug von Skonti und Rabatten sowie ohne Umsatzsteuer ausgewiesen. Darüber hinaus setzt die Ertragsrealisierung die Erfüllung nachfolgend aufgelisteter Ansatzkriterien voraus.

Verkauf von Waren und Erzeugnissen

Erlöse aus dem Verkauf von Gütern werden erfasst, wenn die mit dem Eigentum an den verkauften Waren und Erzeugnissen verbundenen maßgeblichen Chancen und Risiken auf den Käufer übergegangen sind. Dies tritt in der Regel mit Lieferung der Waren und der Erzeugnisse ein.

Zinserträge

Zinsen werden zeitproportional unter Berücksichtigung der Effektivverzinsung des Vermögenswertes erfasst.

Lizenerträge und sonstige Erträge

Lizenerträge und sonstige Erträge werden periodengerecht in Übereinstimmung mit den Bestimmungen des zugrunde liegenden Vertrages erfasst.

Betriebliche Aufwendungen werden auf der Grundlage eines direkten Zusammenhangs zwischen den angefallenen Kosten und den entsprechenden Erträgen in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst, wenn die Leistung in Anspruch genommen wurde bzw. zum Zeitpunkt ihrer Verursachung.

VORRÄTE

Die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie die Waren werden grundsätzlich mit den gleitenden durchschnittlichen Anschaffungskosten sowie in einigen Fällen mit Anschaffungskosten, die auf Basis von Durchschnittskosten ermittelt werden, bewertet. Die unfertigen und fertigen Erzeugnisse werden mit den Herstellungskosten bewertet. Die Herstellungskosten enthalten die einzubeziehenden fixen und variablen Gemeinkosten, basierend auf einer Normalauslastung der Produktionsanlagen. Fremdkapitalkosten werden nicht berücksichtigt.

Soweit die Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten der Vorräte den Wert übersteigen, der sich ausgehend von den realisierbaren Verkaufspreisen abzüglich bis zum Verkauf noch anfallender Kosten ergibt, wird der niedrigere Wert angesetzt.

SACHANLAGEN

Materielle Vermögenswerte, die im Geschäftsbetrieb länger als ein Jahr genutzt werden, sind mit ihren Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen bewertet. Die Herstellungskosten umfassen alle direkt dem Herstellungsprozess zurechenbaren Kosten

sowie angemessene Teile der fertigungsbezogenen Gemeinkosten. Fremdkapitalkosten werden nicht aktiviert, sondern in der Periode als Aufwand erfasst, in der sie angefallen sind. Die zugrunde gelegten Nutzungsdauern entsprechen den erwarteten Nutzungsdauern im Konzern. Ausschließlich auf steuerlichen Regelungen beruhende Abschreibungen werden nicht angesetzt.

Für Gebäude wird grundsätzlich eine Nutzungsdauer von dreißig Jahren zugrunde gelegt, Bauten und Einbauten auf fremden Grundstücken werden entsprechend der Laufzeit der Mietverträge bzw. einer niedrigeren Nutzungsdauer abgeschrieben. Das Sachanlagevermögen wird grundsätzlich linear abgeschrieben. Bei technischen Anlagen und Maschinen beträgt die Nutzungsdauer fünf bis fünfzehn Jahre, bei anderen Anlagen sowie bei Betriebs- und Geschäftsausstattung zwei bis fünfzehn Jahre.

Die Nutzungsdauern und Abschreibungsmethoden für Sachanlagen werden periodisch überprüft, um zu gewährleisten, dass die Abschreibungsmethode und der Abschreibungszeitraum mit dem erwarteten wirtschaftlichen Nutzenverlauf aus den Gegenständen des Sachanlagevermögens im Einklang stehen.

LEASINGVERHÄLTNISSE

Bei Leasingverhältnissen, in denen der Konzern Leasingnehmer ist, wird das wirtschaftliche Eigentum an den Leasinggegenständen gemäß IAS 17 dem Leasingnehmer zugerechnet, wenn dieser im Wesentlichen alle mit dem Eigentum verbundenen Chancen und Risiken aus dem Leasinggegenstand trägt (Finanzierungsleasing). Die Abschreibungsmethoden und Nutzungsdauern entsprechen denen vergleichbarer erworbener Vermögensgegenstände. Die Aktivierung des Leasinggegenstandes erfolgt grundsätzlich zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses mit seinem beizulegenden Zeitwert oder dem niedrigeren Barwert der künftigen Mindestleasingzahlungen. Anfängliche direkte Kosten werden als Teil des Vermögenswertes aufgenommen. Die Leasingverpflichtungen, die in ihrer Höhe dem Buchwert des Leasinggegenstandes entsprechen, werden unter den Finanzverbindlichkeiten ausgewiesen.

Soweit bei Leasingverträgen das wirtschaftliche Eigentum beim Leasinggeber liegt (Operating-Leasing-Verhältnisse), erfolgt die Bilanzierung der Leasinggegenstände beim Leasinggeber. Die dafür anfallenden Leasingaufwendungen werden grundsätzlich als Aufwand linear über die Laufzeit des Leasingverhältnisses erfasst.

IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

Erworbene und selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte werden aktiviert, wenn es wahrscheinlich ist, dass mit der Nutzung des Vermögenswertes ein zukünftiger wirtschaftlicher Vorteil verbunden ist und die Kosten des Vermögenswertes zuverlässig bestimmt werden können. Erworbene immaterielle Vermögenswerte werden zu Anschaffungskosten bewertet, selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte zu Herstellungskosten bewertet. Die Herstellungskosten umfassen dabei alle direkt dem Herstellungsprozess zurechenbaren Kosten sowie angemessene Teile der fertigungsbezogenen Gemeinkosten. Fremdkapitalkosten werden nicht aktiviert. Erworbene und selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte werden, soweit es sich um Vermögenswerte mit begrenzten Nutzungsdauern handelt, linear über eine Nutzungsdauer von zwei bis zehn Jahren planmäßig abgeschrieben.

Immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer werden einmal jährlich auf Werthaltigkeit geprüft. Ist die Werthaltigkeit nicht mehr gegeben, wird eine außerplanmäßige Abschreibung vollzogen.

FORSCHUNGS- UND ENTWICKLUNGSKOSTEN

Forschungskosten werden zum Zeitpunkt der Entstehung als Aufwand erfasst. Entwicklungskosten werden ebenfalls zum Zeitpunkt der Entstehung als Aufwand erfasst, sofern sie die Kriterien zur Aktivierung als selbst erstellter immaterieller Vermögensgegenstand nicht erfüllen.

FINANZINSTRUMENTE

Ein Finanzinstrument gemäß IAS 39 ist ein Vertrag, der gleichzeitig bei einem Unternehmen zur Entstehung eines finanziellen Vermögenswertes und bei einem anderen Unternehmen zur Entstehung einer finanziellen Verbindlichkeit oder eines Eigenkapitalinstruments führt.

Finanzielle Vermögenswerte umfassen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige ausgereichte Kredite und Forderungen und zu Handelszwecken gehaltene derivative finanzielle Vermögenswerte.

Unter die finanziellen Verbindlichkeiten fallen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen, zu Handelszwecken gehaltene derivative Finanzverbindlichkeiten sowie sonstige finanzielle Verbindlichkeiten.

Finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Verbindlichkeiten werden, soweit für den HUGO BOSS Konzern derzeit relevant, in folgende Kategorien eingeteilt:

- a) Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte
- b) Kredite und Forderungen
- c) Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten
- d) Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten, die mittels der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden

Die Designation der finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten in die oben genannten Bewertungskategorien erfolgt bei ihrem erstmaligen Ansatz. Umwidmungen werden, sofern diese zulässig und erforderlich sind, zum Ende des Geschäftsjahres vorgenommen.

Finanzielle Vermögenswerte

Alle marktüblichen Käufe und Verkäufe von finanziellen Vermögenswerten werden am Handelstag, d.h. am Tag, an dem der Konzern die Verpflichtung zum Kauf oder Verkauf der Vermögenswerte eingegangen ist, bilanziell erfasst.

Die finanziellen Vermögenswerte werden bei der erstmaligen Erfassung zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Dabei werden bei allen Finanzinvestitionen, die nicht als „Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“ klassifiziert sind, dem Erwerb direkt zurechenbare Transaktionskosten berücksichtigt.

Die in der Bilanz angesetzten beizulegenden Zeitwerte entsprechen in der Regel den Marktpreisen der finanziellen Vermögenswerte. Sofern diese nicht verfügbar sind, werden sie unter Anwendung anerkannter Bewertungsmodelle und durch Rückgriff auf aktuelle Marktparameter berechnet. Zu den Bewertungsmethoden gehören die Verwendung der jüngsten Geschäftsvorfälle zwischen sachverständigen, vertragswilligen und unabhängigen Geschäftspartnern, der Vergleich mit dem aktuellen beizulegenden Zeitwert eines anderen, im Wesentlichen identischen Finanzinstruments, die Analyse von diskontierten Cashflows sowie die Verwendung anderer Bewertungsmodelle.

In der Bilanz angesetzte Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente umfassen den Kassenbestand, Bankguthaben sowie kurzfristige Einlagen mit einer ursprünglichen Laufzeit von weniger als drei Monaten und werden mit den fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Nach der erstmaligen Erfassung werden die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Kredite und Forderungen zu fortgeführten Anschaffungskosten ggf. unter Anwendung der Effektivzinsmethode abzüglich etwaiger Wertminderungen bewertet. Gewinne und Verluste werden im Periodenergebnis erfasst, wenn die Forderungen ausgebucht, wertgemindert oder beglichen sind.

Der Kategorie „Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“ werden finanzielle Vermögenswerte zugeordnet, wenn sie für Zwecke der Veräußerung in der nahen Zukunft erworben werden. Hierunter fallen derivative Finanzinstrumente, die nicht in eine wirksame Sicherungsbeziehung gemäß IAS 39 eingebunden sind. Gewinne oder Verluste aus erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerten werden stets erfolgswirksam erfasst.

Finanzielle Vermögenswerte, die nicht der Kategorie „Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ zugeordnet wurden, werden zu jedem Bilanzstichtag auf Werthaltigkeit überprüft. Ist der beizulegende Zeitwert eines finanziellen Vermögenswertes niedriger als sein Buchwert, wird der Buchwert auf seinen beizulegenden Zeitwert verringert. Diese Verringerung stellt einen Wertminderungsaufwand dar, welcher aufwandswirksam erfasst wird. Eine zuvor aufwandswirksam erfasste Wertminderung wird erfolgswirksam rückgängig gemacht, soweit Ereignisse, die nach der ursprünglichen Erfassung der Wertminderung aufgetreten sind, dies erfordern.

Ein finanzieller Vermögenswert wird ausgebucht, wenn die vertraglichen Rechte auf Bezug von Cashflows aus diesem finanziellen Vermögenswert erloschen sind oder übertragen wurden. Im Rahmen der Übertragung müssen im Wesentlichen alle Chancen und Risiken, die mit dem Eigentum am finanziellen Vermögenswert verbunden sind, oder die Verfügungsmacht über den Vermögenswert übertragen werden.

Finanzielle Verbindlichkeiten

Die finanziellen Verbindlichkeiten werden bei der erstmaligen Erfassung zum beizulegenden Zeitwert gegebenenfalls abzüglich der mit der Kreditaufnahme direkt verbundenen Transaktionskosten bewertet.

Der Kategorie „Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten“ werden die nicht in eine wirksame Sicherungsbeziehung einbezogenen Derivate zugeordnet. Bei negativem Zeitwert führt dies zum Ansatz einer sonstigen finanziellen Verbindlichkeit.

Nach der erstmaligen Erfassung werden die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und die verzinslichen Darlehen unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Gewinne und Verluste werden erfolgswirksam erfasst, wenn die Schulden ausgebucht oder getilgt werden.

Eine finanzielle Verbindlichkeit wird ausgebucht, wenn die dieser Verbindlichkeit zugrunde liegende Verpflichtung erfüllt, gekündigt oder erloschen ist.

DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE

Derivative Finanzinstrumente werden im HUGO BOSS Konzern ausschließlich zur Sicherung von Zins- und Währungsrisiken aus dem operativen Geschäft eingesetzt.

Bei Eingehen von Sicherungsgeschäften werden bestimmte Derivate bestimmten Grundgeschäften zugeordnet. Dabei werden die Voraussetzungen des IAS 39 zur Qualifizierung der Geschäfte als Sicherungsgeschäfte erfüllt.

Nach IAS 39 sind alle derivativen Finanzinstrumente der Kategorie „Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ zuzuordnen und zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren, und zwar unabhängig davon, zu welchem Zweck oder in welcher Absicht sie abgeschlossen wurden. Die Änderungen des beizulegenden Zeitwerts der derivativen Finanzinstrumente werden ergebniswirksam ausgewiesen.

Soweit die eingesetzten Finanzinstrumente wirksame Sicherungsgeschäfte im Rahmen einer Sicherungsbeziehung nach den Vorschriften von IAS 39 (Cashflow-Hedges) sind, führen die Zeitwertschwankungen nicht zu Auswirkungen auf das Periodenergebnis während der Laufzeit des Derivats. Die Zeitwertschwankungen werden erfolgsneutral in der entsprechenden Rücklagenposition erfasst. Der angesammelte Wert im Eigenkapital wird bei Fälligwerden des gesicherten Zahlungsstroms als Gewinn oder Verlust im Periodenergebnis berücksichtigt.

Der beizulegende Zeitwert entspricht im Allgemeinen dem Markt- oder Börsenwert. Wenn kein aktiver Markt existiert, wird der beizulegende Zeitwert durch Anwendung anerkannter Optionspreismodelle sowie durch Bestätigungen von Banken ermittelt.

Sicherungspolitik des Konzerns ist es, ausschließlich wirksame Derivate zur Absicherung von Zins- und Währungsrisiken abzuschließen. Die zur Behandlung als Sicherungsgeschäfte notwendigen materiellen und formellen Voraussetzungen des IAS 39 wurden sowohl bei Abschluss der Sicherungsgeschäfte als auch am Bilanzstichtag erfüllt.

WERTMINDERUNGEN VON IMMATERIELLEN VERMÖGENSWERTEN UND VERMÖGENSWERTEN DES SACHANLAGEVERMÖGENS

Bei immateriellen Vermögenswerten sowie bei Vermögenswerten des Sachanlagevermögens wird die Werthaltigkeit des aktivierten Buchwerts gemäß IAS 36 regelmäßig auf Basis von „Cash Generating Units“ (CGU) überprüft, sofern Anhaltspunkte für eine mögliche Wertminderung vorliegen.

Soweit der nach vorstehenden Grundsätzen ermittelte Wert von immateriellen Vermögenswerten oder Sachanlagen über dem am Bilanzstichtag erzielbaren Betrag liegt, wird dem durch Wertminderungen Rechnung getragen. Der erzielbare Betrag bestimmt sich aus dem Nettoveräußerungspreis oder – falls höher – dem Barwert des geschätzten zukünftigen Cashflows aus der Nutzung der Vermögenswerte. Der Barwert der geschätzten zukünftigen Cashflows aus der Nutzung der Vermögenswerte wird ermittelt aus der Mittelfristplanung der Jahre 2009–2011. Für die daran anschließenden sechs Jahre werden länder- und CGU-spezifische Umsatz- und Kostenentwicklungen zugrunde gelegt, für die ewige Rente eine Wachstumsrate von 2% p. a. Die bei der Prognose der künftigen Cashflows zugrunde gelegte Zehnjahresplanung berücksichtigt die langfristigen Wachstumsraten der jeweiligen Produkte, Branche und Länder. Da die HUGO BOSS-Landesgesellschaften sich zentral finanzieren, beträgt der auf die Cashflow-Prognose angewendete Abzinsungssatz konzerneinheitlich 10%. Er wurde anhand eines WACC-Modells für den HUGO BOSS Konzern ermittelt.

Soweit die Gründe für Wertminderungen nicht mehr bestehen, werden Wertaufholungen auf die fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten vorgenommen. Wertminderungen des Geschäfts- und Firmenwerts werden nicht rückgängig gemacht.

ERTRAGSTEUERN

Die Höhe der Ertragsteuern ist abhängig von der Höhe des Gewinns und berücksichtigt latente Steuern. Aktive und passive latente Steuern werden gemäß IAS 12 für sämtliche temporären Differenzen zwischen den Wertansätzen in den Steuerbilanzen der Einzelgesellschaften und den Wertansätzen im Konzernabschluss nach IFRS sowie auf bestimmte Konsolidierungsvorgänge gebildet. Die aktiven latenten Steuern umfassen auch Steuererminderungsansprüche, die sich aus der erwarteten Nutzung bestehender Verlustvorträge in Folgejahren ergeben und deren Realisierung mit ausreichender Wahrscheinlichkeit gewährleistet ist.

Die Bewertung latenter Steueransprüche und Steuerschulden erfolgt anhand der Steuersätze, die für die Perioden erwartet werden, in denen sich die temporären Differenzen voraussichtlich umkehren werden.

VERBINDLICHKEITEN AUS FINANZIERUNGSLEASINGVERTRÄGEN

Zum Zugangszeitpunkt werden Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen in Höhe des beizulegenden Zeitwerts des Leasinggegenstandes oder mit dem niedrigeren Barwert der Mindestleasingzahlungen angesetzt. In den Folgeperioden wird die Verbindlichkeit nach der Effektivzinsmethode getilgt und bewertet.

Der Zinsanteil der Leasingverbindlichkeiten wird über die Laufzeit der Leasingperiode in der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen.

RÜCKSTELLUNGEN

Rückstellungen werden gebildet, soweit aus einem vergangenen Ereignis eine gegenwärtige rechtliche oder faktische Verpflichtung gegenüber Dritten besteht, die künftig wahrscheinlich zu einem Vermögensabfluss führt, und sich diese Vermögensbelastung zuverlässig schätzen lässt.

Rückstellungen werden zu jedem Bilanzstichtag überprüft und an die gegenwärtig beste Schätzung angepasst. Wenn der entsprechende Zinseffekt wesentlich ist, entspricht der Rückstellungsbetrag dem Barwert der zur Erfüllung der Verpflichtung voraussichtlich notwendigen Ausgaben.

RESTRUKTURIERUNGS-AUFWENDUNGEN

Restrukturierungsaufwendungen werden in der Periode erfasst, in der sie anfallen und eine verlässliche Einschätzung möglich ist. Aufwendungen in Zusammenhang mit einer vorzeitigen Beendigung des Arbeitsverhältnisses sind dann als Aufwand und Verpflichtung zu erfassen, wenn sich die Gesellschaft im Rahmen eines formalen Plans entweder durch ein Angebot zu Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses nachweislich verpflichtet hat, womit ein freiwilliges Ausscheiden gefördert werden soll, oder sie sich zu einer vorzeitigen Beendigung vor Eintritt des normalen Renteneintrittsalters verpflichtet hat.

PENSIONS-RÜCKSTELLUNGEN

Die Bewertung der Pensionsrückstellungen beruht auf dem in IAS 19 vorgeschriebenen Anwartschaftsbarwertverfahren für leistungsorientierte Altersversorgungspläne, das unter Berücksichtigung von zukünftigen Entgelt- und Rentenanpassungen errechnet wurde. Dem Anwartschaftsbarwert am Jahresende wurde das in Fonds ausgegliederte Planvermögen zum Zeitwert gegenübergestellt, soweit es die Voraussetzungen von IAS 19.7 erfüllt. Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden sofort erfolgswirksam verrechnet.

EVENTUALSCHULDEN UND EVENTUALFORDERUNGEN

Eventualschulden werden nicht angesetzt. Sie werden im Anhang angegeben, es sei denn, die Möglichkeit eines Abflusses von Ressourcen mit wirtschaftlichem Nutzen ist sehr unwahrscheinlich. Eventualforderungen werden im Abschluss nicht angesetzt. Sie werden im Anhang angegeben, wenn der Zufluss wirtschaftlichen Nutzens wahrscheinlich ist.

EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die zusätzliche Informationen zur Lage der Gesellschaft zum Bilanzstichtag liefern (berücksichtigungspflichtige Ereignisse), werden im Konzernabschluss bilanziell berücksichtigt. Nicht zu berücksichtigende Ereignisse nach dem Bilanzstichtag werden im Anhang angegeben, sofern sie wesentlich sind.

ERMESSENS-AUSÜBUNG BEI DER ANWENDUNG DER BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

a) Bewertung von eigenen Einzelhandelsgeschäften (Directly Operated Stores; DOS)

Bei der Überprüfung der Werthaltigkeit der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen im Zusammenhang mit DOS wurden folgende Annahmen getroffen:

- Als Cash Generating Units werden die einzelnen DOS definiert.
- Die zukünftigen Zahlungsströme im Rahmen von „Impairment Tests“ werden aus Budgetplanungen sowie aus mittelfristigen Planungsrechnungen für die einzelnen DOS abgeleitet und abgezinst.

b) Einzelwertberichtigungen auf Forderungen

Die Einbringlichkeit von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird auf Basis der geschätzten Wahrscheinlichkeit des Ausfalls beurteilt. Entsprechend werden Forderungen gegen Kunden, über deren Vermögen ein Insolvenzverfahren eröffnet wurde (sofern vorliegende Sicherheiten nicht werthaltig sind), in voller Höhe einzelwertberichtigt. Überfällige Forderungen werden mit individuell ermittelten Prozentsätzen einzelwertberichtigt. Im Rahmen der Beurteilung der Werthaltigkeit von Forderungen wurden auch externe Stellungnahmen über den Wert von Sicherheiten eingeholt.

Bei einer Verschlechterung der Finanzlage der Kunden kann der Umfang der tatsächlich vorzunehmenden Ausbuchungen den Umfang der realisierten Wertberichtigungen übersteigen, was sich nachteilig auf die Ertragslage auswirken könnte.

c) Vorratsbewertung

Für Bestandsrisiken, die sich aus der Lagerdauer und der damit teilweise verminderten Verwertbarkeit ergeben, werden Abwertungen vorgenommen.

Für Rohstoffe werden über Reichweiten- und Gängigkeitsanalysen Abschläge von 1% bis 95% vorgenommen. Unfertige Erzeugnisse werden nicht abgewertet. Für Fertigerzeugnisse und Handelswaren orientiert sich die Bewertung am noch zu erzielenden Nettoveräußerungspreis über die konzerneigenen Absatzkanäle. Zusätzlich werden Wertminderungen auf erwartete niedrigere Verkaufspreise über Gängigkeits- und Reichweitenbetrachtungen antizipiert.

d) Stock Appreciation Rights

Die Bewertung der Verpflichtung aus Stock Appreciation Rights erfordert Festlegungen zu Bewertungsparametern wie insbesondere die künftige Volatilität der HUGO BOSS Vorzugsaktie. HUGO BOSS stützt sich diesbezüglich auf Einschätzungen von Banken.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

[1] UMSATZERLÖSE

in TEUR	2008	2007
Erlöse aus dem Verkauf von Gütern	1.639.061	1.583.091
Lizenzen	46.997	48.927
	1.686.058	1.632.018

[2] SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

in TEUR	2008	2007
Erlöse aus der Weiterberechnung von Marketingaufwendungen	30.946	35.321
Erlöse aus der Weiterberechnung von sonstigen Kosten und Leistungen	24.027	14.945
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	4.949	1.966
Übrige betriebliche Erträge	14.999	34.308
	74.921	86.540

Die Erlöse aus der Weiterberechnung von Marketingaufwendungen enthalten hauptsächlich Weiterberechnungen von Kosten für Shopeinrichtungen, für Marketingmaterial sowie für Werbe- und Sponsoringaktivitäten.

[3] MATERIALAUFWAND

in TEUR	2008	2007
Bezogene Waren inkl. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	594.419	642.953
Bezogene Leistungen	126.881	90.475
	721.300	733.428

Im Materialaufwand sind Kursgewinne (nach Saldierung mit Kursverlusten), die im Rahmen der Umsatztätigkeit entstanden sind, in Höhe von 5.154 TEUR (2007: Kursgewinne in Höhe von 635 TEUR) enthalten.

Diese Kursgewinne bzw. -verluste resultieren insbesondere aus Kursveränderungen zwischen Entstehungszeitpunkt und Zahlungszeitpunkt (Kassakurs) sowie aus der Bewertung zum Stichtagskurs.

Im Materialaufwand des Geschäftsjahres 2008 sind Wertminderungen auf das Vorratsvermögen in Höhe von 12.631 TEUR (2007: 22.483 TEUR) erfasst. Die Wertminderungen entfallen insbesondere auf Handelswarenbestände mit verringerter Veräußerbarkeit.

[4] PERSONALAUFWAND

in TEUR	2008	2007
Löhne und Gehälter	304.548	260.948
Soziale Abgaben	47.311	42.132
Aufwendungen und Erträge für Altersversorgung und für Unterstützung	1.649	-3.413
	353.508	299.667

Der Posten Löhne und Gehälter beinhaltet neben den laufenden Aufwendungen zudem die einmaligen Sonderaufwendungen aus der Veränderung im Vorstand sowie die Aufwendungen aus der im abgelaufenen Geschäftsjahr eingeleiteten Maßnahme zur Neuorganisation der Konzernstruktur in Höhe von 28.044 TEUR.

Als Aufwendungen und Erträge für Altersversorgung werden im Wesentlichen Veränderungen der Pensionsrückstellungen sowie des in Abzug gebrachten Fondsvermögens ausgewiesen. Im Vorjahr ergab sich ein Ertrag als Folge des Anstiegs des Marktzinsniveaus, das der Diskontierung der Pensionsverpflichtungen zugrunde liegt.

Die Arbeitgeberbeiträge zu beitragsorientierten Pensionsplänen betragen ca. 6% (2007: ca. 7%) des Personalaufwandes.

Die Zahl der Mitarbeiter hat sich wie folgt entwickelt:

	2008	2007
Gewerbliche Arbeitnehmer	4.477	4.510
Kaufmännische Mitarbeiter	5.116	4.613
	9.593	9.123

Die Ermittlung der Mitarbeiterzahl erfolgte als Zahl der Mitarbeiter zum 31. Dezember unter anteiliger Berücksichtigung der Teilzeitbeschäftigten.

Im Jahresdurchschnitt waren 4.605 gewerbliche Mitarbeiter (2007: 4.489) und 4.895 kaufmännische Mitarbeiter (2007: 4.283) beschäftigt.

[5] ABSCHREIBUNGEN

Eine Aufteilung der Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen ist den Erläuterungen zu der jeweiligen Position zu entnehmen. Die Gesamtabschreibungen betragen 60.975 TEUR (2007: 67.441 TEUR).

[6] SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

in TEUR	2008	2007
Marketingaufwand	142.505	165.781
Sonstiger Vertriebsaufwand	178.225	141.717
Verwaltungsaufwand	47.290	47.060
Betriebsaufwand	61.412	45.571
Zuführungen zu Rückstellungen	2.890	4.857
Übriger sonstiger betrieblicher Aufwand	48.565	40.597
	480.887	445.583

Der Marketingaufwand setzt sich im Wesentlichen aus Kosten für Werbung, Messen, Sponsoring und Handelsmarketing zusammen. Erträge aus der Weiterberechnung von Marketingaufwendungen in Höhe von 30.946 TEUR (2007: 35.321 TEUR) werden unter den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen.

Provisionen, Zölle und Frachten, also hauptsächlich umsatzvariable Kosten, sowie Mietkosten und Kosten für die Erstellung der Kollektionen bilden die wichtigsten Bestandteile des sonstigen Vertriebsaufwands.

Der Verwaltungsaufwand besteht überwiegend aus Raummieten, Instandhaltungskosten, IT-Betriebskosten und Rechts- und Beratungskosten.

Der übrige sonstige betriebliche Aufwand betrifft im Wesentlichen Wertberichtigungen auf Forderungen, sonstige Personalkosten, Kreditkartengebühren, Gebühren für Kurssicherungsgeschäfte sowie Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens. In diesem Posten sind zudem sonstige Steuern in Höhe von 1.911 TEUR (2007: 2.252 TEUR) enthalten. Darüber hinaus enthält dieser Posten die im abgelaufenen Geschäftsjahr realisierten Sondereffekte aus den einmaligen Beratungsaufwendungen im Zuge der strategischen Neuausrichtung durch den neuen Vorstand in Höhe von 8.402 TEUR.

[7] FINANZERGEBNIS

in TEUR	2008	2007
Zinsergebnis		
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.776	1.503
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-28.073	-9.383
	-26.297	-7.880
Übrige Finanzposten	-15.425	-32
	-41.722	-7.912

Die übrigen Finanzposten enthalten insbesondere Kursgewinne und Kursverluste, die in Zusammenhang mit der Finanzierungstätigkeit des Konzerns entstanden sind, sowie den Bewertungseffekt der erworbenen Kaufoptionen im Rahmen der Absicherung der SAR-Rückstellungen, denen noch keine entsprechende Rückstellung gegenübersteht.

[8] ERTRAGSTEUERN

in TEUR	2008	2007
Laufende Steuern	34.473	55.759
Latente Steuern	1.878	2.526
	36.351	58.285

Als Ertragsteuern werden die Körperschaftsteuer zuzüglich des Solidaritätszuschlags und die Gewerbesteuer der inländischen Konzerngesellschaften sowie die vergleichbaren Ertragsteuern der ausländischen Konzerngesellschaften ausgewiesen.

Für die HUGO BOSS AG ermittelt sich ein inländischer Ertragsteuersatz von 28,0% (2007: 37,3%). Die Verminderung im Vergleich zum Vorjahr ergibt sich aus der Unternehmensteuerreform 2008. Die Steuersätze im Ausland liegen wie im Vorjahr zwischen 0% und 41%.

Im Geschäftsjahr 2008 enthalten die laufenden Ertragsteuern periodenfremde Aufwendungen in Höhe von 3.716 TEUR (2007: 4.218 TEUR). Dem stehen periodenfremde Erträge in Höhe von 1.779 TEUR (2007: 4.308 TEUR) gegenüber.

Die latenten Steuern werden auf Basis der Steuersätze ermittelt, die nach der derzeitigen Rechtslage in den einzelnen Ländern zum Realisationszeitpunkt gelten bzw. erwartet werden.

Die folgende Tabelle zeigt eine Überleitungsrechnung vom erwarteten Ertragsteueraufwand, der sich theoretisch bei Anwendung des aktuellen inländischen Ertragsteuersatzes von 28,0% (2007: 37,3%) auf Konzernebene ergeben würde, zum tatsächlich ausgewiesenen Ertragsteueraufwand im Konzern. Der verwendete inländische Ertragsteuersatz berücksichtigt den Körperschaftsteuersatz (inkl. Solidaritätszuschlag) von 15,8 % (2007: 26,4%) sowie einen Gewerbesteuersatz von 12,2% (2007: 14,9%).

in TEUR	2008	2007
Ergebnis vor Ertragsteuern	148.396	212.381
Erwarteter Ertragsteueraufwand	41.548	79.221
Steuereffekt der nicht abzugsfähigen Aufwendungen und steuerfreien Erträge	-846	-14.148
Steuersatzbedingte Abweichungen	-17.169	-12.246
Steuererstattungen/Steuernachzahlungen	1.937	-90
Wertberichtigung auf aktive latente Steuern	11.363	4.714
Sonstige Abweichungen	-482	834
Ausgewiesener Ertragsteueraufwand	36.351	58.285
Ertragsteuerbelastung	24,5%	27,4%

Die Verminderung der Ertragsteuerbelastung durch steuerfreie Erträge beträgt insgesamt 10.109 TEUR (2007: 39.938 TEUR). Der Steuereffekt der nicht abzugsfähigen Betriebsaufwendungen beläuft sich auf 9.263 TEUR (2007: 25.790 TEUR).

Die Steuerabgrenzungen in der Konzernbilanz sind den folgenden Sachverhalten zuzuordnen:

in TEUR	2008		2007	
	Aktivisch	Passivisch	Aktivisch	Passivisch
Rückstellungen	6.677	-272	1.682	-156
Steuerliche Verlustvorräte	12.925	0	4.084	0
Steuerliche Zinsvorräte	3.601	0	0	0
Vorratsbewertung	18.022	-6.655	13.493	-5.138
Ansatz und Bewertung des Anlagevermögens	6.429	-4.971	6.337	-2.020
Forderungsbewertung	7.666	-218	7.245	-584
Marktbewertung Finanzinstrumente	12	-419	0	-1.311
Sonstige Ansatz- und Bewertungsunterschiede	5.265	-5.391	6.694	-378
	60.597	-17.926	39.535	-9.587
Wertminderungen ¹	-16.968	-	-5.922	-
	43.629	-17.926	33.613	-9.587

¹ Einschließlich nicht zu erfassender steuerlicher Verlustvorräte.

Latente Steueransprüche werden für alle abzugsfähigen temporären Unterschiede, noch nicht genutzte steuerliche Verlust- und Zinsvorräte sowie nicht genutzte Steuergutschriften in dem Maße erfasst, in dem es wahrscheinlich ist, dass zu versteuerndes Einkommen verfügbar sein wird, gegen das die abzugsfähigen temporären Differenzen und die noch nicht genutzten steuerlichen Verlust- und Zinsvorräte sowie die Steuergutschriften verwendet werden können.

Im Aufwand für latente Steuern sind neben den Effekten aus der Entstehung bzw. der Umkehrung von temporären Unterschieden zwischen den Wertansätzen im Konzernabschluss und den Wertansätzen in den Steuerbilanzen Erträge aus der Änderung von Steuersätzen in Höhe von 244 TEUR (2007: 72 TEUR) sowie Aufwendungen aus der Korrektur latenter Steuern des Vorjahres in Höhe von 468 TEUR enthalten. Ein Ertrag aus der Reduzierung einer früheren Wertminderung auf latente Steuern ergibt sich nicht (2007: 219 TEUR).

Wenn hinsichtlich der Realisierbarkeit in der Zukunft Zweifel bestehen, werden Ansprüche aus steuerlichen Verlustvorräten nicht erfasst oder wertgemindert. Zur Bestimmung dieser Abwertungen werden alle positiven und negativen Einflussfaktoren für ein ausreichend hohes zukünftiges Einkommen berücksichtigt.

Die Wertminderungen auf latente Steuern resultieren in Höhe von 5.357 TEUR (2007: 2.428 TEUR) aus temporären Differenzen und in Höhe von 11.611 TEUR (2007: 3.494 TEUR) aus nicht genutzten steuerlichen Verlustvorräten.

Latente Steuern in Höhe von 2.466 TEUR (2007: -1.233 TEUR), die im Zusammenhang mit der erfolgsneutralen Erfassung von Zeitwertschwankungen der in eine wirksame Sicherungsbeziehung einbezogenen Derivate stehen, wurden im Jahr 2008 direkt im Eigenkapital erfolgsneutral erfasst.

Die körperschaftsteuerlichen Verlustvorträge entfallen im Wesentlichen auf ausländische Konzerngesellschaften und betragen:

in TEUR	2008	2007
Verfallsdatum innerhalb von		
1 Jahr	138	87
2 Jahren	1.273	736
3 Jahren	3.341	2.278
4 Jahren	2.681	2.352
5 Jahren	7.428	2.128
mehr als 5 Jahren	20.548	6.120
Unbegrenzt vortragsfähig	4.458	5.515
Summe Verlustvorträge	39.867	19.216

[9] MINDERHEITSANTEILE AM KONZERNERGEBNIS

In den Konzernabschluss wurden Gesellschaften einbezogen, an denen die HUGO BOSS AG zu weniger als 100% beteiligt ist. Entsprechend IAS 27 werden die entsprechenden Minderheitsanteile in der Konzernbilanz innerhalb des Eigenkapitals getrennt vom auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallenden Eigenkapital ausgewiesen. Ebenso werden in der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung Minderheitsanteile am Konzernergebnis gesondert angegeben.

[10] ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie wird nach IAS 33 als Quotient aus dem Konzernergebnis und dem gewichteten Durchschnitt der während des Geschäftsjahres im Umlauf befindlichen Aktienzahl ermittelt.

Weder zum 31. Dezember 2008 noch zum 31. Dezember 2007 standen Aktien aus, die den Gewinn pro Aktie verwässern könnten.

	2008	2007
Konzernergebnis in Mio. EUR	112,0	154,1
Durchschnittliche Zahl der ausstehenden Aktien ¹		
Stammaktien	35.331.445	35.331.733
Vorzugsaktien	33.684.722	33.708.598
Ergebnis je Stammaktie in EUR ²	1,62	2,22
Ergebnis je Vorzugsaktie in EUR ²	1,63	2,24

¹ Berücksichtigt den Effekt des Aktienrückkaufprogramms.

² Keine Verwässerung: Aktienoptionsprogramm basierend auf Stock Appreciation Rights.

[11] FORSCHUNGS- UND ENTWICKLUNGSKOSTEN

Aufwendungen für Forschung und Entwicklung fallen im HUGO BOSS Konzern schwerpunktmäßig im Rahmen der Kollektionserstellung an.

Von den Gesamtaufwendungen für Forschung und Entwicklung in Höhe von 48.651 TEUR (2007: 39.984 TEUR) wurden 28.391 TEUR (2007: 25.744 TEUR) im Personalaufwand, 1.150 TEUR (2007: 876 TEUR) in den Abschreibungen sowie 19.110 TEUR (2007: 13.364 TEUR) im sonstigen betrieblichen Aufwand erfasst.

ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

ANLAGEVERMÖGEN

in TEUR	Sachanlagen	Immaterielle Vermögenswerte	Summe Anlagevermögen
Anschaffungskosten			
31. Dezember 2006	469.059	119.225	588.284
Währungsdifferenzen	-7.912	-457	-8.369
Zugänge	64.033	20.712	84.745
Abgänge	-20.782	-1.926	-22.708
Umbuchungen	-309	309	0
31. Dezember 2007	504.089	137.863	641.952
Währungsdifferenzen	3.438	100	3.538
Zugänge	100.045	18.736	118.781
Abgänge	-20.994	-140	-21.134
Umbuchungen	216	-216	0
31. Dezember 2008	586.794	156.343	743.137
Abschreibungen			
31. Dezember 2006	210.093	34.605	244.698
Währungsdifferenzen	-2.525	-173	-2.698
Zugänge	59.425	8.016	67.441
Abgänge	-11.864	-1.623	-13.487
31. Dezember 2007	255.129	40.825	295.954
Währungsdifferenzen	2.592	132	2.724
Zugänge	50.399	10.508	60.907
Abgänge	-16.133	-140	-16.273
31. Dezember 2008	291.987	51.325	343.312
Buchwert			
31. Dezember 2008	294.807	105.018	399.825
Buchwert			
31. Dezember 2007	248.960	97.038	345.998

Im Zusammenhang mit Grundstücken und Gebäuden existieren Grundschulden in Höhe von 37,0 Mio. EUR (2007: 38,8 Mio. EUR).

[12] IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

in TEUR	Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte ¹	Selbst erstellte Software	Geschäfts- oder Firmenwerte	Gesamt
Anschaffungskosten				
31. Dezember 2006	85.807	5.603	27.815	119.225
Währungsdifferenzen	-457	0	0	-457
Zugänge	20.712	0	0	20.712
Abgänge	-1.926	0	0	-1.926
Umbuchungen	309	0	0	309
31. Dezember 2007	104.445	5.603	27.815	137.863
Währungsdifferenzen	100	0	0	100
Zugänge	18.736	0	0	18.736
Abgänge	-140	0	0	-140
Umbuchungen	-216	0	0	-216
31. Dezember 2008	122.925	5.603	27.815	156.343
Abschreibungen				
31. Dezember 2006	26.771	5.603	2.231	34.605
Währungsdifferenzen	-173	0	0	-173
Zugänge	8.016	0	0	8.016
Abgänge	-1.623	0	0	-1.623
31. Dezember 2007	32.991	5.603	2.231	40.825
Währungsdifferenzen	132	0	0	132
Zugänge	10.508	0	0	10.508
Abgänge	-140	0	0	-140
31. Dezember 2008	43.491	5.603	2.231	51.325
Buchwert 31. Dezember 2008	79.434	0	25.584	105.018
Buchwert 31. Dezember 2007	71.454	0	25.584	97.038

¹ Und ähnliche Rechte sowie Lizenzen.

Die Geschäfts- oder Firmenwerte werden gemäß IAS 38 als Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer klassifiziert. Sie betreffen das Herrensegment in Australien (6.874 TEUR) sowie das Herrensegment für den Bereich Schuhe und Lederaccessoires (18.710 TEUR).

Im Posten Konzessionen und gewerbliche Schutzrechte werden weitere Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer (insbesondere Markenrechte in Bezug auf das Herrensegment in den USA) in Höhe von 19.887 TEUR (2007: 20.261 TEUR) ausgewiesen.

Auf immaterielle Vermögensgegenstände wurden Wertminderungen in Höhe von 1.465 TEUR (2007: 256 TEUR) vorgenommen. Die Wertminderungen entfallen im Wesentlichen auf einzelnen Stores zugeordneten immateriellen Vermögensgegenständen mit unbegrenzter Nutzungsdauer. Die Wertminderungen wurden im Rahmen von Impairment Tests ermittelt und werden unter den „Abschreibungen“ ausgewiesen.

[13] SACHANLAGEN

in TEUR	Grund- stücke und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungskosten					
31. Dezember 2006	127.908	36.123	300.860	4.168	469.059
Währungsdifferenzen	-1.824	-944	-5.132	-12	-7.912
Zugänge	1.750	2.768	51.639	7.876	64.033
Abgänge	-8.702	-999	-9.595	-1.486	-20.782
Umbuchungen	1.089	120	1.031	-2.549	-309
31. Dezember 2007	120.221	37.068	338.803	7.997	504.089
Währungsdifferenzen	2.541	416	514	-33	3.438
Zugänge	2.128	3.697	59.309	34.911	100.045
Abgänge	-4.872	-411	-15.065	-646	-20.994
Umbuchungen	1.787	3.927	787	-6.285	216
31. Dezember 2008	121.805	44.697	384.348	35.944	586.794
Abschreibungen					
31. Dezember 2006	34.829	24.509	150.354	401	210.093
Währungsdifferenzen	-648	-690	-1.187	0	-2.525
Zugänge	3.816	2.568	53.041	0	59.425
Abgänge	-3.245	-845	-7.774	0	-11.864
31. Dezember 2007	34.752	25.542	194.434	401	255.129
Währungsdifferenzen	362	308	1.935	-13	2.592
Zugänge	3.843	4.879	41.607	70	50.399
Abgänge	-1.566	-287	-14.280	0	-16.133
31. Dezember 2008	37.391	30.442	223.696	458	291.987
Buchwert					
31. Dezember 2008	84.414	14.255	160.652	35.486	294.807
Buchwert					
31. Dezember 2007	85.469	11.526	144.369	7.596	248.960

Auf Sachanlagen wurden Wertminderungen in Höhe von 3.007 TEUR (2007: 16.101 TEUR) vorgenommen, die in der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung im Posten „Abschreibungen“ erfasst werden. Die Wertminderungen entfallen im Wesentlichen ebenfalls auf Sachanlagen für einzelne Stores, die nach Durchführung von Impairment Tests vorgenommen wurden.

FINANZIERUNGSLEASING

In den Sachanlagen sind Grundstücke in Höhe von 147 TEUR (2007: 3.404 TEUR) und Betriebs- und Geschäftsausstattung in Höhe von 6 TEUR (2007: 10 TEUR) enthalten, die dem wirtschaftlichen Eigentum des Konzerns gemäß IAS 17 zugerechnet werden.

Aus den Finanzierungsleasingverträgen werden in den Folgeperioden folgende Leasingzahlungen fällig:

in TEUR	fällig 2009	fällig 2010 bis 2013	fällig nach 2013
Mindestleasingzahlungen	97	110	0
Abzinsungsbeträge	28	32	0
Barwerte	69	78	0

OPERATING LEASING

Neben den Finanzierungsleasingverträgen wurden in erheblichem Umfang Mietverträge abgeschlossen, die nach ihrem wirtschaftlichen Gehalt als Operating-Leasing-Verträge zu qualifizieren sind, so dass der Leasinggegenstand dem Leasinggeber zuzurechnen ist.

Unter Operating Leasing fallen insbesondere auch Mietvereinbarungen über Immobilien für die vom Konzern betriebenen Retail-Aktivitäten sowie für die von Konzerngesellschaften genutzten Büroflächen, die zum überwiegenden Teil auf Mindestleasingzahlungen basieren. Daneben bestehen Mietverhältnisse, die Vereinbarungen über bedingte (insbesondere umsatzabhängige) Mietzahlungen enthalten.

Im Geschäftsjahr 2008 wurden für Operating-Leasingverhältnisse Mietaufwendungen in Höhe von 104.023 TEUR (2007: 70.192 TEUR) berücksichtigt. Der bedingte Mietaufwand betrug 13.424 TEUR (2007: 5.465 TEUR).

Die in den Folgeperioden aus zum Bilanzstichtag bestehenden Operating-Leasing-Verhältnissen resultierenden Zahlungen sind bei den sonstigen Erläuterungen [31] dargestellt.

Aus Untermietverhältnissen hat der Konzern im Geschäftsjahr 2008 (wie im Vorjahr) keine wesentlichen Einnahmen erzielt.

[14] SONSTIGE VERMÖGENSWERTE

in TEUR	2008			2007		
		davon kurzfristig	davon langfristig		davon kurzfristig	davon langfristig
Finanzielle Vermögenswerte	22.858	13.488	9.370	13.986	6.684	7.302
Steuererstattungsansprüche und Steuervorauszahlungen	35.618	35.554	64	37.009	37.009	0
Andere Vermögenswerte	50.389	44.028	6.361	54.182	40.625	13.557
	108.865	93.070	15.795	105.177	84.318	20.859

In den finanziellen Vermögenswerten sind positive Marktwerte aus Finanzderivaten in Höhe von 14.764 TEUR (2007: 6.593 TEUR) enthalten.

Die Wertminderungen auf andere Vermögenswerte betragen im Geschäftsjahr 2008 2.403 TEUR (2007: 2.089 TEUR).

[15] VORRÄTE

in TEUR	2008	2007
Fertige Erzeugnisse und Waren	300.593	267.686
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	77.041	80.254
Unfertige Erzeugnisse	3.720	3.449
	381.354	351.389

Der Buchwert der zum niedrigeren Nettoveräußerungswert angesetzten Vorräte beträgt 109.490 TEUR (2007: 91.425 TEUR).

[16] FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in TEUR	2008	2007
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	201.035	171.288

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind nicht verzinslich und haben in der Regel eine Fälligkeit von 30–90 Tagen.

Allen erkennbaren Risiken wird durch angemessene Wertminderungen Rechnung getragen. Konkrete Ausfälle führen zur Ausbuchung der betroffenen Forderungen.

Zum 31. Dezember 2008 waren insgesamt Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 56.180 TEUR (2007: 34.127 TEUR) wertgemindert.

Die Entwicklung der Wertminderungen auf zweifelhafte Forderungen stellt sich wie folgt dar:

in TEUR	2008	2007
Stand Wertminderungen 1. Januar 2008	28.220	28.990
Zuführungen	8.944	5.772
Verbrauch	-2.182	-2.032
Auflösungen	-5.461	-4.239
Kursdifferenzen	-260	-271
Stand Wertminderungen 31. Dezember 2008	29.261	28.220

Alle Aufwendungen und Erträge aus Wertminderungen von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen bzw. Erträgen ausgewiesen.

Zum 31. Dezember stellt sich die Altersstruktur der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen folgendermaßen dar:

in TEUR	2008	2007
Buchwert	201.035	171.288
davon:		
weder überfällig noch wertgemindert	109.260	98.469
davon:		
überfällig, aber nicht wertgemindert	64.857	66.912
< 30 Tage	26.905	27.072
> 30 bis 60 Tage	22.272	24.331
> 60 bis 90 Tage	11.167	8.613
> 90 bis 120 Tage	2.645	3.243
> 120 bis 180 Tage	750	1.731
> 180 bis 360 Tage	1.047	1.508
> 360 Tage	71	414

Für den Bestand der weder überfälligen noch wertgeminderten Forderungen wurden zum Abschlussstichtag keine Anzeichen dafür identifiziert, dass die Schuldner ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen werden.

[17] ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE

in TEUR	2008	2007
Guthaben bei Kreditinstituten und andere flüssige Mittel	22.656	20.122
Schecks/ec-Cash	1	54
Kassenbestand	1.955	4.326
	24.612	24.502

[18] GEZEICHNETES KAPITAL

Das voll eingezahlte Grundkapital der HUGO BOSS AG beträgt zum 31. Dezember 2008 insgesamt 70.400.000 EUR. Die Aktien lauten auf den Inhaber und sind in 70.400.000 Stückaktien wie folgt eingeteilt:

in TEUR	2008	2007
Stammaktien 35.860.000 Stück	35.860	35.860
Vorzugsaktien ohne Stimmrecht 34.540.000 Stück	34.540	34.540
	70.400	70.400

Der Vorstand der HUGO BOSS AG kann mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 18. Mai 2009 über ein genehmigtes Kapital von 35.200.000 EUR verfügen. Das genehmigte Kapital berechtigt einmalig oder mehrfach zur Erhöhung des Grundkapitals durch die Ausgabe neuer Stamm- und Vorzugsaktien.

Die Inhaber der Vorzugsaktien ohne Stimmrecht erhalten aus dem jährlichen Bilanzgewinn eine um 0,01 EUR je Vorzugsaktie höhere Dividende als die Inhaber der Stammaktien, mindestens jedoch eine Dividende in Höhe von 0,01 EUR je Vorzugsaktie.

[19] EIGENE AKTIEN

Die Zahl der eigenen Aktien stellt sich zum Vorjahr unverändert wie folgt dar:

	2008	2007
Stammaktien	528.555	528.555
Anteil am Grundkapital in %	0,8	0,8
Vorzugsaktien	855.278	855.278
Anteil am Grundkapital in %	1,2	1,2

[20] KAPITALRÜCKLAGE

Die Kapitalrücklage enthält die Aufgelder aus der Ausgabe von Aktien.

[21] GEWINNRÜCKLAGEN

Die Gewinnrücklagen enthalten die in der Vergangenheit erzielten Ergebnisse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, soweit sie nicht ausgeschüttet wurden, sowie Ergebniseffekte aus Konsolidierungsmaßnahmen der Vorperioden.

[22] KUMULIERTES ÜBRIGES EIGENKAPITAL

Im kumulierten übrigen Eigenkapital sind die Differenzen aus der erfolgsneutralen Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen in Höhe von –35.976 TEUR (2007: –32.798 TEUR) und die Effekte aus der erfolgsneutralen Bewertung von Finanzinstrumenten nach Steuern ausgewiesen. Die erfolgsneutral verrechneten latenten Steuern betragen 2.466 TEUR (2007: –1.233 TEUR).

Hinsichtlich der direkt im Eigenkapital erfassten Erträge und Aufwendungen wird auf die Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen verwiesen.

[23] DIVIDENDE

Nach dem Aktiengesetz bemisst sich die an die Aktionäre ausschüttbare Dividende nach dem im Jahresabschluss der HUGO BOSS AG ausgewiesenen Bilanzgewinn. Der der Hauptversammlung zur Ausschüttung vorgeschlagene Bilanzgewinn des Jahres 2008 der HUGO BOSS AG beträgt 94,9 Mio. EUR. Dies entspricht 1,37 EUR je Stammaktie und 1,38 EUR je Vorzugsaktie.

Im Jahr 2008 wurde für das Geschäftsjahr 2007 auf die ausstehenden Aktien eine Dividende in Höhe von 445,5 Mio. EUR ausgezahlt (2007 für das Jahr 2006: 82,5 Mio. EUR). Dies entspricht 6,45 EUR (2007: 1,19 EUR) je Stammaktie und 6,46 EUR (2007: 1,20 EUR) je Vorzugsaktie.

[24] RÜCKSTELLUNGEN

in TEUR	2008	2007
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	12.688	13.458
Sonstige langfristige Rückstellungen	15.196	26.583
Langfristige Rückstellungen	27.884	40.041
Kurzfristige Rückstellungen	59.252	43.076
	87.136	83.117

Die sonstigen Rückstellungen in Höhe von 74.448 TEUR (2007: 69.659 TEUR) setzen sich aus kurzfristigen Rückstellungen in Höhe von 59.252 TEUR (2007: 43.076 TEUR) und sonstigen langfristigen Rückstellungen in Höhe von 15.196 TEUR (2007: 26.583 TEUR) zusammen.

Im Geschäftsjahr 2008 haben sich die sonstigen Rückstellungen wie folgt entwickelt:

in TEUR	Stand 1. Jan. 2008	Währungs- differenzen	Zuführung	Verbrauch	Auflösung	Stand 31. Dez. 2008
Rückstellungen für Personalaufwendungen	43.605	398	18.401	-14.312	-14.595	33.497
Prozesskosten, schwebende und drohende Rechtsstreite	5.133	-5	1.384	-500	-451	5.561
Übrige sonstige Rückstellungen	20.921	-283	27.996	-8.715	-4.529	35.390
	69.659	110	47.781	-23.527	-19.575	74.448

Die Rückstellungen für Personalaufwendungen betreffen überwiegend Rückstellungen für Stock Appreciation Rights, Gewinnbeteiligungen und Boni, Abfindungsansprüche sowie ausstehende Urlaubsansprüche, Löhne und Gehälter. Bei der Rückstellung für Stock Appreciation Rights ist der Abflusszeitpunkt abhängig vom Ausübungsverhalten der berechtigten Mitarbeiter.

Insgesamt wird erwartet, dass Rückstellungen für Personalaufwendungen in Höhe von 15.196 TEUR (2007: 26.583 TEUR) nach mehr als zwölf Monaten zur Auszahlung kommen.

In den Rückstellungen für Prozesskosten, schwebende und drohende Rechtsstreite sind unter anderem Prozesskosten zum Schutz der Warenzeichen enthalten. Diese Rückstellungen werden als kurzfristige Rückstellungen klassifiziert.

Die übrigen sonstigen Rückstellungen enthalten insbesondere Rückstellungen für Retouren, deren Abwicklung überwiegend innerhalb von zwölf Monaten erwartet wird, sowie Rückstellungen für die Neuorganisation der Konzernstruktur.

[25] RÜCKSTELLUNGEN FÜR PENSIONEN UND ÄHNLICHE VERPFLICHTUNGEN

Die Höhe der Versorgungsverpflichtungen wurde in Übereinstimmung mit IAS 19 nach versicherungsmathematischen Methoden ermittelt, wobei versicherungsmathematische Gewinne und Verluste in der Periode, in der sie anfallen, sofort ergebniswirksam im Periodenergebnis erfasst werden.

in TEUR	2008	2007
Rückstellungen für Pensionen	9.099	9.774
Rückstellungen für ähnliche Verpflichtungen	3.589	3.684
	12.688	13.458

Pensionsrückstellungen werden für Verpflichtungen aus Anwartschaften und aus laufenden Leistungen an berechnigte aktive und ehemalige Mitarbeiter des HUGO BOSS Konzerns gebildet. Die zugesagten Leistungen aus den Pensionsplänen hängen insbesondere von der Dienstzugehörigkeit der berechtigten Mitarbeiter ab. Es handelt sich im Wesentlichen um leistungsorientierte Pensionspläne.

Die Finanzierung der betrieblichen Altersversorgung erfolgt überwiegend über Planvermögen, dem die Rückdeckungsversicherungen als qualifizierte Policen gemäß IAS 19.7 i. V. m. IAS 19.102 ff. zugeordnet werden.

Bei der Berechnung der Pensionsaufwendungen werden der geplante Dienstzeitaufwand sowie erwartete Erträge des Fondsvermögens zugrunde gelegt. Unter Berücksichtigung der Berechnungsgrundlagen nach IAS 19 resultiert folgender Finanzierungsstatus der Pensionszusagen:

in TEUR	2008	2007
Veränderung des Anwartschaftsbarwerts		
Anwartschaftsbarwert 1. Januar	33.954	33.955
Währungsdifferenzen	1.010	-294
Dienstzeitaufwand	6.598	5.731
Zinsaufwand	1.759	1.309
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-4.267	-5.415
Pensionszahlungen	-2.591	-2.063
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	3.515	0
Sonstige Veränderungen des Anwartschaftsbarwerts	271	731
Anwartschaftsbarwert 31. Dezember	40.249	33.954
Veränderung des Fondsvermögens		
Fondsvermögen zum Zeitwert 1. Januar	24.469	21.305
Währungsdifferenzen	784	-205
Saldierung mit Planvermögen	0	0
Erwartete Erträge des Fondsvermögens	1.055	760
Pensionszahlungen	-2.525	-1.834
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-150	-311
Asset Ceiling gem. IAS 19.58	-3.904	-2.159
Sonstige Veränderungen des Fondsvermögens	11.712	6.913
Fondsvermögen zum Zeitwert 31. Dezember	31.441	24.469
Finanzierungsstatus der durch Planvermögen finanzierten Pensionen	8.808	9.485
Rückstellungsfinanzierte Pensionen	291	289
Pensionsrückstellungen	9.099	9.774

Die Pensionsaufwendungen bestehen aus dem Dienstzeitaufwand der Periode, dem Zinsaufwand, dem erwarteten Ertrag aus dem Planvermögen, aus den versicherungsmathematischen Gewinnen und Verlusten, dem Aufwand infolge des Asset Ceilings gemäß IAS 19.58 sowie sonstigen Veränderungen des Anwartschaftsbarwerts und des Fondsvermögens. Die gesamten ergebniswirksam erfassten Beträge werden dem Personalaufwand zugerechnet.

Beträge der laufenden und der vorangegangenen vier Berichtsperioden stellen sich wie folgt dar:

in TEUR	2008	2007	2006	2005	2004
Anwartschaftsbarwert	40.249	33.954	33.955	19.756	14.727
Fondsvermögen	31.441	24.469	21.305	9.790	9.177
Finanzierungsstatus der durch Planvermögen finanzierten Pensionen	8.808	9.485	12.650	9.966	5.550

Für die Ermittlung des Barwertes der Pensionsverpflichtungen (Defined benefit obligation) wurden unter Berücksichtigung von landesspezifischen Gegebenheiten folgende Prämissen zugrunde gelegt:

Parameter	2008	2007
Rechnungszins	3,50% ¹ 6,00% ²	3,50% ¹ 5,10% ²
Rententrend	0,00% ¹ 1,75% ²	0,00% ¹ 1,75% ²
Gehaltssteigerungstrend	0,00% ² 4,00% ¹	2,50% ² 5,00% ¹
Erwartete Rendite auf das Fondsvermögen	3,50% ¹ 4,50% ²	4,00% ¹ 4,50% ²

¹ Schweiz.

² Deutschland.

Die erwarteten Gesamterträge aus Planvermögen werden auf der Grundlage von zu diesem Zeitpunkt gängigen Markterwartungen für den Zeitraum, über den die Verpflichtungen erfüllt werden, berechnet.

Die Beiträge der Arbeitnehmer zu leistungsorientierten Plänen beliefen sich im Geschäftsjahr 2008 auf 1.519 TEUR (2007: 1.520 TEUR). Für das Geschäftsjahr 2009 rechnet der Konzern mit Beiträgen der Arbeitnehmer zu leistungsorientierten Pensionsplänen in Höhe von 1.519 TEUR.

Die Beiträge des Arbeitgebers zum Planvermögen betragen im abgelaufenen Geschäftsjahr 3.503 TEUR (2007: 3.248 TEUR), die Beiträge der Arbeitnehmer 8.136 TEUR (2007: 3.110 TEUR). Für das Geschäftsjahr 2009 rechnet der Konzern mit Beiträgen des Arbeitgebers zum Fondsvermögen in Höhe von 2.360 TEUR und mit Arbeitnehmerbeiträgen in Höhe von 3.719 TEUR.

Die deutschen Pensionszusagen werden unter Berücksichtigung der biometrischen Rechnungsgrundlagen gemäß den Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck ermittelt.

[26] FINANZVERBINDLICHKEITEN

Unter den Finanzverbindlichkeiten werden alle verzinslichen Verpflichtungen ausgewiesen, die zum jeweiligen Bilanzstichtag bestanden. Sie setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2008	2007
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	588.506	46.103
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	40.169	153.178
	628.675	199.281

in TEUR	2008	davon Restlaufzeit unter einem Jahr	2007	davon Restlaufzeit unter einem Jahr
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	607.729	19.226	189.095	152.595
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	20.946	20.943	10.186	583
	628.675	40.169	199.281	153.178

In den sonstigen Finanzverbindlichkeiten sind Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen in Höhe von 147 TEUR (2007: 3.647 TEUR) sowie negative Marktwerte aus Finanzinstrumenten in Höhe von 20.799 TEUR (2007: 1.136 TEUR) enthalten.

Die nachfolgenden Tabellen enthalten die Laufzeiten und Konditionen der Finanzverbindlichkeiten:

VERBINDLICHKEITEN GEGENÜBER KREDITINSTITUTEN

Restlaufzeit	2008		2007	
	Gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert TEUR	Gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert TEUR
bis zu 1 Jahr	2,70%	19.226	4,47%	152.595
1 bis 5 Jahre	3,86%	559.320	5,61%	5.719
mehr als 5 Jahre	5,67%	29.183	5,66%	30.781

SONSTIGE FINANZVERBINDLICHKEITEN

Restlaufzeit	2008		2007	
	Gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert TEUR	Gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert TEUR
bis zu 1 Jahr	6,60%	20.943	5,06%	583
1 bis 5 Jahre	6,25%	3	5,31%	1.565
mehr als 5 Jahre	5,11%	0	5,12%	8.038

In der nachfolgenden Tabelle sind die vertraglich vereinbarten (undiskontierten) Zahlungsströme der originären finanziellen Verbindlichkeiten sowie der derivativen Finanzinstrumente mit negativen beizulegenden Zeitwerten dargestellt:

in TEUR 2008	Erwartete Zahlungsflüsse				
	Buchwert	Summe Cashflows	< 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	> 5 Jahre
Originäre finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	607.729	763.482	52.043	689.115	22.324
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen	147	147	69	78	0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	2.680	2.680	950	1.087	643
Derivate mit Hedge-Beziehung	18.119	18.119	4.517	13.602	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	0	0	0	0
Finanzielle Verbindlichkeiten	628.675	784.428	57.579	703.882	22.967

in TEUR 2007	Erwartete Zahlungsflüsse				
	Buchwert	Summe Cashflows	< 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	> 5 Jahre
Originäre finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	189.095	206.524	155.231	27.925	23.368
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen	3.647	4.643	426	2.105	2.112
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	1.130	1.130	404	457	269
Derivate mit Hedge-Beziehung	6	6	6	0	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	5.403	9.752	304	1.520	7.928
Finanzielle Verbindlichkeiten	199.281	222.055	156.371	32.007	33.677

Einbezogen wurden alle Finanzinstrumente, die am 31. Dezember 2008 im Bestand waren und für die bereits Zahlungen vertraglich vereinbart waren. Planzahlen für künftige neue Verbindlichkeiten wurden in dieser Darstellung nicht berücksichtigt.

[27] SONSTIGE SCHULDEN

in TEUR	2008			2007		
		davon kurzfristig	davon langfristig		davon kurzfristig	davon langfristig
Sonstige Schulden	67.966	41.260	26.706	64.510	37.101	27.409
davon aus Steuern	(15.697)	(15.697)	0	(13.864)	(13.864)	0
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	(4.598)	(4.598)	0	(4.641)	(4.641)	0
	67.966	41.260	26.706	64.510	37.101	27.409

Die sonstigen Schulden enthalten neben den Steuerschulden und den Schulden im Rahmen der sozialen Sicherheit im Wesentlichen Schulden aus der Lohn- und Gehaltsabrechnung.

[28] VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in TEUR	2008	2007
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	124.105	101.017

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen haben üblicherweise Restlaufzeiten bis zu einem Jahr.

[29] ZUSÄTZLICHE ANGABEN ZU FINANZINSTRUMENTEN

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte sämtlicher im Konzernabschluss erfasster Finanzinstrumente.

BUCHWERTE UND BEIZULEGENDE ZEITWERTE NACH KLASSEN VON FINANZINSTRUMENTEN

in TEUR	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	2008		2007	
		Buchwert	beizu- legender Zeitwert	Buchwert	beizu- legender Zeitwert
Aktiva					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	LaR	24.612	24.612	24.502	24.502
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	201.035	201.035	171.288	171.288
Sonstige finanzielle Vermögenswerte		22.858	22.858	13.986	13.986
davon:					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FAHfT	4.271	4.271	2.132	2.132
Derivate mit Hedge-Beziehung	n. a.	10.493	10.493	4.461	4.461
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	LaR	8.095	8.095	7.393	7.393
Passiva					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	FLAC	607.729	611.642	189.095	189.847
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	124.105	124.105	101.017	101.017
Sonstige Finanzverbindlichkeiten		20.946	20.946	10.186	10.369
davon:					
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen	n. a.	147	147	3.647	3.856
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FLHfT	2.680	2.680	1.130	1.130
Derivate mit Hedge-Beziehung	n. a.	18.119	18.119	6	6
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	0	0	5.403	5.377
Summe pro Bewertungskategorie nach IAS 39:					
Loans and Receivables	LaR	233.742	233.742	203.183	203.183
Financial Assets Held for Trading	FAHfT	4.271	4.271	2.132	2.132
Financial Liabilities Measured at Amortised Cost	FLAC	731.834	735.747	295.515	296.241
Financial Liabilities Held for Trading	FLHfT	2.680	2.680	1.130	1.130

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Forderungen haben überwiegend kurze Restlaufzeiten, weshalb davon ausgegangen werden kann, dass der Buchwert zum Abschlussstichtag näherungsweise dem beizulegenden Zeitwert entspricht. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Verbindlichkeiten haben ebenfalls kurze Restlaufzeiten, weshalb auch hier die Buchwerte näherungsweise den beizulegenden Zeitwerten entsprechen.

Die beizulegenden Zeitwerte der langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und der Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen werden als Barwerte der mit den Schulden verbundenen Zahlungen unter Zugrundelegung der jeweils gültigen Zinsparameter ermittelt.

NETTOERGEBNIS NACH BEWERTUNGSKATEGORIEN

in TEUR	aus Zinsen	aus Fair Value Än- derungen	aus Wäh- rungsum- rechnung	aus Wertbe- richtigungen	aus Abgang	2008	2007
Derivate (FAHfT und FLHfT)	0	-18.697	0	0	0	-18.697	1.001
Loans and Receivables (LaR)	1.476	0	5.154	-6.389	0	241	-5.171
Financial Liabilities Measured at Amortised Cost (FLAC)	-27.773	0	-4.944	0	0	-32.717	-6.438

Die Zinsen aus Finanzinstrumenten werden im Zinsergebnis ausgewiesen (siehe dazu Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung [7]).

Die der Bewertungskategorie Loans and Receivables zuzuordnenden Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden im sonstigen betrieblichen Aufwand ausgewiesen.

Kursgewinne und -verluste aus der Umrechnung von Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie Fair-Value-Änderungen von Kurssicherungsgeschäften des operativen Geschäfts werden im Materialaufwand ausgewiesen (siehe dazu Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung [3]).

Die Effekte aus der Fair-Value-Änderung der Kaufoptionen zur Absicherung der SAR-Rückstellungen werden im Personalaufwand bzw. im sonstigen Finanzergebnis erfasst (siehe auch [37] Aktienbasierte Vergütung).

Die übrigen Komponenten des Nettoergebnisses werden im HUGO BOSS Konzern im sonstigen Finanzergebnis erfasst.

SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

[30] HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

Für die nachfolgenden zu Nominalwerten angesetzten Eventualverbindlichkeiten wurden keine Rückstellungen gebildet, weil der Eintritt des Risikos als wenig wahrscheinlich eingeschätzt wird.

in TEUR	2008	2007
Haftungsverhältnisse aus der Bestellung von Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten	3.459	4.353
Sonstige Eventualverbindlichkeiten	0	2.138
	3.459	6.491

[31] SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

2008 in TEUR	fällig 2009	fällig 2010 bis 2013	fällig nach 2013	Gesamt
Summe der künftigen Miet- und Leasingzahlungen (Operating Leasing)	89.753	242.865	181.133	513.751
Sonstige Verpflichtungen	6.339	3.270	2	9.611
	96.092	246.135	181.135	523.362
Bestellobligo für Investitionen				
Sachanlagevermögen	4.538	0	0	4.538
Immaterielle Vermögenswerte	3.059	0	0	3.059
	7.597	0	0	7.597

2007 in TEUR	fällig 2008	fällig 2009 bis 2012	fällig nach 2012	Gesamt
Summe der künftigen Miet- und Leasingzahlungen (Operating Leasing)	75.232	232.702	187.023	494.957
Sonstige Verpflichtungen	6.720	8.601	9	15.330
	81.952	241.303	187.032	510.287
Bestellobligo für Investitionen				
Sachanlagevermögen	10.989	0	0	10.989
Immaterielle Vermögenswerte	3.920	0	0	3.920
	14.909	0	0	14.909

Aus Untermietverhältnissen resultieren für den Konzern keine wesentlichen zukünftigen Erträge.

[32] SICHERUNGSPOLITIK UND FINANZDERIVATE

Als international operierender Konzern ist HUGO BOSS im Rahmen der operativen Geschäftstätigkeit Risiken aus der Änderung der Wechselkurse und Zinssätze ausgesetzt. Zur Reduzierung solcher Risiken werden derivative Finanzinstrumente eingesetzt. Es werden ausschließlich markt-gängige Instrumente mit ausreichender Marktliquidität genutzt. Der Einsatz derivativer Finanzinstrumente unterliegt HUGO BOSS internen Richtlinien und Kontrollmechanismen.

Im Rahmen der Nutzung derivativer Finanzinstrumente ist der HUGO BOSS Konzern dem Risiko des Ausfalls der jeweiligen Kontrahenten ausgesetzt. Diesem Risiko wird dadurch begegnet, dass Abschlüsse ausschließlich mit Kreditinstituten sehr guter bis guter Bonität getätigt werden.

WÄHRUNGSRISIKEN

In den wichtigsten Kernmärkten ist die HUGO BOSS AG mit ihren Tochtergesellschaften vertreten. Diese vertreiben Produkte innerhalb eines bestimmten Gebietes an lokale Kunden. Für die daraus entstehenden Aufträge ordern die Tochterunternehmen ausschließlich im Konzern.

Hierbei werden die konzerninternen Aufträge in der Regel in der lokalen Währung des jeweiligen Tochterunternehmens abgerechnet, um das Wechselkursrisiko bei der HUGO BOSS AG in Deutschland zu konzentrieren. Das Wechselkursrisiko ergibt sich aus Zahlungsströmen in lokaler Währung der Tochterunternehmen und dem Euro als funktionaler Währung der HUGO BOSS AG sowie dem Schweizer Franken als funktionaler Währung der HUGO BOSS Ticino S.A., Schweiz. Die Sicherungsgeschäfte werden zentral vom Konzern-Treasury abgeschlossen.

Um die erwarteten Zahlungen der Tochterunternehmen partiell oder vollständig gegen die beschriebenen Wechselkursrisiken abzusichern, werden im HUGO BOSS Konzern derivative Finanzinstrumente eingesetzt. Hierbei kommen in erster Linie Devisentermingeschäfte sowie Devisenoptionen zum Einsatz.

Abgesichert werden insbesondere erwartete Zahlungsströme aus den Ländern, in denen der HUGO BOSS Konzern in wesentlichem Maße operativ tätig ist. Hierzu gehören die USA, Japan, Großbritannien, die Schweiz, Kanada und Australien.

Die Laufzeiten der eingesetzten Devisentermingeschäfte und -optionen betragen bei Abschluss maximal 18 Monate, in der Regel aber 12 bis 15 Monate. Die erwarteten Zahlungsströme resultieren hauptsächlich aus konzerninternen Umsätzen, deren Eintritt innerhalb von 18 Monaten erwartet wird.

Der Vorstand der HUGO BOSS AG ist der Ansicht, dass der Einsatz von derivativen Fremdwährungsinstrumenten die vorstehend beschriebenen Risiken reduziert, und bedient sich derartiger Instrumente ausschließlich zur Risikoabsicherung.

ZINSRISIKEN

Um die Auswirkungen von künftigen Zinsvolatilitäten auf die Finanzierungskosten der Kredite zu minimieren, werden fallweise derivative Finanzinstrumente in Form von Swaps und Zinsbegrenzungsvereinbarungen eingesetzt.

Teile der Zinsderivate sind in Form eines Cash-flow-Hedges direkt und unmittelbar einem bestimmten Kredit zugeordnet. In diesen Fällen liegen Derivate mit bilanzieller Sicherungsbeziehung vor. Der in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesene Zinsaufwand aus den diesen Derivaten zugrunde liegenden Grundgeschäften und den zugeordneten Zinsderivaten stellt in Summe den fixierten Festzinssatz der Sicherungsbeziehung dar.

RISIKEN AUS STOCK APPRECIATION RIGHTS

Wir verweisen auf die Darstellung in Textziffer [37].

Die nachfolgende Aufstellung zeigt die Nominalbeträge und die beizulegenden Zeitwerte der derivativen Finanzinstrumente:

in TEUR	2008		2007	
	Nominalwerte	beizulegende Zeitwerte	Nominalwerte	beizulegende Zeitwerte
Aktiva				
Währungssicherungsgeschäften	80.739	11.265	63.986	6.593
Zinssicherungsgeschäften	0	0	0	0
Kaufoptionen (SAR-Hedge)	29.987	3.499	0	0
Passiva				
Währungssicherungsgeschäften	13.617	-1.162	-5.018	-297
Zinssicherungsgeschäften	-286.094	-19.637	15.361	-839
Kaufoptionen (SAR-Hedge)	0	0	0	0
	-161.751	-6.035	74.329	5.457

Die angegebenen Nominalwerte stellen den abgesicherten Betrag des jeweiligen Grundgeschäfts dar.

Die beizulegenden Zeitwerte der derivativen Finanzinstrumente sind als sonstige finanzielle Vermögensgegenstände aktiviert bzw. als sonstige finanzielle Verbindlichkeiten passiviert. Die beizulegenden Zeitwerte entsprechen nicht notwendigerweise den Beträgen, die zukünftig unter aktuellen Marktbedingungen erzielt werden.

Daneben sind in den finanziellen Vermögenswerten beizulegende Zeitwerte aus den Kaufoptionen zur Absicherung der SAR-Rückstellungen mit einem Wert von 3.499 TEUR (2007: 0 TEUR) enthalten.

In den dargestellten beizulegenden Zeitwerten aus derivativen Finanzinstrumenten resultiert ein Teilbetrag in Höhe von 1.590 TEUR (2007: 1.001 TEUR) aus Vermögenswerten, die als zu Handelszwecken gehaltene finanzielle Vermögenswerte klassifiziert werden.

Zum 31. Dezember 2008 werden nach Abzug latenter Steuern negative Effekte aus der Bewertung zum beizulegendem Zeitwert von Finanzinstrumenten in Höhe von -7.917 TEUR (2007: 3.170 TEUR) ergebnisneutral im Eigenkapital abgegrenzt. Von den im Eigenkapital erfassten Beträgen wurden im Geschäftsjahr 2008 Erträge von insgesamt 3.208 TEUR (2007: Verluste von -141 TEUR) in die Gewinn- und Verlustrechnung umgebucht.

[33] ERLÄUTERUNGEN ZUR KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung des HUGO BOSS Konzerns zeigt anhand zahlungswirksamer Vorgänge die Veränderung der flüssigen Mittel im Laufe der Berichtsperiode. Gemäß IAS 7 werden die Zahlungsströme getrennt ausgewiesen nach Herkunft und Verwendung aus dem operativen Bereich sowie aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit. Die Mittelzu- und abflüsse aus laufender Geschäftstätigkeit werden, ausgehend vom Jahresüberschuss des Konzerns, indirekt abgeleitet. Die Zahlungsströme aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit werden demgegenüber direkt aus Ein- und Auszahlungen ermittelt.

Aus der Entwicklung der einzelnen Cashflows ergibt sich nach Berücksichtigung der wechselkursbedingten Effekte die Veränderung des Finanzmittelfonds im Konzern.

Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds umfasst alle in der Bilanz ausgewiesenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, d. h. Kassenbestand, Schecks sowie Guthaben bei Kreditinstituten. Die Veränderungen der Bilanzpositionen, die in der Kapitalflussrechnung dargestellt werden, lassen sich aufgrund von Wechselkursumrechnungen nicht unmittelbar aus der Bilanz ableiten.

[34] SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Der Vorstand der HUGO BOSS AG hat sich entschieden, das Unternehmen nach Regionen zu organisieren. Diese Entscheidung spiegelt die auf verstärkten internationalen Expansionskurs ausgerichtete Strategie wider. Um dies auch in der Organisationsstruktur zu verdeutlichen, wurden die Positionen der Regionaldirektoren eingeführt. Diese sind in ihrer Funktion für die Vertriebsgesellschaften der drei Regionen Europa, Amerika und Asien/Pazifik verantwortlich. Diese Gesellschaften sind für den Vertrieb sämtlicher HUGO BOSS Produkte, die nicht als Lizenzprodukte von Dritten vertrieben werden, im jeweiligen regionalen Verantwortungsbereich zuständig.

Die berichtspflichtigen Segmente gliedern sich demnach in die drei Regionen Europa, Amerika und Asien/Pazifik, ergänzt um die Lizenzsparte und die verbleibenden unternehmensweiten Zentralfunktionen (Corporate Center).

Den berichtspflichtigen Segmenten Europa, Amerika und Asien/Pazifik werden die entsprechenden Vertriebsgesellschaften der HUGO BOSS Gruppe zugeordnet, während über die Lizenzsparte das gesamte Lizenzgeschäft von HUGO BOSS, das sowohl das Lizenzgeschäft mit Dritten, als auch die gruppeninternen Lizenzgeschäfte beinhaltet, abgegrenzt wird. Unter den unternehmensweiten Zentralfunktionen sind die Beschaffungs-, Produktions-, Forschungs- und Entwicklungseinheiten, sowie sonstige Zentralfunktionen zusammengefasst. Lediglich die Produktionsstätte in Cleveland/Ohio, die ausschließlich für den US-amerikanischen Raum produziert, wird dem Segment Amerika zugeordnet.

Die Steuerung der regionalen Geschäftseinheiten orientiert sich an den jeweiligen operativen Ergebnissen. Die Ertragsteuern werden durch gruppenweite Entscheidungen beeinflusst. Somit wird in Bezug auf die operativen Segmente keine Allokation dieser Größe vorgenommen.

Die Leistungen zwischen den operativen Segmenten werden auf Basis von Marktpreisen verrechnet und sind somit vergleichbar mit Preisen, die auch bei einer Transaktion mit einem Dritten herangezogen worden wären.

2008 in Mio. EUR	Europa ¹	Amerika	Asien/ Pazifik	Lizenzen	Corporate Center	Über- leitung	HUGO BOSS Gruppe
Gesamtumsatz	1.170,2	307,0	162,1	132,1	1.118,1	-1.203,4	1.686,1
Intersegmentumsatz	0,2	0,0	0,0	85,1	1.118,1	-1.203,4	0,0
Außenumsatz	1.170,0	307,0	162,1	47,0	0,0	0,0	1.686,1
Segmentergebnis	125,4	16,1	16,4	78,4	63,2	-12,0	287,5
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	0,8	0,2	0,0	1,3	8,3	-8,8	1,8
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-5,1	-2,9	-1,4	0,0	-27,6	8,9	-28,1
Aktiva	317,5	185,6	74,5	38,4	1.071,4	-571,7	1.115,7
Schuldposten	-226,1	-135,4	-62,8	-13,1	-862,9	392,4	-907,9
Investitionen	38,2	21,9	6,4	0,1	52,2	0,0	118,8
Abschreibungen	-19,3	-10,1	-2,1	-0,3	-24,7	0,0	-56,5
Wertminderungen	-3,1	-1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	-4,5
davon Sachanlagen	-1,6	-1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,0
davon immaterielle Vermögenswerte	-1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-1,5
SAR Aufwendungen und Hedging	0,8	0,7	0,1	0,0	-12,7	0,0	-11,1

¹ Inklusive Mittlerer Osten und Afrika.

Das jeweilige Segmentergebnis entspricht dem EBITDA vor Sondereffekten und enthält somit nicht das Finanzergebnis (-41,7 Mio. EUR), die Ertragsteuern (-36,4 Mio. EUR), die Aufwendungen aus Sondereffekten (-36,4 Mio. EUR) sowie die Abschreibungen und Wertminderungen (-61,0 Mio. EUR).

Das Segmentvermögen beinhaltet keine aktiven latenten Steuern (43,6 Mio. EUR) und Ertragsteuerforderungen (2,3 Mio. EUR), da diese Vermögenswerte auf Gruppenebene gesteuert werden.

Die Segmentschulden sind abzüglich passiver latenter Steuern (-17,9 Mio. EUR) und Ertragsteuerschulden (-36,8 Mio. EUR) ausgewiesen, da diese Schuldposten durch Gruppenentscheidungen beeinflusst werden.

2007 in Mio. EUR	Europa ¹	Amerika	Asien/ Pazifik	Lizenzen	Corporate Center	Über- leitung	HUGO BOSS Gruppe
Gesamtumsatz	1.151,1	298,0	134,0	131,4	1.062,0	-1.144,5	1.632,0
Intersegmentumsatz	0,0	0,0	0,0	82,5	1.062,0	-1.144,5	0,0
Außenumsatz	1.151,1	298,0	134,0	48,9	0,0	0,0	1.632,0
Segmentergebnis	137,7	35,1	15,3	78,5	31,5	-10,4	287,7
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2,3	0,2	0,0	2,2	9,9	-13,1	1,5
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-8,2	-1,5	-0,6	-0,3	-11,9	13,1	-9,4
Aktiva	286,3	159,2	51,3	118,6	883,8	-500,8	998,4
Schuldposten	-144,5	-71,2	-36,7	-11,8	-501,3	317,6	-447,9
Investitionen	28,0	18,6	3,5	0,4	34,2	0,0	84,7
Abschreibungen	-17,6	-7,8	-2,2	-0,2	-23,3	0,0	-51,1
Wertminderungen	-7,4	-8,1	-0,9	0,0	0,0	0,0	-16,4
davon Sachanlagen	-7,1	-8,1	-0,9	0,0	0,0	0,0	-16,1
davon immaterielle Vermögenswerte	-0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,3
SAR Aufwendungen und Hedging	-1,3	-1,3	-0,5	-0,1	-12,9	0,0	-16,1

¹ Inklusive Mittlerer Osten und Afrika.

Das jeweilige Segmentergebnis entspricht dem EBITDA vor Sondereffekten und enthält somit nicht das Finanzergebnis (-7,9 Mio. EUR), die Ertragsteuern (-58,3 Mio. EUR), die Aufwendungen aus Sondereffekten (0,0 Mio. EUR) sowie die Abschreibungen und Wertminderungen (-67,4 Mio. EUR).

Das Segmentvermögen beinhaltet keine aktiven latenten Steuern (33,6 Mio. EUR) und Ertragsteuerforderungen (7,3 Mio. EUR), da diese Vermögenswerte auf Gruppenebene gesteuert werden.

Die Segmentschulden sind abzüglich passiver latenter Steuern (-9,6 Mio. EUR) und Ertragsteuerschulden (-35,3 Mio. EUR) ausgewiesen, da diese Schuldposten durch gruppenweite Entscheidungen beeinflusst werden.

Den Segmentinformationen liegen grundsätzlich dieselben Ausweis- und Bewertungsmethoden wie dem Konzernabschluss zugrunde.

[35] ANGABE ÜBER BEZIEHUNGEN UND TRANSAKTIONEN MIT NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Nach Erwerb der Mehrheit der Anteile an der Valentino Fashion Group durch Red & Black S.r.l., Mailand hat sich der Kreis der nahestehenden Unternehmen und Personen verändert. Als nahestehend werden nun alle Unternehmen und Personen betrachtet, die die Voraussetzungen von IAS 24.9 in Bezug auf die Permira Holdings LLP, London erfüllen.

Im Geschäftsjahr 2008 wurden keine Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen getätigt (2007: Erlöse für Weiterberechnung von Beratungsleistungen in Höhe von 27 TEUR). Demzufolge waren zum Bilanzstichtag keine Forderungen gegen nahestehenden Unternehmen ausstehend (31. Dezember 2007: 15 TEUR).

Mitglieder des Managements in Schlüsselpositionen kaufen im Rahmen ihrer Deputate und für den persönlichen Bedarf bei HUGO BOSS ein. Darüber hinaus haben keine wesentlichen Transaktionen zwischen Gesellschaften des HUGO BOSS Konzerns und Personen in Schlüsselpositionen des Managements und deren nächsten Familienmitgliedern stattgefunden.

Für Mitglieder des Top-Managements wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr mit dem „Management Beteiligungsprogramm“ (kurz: MPP) zudem eine weitere Form der aktienbasierten Vergütung eingeführt. Im Rahmen des MPP können sich die Manager indirekt an der Gesellschaft Red & Black TopCo S.à.r.l. beteiligen, welche ein nahestehendes Unternehmen im Sinne des IAS 24.9 darstellt.

Zu weiteren Erläuterungen verweisen wir auf die Textziffer [37].

[36] AUFSICHTSRAT UND VORSTAND

Die Mitglieder des Aufsichtsrats und Vorstands sind auf den Seiten 179 bis 181 angegeben.

Die Gesamtbezüge des Vorstands beliefen sich im Geschäftsjahr 2008 auf 5.479 TEUR (2007: 6.623 TEUR). Davon sind 2.919 TEUR (2007: 1.668 TEUR) fixe Bestandteile und 2.560 TEUR (2007: 4.955 TEUR) variable Bestandteile. Vergütungsbestandteile mit langfristiger Anreizwirkung sind nicht enthalten (2007: 2.951 TEUR).

Die fixen Gehaltsbestandteile umfassen dem Vorstand gewährte Leistungen wie Dienstwagen und Deputate sowie weitere zu Erfüllung der Vorstandsaufgaben notwendige Ausstattungen und Leistungen.

Die variablen Bestandteile bestehen zum einen aus den Tantiemen, die entsprechend der Erreichung der mit dem Aufsichtsrat vereinbarten persönlichen Ziele sowie bei Erfüllung von im Vorfeld definierten Unternehmensrenditekennzahlen gewährt werden.

Zum anderen partizipiert der Vorstand direkt am langfristigen Unternehmenserfolg durch die Gewährung von „Stock Appreciation Rights“.

Anlässlich des Ausscheidens von Vorstandsmitgliedern sind Gesamtbezüge von 13.362 TEUR gezahlt worden.

Die im Rahmen des „Stock Appreciation Rights Program“ der HUGO BOSS AG an die Mitglieder des Vorstands gewährten Optionsrechte haben sich wie folgt entwickelt:

	Tranche 4	Tranche 5	Tranche 6	Tranche 7	Tranche 8	Gesamt
Ausgabezeitpunkt	Februar 2004	Februar 2005	Februar 2006	Januar 2007	Januar 2008	–
Anzahl der Optionsrechte am 31. Dezember 2008 ¹	–	68.760	74.490	68.760	68.760	280.770
Basispreis (EUR) vor Sonderdividende	17,00	25,38	32,59	39,08	42,11	–
Basispreis (EUR) nach Sonderdividende ²	14,83	22,14	28,43	34,09	36,74	–
Optionswert der vom aktiven Vorstand ge- haltenen Optionsrechte						
31. Dezember 2007 (TEUR)	–	3.962	3.232	2.629	–	9.823
31. Dezember 2008 (TEUR)	–	33	107	88	44	272

¹ Kontraktgrößen wurden im Mai 2008 aufgrund der Sonderdividende entsprechend der EUREX-Bedingungen mit dem so genannten R-Faktor angepasst (siehe [37] Aktienbasierte Vergütung).

² Basispreise wurden im Mai 2008 aufgrund der Sonderdividende entsprechend der EUREX-Bedingungen mit dem so genannten R-Faktor angepasst (siehe [37] Aktienbasierte Vergütung).

Im Jahr 2008 neu bestellte Vorstände haben keinen Anspruch auf das „Stock Appreciation Rights Program“. Sie sehen keine Sonderregelungen im Falle eines vorzeitigen Ausscheidens vor.

Die Verträge der Vorstände haben in der Regel eine Laufzeit von fünf Jahren. Sie sehen keine Sonderregelungen im Falle eines vorzeitigen Ausscheidens vor.

Daneben wurden Pensionszusagen durch die Gesellschaft gemacht.

Für aktive Mitglieder des Vorstands werden Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen, nach Saldierung der als Planvermögen zu qualifizierenden Rückdeckungsversicherungen, in Höhe von 143 TEUR (2007: 379 TEUR) ausgewiesen. Der Bruttobetrag der Verpflichtungen beläuft sich 2008 auf 1.141 TEUR (Fondsvermögen: 999 TEUR) und 2007 auf 10.689 TEUR (Fondsvermögen: 10.310 TEUR).

Der Aufsichtsrat erhielt für seine Tätigkeit Gesamtbezüge in Höhe von 1.154 TEUR (2007: 1.342 TEUR). Darin enthalten ist ein variabler Anteil von 389 TEUR (2007: 587 TEUR), der sich nach der Höhe des Ergebnisses je Aktie bemisst.

Die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands betragen 902 TEUR (2007: 2.937 TEUR) nach Saldierung der als Planvermögen zu qualifizierenden Rückdeckungsversicherungen (Bruttobetrag der Verpflichtungen 2008: 12.947 TEUR, 2007: 6.944 TEUR).

Die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats halten insgesamt weniger als 1 % (2007: 0 %) der von der HUGO BOSS AG ausgegebenen Aktien. Der Gesamtbesitz aller Vorstandsmitglieder beträgt weniger als 0,01 % der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien.

[37] AKTIENBASIERTE VERGÜTUNG

Stock Appreciation Rights Program

Im Geschäftsjahr 2001 hat die HUGO BOSS AG ein „Stock Appreciation Rights Program“ für Vorstände und Führungskräfte aufgelegt.

Im Rahmen des „Stock Appreciation Rights Program“ erhalten die Führungskräfte der HUGO BOSS AG und bestimmte Mitarbeiter der HUGO BOSS AG sowie der Tochtergesellschaften 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.

Die einzelnen Tranchen des „Stock Appreciation Rights Program“ haben zum 31. Dezember 2008 je eine Laufzeit von sechs Jahren. Mit Ablauf der Erdienungsphase von zwei Jahren beginnt der vierjährige Ausübungszeitraum. 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 ausgeübt werden.

Die zu gewährende Vergütung orientiert sich an der Differenz zwischen der rechnerisch auf eine Vorzugsaktie der HUGO BOSS AG entfallende 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 20 Börsenhandeltage, die dem Ausgabebetag 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.

Im Zeitpunkt der Ausübung der SAR durch einen Mitarbeiter werden die entsprechenden Kaufoptionen an die ausgebende Bank verkauft. Dadurch wird der Mittelabfluss aus der Ausübung der SAR durch einen Mittelzufluss aus dem Verkauf der Kaufoption ausgeglichen und damit die Auswirkung auf den Cashflow kompensiert.

Sowohl die für die HUGO BOSS AG aus den SAR entstehenden Verpflichtungen, welchen durch Bildung entsprechender Rückstellungen Rechnung getragen wird, als auch die der Absicherung dienenden Kaufoptionen werden regelmäßig zu den Stichtagen erfolgswirksam mit deren beizulegendem Zeitwert berücksichtigt. Die Bewertungen der Kaufoptionen und der SAR-Verpflichtungen basieren auf Marktwerten, welche von den ausgebenden Banken zur Verfügung gestellt werden. Da sich die Stichtagswerte der jeweiligen Kaufoptionen und der SAR entsprechen, kompensieren

sich resultierende Ergebniseffekte überwiegend. Abweichungen ergeben sich aus dem pro ratari-schen Aufbau der entsprechenden Rückstellung für die SAR gemäß IFRS 2 über die Erdienungs-phase (erste zwei Jahre).

Aufwendungen für SAR, die sich noch in der Erdienungsphase befinden, werden gemäß Definition im Personalaufwand berücksichtigt. Gleichzeitig wird die erfolgswirksame Veränderung der SAR, die sich bereits im Ausübungszeitraum befinden, sowie die Veränderung des entsprechenden Absicherungsgeschäfts, im Personalaufwand saldiert. Soweit den erworbenen Kaufoptionen – auf-grund des Pro-Rata-Aufbaus der SAR-Rückstellung – noch keine entsprechenden Rückstellungen gegenüberstehen, erfolgt ein Ausweis des Bewertungseffektes im Finanzergebnis.

Zum 31. Dezember 2008 beläuft sich der im Personalaufwand berücksichtigte Ergebniseffekt aus der Zuführung und Neubewertung der SAR-Rückstellung sowie der Aufwand aus der Bewertung der entsprechenden Absicherungsgeschäfte auf 4.673 TEUR.

Der im Finanzergebnis erfasste Aufwand aus der Bewertung von Absicherungsgeschäften, denen noch keine SAR-Rückstellungen gegenüberstehen, beläuft sich auf 6.399 TEUR.

Für das Geschäftsjahr 2008 ergaben sich im Zusammenhang mit „Stock Appreciation Rights“ ins-gesamt Aufwendungen in Höhe von 11.073 TEUR (2007: 16.143 TEUR). Die Rückstellung aus den Partizipationsrechten beläuft sich zum 31. Dezember 2008 auf 2.583 TEUR (2007: 23.581 TEUR). Die der Absicherung dienenden Derivate weisen zum Stichtag einen beizulegenden Zeitwert in Höhe von 3.499 TEUR auf.

Auf der Hauptversammlung der HUGO BOSS AG, am 08. Mai 2008 wurde mehrheitlich die Aus-schüttung einer Sonderdividende beschlossen. Entsprechend der aktuellen Ausübungsbedin-gungen des SAR-Programms wurde eine Anpassung der SAR-Parameter gemäß den EUREX-Bedingungen vorgenommen. Dabei wurde ein so genannter R-Faktor von 87,24% ermittelt. Dies bedeutet, dass die bisherigen Basispreise (100%) um diesen Faktor adjustiert wurden. Es ergaben sich folgende angepasste Basispreise:

	Tranche 4	Tranche 5	Tranche 6	Tranche 7	Tranche 8
Ausgabezeitpunkt	Februar 2004	Februar 2005	Februar 2006	Januar 2007	Januar 2008
Basispreis (EUR) vor Sonderdividende	17,00	25,38	32,59	39,08	42,11
Basispreis (EUR) nach Sonderdividende	14,83	22,14	28,43	34,09	36,74

Darüber hinaus wurden die SAR der Tranchen 4 bis 8, die am 9. Mai 2008 noch nicht ausgeübt waren, mit dem Anpassungsfaktor 1,146 (1/R-Faktor) multipliziert.

Das „Stock Appreciation Rights Program“ hat sich in den Jahren 2008 und 2007 wie folgt entwickelt:

	2008	GDBP 2008 ¹ (EUR)	2007	GDBP 2007 ¹ (EUR)
Anzahl der Optionsrechte am 1. Januar	2.222.100	33,54	1.761.900	26,33
Neu gewährte Optionsrechte	1.040.000	36,74	1.071.800	39,08
Verwirkte Optionsrechte	-226.800	33,68	-110.600	33,51
Ausgeübte Optionsrechte	-482.800	25,19	-501.000	20,01
Verfallene Optionsrechte	0		0	
Anzahl der Optionsrechte am 08. Mai 2008 (vor Sonderdividende)	2.552.500	32,69		
Anzahl der Optionsrechte am 09. Mai 2008 (nach Sonderdividende)	2.925.165	32,69		
Verwirkte Optionsrechte	-290.167	32,54		
Ausgeübte Optionsrechte	-32.088	24,81		
Verfallene Optionsrechte	0			
Anzahl der Optionsrechte am 31. Dezember	2.602.910	32,80	2.222.100	33,54
Ausüb bare Optionsrechte am 31. Dezember	633.738	24,93	572.500	24,55

¹ GDBP = gewichtete durchschnittliche Basispreise.

Der gewichtete durchschnittliche Aktienkurs zum Zeitpunkt der Optionsausübungen betrug 35,45 EUR (2007: 48,23 EUR).

Die gewichtete durchschnittliche Vertragslaufzeit für die am 31. Dezember 2008 ausstehenden Aktienoptionen beträgt 4,01 Jahre (2007: 4,25 Jahre).

Die Basispreise für die zum Ende der Berichtsperiode ausstehenden SAR liegen in der Bandbreite zwischen 14,83 EUR und 36,74 EUR (2007: 17,00 EUR und 39,08 EUR).

Management Beteiligungsprogramm

Im Rahmen des im abgelaufenen Geschäftsjahr eingeführten „Management Beteiligungsprogramms“ (kurz: MPP) können sich die Vorstände und Führungskräfte der zweiten Ebene gegen Leistung einer Zahlung indirekt an der Red & Black TopCo S.à.r.l. beteiligen. Da die Red & Black TopCo S.à.r.l. über die Red & Black S.à.r.l. 100% der Anteile an der Valentino Fashion Group S.p.A. hält, investiert das Management der HUGO BOSS AG insofern nicht allein in die HUGO BOSS Gruppe, sondern auch in die von ihr nicht kontrollierten oder beeinflussbaren anderen Gesellschaften der Valentino Fashion Group.

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). Der Gesellschaftsvertrag ist auf unbestimmte Zeit abgeschlossen, mindestens jedoch bis Ende 2024. Die MPP KG ist zu 1,516% an den Erlösen der Red & Black TopCo S.à.r.l. beteiligt. Im Falle eines Börsengangs oder eines Verkaufs der Valentino Fashion Group S.p.A. samt der HUGO BOSS Gruppe (nachfolgend „Exit“) kann die MPP KG auch überproportional an den Exit-

Erlösen partizipieren, wenn bestimmte Bedingungen erfüllt sind („Ratchet“). Der Anspruch zur Partizipation an diesen Erlösen entsteht über einen Fünfjahres-Erdienungszeitraum zeitanteilig.

Die Rechtsstellung der Manager in der MPP KG ist im Gesellschaftervertrag geregelt. Der Beteiligungshöchstbetrag an der MPP KG ist individuell vorgegeben. Die Manager sind im Handelsregister der MPP KG eingetragene Kommanditisten.

Der Erwerb der Kommanditgesellschaftsanteile an der MPP KG erfolgte durch alle teilnehmenden Manager zum beizulegenden Zeitwert. Dieser Zeitwert wurde in Abhängigkeit von den Veräußerungsszenarien ermittelt, die aus derzeitiger Sicht als wahrscheinlich angesehen werden.

Bei der Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts werden die erwarteten Dividendenzahlungen in der Unternehmensplanung, die der Bewertung zugrunde liegt, berücksichtigt.

Der beizulegende Zeitwert der gewährten Eigenkapitalinstrumente wurde zum Zeitpunkt der Begebung und wird zu späteren Bewertungsstichtagen als Summe aus dem inneren Wert der Anteile einerseits und dem Wert des „Ratchet“ andererseits ermittelt. Der innere Wert der Anteile wird unter Anwendung der Discounted Cashflow-Methode berechnet, der Wert des „Ratchet“ unter Anwendung eines Optionspreismodells.

Werden die einem Manager zurechenbaren MPP Anteile im Zuge eines Exits veräußert, so steht ihm grundsätzlich der dabei erzielte Veräußerungserlös anteilig zu. Die Berechtigung des Managers auf Auskehrung des anteiligen 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 so genannter „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 im Geschäftsjahr 2008 das Periodenergebnis des HUGO BOSS Konzerns nicht beeinflusst, da seit Einführung des MPP keine Transaktionen stattgefunden haben, die unter Bezugnahme auf den beizulegenden Zeitwert bewertet gewesen wären. Vermögenswerte oder Schulden aus dem MPP waren am Bilanzstichtag 31. Dezember 2008 nicht anzusetzen.

[38] EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Nach dem Bilanzstichtag haben sich keine Sachverhalte mit wesentlicher Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns zum 31. Dezember 2008 ergeben.

[39] CORPORATE GOVERNANCE KODEX

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

[40] HONORAR DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Das im Aufwand des Geschäftsjahres 2008 enthaltene Honorar des Abschlussprüfers beträgt 655 TEUR (2007: 367 TEUR), davon entfielen 572 TEUR (2007: 354 TEUR) auf Prüfungsleistungen, 21 TEUR (2007: 5 TEUR) auf Steuerberatungsleistungen und 62 TEUR (2007: 8 TEUR) auf sonstige Bestätigungs- oder Bewertungsleistungen.

Diese Honorarangaben betreffen den Konzernabschlussprüfer und die mit ihm über die KPMG Europe LLP verbundenen in- und ausländischen KPMG-Gesellschaften. Der Kreis der KPMG Europe LLP-Gesellschaften ist in 2008 erweitert worden.

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 8. August 2007 folgende Korrekturmitteilung zu den Stimmrechtsmitteilungen vom 3. 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 2. 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 2. Mai 2008

Der Vorstand

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 6. 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 S.p.A. 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 7. August 2008

Der Vorstand

VORSTAND

Claus-Dietrich Lahrs

Stuttgart, Deutschland

Vorsitzender des Vorstands und Arbeitsdirektor,
Vorstand für die Marken BOSS und HUGO sowie
für die Bereiche Lizenzen, Kommunikation,
Recht und Personal,
Mitglied des Vorstands seit 1. August 2008

Norbert Unterharnscheidt

Ulm, Deutschland

Vorstand für die Bereiche Controlling
und Finanzen,
Mitglied des Vorstands seit 3. Dezember 2008

Hans Fluri

Pfaeffikon, Schweiz

Vorstand für die Bereiche Einkauf,
Produktion, Logistik und IT,
Mitglied des Vorstands
vom 5. März 2008 bis 28. Februar 2009

André Maeder

Stuttgart, Deutschland

Vorstand für die Bereiche Retail,
Vertrieb und Marketing,
Mitglied des Vorstands bis 31. Januar 2009

Dr. Bruno Sälzer

Reutlingen, Deutschland

Vorsitzender des Vorstands,
Vorstand für die Bereiche Vertrieb,
Marketing und die Marke BOSS,
Mitglied des Vorstands bis 29. Februar 2008

Dr. Werner Lackas

Eningen unter Achalm, Deutschland

Vorstand für die Bereiche Einkauf,
Produktion und Logistik,
Mitglied des Vorstands bis 5. März 2008

Joachim Reinhardt

Metzingen, Deutschland

Vorstand für die Bereiche Controlling,
Finanzen, Personal, Recht und IT
sowie Arbeitsdirektor,
Mitglied des Vorstands bis 31. Juli 2008

AUFSICHTSRAT

Dr. Hellmut Albrecht
München, Deutschland

Managementberater,
Vorsitzender des Aufsichtsrats
seit 1. Juli 2008

Dr. Giuseppe Vita
Mailand, Italien

Vorsitzender des Aufsichtsrats
bis 30. Juni 2008

Antonio Simina
Metzingen, Deutschland

Schneider/Betriebsratsvorsitzender,
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats,
Arbeitnehmersvertreter

Gianluca Andena
Lodi, Italien

Geschäftsführer,
Permira Associati S.p.A.,
Mailand, Italien

Gert Bauer
Reutlingen, Deutschland

1. Bevollmächtigter der
IG-Metall Verwaltungsstelle,
Reutlingen/Tübingen, Deutschland,
Arbeitnehmersvertreter

Helmut Brust
Bad Urach, Deutschland

Direktor Retail Germany,
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Arbeitnehmersvertreter

Fabrizio Carretti
Mailand, Italien

Prinzipal,
Permira Associati S.p.A.,
Mailand, Italien

Olaf Koch
Ingersheim, Deutschland

Prinzipal,
Permira Beteiligungsberatung GmbH,
Frankfurt am Main, Deutschland,
seit 13. Juni 2008

Ulrich Gasse
Bad Soden, Deutschland

Rechtsanwalt, Prinzipal,
Permira Beteiligungsberatung GmbH,
Frankfurt am Main, Deutschland

Susanne Gregor

Reutlingen, Deutschland

Leiterin OPR Clothing Man,
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Arbeitnehmervertreterin
seit 20. Januar 2009

Peter Haupt

Metzingen, Deutschland

Kaufmännischer Angestellter,
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Arbeitnehmervertreter
bis 11. November 2008

Roland Klett

Metzingen, Deutschland

Leiter Liegewaren,
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Arbeitnehmervertreter
bis 20. Januar 2009

Rainer Otto

Langen, Deutschland

Gewerkschaftssekretär des
IG-Metall-Vorstands,
Frankfurt am Main, Deutschland,
Arbeitnehmervertreter

Sinan Piskin

Metzingen, Deutschland

Kaufmännischer Angestellter,
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland,
Arbeitnehmervertreter
seit 11. November 2008

Dr. Martin Weckwerth

Frankfurt am Main, Deutschland

Partner,
Permira Beteiligungsberatung GmbH,
Frankfurt am Main, Deutschland

Katrin Wehr-Seiter

Bad Homburg, Deutschland

Prinzipal,
Permira Beteiligungsberatung GmbH,
Frankfurt am Main, Deutschland,
bis 13. Juni 2008

ANGABEN ZU DEN AUFSICHTSRATS- UND VORSTANDSMITGLIEDERN

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

Dr. Hellmut Albrecht	MME Moviemment AG ²	München, Deutschland
	Pro-Beam AG & Co. KGaA	Planegg, Deutschland
Gianluca Andena	Valentino Fashion Group S. p. A.	Mailand, Italien
	Permira Asesores SL ²	Madrid, Spanien
	CMA S. à r. l.	Luxemburg, Luxemburg
	Dinosol Supermercados SL	Madrid, Spanien
	Permira SGR S. p. A.	Mailand, Italien
Gert Bauer	ElringKlinger AG	Dettingen/Erms, Deutschland
Fabrizio Carretti	Valentino Fashion Group S. p. A.	Mailand, Italien
	Valentino S. p. A.	Mailand, Italien
Olaf Koch	Arysta LifeScience Corporation	Tokio, Japan
	BORSODCHEM ZRT	Kazincbarcika, Ungarn
Dr. Martin Weckwerth	Valentino Fashion Group S. p. A.	Mailand, Italien
Katrin Wehr-Seiter	ProSiebenSat.1 Media AG	Unterföhring, Deutschland, bis 2. November 2008
Dr. Giuseppe Vita	Allianz S. p. A. ²	Mailand, Italien
	Axel Springer AG ²	Berlin, Deutschland
	Deutz AG ²	Köln, Deutschland
	Humanitas S. p. A.	Mailand, Italien
	Vattenfall Europe AG	Berlin, Deutschland, bis 19. Juni 2008
	Barilla S. p. A.	Parma, Italien
	Gruppo Banca Leonardo ²	Mailand, Italien

Das Vorstandsmitglied Dr. Bruno Sälzer ist gleichzeitig Mitglied eines Organs folgender Gesellschaft:¹

Dr. Bruno Sälzer	Maxingvest AG	Hamburg, Deutschland
-------------------------	---------------	----------------------

¹ Nicht genannte Mitglieder haben keine Mandate in anderen Gesellschaften.

² Tätigkeit als Vorsitzender.

Der Jahres- und Konzernabschluss der HUGO BOSS AG werden im elektronischen Bundesanzeiger bekannt gemacht, beim Handelsregister des Amtsgerichts Stuttgart hinterlegt und auf der Internetseite von HUGO BOSS veröffentlicht.

Metzingen, den 9. März 2009

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Claus-Dietrich Lahrs
Norbert Unterharnscheidt

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

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

Metzingen, den 9. März 2009

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Claus-Dietrich Lahrs
Norbert Unterharnscheidt

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Wir haben den von der HUGO BOSS AG, Metzingen, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2008 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung 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 Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht 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 des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und Konzernlageberichts. 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 Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des HUGO BOSS Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Stuttgart, den 9. März 2009

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
(vormals:
KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft)



Göttgens
Wirtschaftsprüfer



Hagg
Wirtschaftsprüfer

ALLGEMEINE ANMERKUNGEN

Die Entwicklung unseres Unternehmens kommt im Konzernabschluss am deutlichsten zum Ausdruck. Im Interesse der Übersichtlichkeit haben wir uns entschieden die Zahlen des Jahresabschlusses der HUGO BOSS AG nicht in den Geschäftsbericht aufzunehmen. Selbstverständlich sind wir gern bereit, Ihnen ergänzend den Jahresabschluss der HUGO BOSS AG zuzusenden. Dieser wird weiterhin nach deutschem Handelsgesetzbuch (HGB) erstellt. Bitte wenden Sie sich hierzu an:

HUGO BOSS AG
Investor Relations
Dieselstraße 12
72555 Metzingen
Telefon: +49 (0) 7123 94-1326
Fax: +49 (0) 7123 94-2035

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

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

INVESTOR RELATIONS

Investor Relations

Telefon: +49 (0) 7123 94-1326

Fax: +49 (0) 7123 94-81326

KOMMUNIKATION

Philipp Wolff

Direktor Kommunikation

Telefon: +49 (0) 7123 94-2375

Fax: +49 (0) 7123 94-2051

ANFORDERUNG GESCHÄFTS- UND ZWISCHENBERICHTE

E-Mail: Investor-Relations@hugoboss.com

Fax: +49 (0) 7123 94-2035

STICHWORTVERZEICHNIS

A

Abschlussprüfung 023, 184
 Abschreibungen 073, 080, 135
 Aktie 028, 029–031
 Aktionärsstruktur 030, 170
 Anhang (Konzern) 116
 Anlagevermögen 141
 Aufsichtsrat 014–020, 024, 101,
 163–164, 180–182
 Ausbildung 085

B

Beschaffung 086
 Bestätigungsvermerk 184
 Bilanz (Konzern) 075, 110–111, 141–156
 Bilanzgewinn 074, 148
 Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden 126
 Bilanzstruktur 075
 Branchenentwicklung 068, 098

C

Cashflow 077–078, 115, 160
 Chancenbericht 096–097
 Corporate Governance 018, 021–027, 095
 Covenants 078, 092

D

Directly Operated Stores (DOS) 065, 071
 Dividende 028–029, 031, 074, 148

E

EBIT 072–074, 088
 EBITDA 061, 088, 099
 Eigene Anteile 030–031, 147
 Eigenkapital 075, 112, 139, 147
 Eigenkapitalentwicklung 112–113
 Eigenkapitalquote 088
 Entsprechenserklärung 025–027
 Ergebnis je Aktie 028, 031, 139
 Ergebnisentwicklung 072–074
 Ergebnisverwendung 074

Erläuterungen zur Bilanz 141–156
 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlust-
 rechnung 134–140
 Ertragslage 069
 Ertragsteuer 131, 137
 Externe Risiken 089–091

F

Finanzbedarfsrechnung 076
 Finanzergebnis 072, 074, 108
 Finanzielle Risiken 091–093
 Finanzinstrumente 091–093, 118, 128–130,
 155–159
 Finanzkalender 189
 Finanzlage 075–079
 Finanzmanagement 078
 Finanzverbindlichkeiten 075, 129–130, 151–155
 Forderungen 076, 133, 145–146
 Forschung und Entwicklung 066, 128, 140
 Führungsstruktur 060

G

Geschäftstätigkeit 057–060
 Gewinnrücklagen 074, 112, 147
 Gewinn- und Verlustrechnung 108, 134–140

H

Haftungsrisiken 095
 Haftungsverhältnisse 157
 Hauptversammlung 029, 031–032,
 074, 166, 189

I

Immaterielle Vermögensgegenstände 075, 127,
 130, 142
 Interne Risiken 089–095
 Internes Steuerungssystem 061
 Investitionen 079–080, 099
 Investor Relations 021, 032, 087, 188–189

K

Kapitalflussrechnung 115, 160
 Kapitalmarkt 029–032, 087

Kapitalstruktur 075

Konsolidierungskreis 120–122

Kontakte 189

Konzernstruktur 057–060

L

Lagebericht (Konzern) 054

Leasing 079, 143–144, 157

Liquiditätsrisiko 092

Lizenzen 081, 083

Logistik 080, 087

M

Management Beteiligungsprogramm (MPP)
163, 167–168

Markenpositionierung 063

Markenübersicht 057–058

Materialaufwand 134

Mehrheitsaktionär 019, 026, 170

Minderheitsanteile 139

Mitarbeiter 034–035, 073, 084–086, 135

N

Nachhaltigkeit 033, 087

Nachtragsbericht 096

Nettovermögen 061, 075–077

O

Operative Risiken 089–094

Organisationsstruktur 059

P

Pensionsrückstellungen 132, 135, 149–151

Permira 030, 102–104, 171–175

Personalaufwand 073, 135, 140, 168

Point of Sale (POS) 056–057, 065

Prognosebericht 097–100

Public Relations 032

R

Risikomanagement 023, 059, 089–090, 095

Rückstellungen 075, 131–132, 148–149

S

Sachanlagen 075, 126, 131, 143

Segmentberichtserstattung 060,

081–083, 117, 160–162

Sonderdividende 029, 074 – 075, 099, 164–167

Soziale Verantwortung 033, 087

Steuerquote 074

Steuerungsgrößen 061

Stock Appreciation Rights (SAR) 159, 165–167

Strategie 061–065

Syndizierter Kredit 078–079, 092–093, 104

T

Tierschutz 035–036

Tochtergesellschaften 030, 059, 061, 120–122

U

Umsatz 064, 069–073, 081–083,
098, 161–162

Umweltschutz 033–034, 087

Unternehmerische Verantwortung
033–035, 087

V

Verbindlichkeiten 154

Vergütung Aufsichtsrat/ Vorstand 023–024, 101

Verkaufspunkte (POS) 056–057, 065

Vermögenslage 075–079

Vorräte 075–076, 126, 145

Vorstand 012, 022–024, 060, 163, 179

W

Währungsumrechnung 122–123

Wechselkursrisiko 158

Wechselkurs sensitivitäten 093

Wertschöpfungskette 086–087

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen 067

Wirtschaftswachstum 067–068

Z

Zinsänderungsrisiko 092

IMPRESSUM

HUGO BOSS AG

Dieselstraße 12

72555 Metzingen

Deutschland

Telefon: +49 (0) 7123 94-0

Fax: +49 (0) 7123 94-2014

www.hugoboss.com

KONZEPTION/GESTALTUNG

Peter Schmidt Group

FOTOS

Victor Brigola

Tan Chuan Do

Patrick Dembski

Klaus Frahm

Getty Images

Jonathan Glynn Smith

Nowadays

Andreas Pohlmann

Aleksandra Signer

Paul Warchol

DRUCK

Offsetdruck Raff, Riederich

