

H U G O B O S S

GESCHÄFTSBERICHT **2009**

H U G O B O S S

GESCHÄFTSBERICHT **2009**

INHALT

01 **UNSERE MARKEN** _____

02 **AN UNSERE AKTIONÄRE** _____

03 **KONZERNPROFIL / KONZERNLAGEBERICHT** _____

04 **KONZERNABSCHLUSS** _____

05 **WEITERE ANGABEN** _____

005	Unsere Marken
052	Brief des Vorstandsvorsitzenden
054	Vorstand
056	Aufsichtsrat
058	Bericht des Aufsichtsrats
063	Corporate Governance Bericht
070	Basisinformationen HUGO BOSS Aktien
071	HUGO BOSS am Kapitalmarkt
076	Unternehmerische Verantwortung bei HUGO BOSS
078	Dank an die Stakeholder
084	Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur
090	Unternehmenssteuerung
093	Strategische Ausrichtung
098	Innovation, Forschung und Entwicklung
099	Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen
102	Ertragslage im Geschäftsjahr 2009
112	Vermögens- und Finanzlage
120	Weitere Erfolgsfaktoren
125	Risikobericht
140	Nachtrags-, Chancen- und Prognosebericht
147	Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat
149	Spezialgesetzliche Angaben
156	Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung
157	Konzerngesamtergebnisrechnung
158	Konzernbilanz
160	Eigenkapitalveränderungsrechnung
162	Kapitalflussrechnung
163	Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2009
172	Kennzahlen der wesentlichen Beteiligungsgesellschaften des HUGO BOSS Konzerns
183	Erläuterungen zur Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung
190	Erläuterungen zur Konzernbilanz
208	Sonstige Erläuterungen
222	Angaben zum Mehrheitsaktionär
233	Vorstand
234	Aufsichtsrat
236	Weitere Angaben zu den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern
238	Versicherung der gesetzlichen Vertreter
239	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
244	Allgemeine Anmerkungen
244	Zukunftsgerichtete Aussagen
245	Finanzkalender und Kontakte
246	Glossar
248	Stichwortverzeichnis
250	Grafikverzeichnis
252	Impressum



01 UNSERE MARKEN

Man sagt, Kleider machen Leute. Die faszinierenden Marken von HUGO BOSS machen mehr als das: sie unterstreichen die Persönlichkeit. Und schaffen dadurch verlässliche Werte – für unsere Kunden und für unser Unternehmen.

Entdecken Sie die einzigartige, differenzierte Markenwelt, unsere zeitgemäßen, vielseitigen und individuellen Kollektionen – sowie den absoluten Qualitätsanspruch und die Professionalität, für die der HUGO BOSS Konzern steht.



BOSS
HUGO BOSS

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

BOSS
HUGO BOSS


BOSS ORANGE

HUGO
HUGO BOSS

BOSS BLACK

Herrenkollektion

Damenkollektion

Accessoires

Kinderkollektion

BOSS Black bildet mit einem Premiumangebot für Business, Freizeit und Event das Herzstück der HUGO BOSS Markenwelt. Cleane Schnitte und außergewöhnlich verarbeitete Details prägen die Damen- und Herrenkollektionen, die perfekte Looks bieten und hohen Qualitätsansprüchen gerecht werden.

Hochwertige Accessoires und anspruchsvolle Lizenzprodukte wie Uhren, Brillen und Düfte runden das Sortiment ab. Dessen zeitgemäße Eleganz wird in den BOSS Black Flagship Stores wie im trendigen New Yorker Meatpacking District besonders gut erlebbar.







BOSS
HUGO BOSS





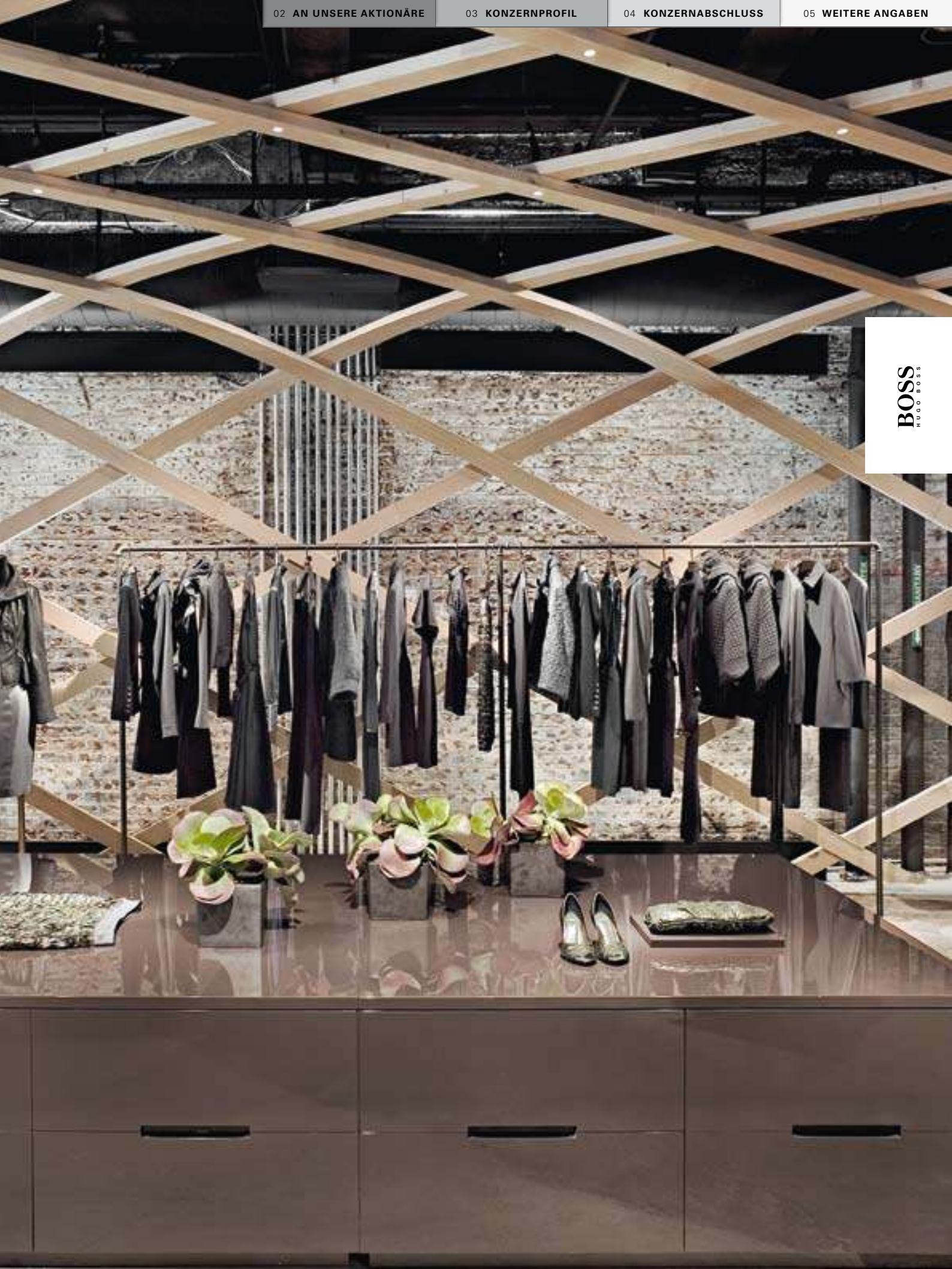
BOSS
HUGO BOSS



BOSS
HUGO BOSS







BOSS
HUGO BOSS

BOSS SELECTION

Herrenkollektion **Accessoires**

Die luxuriöse Herrenlinie BOSS Selection ist im obersten Marktsegment positioniert. Raffiniertes Design, erlesene Materialien und traditionelle Schneiderkunst kennzeichnen die stilvolle Kollektion, die für kompromisslose Verarbeitungsqualität und zeitlose Eleganz steht.

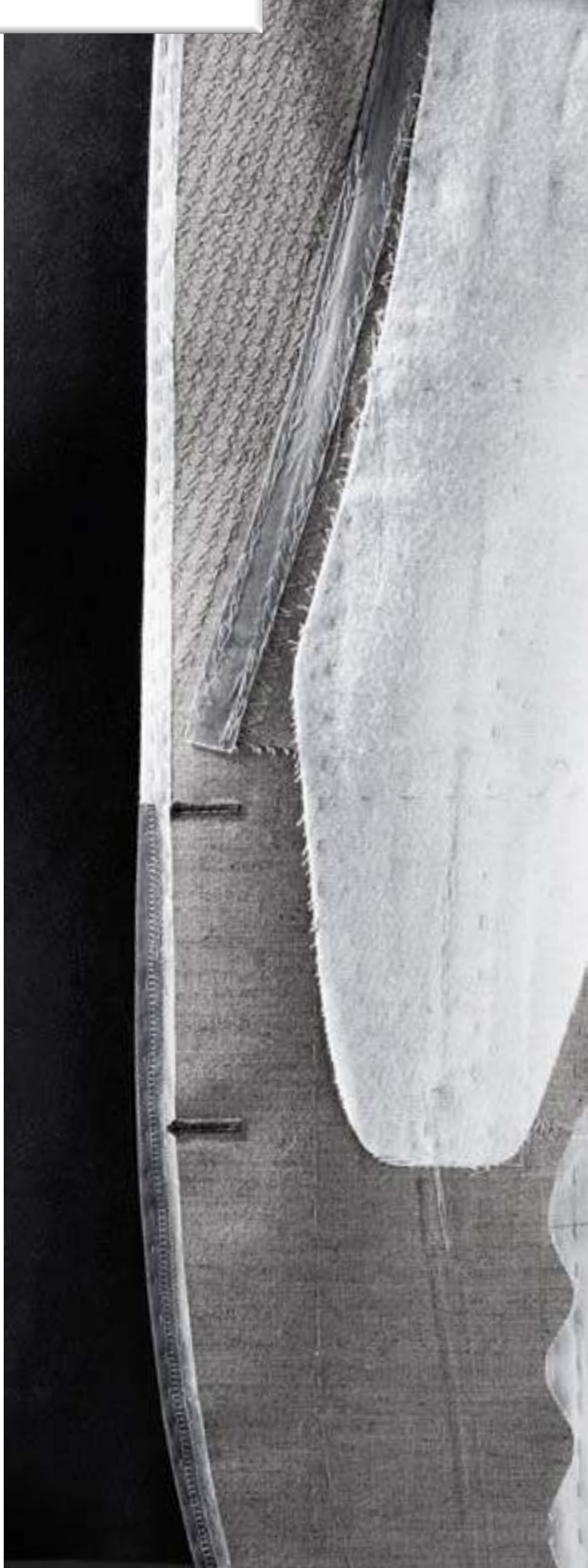
Uhren, Accessoires und edle Schuhe ergänzen die klassischen Anzüge und Outfits. Die 2009 neu eingeführte Tailored Line verkörpert die Spitze von BOSS Selection und wird ausschließlich in Deutschland und Italien gefertigt.

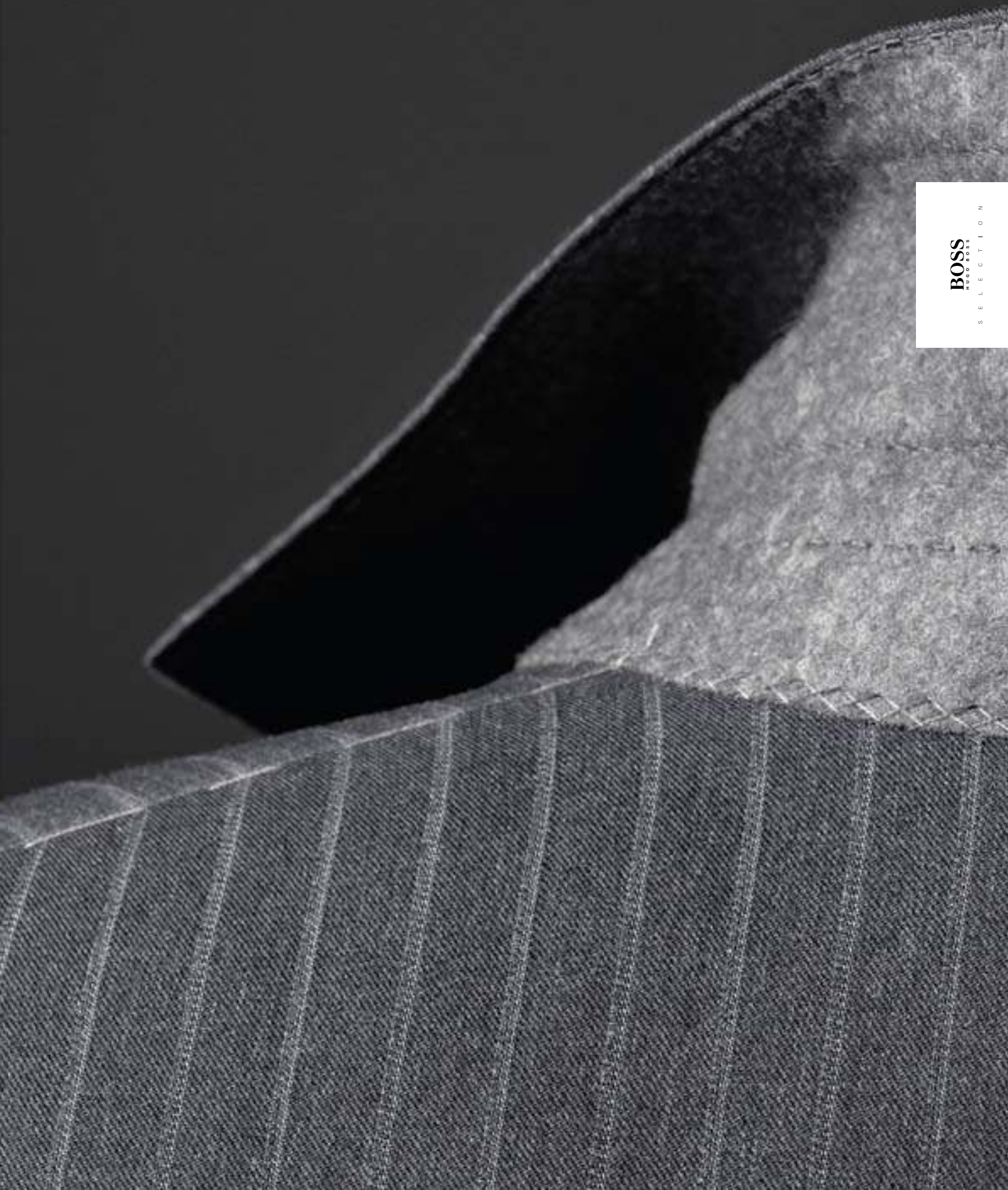






BOSS
1852
SELECTION





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





BOSS
HUGO BOSS
SELECTION

BOSS GREEN

Herrenkollektion

Accessoires

Die moderne BOSS Green Kollektion fügt die Aspekte Golf, Fashion und Lifestyle zu einem Look zusammen und hebt die Grenze zwischen Casualwear und Funktionsbekleidung auf.

Ein dynamisches Farbkonzept betont den kraftvollen, optimistischen Look der Marke und richtet sich sowohl an trendbewusste junge Kunden als auch an den klassisch-sportlichen Mann, der gerne Golf spielt. In 2010 wird BOSS Green um eine eigenständige Damenkollektion ergänzt.







BOSS
HUGO BOSS





BOSS
HUGO BOSS

BOSS ORANGE

Herrenkollektion

Damenkollektion

Accessoires

Die lässige Casualwear Linie BOSS Orange ist geprägt vom urbanen Lifestyle der internationalen Metropolen. Speziell behandelte Stoffe mit außergewöhnlicher Haptik und Färbung spiegeln den rauen, unpolierten und ganz individuellen Modestil von BOSS Orange wider.

Taschen, Schuhe und in Lizenz gefertigte Brillen, Uhren und Düfte komplettieren das Sortiment, das unter anderem mit Marken-Testimonials wie der Schauspielerin Sienna Miller beworben wird.















HUGO

Herrenkollektion

Damenkollektion

Accessoires

Trendsetter werden mit der progressiven Marke HUGO angesprochen. Diese steht für eine klare Linienführung und setzt mit ihrem innovativen Look stilistisch souveräne Akzente.

Die avantgardistischen Damen- und Herrenkollektionen werden durch Schuhe und Accessoires sowie Lizenzprodukte wie Brillen, Uhren und Düfte vervollständigt.



HUGO

HUGO BOSS













contour

HUGO
HUGO BOSS

H U G O B O S S

02 AN UNSERE AKTIONÄRE

In diesem Kapitel finden Sie alle Informationen, die Sie als Stakeholder der HUGO BOSS AG besonders interessieren:

Im Brief des Vorstandsvorsitzenden beleuchtet Claus-Dietrich Lahrs persönlich das abgelaufene Geschäftsjahr und gibt einen Ausblick auf die zentralen Themen für 2010. Sie erfahren, mit welchen Maßnahmen HUGO BOSS der Weltwirtschaftskrise begegnet und auch in Zukunft seine Marktstellung als führendes Unternehmen im gehobenen Bekleidungsmarkt sichern wird.

Des Weiteren können Sie sich in diesem Kapitel von unserer guten Aktienperformance überzeugen, denn die HUGO BOSS Aktien haben sich 2009 mit einem deutlichen Wertzuwachs als gute Anlage erwiesen.

Als eines der größten deutschen Unternehmen unserer Branche trägt HUGO BOSS Verantwortung. Diese nehmen wir nicht nur täglich mit einer stringenten Geschäftsführung wahr, sondern auch im Rahmen unseres Engagements für die Mitarbeiter, die Gesellschaft und verschiedene soziale Projekte.



INHALT

02 AN UNSERE AKTIONÄRE

052	Brief des Vorstandsvorsitzenden
054	Vorstand
056	Aufsichtsrat
058	Bericht des Aufsichtsrats
063	Corporate Governance Bericht
070	Basisinformationen HUGO BOSS Aktien
071	HUGO BOSS am Kapitalmarkt
076	Unternehmerische Verantwortung bei HUGO BOSS
078	Dank an die Stakeholder

BRIEF DES VORSTANDSVORSITZENDEN

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren,

in der Krise beweist sich die Stärke eines Unternehmens. Die HUGO BOSS AG hat im vergangenen Geschäftsjahr Stärke bewiesen: In der größten Wirtschafts- und Finanzkrise seit langem haben wir selbstbewusst Kurs gehalten und in unsere Zukunft investiert. Wir haben unsere Marktposition nicht nur gefestigt, sondern auch die Weichen für zukünftiges Wachstum gestellt. Das Rezessionsjahr 2009 war für HUGO BOSS somit alles andere als ein verlorenes Jahr.

Die stark rückläufige Nachfrage nach Konsumgütern aus dem Luxus- und Premiumsegment hat natürlich auch in unseren Zahlen Spuren hinterlassen: Der Konzernumsatz der HUGO BOSS AG ist im vergangenen Jahr mit 1.562 Mio. EUR unter dem Niveau des Vorjahres geblieben, dies entspricht einem Umsatzrückgang von 7 Prozent. Das Minus hätte kleiner ausfallen können, wenn wir nur dem kurzfristigen Erfolg verpflichtet wären. Wir sind jedoch der festen Überzeugung, dass der Name HUGO BOSS weiterhin uneingeschränkt für Premiumqualität stehen sollte. Und Premiumqualität erfordert eine konsequente Preispolitik. Wir haben uns deshalb den Rabattschlachten, die in der Modebranche stattgefunden haben, bewusst entzogen.

Vielmehr haben wir gezeigt, dass wir uns schnell auf extrem veränderte Marktbedingungen einstellen können. Dank hoher Kostendisziplin und einem erfolgreichen Liquiditätsmanagement hat der Konzern seine Ertragskraft erhalten. Das EBITDA vor Sondereffekten liegt mit 270 Mio. Euro nur leicht unter dem Vorjahr. Unsere operative Ergebnismarge haben wir damit behaupten können.

Was wird uns das Jahr 2010 bringen? Die Weltwirtschaft insgesamt wird sich voraussichtlich leicht erholen, in vielen Regionen der Welt werden die Verbraucher ihre Zurückhaltung aber noch nicht aufgeben. Wir haben uns dennoch einiges vorgenommen. Wir wollen wieder wachsen. Und wir arbeiten weiter an unserem Ziel, HUGO BOSS zur weltweit führenden Marke im Premiumsegment des Modemarktes zu machen.

Das erfordert eine noch stärkere Internationalisierung unseres Unternehmens. In fünf Jahren wollen wir bis zu 45 Prozent unseres Umsatzes außerhalb Europas erzielen. Besonders auf dem amerikanischen Kontinent und in Asien versprechen wir uns ein überdurchschnittliches Wachstum. Allein China kann innerhalb der nächsten fünf Jahre für HUGO BOSS zu einem der größten Einzelmärkte werden.

Ein weiterer strategischer Schwerpunkt ist die Differenzierung unseres Markenportfolios. Inzwischen steht hinter dem Namen HUGO BOSS eine ganze Markenfamilie: von der Luxus-Linie BOSS Selection, der klassisch-modernen Linie BOSS Black, der lässigen Linie BOSS Orange oder der sportlichen Linie BOSS Green bis hin zu unserer trendbewussten Marke HUGO. Wer unsere Produkte kennt, weiß:

All diese Marken und Linien stehen gleichermaßen für hochwertige Materialien, ausgezeichnete Verarbeitung und herausragendes Design. Gleichwohl hat jede Kollektion eine einzigartige Identität, die wir zukünftig noch stärker hervortreten lassen wollen. Damit schaffen wir ein klares Wettbewerbsprofil unserer Marken und eine differenzierte Wahrnehmung der HUGO BOSS Produkte bei unseren Kunden.

Wir optimieren zudem unsere Sortimentsstrukturen. Die Komplexität der Kollektionen wurde in den vergangenen zwei Jahren um die Hälfte reduziert. Das bedeutet konkret, dass wir unsere Kollektionszusammenstellung fokussierter gestalten, gleichzeitig jedoch sowohl den Einkäufern des Handels als auch den Endkonsumenten eine ansprechende Vielfalt und klar positionierte Marken präsentieren.

Fortschritte haben wir im vergangenen Jahr auch in der Neuausrichtung des konzerneigenen Einzelhandels gemacht. Weltweit wurden die Standorte von HUGO BOSS Filialen in Bezug auf Entwicklungspotenzial, Wettbewerbsfähigkeit und Profitabilität geprüft. Die Ergebnisse haben uns gezeigt, dass aufgrund des veränderten Konsumverhaltens unserer Zielgruppen eine umfangreiche Konsolidierung unserer Standorte angebracht war, um das Einzelhandelsgeschäft in Zukunft noch profitabler zu führen. Und indem wir verstärkt eigene Shops eröffnen, entwickeln wir mehr Verständnis und Gefühl für die Bedürfnisse unserer Kunden, was uns ganz besonders am Herzen liegt.

Ehrgeizige Ziele haben wir im Online-Geschäft. Nach gut einem Jahr operativer Geschäftstätigkeit kann es eine positive Bilanz vorweisen. In Zukunft werden im Premiumsegment immer mehr Kunden ihre Kleidung im Internet kaufen. Deswegen werden wir diesen Absatzkanal im Jahr 2010 im In- und Ausland weiter vorantreiben und ausbauen.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, wir haben es geschafft, in der größten Weltwirtschaftskrise seit achtzig Jahren auf Kurs zu bleiben. Wir werden auch in diesem Geschäftsjahr die Stärken der HUGO BOSS AG erhalten und weiter ausbauen. Das garantieren 9.027 Mitarbeiter, die mit ihrer Bereitschaft zur Veränderung und ihrem großartigen Einsatz für den Erfolg von HUGO BOSS stehen. Sie sind die Markenbotschafter, die den Lifestyle unserer Produkte erlebbar machen. Ihnen gilt unser Dank, ebenso wie unseren Geschäftspartnern und Aktionären, die uns ihr Vertrauen schenken. Wir werden unser Bestes dafür tun, dass die Erfolgsgeschichte des Traditionsunternehmens HUGO BOSS fortgeschrieben wird.

Ihr

Claus-Dietrich Lahrs

Vorsitzender des Vorstands
Metzingen, im März 2010





CLAUS-DIETRICH LAHRS

Stuttgart, Deutschland

Vorsitzender des Vorstands (CEO)

Vorstand für die Bereiche Vertrieb, Retail, Lizenzen und Kommunikation



CHRISTOPH AUHAGEN

Ratingen, Deutschland

Chief Brand Officer (CBO)

Vorstand für die Bereiche Brand und Creative Management

Mitglied des Vorstands seit 1. Dezember 2009

**MARK LANGER**

Stuttgart, Deutschland

Chief Financial Officer (CFO)/Arbeitsdirektor

Vorstand für die Bereiche Controlling, Finanzen, Recht, Personal und IT

Mitglied des Vorstands seit 15. Januar 2010

**DR. ANDREAS STOCKERT**

Stuttgart, Deutschland

Chief Operating Officer (COO)

Vorstand für die Bereiche Einkauf, Produktion und Logistik

Mitglied des Vorstands seit 1. Juni 2009

AUFSICHTSRAT

Dr. Hellmut Albrecht
München, Deutschland

Management Berater
Vorsitzender des Aufsichtsrats

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
bis 20. Februar 2010

Gert Bauer
Reutlingen, Deutschland

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

Helmut Brust
Bad Urach, Deutschland

Director Outlet Germany
HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland
Arbeitnehmersvertreter

Fabrizio Carretti
Mailand, Italien

Prinzipal
Permira Associati S.p.A., Mailand, Italien
bis 20. Februar 2010

Olaf Koch
Ingersheim, Deutschland

Finanzvorstand
Metro AG, Düsseldorf, Deutschland
bis 20. Februar 2010

Ulrich Gasse
Bad Soden, Deutschland

Rechtsanwalt, Prinzipal
Permira Beteiligungsberatung GmbH,
Frankfurt am Main, Deutschland
bis 20. Februar 2010

Susanne Gregor
Reutlingen, Deutschland

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

Rainer Otto Langen, Deutschland	Gewerkschaftssekretär des IG Metall Vorstands, Frankfurt am Main, Deutschland Arbeitnehmersvertreter bis 1. Juli 2009
Sinan Piskin Metzingen, Deutschland	Kaufmännischer Angestellter HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland Arbeitnehmersvertreter
Dr. Martin Weckwerth Frankfurt am Main, Deutschland	Partner Permira Beteiligungsberatung GmbH, Frankfurt am Main, Deutschland
Monika Lersmacher Kornwestheim, Deutschland	Gewerkschaftssekretärin IG Metall Bezirksleitung Baden-Württemberg, Stuttgart, Deutschland seit 24. Juli 2009
Damon Buffini Surrey, England	Geschäftsführer Permira Advisers LLP, London, England seit 21. Februar 2010
Luca Marzotto Venedig, Italien	Vorstandsvorsitzender Zignago Holding S.p.A., Fossalta di Portogruaro, Italien seit 21. Februar 2010
Gaetano Marzotto Mailand, Italien	Aufsichtsratsvorsitzender Gruppo Santa Margherita S.p.A., Mailand, Italien seit 21. Februar 2010
Dr. Klaus Maier Stuttgart, Deutschland	Management Berater seit 21. Februar 2010

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Damen und Herren,

auch im Geschäftsjahr 2009 hat der Aufsichtsrat die ihm durch Gesetz, Satzung der Gesellschaft und seine Geschäftsordnung obliegenden Kontroll- und Beratungsaufgaben 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 sowohl für die HUGO BOSS AG als auch für die Konzernunternehmen über die beabsichtigte Geschäftspolitik und andere grundsätzliche Fragen der Unternehmensplanung, insbesondere die Finanz-, Investitions- und Personalplanung; ebenso über die strategische Weiterentwicklung, über den Gang der Geschäfte, insbesondere den Umsatz und die Lage der Gesellschaft sowie die Entwicklung der wichtigsten finanzwirtschaftlichen Kennzahlen, insbesondere die Rentabilität der Gesellschaft, vor allem des Eigenkapitals. Dazu dienten monatliche Berichte sowie Vorlagen 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 stimmt der Vorstand mit dem Aufsichtsrat ab. Zudem wurden alle zustimmungspflichtigen Geschäfte rechtzeitig zur Beschlussfassung vorgelegt. Genehmigungen durch den Aufsichtsrat erfolgten nach Prüfung der Unterlagen und gegebenenfalls Rückfragen an den Vorstand sowie ausführlichen 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 wichtige Entwicklungen und anstehende Entscheidungen statt.

PERSONALIA IM AUFSICHTSRAT DER HUGO BOSS AG

Herr Dr. Hellmut Albrecht, der bereits seit 30. Juni 2008 gerichtlich bestelltes Mitglied des Aufsichtsrats und Aufsichtsratsvorsitzender war, wurde von der Hauptversammlung am 14. Mai 2009 in den Aufsichtsrat und im Anschluss daran vom Aufsichtsrat erneut zum Vorsitzenden gewählt. Aufgrund des krankheitsbedingten Ausscheidens des Arbeitnehmervertreters Roland Klett im Januar 2009 rückte Frau Susanne Gregor als bereits gewähltes Ersatzmitglied bis zum Ende der laufenden Amtszeit an seine Stelle. Ferner hat Herr Rainer Otto krankheitsbedingt sein Amt im Juli 2009 niedergelegt. An seiner Stelle wurde Frau Monika Lersmacher gerichtlich bis zum Ende der laufenden Amtszeit bestellt. Herr Ulrich Gasse, Herr Olaf Koch, Herr Gianluca Andena und Herr Fabrizio Carretti haben ihre Ämter als Aufsichtsräte mit Wirkung zum 20. Februar 2010 niedergelegt.

Bis zum Ende der laufenden Amtszeit wurden Herr Dr. Klaus Maier, Herr Damon Buffini, Herr Luca Marzotto und Herr Gaetano Marzotto gerichtlich bestellt. Soweit dies aufgrund der Veränderungen im Aufsichtsrat erforderlich war, wurden die Ausschüsse neu besetzt.

Der Aufsichtsrat dankt an dieser Stelle Herrn Klett und Herrn Otto für die stets konstruktiven und sachkundigen Beiträge sowie für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Herr Klett ist am 6. Februar 2009 verstorben. Wir trauern mit den Angehörigen und werden sein Andenken bewahren.

THEMEN DES AUFSICHTSRATS UND DER AUSSCHÜSSE IM JAHR 2009

Im Berichtsjahr 2009 fanden vier turnusmäßige sowie fünf außerordentliche Aufsichtsratssitzungen in den Monaten Januar, Februar, März, April, Mai, September 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. Bei den meisten Sitzungen war der Aufsichtsrat vollzählig anwesend. Kein Mitglied des Aufsichtsrats hat im Geschäftsjahr an weniger als der Hälfte der Sitzungen 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, Wachstumsstrategie im Großhandel, Ausbau des konzerneigenen Einzelhandelsgeschäfts, Supply Chain, Beschaffung und Produktion sowie Fixkostenanalyse, zusätzliche Themenschwerpunkte im Berichtsjahr 2009. Ausführlich befasste sich der Aufsichtsrat mit der daraus resultierenden Neuorganisation sowie mit der Besetzung und Personalfragen des Vorstands. In seiner Strategiesitzung vom 25. und 26. September erörterte der Aufsichtsrat auch aktuelle Gesetzesänderungen, soweit sie die Gesellschaft bzw. die Tätigkeit des Aufsichtsrats betreffen (insbesondere Gesetz zur Modernisierung des Bilanzrechts, Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung und Gesetz zur Umsetzung der Aktionärsrechterichtlinie).

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 ausführlich mit den ihnen zugewiesenen Themen befasst. Der Prüfungsausschuss kam im abgelaufenen Geschäftsjahr viermal zusammen. Zentrale Themen waren die Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses, die Finanz- und Steuerungsstrategie, das Risikomanagement, das System der Compliance und die Planung der zukünftigen Geschäftsjahre. Der Personalausschuss beriet sich fünfmal. 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 viermal. Er setzte sich mit dem Jahresabschluss sowie mit der Unternehmens- und Investitionsplanung auseinander und bereitete die entsprechenden Beschlüsse des Aufsichtsrats vor. Der Nominierungsausschuss befasste sich im abgelaufenen Geschäftsjahr und Anfang des Jahres 2010 intensiv mit den Vorschlägen für die Neuwahl der Anteilseignervertreter in den Aufsichtsrat, auch unter besonderer Berücksichtigung der neuen Regeln zur Mitgliedschaft mindestens eines unabhängigen Mitglieds mit Sachverstand auf den Gebieten Rechnungslegung oder Abschlussprüfung sowie zur Vielfalt („Diversity“). Er kam hierfür insgesamt zu zwei Sitzungen zusammen, einmal im Geschäftsjahr 2009 sowie einmal am Anfang des Geschäftsjahres 2010. Der Vermittlungsausschuss gem. § 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 2009 beschlossen Aufsichtsrat und Vorstand die Entsprechenserklärung gemäß § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG zur Einhaltung der Empfehlungen des 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 der Seite 63 ff. Die vom Corporate Governance Kodex empfohlene Effizienzprüfung der Aufsichtsratsstätigkeit wurde wie in den vergangenen Jahren anhand eines standardisierten, umfangreichen Fragebogens durchgeführt. Die Ergebnisse wurden in der Aufsichtsratsitzung am 9. Dezember 2009 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 2009 sowie der Konzernabschluss mit Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2009 wurden von der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, unter Einbeziehung der Buchführung geprüft. Den Prüfungsauftrag dazu hatte der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats entsprechend dem Beschluss der Hauptversammlung vom 14. Mai 2009 vergeben. Dabei wurde mit dem Abschlussprüfer vereinbart, dass der Vorsitzende des Prüfungsausschusses über mögliche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe während der Prüfung unverzüglich zu unterrichten war, soweit solche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe nicht unverzüglich beseitigt würden. Außerdem wurde mit dem Abschlussprüfer vereinbart, dass dieser über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse, die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung

ergäben, unverzüglich zu berichten habe. Der Abschlussprüfer hatte des Weiteren den Aufsichtsrat zu informieren bzw. in seinem Prüfungsbericht zu vermerken, wenn er bei Durchführung der Abschlussprüfung Tatsachen feststellte, die eine Unrichtigkeit der von Vorstand und Aufsichtsrat abgegebenen Erklärung nach § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG ergaben. Zu entsprechenden Berichten des Abschlussprüfers gab es jedoch keinen Anlass. Des Weiteren hat der Aufsichtsrat die Unabhängigkeitserklärung des Abschlussprüfers gemäß Ziffer 7.2.1 des Deutschen Corporate Governance Kodex eingeholt und sich von der Unabhängigkeit des Prüfers überzeugt. Behandelt wurde ferner die Vergabe von Aufträgen für nicht prüfungsbezogene Dienstleistungen an den Abschlussprüfer.

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

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

„Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind,
2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war.“

Die Abschlussunterlagen und der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands sowie die zwei Prüfungsberichte des Abschlussprüfers, einschließlich des Berichts über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 AktG und des Prüfungsberichts des Abschlussprüfers zum Abhängigkeitsbericht, lagen dem Aufsichtsrat vor. Diese wurden vorab vom Prüfungsausschuss, vom Arbeitsausschuss und dann vom Plenum des Aufsichtsrats 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. Der Abschlussprüfer berichtete darüber hinaus, dass keine wesentlichen Schwächen des internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems, bezogen auf den Rechnungslegungsprozess, vorlägen. Außerdem informierte er darüber, dass keine Umstände vorlägen, die Anlass zur Besorgnis hinsichtlich seiner Befangenheit gaben, sowie über Leistungen, die er zusätzlich zu den Abschlussprüfungsleistungen erbrachte. Die dabei vom Aufsichtsrat und 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 29. März 2010 den vom Vorstand aufgestellten Jahres- und Konzernabschluss sowie die jeweiligen Lageberichte für das Geschäftsjahr 2009. Damit ist der Jahresabschluss der HUGO BOSS AG nach § 172 AktG festgestellt.

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

Schließlich stimmte der Aufsichtsrat in seiner Sitzung vom 29. März 2010 dem Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns zu. Er diskutierte in diesem Zusammenhang intensiv über die Liquiditätslage 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.

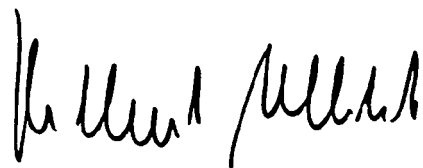
VERÄNDERUNGEN IM VORSTAND

Im Vorstand der HUGO BOSS AG gab es im Geschäftsjahr 2009 sowie Anfang 2010 eine Reihe von Veränderungen. Bereits in seinem Bericht an die Hauptversammlung vom März 2009 hatte der Aufsichtsrat über das Ausscheiden der früheren Vorstandsmitglieder Hans Fluri und André Maeder berichtet. Zum 1. Juni 2009 wurde Herr Dr. Andreas Stockert zum Mitglied des Vorstands bestellt und gleichzeitig zum Chief Operating Officer (COO) ernannt. Er ist für die Bereiche Einkauf, Produktion und Logistik zuständig. Zum 1. Dezember 2009 wurde Herr Christoph Auhagen zum Mitglied des Vorstands bestellt und gleichzeitig zum Chief Brand Officer (CBO) ernannt. Er ist für die Bereiche Brand und Creative Management zuständig. Schließlich hat Herr Unterharnscheidt zum 15. Januar 2010 sein Amt als Vorstand niedergelegt und Herr Mark Langer wurde zum Mitglied des Vorstands bestellt und gleichzeitig zum Chief Financial Officer (CFO) und Arbeitsdirektor ernannt.

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 2009 Dank und Anerkennung aus.

Metzingen, den 29. März 2010
Der Aufsichtsrat
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 HUGO BOSS AG misst der Corporate Governance seit jeher einen hohen Stellenwert bei. Vorstand und Aufsichtsrat sehen sich in der Verpflichtung, durch eine verantwortungsbewusste und langfristig ausgerichtete Unternehmensführung für den Bestand des Unternehmens und eine nachhaltige Wertschöpfung zu sorgen. Wir sind überzeugt, dass eine gute und transparente Corporate Governance, die international und national anerkannten Standards entspricht, ein wesentlicher Faktor für den unternehmerischen Erfolg ist. Corporate Governance ist daher Teil unseres Selbstverständnisses und ein Anspruch, der sämtliche Bereiche des Unternehmens und des Konzerns umfasst. Wir wollen das Vertrauen unserer Anleger, der Finanzmärkte, Geschäftspartner, Mitarbeiter und der Öffentlichkeit dauerhaft bestätigen und Corporate Governance im Konzern fortentwickeln.

Die HUGO BOSS AG orientierte sich auch im Jahr 2009 an den anerkannten Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung. Corporate Governance ist für uns ein Anspruch, der sämtliche Bereiche des Unternehmens umfasst und eines der wichtigen Prinzipien für den langfristigen Erfolg des Unternehmens darstellt. Bis auf wenige Ausnahmen befolgen wir sämtliche Empfehlungen des Kodex, der von der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex zuletzt am 18. Juni 2009 in einigen Punkten überarbeitet und am 5. August 2009 bekannt gemacht worden ist. Einzelheiten hierzu finden Sie im nachfolgenden Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat.

TRANSPARENTE KOMMUNIKATION MIT UNSEREN AKTIONÄREN

Mit Offenheit und Transparenz soll das Vertrauen unserer 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.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.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 – sogenannte Directors' Dealings – offenzulegen. Directors' Dealings werden auf der Website von HUGO BOSS unter „WpHG Mitteilungen“ veröffentlicht. Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2009 wurde der Gesellschaft kein nach § 15a WpHG meldepflichtiges Wertpapiergeschäft gemeldet.

Der Gesamtbesitz aller Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder an Aktien der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2009 betrug 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 Unternehmenswertes.** 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. Das durch die Änderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex stärker betonte Merkmal der Unabhängigkeit der Mitglieder des Aufsichtsrats gilt bei HUGO BOSS schon

seit längerem. 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. Ferner wird den neu in den Deutschen Corporate Governance Kodex aufgenommenen Empfehlungen, wonach bei der Zusammensetzung von Vorstand und Aufsichtsrat auf Vielfalt („Diversity“) geachtet werden soll, entsprochen.

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 „Aufsichtsrat und Vorstand“ aufgeführt. Die von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern wahrgenommenen Mandate in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten bzw. vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen können den Seiten 236 bis 237 entnommen werden. Kein Vorstandsmitglied nimmt mehr als drei Aufsichtsratsmandate in konzernexternen börsennotierten Gesellschaften wahr. Die Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen sind im Anhang des Konzernabschlusses auf der Seite 213 dargestellt.

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 verankerte systematische Risikomanagement sorgt dafür, dass Risiken frühzeitig erkannt sowie bewertet und dass Risikopositionen optimiert werden. Mit der Überwachung der Wirksamkeit des internen Kontroll-, Risikomanagement- und Revisionssystems befasst sich regelmäßig der vom Aufsichtsrat eingerichtete Prüfungsausschuss. Das interne Kontrollsystem, das Risikomanagement- und das interne Revisionssystem werden kontinuierlich weiterentwickelt und den sich ändernden Rahmenbedingungen angepasst. Einzelheiten zu diesem Thema können Sie dem Kapitel „Risikobericht“ auf den Seiten 125 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 der Überwachung des Rechnungslegungsprozesses sowie der Überwachung der Abschlussprüfung befasst sich regelmäßig der vom Aufsichtsrat eingerichtete Prüfungsausschuss. 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

unverzögerlich 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.

COMPLIANCE ALS WESENTLICHE LEITUNGSAUFGABE DES VORSTANDS

Compliance im Sinne von Maßnahmen zur Einhaltung von Recht, Gesetz und unternehmensinternen Richtlinien sowie Kodices, zu deren Einhaltung wir uns verpflichtet haben sowie deren Beachtung durch die Konzernunternehmen ist bei HUGO BOSS eine wesentliche Leitungsaufgabe des Vorstands. Das umfasst nicht nur die Bereiche der Kartell- und Korruptionsvorschriften, sondern auch die Regelungen des Kapitalmarktrechts.

VERGÜTUNG FÜR DEN VORSTAND

Die Gesamtbezüge des Vorstands beliefen sich im Geschäftsjahr 2009 auf 4.927 TEUR (2008: 5.479 TEUR). Davon sind 2.642 TEUR (2008: 2.919 TEUR) fixe Bestandteile und 2.285 TEUR (2008: 2.560 TEUR) variable Bestandteile. Die fixen Gehaltsbestandteile umfassen neben einem Gehalt dem Vorstand gewährte Leistungen wie Dienstwagen und Deputate sowie weitere zur Erfüllung der Vorstandsaufgaben notwendige Ausstattungen und Leistungen. Die variablen Bestandteile bestehen aus den Tantiemen, die entsprechend der Erreichung der mit dem Aufsichtsrat vereinbarten persönlichen Ziele sowie bei Erfüllung von im Vorfeld definierten Unternehmensrenditekennzahlen gewährt werden.

Seit dem Geschäftsjahr 2001 hat die HUGO BOSS AG ein „Stock Appreciation Rights Program“ für Vorstände und Führungskräfte aufgelegt. Im Rahmen dieses Programms erhalten die Führungskräfte 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 zum Bilanzstichtag aktiven Vorstände haben keinen Anspruch auf Teilnahme am „Stock Appreciation Rights Program“.

Aufgrund zusätzlicher Ausgaben für Sicherungsinstrumente und der exogenen Beeinflussbarkeit des Aktienkurses hat sich das Management der HUGO BOSS AG entschlossen, die Rahmenbedingungen

des „Stock Appreciation Rights Program“ neu zu regeln. Mit Wirkung zum 14. Dezember 2009 wurde daher allen berechtigten Führungskräften eine Programmänderung angeboten. Nähere Informationen sind im Konzernanhang in den „sonstigen Erläuterungen“, Textziffer 35 zu finden.

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. Die im abgelaufenen Geschäftsjahr begebene Tranche 9 hingegen hat eine Laufzeit von fünf Jahren. Mit Ablauf der Haltefrist von drei Jahren (zwei Jahren vor Programmänderung) beginnt der zweijährige Ausübungszeitraum (dreijährige Ausübungsphase vor Programmänderung).

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 der Tranche 5 bis 8 ausgeübt werden. Die sogenannte Ausübungshürde entfällt bei Ausübung der Partizipationsrechte der Tranche 9.

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 zwanzig Börsenhandelstage, die dem Ausgabebetrag vorausgehen.

in TEUR	Tranche 4	Tranche 5	Tranche 6	Tranche 7	Tranche 8	Tranche 9	Gesamt
Ausgabezeitpunkt	Februar 2004	Februar 2005	Februar 2006	Januar 2007	Januar 2008	Februar 2009	
Anzahl der Optionsrechte am 31. Dezember 2009 ¹	-	-	-	-	-	-	-
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	11,80	-
Optionswert der vom aktiven Vorstand gehaltenen Optionsrechte							
31. Dezember 2008 (TEUR)	-	33	107	88	44	-	272
31. Dezember 2009 (TEUR)	-	-	-	-	-	-	-

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

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

Daneben bestehen für die Vorstände Pensionszusagen durch die Gesellschaft. Das spätere Ruhegeld richtet sich nach der Anzahl der Dienstjahre und dem Grundgehalt. Die Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen der Vorstandsmitglieder (ohne Gehaltsumwandlung) betragen 1.015 TEUR (2008: 402 TEUR).

VERGÜTUNG FÜR DEN AUFSICHTSRAT

Gemäß den Forderungen des Corporate Governance Kodex, ist die Vergütung der Aufsichtsräte aufgeteilt in einen fixen und einen variablen Bestandteil. Der variable Bestandteil bemisst sich nach der Höhe des Ergebnisses je Aktie im Konzernabschluss. Die Position des Aufsichtsratsvorsitzenden und die seines Stellvertreters werden bei der Berechnung der Vergütung berücksichtigt. Der Aufsichtsrat erhielt für seine Tätigkeit Gesamtbezüge in Höhe von 1.427 TEUR (2008: 1.154 TEUR). Darin enthalten ist ein variabler Anteil von 695 TEUR (2008: 389 TEUR), der sich nach der Höhe des Ergebnisses je Aktie im Konzernabschluss bemisst.

ENTSPRECHENSERKLÄRUNG

Nach § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG haben Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG jährlich eine Entsprechenserklärung abzugeben, ob den im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ entsprochen wurde und wird oder welche Empfehlungen nicht angewendet wurden oder werden und warum nicht. Die letzte Änderung des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 18. Juni 2009 wurde am 5. August 2009 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 Corporate Governance Kodex weitgehend zu folgen. Vorstand und Aufsichtsrat haben deshalb im Dezember 2009 folgende Entsprechenserklärung abgegeben:

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

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG erklären hiermit gemäß § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG, dass seit der Entsprechenserklärung vom März 2009 den Empfehlungen der Regierungskommission „Deutscher Corporate Governance Kodex“ zunächst in der Fassung vom 6. Juni 2008 – bekannt gemacht im elektronischen Bundesanzeiger am 8. August 2008 – bzw. seit deren Geltung in der Fassung vom 18. Juni 2009 – bekannt gemacht im elektronischen Bundesanzeiger am 5. August 2009 – mit folgenden Ausnahmen entsprochen wurde und wird:

- Ziffer 2.1.2 Satz 1: Bei der HUGO BOSS AG gibt es neben den stimmberechtigten Stammaktien nicht stimmberechtigte Vorzugsaktien. Diese Einteilung ist historisch bedingt.
- Abweichend von der Empfehlung in Ziffer 3.8 Satz 4 alte Fassung und von der Wiedergabe der gesetzlichen Regelung in Ziffer 3.8 Satz 4 neue Fassung enthält die D&O-Versicherung für Vorstandsmitglieder keinen Selbstbehalt. Auch die D&O-Versicherung für Mitglieder des Aufsichtsrats enthält abweichend von Ziffer 3.8 Satz 4 alte Fassung und Ziffer 3.8 Satz 5 neue Fassung keinen Selbstbehalt. 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 HUGO BOSS AG führen ihre Ämter verantwortungsvoll und im Interesse des Unternehmens. Die HUGO BOSS AG ist der Auffassung, dass ein Selbstbehalt kein geeignetes Mittel ist, um das Verantwortungsbewusstsein weiter zu verbessern. Zudem würde die Einführung eines Selbstbehalts nicht zu einer wesentlichen Senkung der Prämienzahlungen führen. Jedoch wird die HUGO BOSS AG der geänderten Rechtslage für die Vorstandsmitglieder spätestens nach Ablauf der gesetzlichen Übergangsfristen Rechnung tragen.
- Abweichend von der Empfehlung in Ziffer 4.2.3 Satz 10 alte Fassung bzw. Satz 11 neue Fassung wird in einigen Vorstandsverträgen für die Berechnung des Abfindungs-Caps die Gesamtvergütung für das letzte volle Geschäftsjahr bzw. – wenn das Vorstandsmitglied bereits zwei volle Geschäftsjahre im Amt war – der Durchschnitt der letzten zwei vollen Geschäftsjahre zugrunde gelegt.
- Abweichend von Ziffer 5.4.6 Absatz 3 wird die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder im Corporate Governance Bericht nicht individualisiert ausgewiesen. Ebenso wenig erfolgt ein individualisierter Ausweis der vom Unternehmen an die Mitglieder des Aufsichtsrats gezahlten Vergütungen oder gewährten Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen. Die gezahlten Aufsichtsratsvergütungen werden im Anhang in Summe dargestellt. Ein betragsmäßiger Individualausweis im Corporate Governance Bericht bringt nach Ansicht der HUGO BOSS AG keine kapitalmarktrelevante Zusatzinformation.“

Metzingen, Dezember 2009

BASISINFORMATIONEN HUGO BOSS AKTIEN

	2009	2008
Gesamtanzahl	70.400.000	70.400.000
davon Stammaktien	35.860.000	35.860.000
davon Vorzugsaktien	34.540.000	35.540.000
Aktienkurs (31.12.) in EUR¹		
Stammaktie	20,22	17,30
Vorzugsaktie	24,55	14,40
Aktienkurs in EUR¹		
Stammaktie		
Höchstkurs	23,28	40,39
Tiefstkurs	8,57	7,32
Vorzugsaktie		
Höchstkurs	29,12	42,60
Tiefstkurs	8,46	9,04
Marktkapitalisierung (31.12.) in Mio. EUR	1.573	1.118
Ergebnis je Aktie in EUR		
Stammaktie	1,50	1,62
Vorzugsaktie	1,51	1,63
Kurs-Gewinn-Verhältnis²		
Höchstkurs	19	26
Tiefstkurs	6	6
Ausschüttungssumme in Mio. EUR	67³	95
Ausschüttungsquote in %⁴	64³	85
Dividende je Aktie in EUR		
Stammaktie	0,96 ³	1,37
Vorzugsaktie	0,97 ³	1,38
Dividendenrendite in %⁵		
Höchstkurs	3,3 ³	3,2
Tiefstkurs	11,5 ³	15,3

1 Xetra.

2 Bezogen auf Hoch-/Tiefkurs Vorzugsaktien.

3 2009: 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

- Internationale Leitindizes erzielen Gewinne trotz schwachem Marktumfeld
- Aktien der HUGO BOSS AG beenden Börsenjahr mit Wertzuwächsen
- Investor-Relations-Aktivitäten weiter im Fokus

DAS BÖRSENJAHR 2009

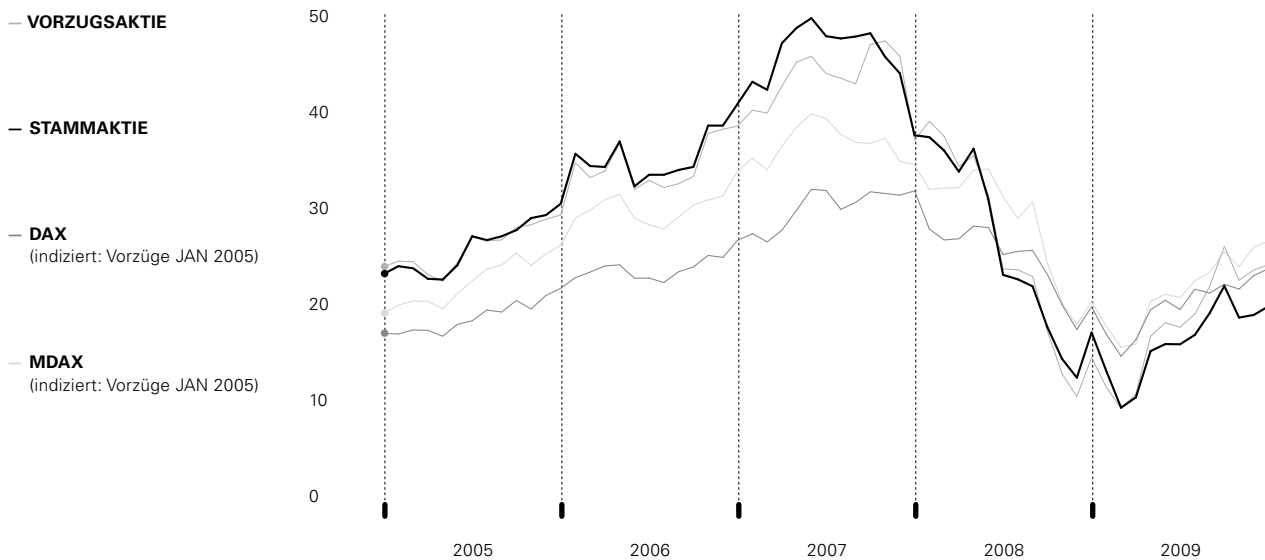
Im Börsenjahr 2009 konnte eine von der Realwirtschaft losgelöste Entwicklung der Kapitalmärkte beobachtet werden. Trotz schlechter Nachrichten und Unsicherheiten bezüglich der Solvenz des Bankensystems und der wachsenden Staatsverschuldung in vielen Ländern konnten die internationalen Leitbörsen im Jahresverlauf Kursgewinne erzielen. Staatliche Konjunkturprogramme der Regierungen zur Belebung der Kreditmärkte und der Konjunktur sowie die Zinspolitik der europäischen und amerikanischen Notenbanken leiteten das Ende der seit dem Bekanntwerden der US-Immobilienkrise im Sommer 2007 anhaltenden Baisse ein und führten eine Trendwende am Ende des zweiten Quartals 2009 herbei.

Der **deutsche Aktienindex (DAX)** beendete das Börsenjahr mit 5.957 Punkten, was mit einem Wertzuwachs von rund 25 % seit Jahresbeginn dem größten Jahresanstieg seit Jahrzehnten entspricht. Im Vergleich zu seinem Jahrestief im März konnte der DAX über 60 % an Wert gewinnen. Mit über 6.000 Punkten hatte der DAX im Dezember seinen Höchststand seit 15 Monaten erreicht. Zuletzt hatte der Dax im September 2008 über der Marke von 6.000 Punkten gelegen. Dies belegt den rasanten Aufschwung, den der Dax dieses Jahr erlebt hat.

Auch bei den **Nebenwerten** verstärkte sich der Aufwärtstrend zum Jahresende. So konnte der **MDAX** sogar einen Wertzuwachs von 30 % im Jahresverlauf erzielen. Der Index besteht aus 50 Unternehmen, die den im DAX gelisteten Werten hinsichtlich Marktkapitalisierung und Börsenumsatz nachfolgen. Anhand dieser Größen wird auch über die Aufrechterhaltung der Listung im MDAX von dem Gremium der Deutschen Börse entschieden. Der MDAX gibt somit die Entwicklung der mittelgroßen Werte, der sogenannten „Mid Caps“ wieder. Seit zehn Jahren sind auch die Vorzugsaktien der HUGO BOSS AG im MDAX notiert.

In der Rangliste der Deutschen Börse nahm die Vorzugsaktie von HUGO BOSS Ende Dezember 2009 den **50. Platz nach der Börsenkapitalisierung** ein (2008: Platz 57) sowie, bezogen auf das **Handelsvolumen**, den **46. Platz** (2008: Platz 43). Diese Platzierungen ermöglichen den Verbleib der Vorzugsaktien im MDax. Durchschnittlich wurden im Jahr 2009 pro Tag 98.000 Vorzugsaktien (2008: 184.000) gehandelt. Von den aufgrund des geringeren Streubesitzes deutlich weniger gehandelten Stammaktien wurden durchschnittlich pro Tag rund 9.000 Stück (2008: 13.500) umgesetzt.

01 – KURSENTWICKLUNG (in EUR)



Die internationalen Leitbörsen folgten ebenfalls dem allgemeinen Aufwärtstrend. So konnte der **US-amerikanische Dow Jones** auf Jahresbasis ein Plus von knapp 19 % erzielen, nachdem der Index das Vorjahr mit einem Minus von fast 34 %, dem größten Verlust seit der Wirtschaftskrise 1931, beenden musste.

Eine steigende Nachfrage und erste Zeichen einer Erholung der Wirtschaft verhalfen dem **japanischen Nikkei-225-Index** zu einem Kurs rund 19 % über dem Niveau des Vorjahres, als der Index um ca. 42 % eingebrochen war.

Auch die **HUGO BOSS Aktien** profitierten von der positiven Stimmung an den Kapitalmärkten und konnten im vergangenen Jahr Wertzuwächse erzielen. Unverändert positive Analystenempfehlungen sowie erste Erfolge des bereits Ende 2008 eingeleiteten Maßnahmenpakets begünstigten den Aufwärtstrend. Am 30. Dezember 2009 schlossen die Vorzugsaktien mit einem Kurs von 24,55 EUR und die Stammaktien mit 20,22 EUR. Prozentual entspricht dies einem Wertzuwachs von ca. 65 % seit Jahresbeginn. Die Stammaktien gewannen 16 % im Vergleich zum ersten Handelstag 2009. Seit dem Tiefstand vom März 2009 konnten beide Aktiegattungen sogar über 100 % an Wert hinzugewinnen.

MARKTKAPITALISIERUNG

Aufgrund der gestiegenen Kurse im Geschäftsjahr 2009 lag die Marktkapitalisierung von HUGO BOSS zum 31. Dezember 2009 bei 1.573 Mio. EUR und damit deutlich über dem Vorjahr (2008: 1.118 Mio. EUR).

AKTIONÄRSSTRUKTUR

Die Aktionärsstruktur hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr wie folgt geändert: Gemäß der am 24. September erhaltenen Stimmrechtsmitteilung hält die Permira Holdings LLP, London, Großbritannien keine Stimmrechte mehr. Über die Tochtergesellschaft V.F.G. International N.V. hält nun seit dem 21. September die Permira Holdings Limited, Guernsey 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.

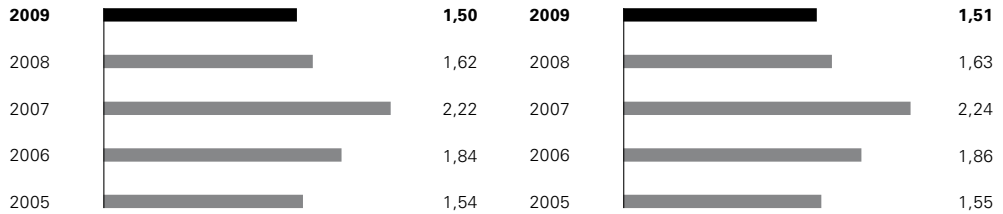
Nach §21 WpHG sind Aktionäre verpflichtet, bei Über- oder Unterschreiten bestimmter Meldeschwellen die Höhe ihrer Stimmrechtsanteile zu melden. Die Meldeschwellen sind 3 %, 5 %, 10 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 %. Neben den auf den Seiten 221 ff. aufgeführten Stimmrechtsmitteilungen liegen keine Meldungen 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.

AKTIENRÜCKKAUFPROGRAMM

Die Hauptversammlung am 14. Mai 2009 hat den Vorstand der HUGO BOSS AG auch im Geschäftsjahr 2009 ermächtigt, das Aktienrückkaufprogramm fortzusetzen. Demnach ist der Vorstand ermächtigt, bis zum 13. November 2010 Inhaberstamm- und/oder Inhabervorzugsaktien ohne Stimmrecht der Gesellschaft bis zu einem Anteil von insgesamt höchstens 10 % des ausstehenden Grundkapitals zu erwerben. Die Beschlüsse der Hauptversammlung sind aufgrund einer Anfechtungsklage bisher noch nicht im Handelsregister der HUGO BOSS AG eingetragen. Von der Ermächtigung wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr kein Gebrauch gemacht.

Somit hält die HUGO BOSS AG nach Ablauf des Geschäftsjahres 2009 unverändert **528.555 Stück Stammaktien** und **855.278 Stück Vorzugsaktien**. Dies entspricht einem Anteil von 1,97 % bzw. 1.383.833 EUR am Grundkapital.



ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie errechnet sich gemäß IAS 33 aus der Division des Konzernergebnisses durch die durchschnittlich gewichtete Anzahl der Aktien. Im Geschäftsjahr 2009 ergibt sich ein Ergebnis je Stammaktie von 1,50 EUR und ein Ergebnis je Vorzugsaktie von 1,51 EUR.

DIVIDENDENVORSCHLAG

Die Dividende ermöglicht allen Anteilseignern, am Wachstumserfolg des Unternehmens teilzuhaben. Daher setzt HUGO BOSS auf eine ergebnisorientierte Ausschüttungspolitik. Vor dem Hintergrund der Ergebnisentwicklung im abgelaufenen Berichtsjahr sowie bestehenden konjunkturellen Unsicherheiten werden der Aufsichtsrat und der Vorstand der diesjährigen Hauptversammlung eine Dividende von 0,96 EUR je Stammaktie und 0,97 EUR je Vorzugsaktie für das Geschäftsjahr 2009 vorschlagen.

INVESTOR- UND PUBLIC RELATIONS

Das vergangene Jahr war von einem schwierigen globalen Marktumfeld geprägt, dem sich auch HUGO BOSS nicht entziehen konnte. Gerade vor diesem Hintergrund ist eine zuverlässige und zeitnahe Versorgung mit Informationen von besonderer Bedeutung. Daher wurden auch im vergangenen Jahr vom Management zahlreiche Roadshows im In- und Ausland besucht, um den Umgang von HUGO BOSS mit einem herausfordernden Geschäftsumfeld, Strategie und Maßnahmen zu erläutern und für Fragen eines breiten Forums von in- und ausländischen Kapitalanlegern zur Verfügung zu stehen. Weiterhin wurde auch im vergangenen Jahr in zahlreichen Gesprächen in einem offenen und kontinuierlichen Austausch mit institutionellen und privaten Investoren das Potenzial von HUGO BOSS veranschaulicht.

Die Hauptversammlung stellt, insbesondere für Privatanleger, eine der wichtigsten Investor-Relations-Veranstaltungen dar. Auf der Hauptversammlung am 14. Mai 2009 war, wie im Vorjahr, ein Kapital von 82 % vertreten.

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. Auf unserer Website sind neben weiteren Informationen zum Unternehmen aktuelle Finanzberichte, Unternehmenspräsentationen, Pressemitteilungen sowie der Finanzkalender und die Kontaktdaten zu finden.

Den **Public-Relations-Aktivitäten** kommt bei HUGO BOSS eine zentrale Bedeutung zu: Sie dienen der Information der Öffentlichkeit über das Unternehmen, seine Marken und Produkte wie auch der Sicherstellung eines weltweit einheitlichen Auftretens. Ebenso wird hierdurch der Bekanntheitsgrad von HUGO BOSS gesteigert und das Image gestärkt. Verschiedenste Zielgruppen wie Presse, Investoren, Geschäftspartner, Lieferanten, Endverbraucher und nicht zuletzt die eigenen Mitarbeiter müssen als HUGO BOSS Stakeholder regelmäßig über den Geschäftsverlauf und die Aktivitäten des Konzerns durch die Unternehmenskommunikation informiert werden. Um die Identität der einzelnen Marken weiter zu stärken, werden neben den üblichen Marketingmaßnahmen in Printmedien regelmäßig Fashion Events inszeniert und damit eine weltweit beachtliche Medienresonanz erzielt. Das Kultur- und Sportsponsoring stärkt die Markenbekanntheit und leistet somit zur Emotionalisierung und Imagepflege des HUGO BOSS Konzerns sowie seiner Marken und Linien ebenfalls einen bedeutenden Beitrag.

WWW –
Weiterführende Informationen
finden Sie unter
www.hugoboss.com

UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG BEI HUGO BOSS

Als weltweit agierender Konzern mit über 1.400 Standorten ist sich HUGO BOSS seiner unternehmerischen Verantwortung gegenüber **Mitarbeitern, Gesellschaft und Umwelt** bewusst. Verantwortungsvolles Handeln im Kerngeschäft wird als wesentliche Bedingung für Wettbewerbsfähigkeit und langfristigen Erfolg vorausgesetzt. Das heißt: Unsere Mitarbeiter stellen nicht nur höchste qualitative Ansprüche an unsere Produkte und Marken, sondern berücksichtigen auch soziale und ökologische Faktoren bei allen Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dabei gliedert sich unsere unternehmerische Verantwortung in vier zentrale Handlungsfelder: Produkte, Mitarbeiter, Umwelt und Gesellschaft.

Entscheidend für den Premiumstandard, für den HUGO BOSS Produkte weltweit bekannt sind, ist die **Qualität unserer Produktionsbetriebe**. Um diese auf gleichbleibend hohem Niveau sicherzustellen, werden eigene Produktionsstätten sowie Lieferanten zur Einhaltung der HUGO BOSS Qualitäts- und Sozialstandards verpflichtet. Darüber hinaus wird angestrebt, **Lieferanten zu langfristigen Partnern aufzubauen**, indem der Konzern deren Entwicklungsprozesse aktiv begleitet. So werden sie mit strategischem Know-how bei der Weiterentwicklung und Umsetzung sozialer und ökologischer Anforderungen unterstützt. Gleichzeitig wird das Bewusstsein dafür geschärft, dass die Entwicklung immer höherer Standards eine sinnvolle Investition in die Zukunft ist. In der Zusammenarbeit mit einem unserer Schuhproduzenten beispielsweise hat sich das Ordervolumen seit 2007 verdreifacht. Um diese rasante Geschäftsentwicklung zu unterstützen, erklärten sich beide Partner zu beachtlichen Investitionen bereit. So rüstete der Produzent in 2009 Maschinenpark und Werkzeuge auf, während HUGO BOSS den Mitarbeitern in On-Site-Trainings handwerkliche Techniken und weiterführendes Fertigungs-Know-how vermittelte, um so den Qualitätsstandard des Lieferanten weiterzuentwickeln.

Unsere **Mitarbeiter** sind unser wertvollstes Kapital, denn erst durch ihre Leidenschaft und ihren Sinn für Kreativität, Ästhetik und Perfektion werden herausragende Produkte und exzellenter Service möglich. Mit einer systematischen Personalentwicklung nimmt sich der Konzern seiner Verantwortung den Mitarbeitern gegenüber an. Im Mittelpunkt stehen dabei individuelle Bedürfnisse und Potenziale. So werden mit unterschiedlichsten Maßnahmen sowohl die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben als auch Gesundheit und Wohlbefinden der Mitarbeiter gefördert. Dafür wurde HUGO BOSS vom „Great Place to Work“-Institut mehrfach ausgezeichnet. Im vergangenen Jahr unterzeichnete die Konzernleitung darüber hinaus die „Charta der Vielfalt“ und manifestierte darin Werte wie Vielfalt, Fairness und Wertschätzung, die bei HUGO BOSS traditionell gelebte Realität sind.

Der verantwortungsvolle Umgang mit **natürlichen Ressourcen** ist für HUGO BOSS selbstverständlich. Als weltweit operierender Konzern entstehen die größten ökologischen Herausforderungen naturgemäß in den Bereichen **Produktion und Logistik**. Um den Ressourcenverbrauch und die damit verbundene Luftverschmutzung zu minimieren, vermeidet das Unternehmen überflüssige Transporte und legt Wert auf den Einsatz von Transportmitteln mit einer möglichst geringen

CO₂-Bilanz. An den Standorten in Deutschland und der Schweiz konnte durch den Einsatz intelligenter Architektur und Gebäudetechnik ein stark reduzierter Energieaufwand erreicht und so ein weiterer Beitrag zur ökologischen Optimierung unserer Geschäftstätigkeit geleistet werden.

Ein wichtiger Durchbruch gelang 2009 mit einer logistischen Innovation. So müssen Waren vor der Auslieferung zum Kunden nun nicht mehr ausgepackt und neu verpackt werden, sondern werden bereits versandfertig von den Produktionsbetrieben angeliefert. Damit erreichte der Konzern eine drastische **Reduktion der Transportverpackung** und eine weitere Entlastung für die Umwelt.

Kinder sind die Zukunft – nicht nur unseres Unternehmens, sondern auch unserer Gesellschaft. Daher bilden sie den Mittelpunkt des gesellschaftlichen Engagements bei HUGO BOSS. Seit vielen Jahren fördert der Konzern karitative Projekte zugunsten von Kindern. In Partnerschaft mit unterschiedlichen Kinderschutzorganisationen unterstützt das Unternehmen Bildungsprojekte in den ärmsten Ländern der Welt. Unserer Verantwortung gegenüber der heranwachsenden Generation werden wir aber nicht nur durch Geld- und Sachspenden gerecht. In kleineren gemeinnützigen Projekten stellen unsere Mitarbeiter immer wieder ihre persönliche Bereitschaft zu helfen unter Beweis. Darüber hinaus fördert HUGO BOSS aktiv Nachwuchstalente der Modebranche. So präsentierten im letzten Jahr Studenten aus verschiedenen Studienrichtungen den sogenannten „Talent Pool“ für die Marke HUGO. Beim Talent Pool handelt es sich um ein regelmäßiges, interdisziplinäres Projekt, bei dem Studenten die Gelegenheit bekommen, eine kleine Kollektion zu entwickeln, zu produzieren und zu promoten. Mit diesem Projekt werden nicht nur Neugierde und Leidenschaft geweckt – herausragende Talente werden nach Möglichkeit sogar direkt unter Vertrag genommen.

DANK AN DIE STAKEHOLDER

MITARBEITER

Die wichtigsten Erfolgsfaktoren von HUGO BOSS sind das Engagement und die Professionalität unserer Mitarbeiter. Das vergangene Jahr 2009 war in jeder Beziehung ein herausforderndes Jahr für den HUGO BOSS Konzern. Der Vorstand bedankt sich bei allen Mitarbeitern, leitenden Angestellten und Vertretern der Arbeitnehmer, die durch ihre Bereitschaft, den Wandel mitzutragen, sowie durch ihren besonderen Einsatz und ihre Leistung dazu beigetragen haben, dass HUGO BOSS sich weiterhin als erfolgreiches Unternehmen positionieren und seine Markenkompetenz ausbauen konnte.

LIEFERANTEN

Der Einkauf war im Jahr 2009 von einer Konsolidierung des Lieferantenportfolios und einer Standardisierung von Beschaffungsprozessen geprägt. In diesem Zusammenhang konnten neue Lieferanten aufgebaut und strategische Partnerschaften mit unseren „Preferred Suppliers“ ausgebaut werden. Besonders hervorzuheben ist die erfolgreiche Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten im Bereich „Produktionsmaterial“, welche in den Lieferantenbewertungen im Jahr 2009 durchweg sehr gute Resultate erreichen konnten und durch ihre Leistungen wesentlich zum Erfolg des Unternehmens beitragen. Auf diesem Wege möchten wir uns bei all unseren Lieferanten für ihre Flexibilität und Veränderungsbereitschaft bedanken.

INVESTOREN UND ANALYSTEN

Auch in dem von einem unsicheren Marktumfeld geprägten Jahr 2009 gelang es HUGO BOSS, einen offenen und kontinuierlichen Kontakt mit Investoren und Analysten zu pflegen und so das Vertrauen in das Unternehmen zu stärken. Dies spiegelte sich in dem soliden Aufwärtstrend der HUGO BOSS Anteilsscheine in diesem Geschäftsjahr wider. Wir bedanken uns bei unseren Investoren und Analysten für das Vertrauen in HUGO BOSS sowie die konstruktive und erfolgreiche Zusammenarbeit.

KUNDEN

Unser Dank gilt ebenso unseren Großhandelspartnern, die auch in einem schwierigen Jahr hinter dem Unternehmen standen, wodurch die HUGO BOSS Marken gestärkt aus der Krise hervorgehen konnten. Zusammen mit unseren Kunden werden wir auch in Zukunft daran arbeiten, HUGO BOSS als eines der attraktivsten Markenportfolios im jeweiligen Wettbewerbsumfeld zu positionieren.

KONSUMENTEN

Zuletzt gebührt der Dank den Konsumenten, welche durch ihre Loyalität die Basis unseres Erfolgs darstellen. Sie haben uns im letzten Jahr bewiesen, dass besonders in unsicheren Zeiten starke Marken wie jene im Portfolio von HUGO BOSS das langfristige Vertrauen der Käufer genießen. Wir werden auch im Jahr 2010 alles daran setzen, die Begehrlichkeit und Attraktivität unserer Marken sowie die Qualität unserer Produkte weiter zu stärken.



03 KONZERNPROFIL

In diesem Kapitel werden Sie detailliert durch den HUGO BOSS Konzern geführt.

Sie bekommen zunächst einen Einblick in unser Geschäftsmodell. Die Grundlage unseres Erfolgs bilden unsere starken Marken und eigenständigen Kollektionen: Wie wir mit BOSS Black, BOSS Selection, BOSS Green, BOSS Orange und HUGO weltweit aufgestellt sind, erfahren Sie hier.

Als international erfolgreicher Mode- und Lifestyle-Konzern und als Aktiengesellschaft ist HUGO BOSS betriebswirtschaftlichen Kennzahlen verpflichtet. Diese werden im Kapitel Unternehmenssteuerung umfassend dargestellt.

Im anschließenden Teil wird die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage ebenso erläutert wie das gute Ergebnis im Hinblick auf die Steuerungskennzahlen.

Nicht zuletzt zeigen wir auf, welche möglichen internen und externen Einflüsse auf die Unternehmenslage einwirken und welche zukünftigen Chancen sich dem Konzern bieten.



INHALT

03	KONZERNPROFIL / KONZERNLAGEBERICHT
084	Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur
090	Unternehmenssteuerung
093	Strategische Ausrichtung
098	Innovation, Forschung und Entwicklung
099	Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen
102	Ertragslage im Geschäftsjahr 2009
112	Vermögens- und Finanzlage
120	Weitere Erfolgsfaktoren
125	Risikobericht
140	Nachtrags-, Chancen- und Prognosebericht
147	Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat
149	Spezialgesetzliche Angaben

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 kontinuierlich ausgebaut und bietet heute hochwertige Bekleidung mit ergänzenden Accessoires und Lizenzprodukten für vielfältige Anlässe an.

KONZERNPROFIL

Der HUGO BOSS Konzern ist seit Jahren einer der Weltmarktführer im gehobenen Segment für Bekleidung des Premium- und Luxusgütermarktes und baut diese Stellung kontinuierlich aus. Neben der ausgeprägten Produktkompetenz bilden ein globales und exklusives Verkaufs- und Vertriebsnetz, eine ausgeprägte Markt- und Kundenkenntnis, automatisierte Logistikprozesse sowie verlässliche Beschaffungsstrukturen die Grundlagen für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung. Darüber hinaus bildet das Markenportfolio, das von der klassischen Konfektion über Abend- und Freizeitmode bis hin zu Schuhen & Lederaccessoires sowie in Lizenz vertriebenen Düften, Uhren, Brillen und Kinderbekleidung alle wichtigen Modebereiche abdeckt, eine tragende Säule des Konzernerfolgs.

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. Integraler Bestandteil des Sportsponsorings sind Premium-Sportarten wie Segeln, Golf oder Formel 1. Während der Sport Markenwerte wie Dynamik, Perfektion und Präzision auf ideale Weise transportiert, lebt die Kunst ebenso wie die Mode von Trends, Ästhetik und Kreativität. 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.





Auf die hohe Nachfrage nach Luxusgütern hat HUGO BOSS bereits frühzeitig mit einer globalen Wachstumsstrategie reagiert. So zeigt sich die Stärke des Unternehmens in der weltweit hohen Anzahl an HUGO BOSS Stores und Einzelhandelsgeschäften, die als Handelspartner agieren. Heute können daher **HUGO BOSS Produkte in über 110 Ländern an über 6.100 Verkaufspunkten** erworben werden. Zur Abrundung der weltweiten Expansion und zum Ausbau der Vertriebsstärke und Distribution der HUGO BOSS Produkte werden insbesondere die eigenen Einzelhandelsaktivitäten weiter forciert. Im abgelaufenen Geschäftsjahr betrug die Zahl der eigenen Standorte 364. Die Anzahl der Stores, die über Franchisenehmer betrieben werden, beläuft sich auf ca. 1.050. Somit gehören zum Netzwerk von HUGO BOSS über 1.400 eigenständige Geschäfte in über 80 Ländern.

— **WWW**
www.hugoboss.com/
unternehmen

— **WWW**
www.hugoboss.com/stores

— **MARKTPRÄSENZ**
Weitere Informationen zur
Marktpräsenz finden sich
auf S. 95 ff.

03/1 – MARKENÜBERSICHT

				
BOSS BLACK	BOSS SELECTION	BOSS GREEN	BOSS ORANGE	HUGO
Herrenkollektion Damenkollektion Accessoires Kinderkollektion	Herrenkollektion Accessoires	Herrenkollektion Accessoires	Herrenkollektion Damenkollektion Accessoires	Herrenkollektion Damenkollektion Accessoires

MARKENARCHITEKTUR

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

WWW —
www.hugoboss.com/marken

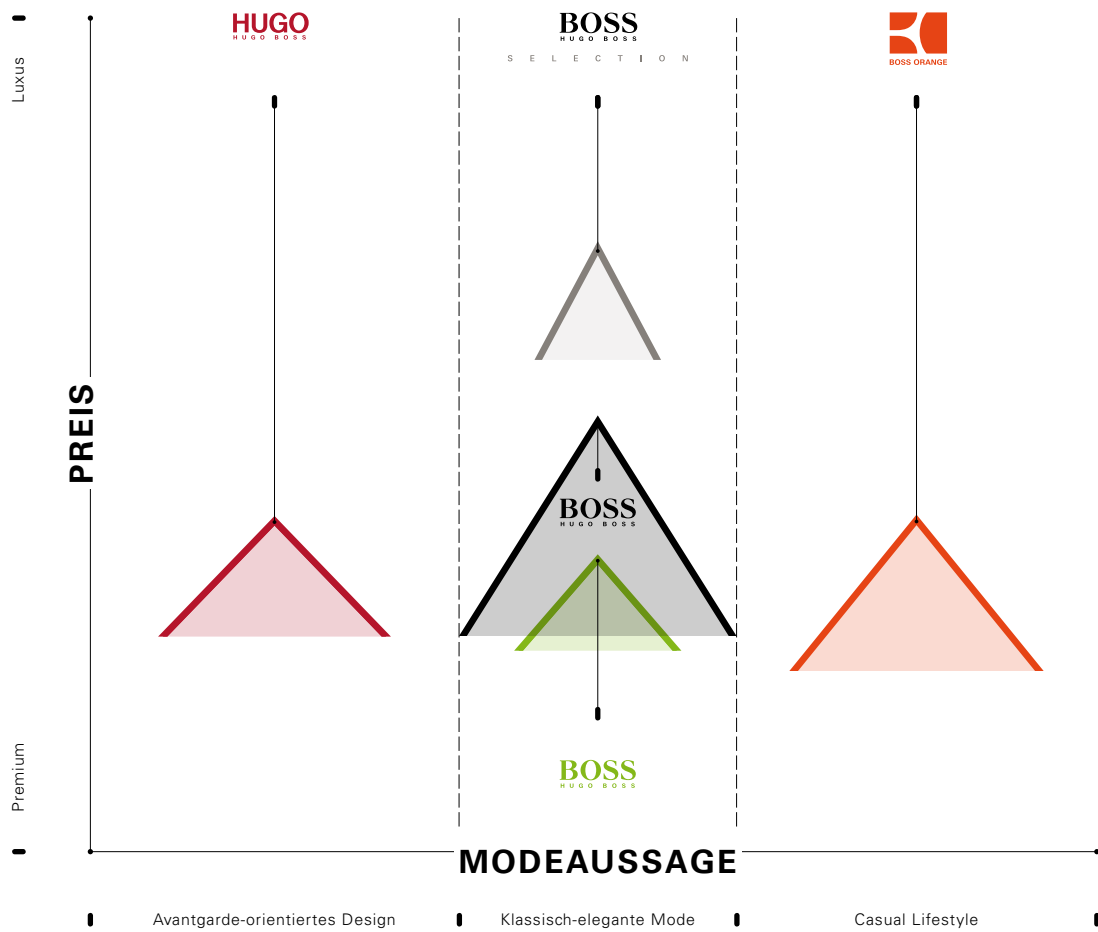
Die Herrenkollektionen sind unter der Kernmarke BOSS mit den Linien BOSS Black, BOSS Selection, BOSS Orange und BOSS Green sowie unter der Marke HUGO auf dem Markt vertreten. Unter der Hauptlinie BOSS Black wird für Herren klassisch-moderne Business- und Abendmode angeboten. Lässige Freizeitmode unter 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 Luxus-Label BOSS Selection. Die Spitze der erfolgreichen Luxus-Herrenlinie BOSS Selection verkörpert die Tailored Line. Der Trendsetter schließlich wird mit der Avantgarde-Kollektion von HUGO angesprochen.

Analog dazu bietet der Konzern für Damen stilvolle Garderobe unter BOSS Black, vom Casualgedanken inspirierte Fashion unter BOSS Orange sowie eine betont avantgardistische Mode von HUGO an. Darüber hinaus wird das Produktangebot für Damen ab dem Geschäftsjahr 2010 um eine Kollektion von BOSS Green ergänzt.






Mit BOSS und HUGO deckt der Konzern alle wichtigen Modebereiche für Damen und Herren ab. Die HUGO BOSS Kindermodekollektion, die unter der Marke BOSS angeboten und durch den Lizenzpartner C.W.F. Children Worldwide Fashion SAS produziert und vertrieben wird, ist ebenfalls seit 2009 im Einzelhandel erhältlich.

Ergänzt werden die HUGO BOSS Kollektionen durch Produktlinien wie Schuhe und Accessoires, Düfte, Brillen und Uhren. Aus einer Kooperation mit Samsung Electronics in den Jahren 2008 und 2009 sind darüber hinaus ein HUGO BOSS Mobilfunktelefon und dazugehörige Accessoires erhältlich.

✕ 03/2 –
**MARKEN
 POSITIONIERUNG**



x 03/3 – DIE MARKEN VON HUGO BOSS

	<p>BOSS BLACK</p> <p>Herrenkollektion Damenkollektion Accessoires Kinderkollektion</p> <p>Premiumangebot für Business, Freizeit und Event. Perfekte Looks, die hohen Qualitätsansprüchen gerecht werden.</p>
	<p>BOSS SELECTION</p> <p>Herrenkollektion Accessoires</p> <p>Luxusangebot der Marke BOSS, hochwertigste Materialien in Verbindung mit bester Verarbeitung in traditioneller Schneiderkunst.</p>
	<p>BOSS GREEN</p> <p>Herrenkollektion Accessoires</p> <p>Moderne Sportswearfashion mit technisch funktionalen Details und attraktiven Designs für den Golfsport.</p>
	<p>BOSS ORANGE</p> <p>Herrenkollektion Damenkollektion Accessoires</p> <p>Urbane Casualwear, global ausgerichtet und stilsicher interpretiert.</p>
	<p>HUGO</p> <p>Herrenkollektion Damenkollektion Accessoires</p> <p>Progressive Avantgarde für Trendsetter, geprägt durch klare Linienführung und minimalistisches Design für hohe Ansprüche.</p>

CEO Claus-Dietrich Lahrs	CBO Christoph Auhagen	CFO Mark Langer	COO Dr. Andreas Stockert
------------------------------------	---------------------------------	---------------------------	------------------------------------

— **WWW**
www.hugoboss.com/unternehmen

ORGANISATIONSSTRUKTUR

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

Neben der HUGO BOSS AG setzt sich der Konzern aus 51 konsolidierten Tochtergesellschaften zusammen, die die Verantwortung für die lokalen Geschäftstätigkeiten tragen. Hierbei sind 33 Tochterunternehmen als Vertriebsgesellschaften organisiert. Der im Zuge der weltweiten Expansion zunehmenden Bedeutung eines an regionale Verhältnisse angepassten Vertriebsmanagements wird durch eine Aufteilung in die Regionen Europa inklusive Naher Osten/Afrika, Amerika und Asien/Pazifik Rechnung getragen.

Die jeweiligen Regionaldirektoren stellen in enger Abstimmung mit dem Vorstand die Umsetzung der Konzernziele in ihrem jeweiligen Marktumfeld sicher und ermöglichen gleichzeitig eine in Teilspekten auf die Besonderheiten der Einzelmärkte abgestimmte Vertriebsstrategie. Ferner garantiert die **Regionalisierung der Vertriebsstrukturen** eine bessere Verzahnung der Ländergesellschaften und damit eine Optimierung der Umsatzkontrolle und der Profitabilität.

Eigene Produktionsstätten bestehen in Izmir (Türkei), dem größten eigenen Produktionsstandort, Radom (Polen), Morrovalle (Italien) und Metzingen (Deutschland). Zum Jahresende wurde beschlossen, den Produktionsstandort in Cleveland (USA) im Verlauf der ersten sechs Monate 2010 zu schließen.

— **KONZERNSTRUKTUR**
 Eine detaillierte Übersicht der Beteiligungsverhältnisse im HUGO BOSS Konzern zum 31. Dezember 2009 sowie weitere Erläuterungen zur rechtlichen Konzernstruktur sind im Konzernanhang auf S. 167 ff. dargestellt.

Sämtliche Tochtergesellschaften werden als eigenständige Profit Center geführt. Die Steuerung der Aktivitäten der Tochtergesellschaften sowie die zentrale Analyse der konzernweiten Geschäftsentwicklung werden hierbei durch eine einheitliche IT-Infrastruktur, die die wesentlichen Arbeitsabläufe standardisiert, unterstützt.

Die **Führungsstruktur** von HUGO BOSS ergibt sich in erster Linie aus den gesellschaftsrechtlichen Rahmenbedingungen. Als deutsche Aktiengesellschaft hat die HUGO BOSS AG 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 der Seite 147 f. dargestellt. Die aktienbasierte Vergütung für Führungskräfte ist im Konzernanhang auf der Seite 214 ff. zu finden.

04/2 – ERWEITERTE GESCHÄFTSLEITUNG

OPERATIONS / SOURCING / MANUFACTURING	REGIONALDIREKTOR Europa inkl. Naher Osten/Afrika	BRAND / CREATIVE / COMMUNICATION
	REGIONALDIREKTOR Amerika	
	REGIONALDIREKTOR Asien/Pazifik	

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

Claus-Dietrich Lahrs

Vorsitzender des Vorstands
Vorstand für die Bereiche Vertrieb,
Retail, Lizenzen und Kommunikation

Christoph Auhagen

Vorstand für die Bereiche Brand
und Creative Management
Mitglied des Vorstands seit 1. Dezember 2009

Mark Langer

Vorstand für die Bereiche Controlling,
Finanzen, Recht, Personal und IT
Arbeitsdirektor
Mitglied des Vorstands seit 15. Januar 2010

Dr. Andreas Stockert

Vorstand für die Bereiche Einkauf,
Produktion und Logistik
Mitglied des Vorstands seit 1. Juni 2009

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

UNTERNEHMENSSTEUERUNG

Der HUGO BOSS Konzern wird durch die Mitglieder des Konzernvorstands gesteuert. Mit den regionalen Vertriebsdirektoren und den Verantwortlichen der Marken- und Produktdivisionen stimmt der Vorstand die operative Umsetzung der strategischen Ziele ab.

Den Rahmen definiert dabei die Konzern- und Führungsstruktur. Sie steuert die internen Verantwortlichkeiten, Verwaltungsprozesse und Berichtswege. Als Instrument dient dabei das interne Steuerungssystem.

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG (GEM. § 289a HGB)

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

INTERNES STEUERUNGSSYSTEM

Die nachhaltig positive Entwicklung des HUGO BOSS Konzerns wird durch das interne Steuerungssystem aktiv unterstützt. Die Kernelemente dieses Systems sind

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

Die zentralen Bestandteile des konzernweiten, IT-gestützten Berichtswesens beinhalten die Abschlüsse der Tochtergesellschaften, individuelle Berichte, die deren operative Geschäftstätigkeit abbilden, sowie standardisierte Kennzahlenberichte.

Die Tochtergesellschaften erstellen monatlich IFRS-Abschlüsse, die in das konsolidierte Management Reporting und in die veröffentlichten Finanzberichte des Konzerns einfließen. Darüber hinaus werden den Entscheidungsträgern, die sich aus der Konzern- und Führungsstruktur ableiten, sowohl standardisierte als auch individuell angefertigte Berichte zur Verfügung gestellt, anhand derer die Steuerung der Geschäftsfelder, der Tochtergesellschaften und der operativen Prozesse erfolgt.

Die **wichtigsten Steuerungsgrößen**, die einer kontinuierlichen Überwachung obliegen und die Grundlage der variablen Vergütung der Führungskräfte bilden, sind **die Umsatzerlöse, das EBITDA vor Sondereffekten und das kurzfristige Nettovermögen (Net Working Capital)**.

WICHTIGSTE STEUERUNGSGRÖSSEN

- Umsatzerlöse
- EBITDA vor Sondereffekten
- Kurzfristiges Nettovermögen (Net Working Capital)

Die **Konzernplanung** ist auf einen Zeitraum von drei Geschäftsjahren ausgelegt und wird im Rahmen des unternehmensweiten Budgetprozesses jährlich überarbeitet und der aktuellen Geschäftslage angepasst.

Die im Konzern zu konsolidierenden Gesellschaften erstellen für die von ihnen verantworteten Absatzmärkte oder Geschäftsfelder einen detaillierten Geschäftsplan, der eine umfassende Aufstellung in Bezug auf den zu erwartenden Absatz, die Kosten, die Investitionen, das Net Working Capital und die Rohertragsmarge beinhaltet.

HUGO BOSS gliedert sich in Vertriebs- und Markeneinheiten sowie Entwicklungs- und Beschaffungseinheiten.

- Die Vertriebseinheiten planen mit einem Zeithorizont von drei Jahren insbesondere Umsatz-, Kosten- und Ergebnisgrößen. Darüber hinaus wird besonderes Augenmerk auf die Steuerung des Forderungs- und Vorratsvermögens sowie der geplanten Ersatz- und Neuinvestitionen gelegt.
- Die Markeneinheiten sind für die strategische Markenführung und operative Entwicklung der Modekollektionen verantwortlich. Das Produktsortiment gliedert sich dabei in zwei Vor- und Hauptkollektionen für jeweils Sommer und Winter.
- Den Entwicklungs- und Beschaffungseinheiten dient der Dreijahresplan vornehmlich zur mittelfristigen Kapazitätsplanung, in die die Distributionsleistung der Absatzmärkte einfließt. Zusätzlich wird die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der produzierenden Betriebe untereinander gemessen und als Entscheidungsgrundlage für betriebswirtschaftlich notwendige Anpassungen herangezogen.

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 der aktuellen Wirtschaftsperiode abgeben.

Die Konzernplanung als konsolidierter Plan des HUGO BOSS Konzerns basiert auf den individuellen Plänen der Tochtergesellschaften sowie der Einschätzung der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen durch den Konzernvorstand.

-
- Zielabweichungen werden durch das Interne Kontrollsystem frühzeitig erkannt und notwendige Korrekturmaßnahmen ergriffen.
 - Monetäre und nicht monetäre Leistungsindikatoren sind die Grundlage der kontinuierlichen Erfolgskontrolle einer angestrebten profitablen Entwicklung des Unternehmens.

— INVESTITIONEN

Weitere Informationen zu getätigten Investitionen werden im Kapitel zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage dargestellt.

Das **Investitionscontrolling** bewertet geplante und realisierte Investitionsprojekte hinsichtlich ihres Beitrags zur Erreichung der Renditeziele des Konzerns. Dabei werden ausschließlich Projekte initiiert, die einen positiven Beitrag zur Steigerung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Unternehmens erwarten lassen.

SICHERUNG DER ZIELERREICHUNG

Die Informationssysteme des HUGO BOSS Konzerns unterstützen den Prozess der internen Zielerreichung. Dazu werden Ist- und Plandaten herangezogen, die sowohl operative als auch strategische Steuerungsgrößen enthalten und zeitnah miteinander verknüpft werden. Der Informationsprozess erfolgt im Rahmen der Berichtslinien in regelmäßiger und unter Umständen maßnahmenorientierter Kommunikation. IT-gestützte Informationssysteme durchlaufen in der Regel einen täglichen Aktualisierungsprozess und gewährleisten somit immer den aktuellsten Zugriff auf Bewegungsdaten, die in unterschiedlichen Detailstufen zu Analyse Zwecken und zur weiteren Verarbeitung zur Verfügung stehen.

Frühindikatoren, die sich aus den kundenbezogenen Auftragseingängen, den Abverkaufsquoten der konzerneigenen Einzelhandelsgeschäfte sowie den als Lagerprogramm angebotenen Produktsortimenten ableiten lassen, werden in der kontinuierlichen Planungsverifizierung ebenfalls berücksichtigt.

Das Controllingsystem des Konzerns durchläuft einen fortlaufenden Optimierungsprozess, der die kontinuierliche Unternehmensentwicklung als Anpassung auf sich verändernde Umfeldbedingungen berücksichtigt.

* 05 –
STRATEGISCHE
AUSRICHTUNG

NACHHALTIGE MARKENFÜHRUNG/ -DIFFERENZIERUNG	1
ERSCHLIESSUNG NEUER PRODUKTSEGMENTE	2
EINZELHANDELSBEZOGENE AUSRICHTUNG DER KOLLEKTIONEN	3
INTERNATIONALISIERUNG DER DISTRIBUTION	4
STEIGERUNG DER PROFITABILITÄT	5

STRATEGISCHE GESCHÄFTSFELDER

- Damen- und Herrenbekleidung
- Schuhe und Lederaccessoires
- Lizenzprodukte

STRATEGISCHE WETTBEWERBSVORTEILE

- Ausgeprägte Produktkompetenz
- Exzellente Steuerung der Wertschöpfungskette
- Weltweites Vertriebsnetz

STRATEGISCHE AUSRICHTUNG

Der HUGO BOSS Konzern ist einer der Weltmarktführer im gehobenen Segment für Bekleidung des Premium- und Luxusgütermarktes. Neben dem Portfolio aus starken Marken, welches mit klassisch-moderner Konfektion, Abend- und Freizeitmode bis hin zu Schuhen und Lederaccessoires sowie in Lizenz vertriebenen Düften, Uhren, Brillen und Kinderbekleidung alle wichtigen Modebereiche abdeckt, stellen die ausgeprägte Produktkompetenz, die exzellente Steuerung der Wertschöpfungskette wie auch das weltweite Vertriebsnetz die strategischen Wettbewerbsvorteile und den Garanten für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung dar.

Unter der Leitung des neuen Konzernvorstands erfolgte in 2009 die umfassende strategische Neuausrichtung des HUGO BOSS Konzerns.

Kernelemente der strategischen Ausrichtung

- Nachhaltige Markenführung und -differenzierung
- Erschließung neuer Produktsegmente
- Einzelhandelsbezogene Ausrichtung der Kollektionen
- Internationalisierung des Absatzes
- Steigerung der Profitabilität

NACHHALTIGE MARKENFÜHRUNG UND -DIFFERENZIERUNG

Als international agierendes Markenartikelunternehmen hat sich der HUGO BOSS Konzern einer nachhaltigen Markenführung verpflichtet. Das qualitativ hochwertige Markenportfolio ist das entscheidende Erfolgskriterium und resultiert aus einer durch den neuen Konzernvorstand klar fokussierten Markenphilosophie.

Die kontinuierliche Markenentwicklung verfolgt die Zielsetzung, die vorhandenen Ertragspotenziale systematisch zu erschließen und auszubauen.

Die fünf HUGO BOSS Marken lassen sich zum einen durch die Modeaussage und zum anderen durch das Preissegment voneinander abgrenzen.

Mit diesem diversifizierten Markenportfolio erfolgt unter Anwendung einer eigenständigen Kommunikationsstrategie für jede Markenwelt die gezielte Ansprache von unterschiedlichen Konsumentenzielgruppen.

Endverbraucher verbinden mit den HUGO BOSS Produkten hochwertigste Materialien, eine exzellente Verarbeitungsqualität und ein herausragendes Design. Diese Produkteigenschaften sind zentraler Bestandteil der Markenphilosophie.

EINZELHANDELSBEZ. AUSRICHTUNG

- Marktdaten von der Fläche für die Fläche mit abverkaufsstarken Sortimenten für eine bessere Flächenleistung

STRATEGISCHE WACHSTUMSMÄRKTE

- Asien, insbesondere der chinesische Binnenmarkt
- Nordamerika sowie Zentral- und Südamerika
- Osteuropa

ERSCHLIESSUNG NEUER PRODUKTSEGMENTE

Neben einer fokussierten Markenführung hat der HUGO BOSS Konzern exzellente Wachstumsperspektiven durch die Erschließung neuer Produktsegmente.

Neben dem erfolgreichen Segment der Herrenbekleidung sind die Damen- und Freizeitbekleidung sowie Schuhe und Lederaccessoires zentrale Bestandteile der Wachstumsstrategie des Konzernvorstands.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden Maßnahmen eingeleitet und umgesetzt, die einen nachhaltig hohen Ergebnisbeitrag der Wachstumssegmente gewährleisten sollen. So erfolgte die Zusammenführung der Funktionsbereiche Marken- und Kreativmanagement, um den Produktentwicklungsprozess zu beschleunigen.

Darüber hinaus fand eine Stärkung der Kreativleistung im Damenbereich, die Einführung eines eigenständigen Kompetenzbereichs für die Freizeitbekleidung für BOSS Black Menswear sowie die Bündelung der Verantwortlichkeiten im Bereich der Schuhe und Lederaccessoires statt.

EINZELHANDELSBEZOGENE AUSRICHTUNG DER KOLLEKTIONEN

Die Zielsetzung der einzelhandelsbezogenen Ausrichtung des HUGO BOSS Konzerns ist die Entwicklung von Produktsortimenten für modularisierte, aber dennoch flexible Einzelhandelsflächen zur Steigerung der Flächenrentabilität.

Die Entwicklung der Warensortimente wird sich noch stärker am Abverkauf orientieren und wird auf die unterschiedlichen Flächenformate abgestimmt. Ein intelligentes Bestseller-Management hat darüber hinaus das Ziel, die Flächenleistung zusätzlich zu erhöhen.

Die existierenden Abläufe und Strukturen innerhalb der unterschiedlichen Wertschöpfungsstufen müssen dabei nicht nur schnell und flexibel, sondern auch stabil und fehlerfrei Hand in Hand gehen.

STRATEGISCHE WACHSTUMSMÄRKTE

Zusätzliches Wachstumspotenzial definiert sich aus dem deutlich erweiterten Aktionsradius außerhalb Europas. Neben den aufstrebenden Schwellenländern in den wirtschaftlich dynamischen Regionen Asiens, insbesondere China, sowie Zentral- und Südamerikas und Osteuropas steht der Ausbau der Vertriebsaktivitäten in Nordamerika im Mittelpunkt.

STRATEGISCHE ABSATZKANÄLE

- Konzerneigener Einzelhandel
- E-Commerce
- Großhandel
- Lizenzen

PROFITABILITÄTSSTEIGERUNG

- Operative Exzellenz als Kernelement einer nachhaltigen Profitabilitätssteigerung

Die eingeführte Regionalstruktur mit Europa, Amerika und Asien/Pazifik ermöglicht die zentrale Bündelung der lokalen Marktanforderungen sowie die gezielte Entwicklung von Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien. Erklärtes Ziel ist es, das hohe Niveau der vorhandenen Marktanteile zu verteidigen und weiter auszubauen.

STRATEGISCHE ABSATZKANÄLE

Zentraler Bestandteil der Wachstumsstrategie ist der Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels.

Die Attraktivität dieses Absatzkanals liegt zum einen in der zusätzlichen Handelsmarge, die durch eigene Geschäfte erwirtschaftet wird. Zum anderen in einem direkten Kontakt zu den Endkonsumenten, um die sich kontinuierlich ändernden Modetrends schneller zu erkennen und in kommende Kollektionsentwicklungen einfließen zu lassen.

Darüber hinaus gewährleistet der eigene Einzelhandel die Kontrolle über den Markenauftritt des HUGO BOSS Konzerns und sichert die hohen Qualitätsstandards der Warenpräsentation am Verkaufspunkt.

Diese Strategie hat sich vor dem Hintergrund der Weltwirtschaftskrise bewährt. Der eigene Einzelhandel hat sich gegenüber dem Großhandel deutlich positiver entwickelt und bestärkt uns in der weiteren Expansionstätigkeit.

Einen weiteren Schwerpunkt bilden die internationalen Online-Einzelhandelsaktivitäten. Im Jahr 2009 konnte, nach der Einführung in Großbritannien im Herbst 2008, in weiteren europäischen Schlüsselmärkten der operative Betrieb erfolgreich aufgenommen werden. Dazu zählen Deutschland, Frankreich sowie die Benelux-Staaten. In 2010 steht die Erschließung des US-amerikanischen Online-Marktes im Fokus der Aktivitäten.

STEIGERUNG DER PROFITABILITÄT

Für HUGO BOSS als einen der führenden Mode- und Lifestyle-Konzerne ist eine beständige Steigerung der Profitabilität unerlässlich, um im globalen Wettbewerb weiterhin erfolgreich Marktanteile gegenüber dem Wettbewerb zu gewinnen.

Im Fokus stehen hierbei ein stetiges Kostenmanagement sowie die Optimierung der Prozesse.

Darüber hinaus verbessern wir mit Lean Management gleichzeitig die bestehenden Prozessabläufe und unsere Führungskultur. Die Herstellung und Sicherstellung operativer Exzellenz ist der Schlüsselfaktor einer kontinuierlichen Profitabilitätssteigerung des Konzerns.

* 06 – WELTWEITE MARKTPRÄSENZ

2009



EUROPA¹

- ~ 4.480 Points of Sale
- 189 Directly Operated Stores
- 19 Showrooms
- ~ 750 Franchisegeschäfte

AMERIKA

- ~ 1.170 Points of Sale
- 75 Directly Operated Stores
- 2 Showrooms
- ~ 100 Franchisegeschäfte



ASIEN / PAZIFIK

- ~ 460 Points of Sale
- 100 Directly Operated Stores
- 2 Showrooms
- ~ 200 Franchisegeschäfte



¹ Inklusive Naher Osten/Afrika.

INNOVATION, FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die Weiterentwicklung der HUGO BOSS Produkte basiert auf den Erfahrungen und Kenntnissen aller Mitarbeiter, insbesondere der in mehreren Kompetenzzentren tätigen Spezialisten. Neben der Kreativabteilung werden Innovationen rund um die Produktentstehung in den Bereichen der technischen Entwicklung, des Operation Technical Developments (OTD) und des Technology & Service Centers (TSC) erbracht.

— MITARBEITER

Weitere Informationen zu Mitarbeitern finden Sie im Kapitel „Weitere Erfolgsfaktoren“.

Im Technology & Service Center am Firmensitz in Metzingen nutzt der Konzern die langjährige Erfahrung industrieller Textilfertigung für richtungsweisende Produktentwicklungen im Kernbereich der klassischen Damen- und Herrenkonfektion. Demgegenüber sind in den Kompetenzzentren in Colderio (Schweiz), Morrovalle (Italien) und Scandicci (Italien) die Entwicklungsabteilungen weiterer textiler Produktgruppen sowie für Schuhe und Lederaccessoires angesiedelt. Um dieses kostbare Wissen im Unternehmen zu erhalten und konsequent auszubauen, werden Ausbildungen rund um die industrielle Fertigung angeboten.

An den Entwicklungsstandorten entstehen jeweils die Prototypen neuer Modekollektionen, die zuvor in der Modellabteilung umgesetzt sowie durch die Abteilung OTD technisch entwickelt wurden. Gleichzeitig werden durch ausgiebige Tests sämtliche für eine spätere Serienfertigung nötigen Daten gewonnen.

Diese in Zusammenarbeit mit Zulieferern und Technologiepartnern intensive Produktentwicklung gewährleistet nicht nur einen späteren störungsfreien Fertigungsprozess, sondern sichert HUGO BOSS auch einen Wettbewerbsvorsprung im Bereich der Herstellungstechnik und Qualität. Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung zur Kollektionserstellung in den Kreativabteilungen beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 44 Mio. EUR (2008: 49 Mio. EUR).

07/1 – EUROPA

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen



PREMIUM- & LUXUSGÜTERMARKT 2009 ↘

WIRTSCHAFTSLEISTUNG DER EUROZONE 2009 ↘

WIRTSCHAFTSLEISTUNG DER EUROZONE 2010 ↗

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Für HUGO BOSS als international agierenden Modekonzern spielen neben der strategischen Aufstellung und der Konzernführung insbesondere die weltweite Konjunkturlage sowie branchenspezifische Perspektiven eine wesentliche Rolle für profitables Wachstum.

ENTWICKLUNG DER GESAMTWIRTSCHAFT

Der allgemeine Abwärtstrend auf den internationalen Kapitalmärkten und der dramatische Rückgang der weltwirtschaftlichen Aktivität des Jahres 2008 setzten sich in den ersten Monaten des Jahres 2009 zunächst fort. Sowohl in den **Industrieländern** als auch in den meisten **Schwellenländern** war weiterhin ein deutlich konjunktureller Abschwung erkennbar. So ging in den G7-Ländern das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) im ersten Quartal 2009 sogar noch etwas stärker zurück als im Schlussquartal des Jahres 2008. Getrieben wurde der Produktionseinbruch vor allem von drastischen Rückgängen bei Investitionen und Exporten, die nahezu überall mit zweistelligen Raten schrumpften.

Nach dem anfänglich deutlichen Konjunkturabschwung verzeichnete die Weltwirtschaft seit dem Frühjahr 2009 eine wesentliche Verlangsamung des Rückgangs und ist gemäß eines Gutachtens des Instituts für Weltwirtschaft (IfW) im Sommer 2009 auf den Pfad einer konjunkturellen Erholung eingeschwenkt.

Rasche und umfangreiche wirtschaftspolitische Maßnahmen zur Stützung des Bankensektors und eine stark expansive Geld- und Finanzpolitik in Form umfangreicher, schuldenfinanzierter Konjunkturprogramme sowie niedriger Zinsen verhinderten 2009 einen Kollaps des Weltfinanzsystems und legten die Basis für eine Erholung von Produktion und Handel. Zwar lag die Weltproduktion im dritten Quartal weiterhin unter Vorjahresniveau, doch fiel der Rückgang aufgrund starker wirtschaftspolitischer Impulse und der Verlangsamung des ausgeprägten Lagerabbaus nicht mehr ganz so stark aus wie noch zu Beginn des Jahres.

Vor allem in den **asiatischen Schwellenländern** begann die Produktion wieder früh zu expandieren. Hier gelang es den Regierungen in den ersten Monaten des Jahres, die Wirtschaft zu beleben und somit Impulse für die Weltkonjunktur zu setzen. So gab es gegen Ende des dritten Quartals kaum noch Länder, die noch nicht wieder auf wirtschaftlichen Wachstumskurs zurückgekehrt waren.

Für **Zentral- und Osteuropa** deuteten Konjunkturindikatoren, bedingt durch eine Belebung des Privatkonsums, einen Anstieg der Investitionen in Wohnimmobilien sowie durch einen rückläufigen Ausverkauf von Lagerbeständen im Einzelhandel, auf einen niedrigeren Rückgang des BIP als in den vorangegangenen Quartalen hin. In den **USA** kehrte das BIP nach fast zwei Jahren der Rezession



PREMIUM- & LUXUSGÜTERMARKT 2009



WIRTSCHAFTSLEISTUNG DER USA 2009



WIRTSCHAFTSLEISTUNG DER USA 2010



sogar wieder auf Wachstumskurs zurück. **Japan** profitierte von steigenden öffentlichen Investitionen und Exporten. In **China** glichen staatliche Konjunkturpakete zur Stärkung der Binnennachfrage die anhaltende Schwäche im Exportbereich aus.

BRANCHENENTWICKLUNG

Entscheidend für das operative Geschäft von HUGO BOSS ist neben den gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht zuletzt die Entwicklung des weltweiten Bekleidungs-, Accessoire- und Luxusgütermarktes. Nachdem dieser Markt während des vergangenen Jahrzehnts kontinuierlich hohe Wachstumsraten aufweisen konnte, zeigten sich im Jahr 2008 erste Zeichen eines allgemeinen Umsatzrückgangs, der sich im Berichtsjahr verstärkt fortsetzen sollte.

Das zurückliegende Geschäftsjahr war hierbei durch einen noch nie dagewesenen **globalen Rückgang der Konsumausgaben** geprägt, der auf Seiten der Industrie insbesondere die Sicherung liquider Mittel, die Konzentration von Investitionen auf zukünftige Wachstumssegmente sowie ein erhöhtes Kostenbewusstsein erforderlich machte. Ursächlich hierfür war, neben zahlreichen weiteren Faktoren, insbesondere die sich durch die schwierigen wirtschaftlichen Verhältnisse weiterhin verstärkende Verunsicherung auf Konsumentenseite.

Schätzungen von Unternehmensberatungen zufolge ist der weltweite Umsatz mit Luxusgütern im abgelaufenen Geschäftsjahr um 8 % auf 153 Milliarden Euro gesunken. Hierbei waren insbesondere das zweite und dritte Quartal durch starke Rückgänge gekennzeichnet, während sich gegen Ende des Jahres erste Zeichen einer Erholung einstellten. Mit geschätzten Umsatzrückgängen von 16 % in **Amerika**, 10 % in **Japan** und 8 % in **Europa** verlief der Verkauf von Luxusartikeln vor allem in reifen, durch stark rezessive Entwicklungen geprägten Märkten schwach. Dem plötzlichen Nachfrageeinbruch und den daraus resultierenden hohen Lagerbeständen konnte vielerorts nur durch erhöhte Preisabschläge entgegengewirkt werden. Für **Gesamtasien** wird demgegenüber ein Umsatzplus von 10 % angenommen, wonach insbesondere aufstrebende Luxuskonsumenten in Asien und anderen Schwellenländern maßgeblich für den Branchenumsatz verantwortlich waren.

Mit einem geschätzten Umsatzminus von gut 11 % im Branchenvergleich ist bei den **Vertriebskanälen** vor allem der Großhandel am deutlichsten von der starken Kaufzurückhaltung der Konsumenten betroffen gewesen. Demgegenüber hatte die Branche im eigenen Einzelhandel ein Minus von 4 % zu verzeichnen. Das Internet stellte den wachstumsstärksten, wenngleich, am Gesamtvolumen gemessen, anteilsschwächsten Vertriebskanal dar. Darüber hinaus profitierte insbesondere der Vertrieb über Outletgeschäfte von der zunehmenden Preissensibilität auf Konsumentenseite.

07/3 – ASIEN/PAZIFIK

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen



- ASIEN / PREMIUM- & LUXUSGÜTERMARKT 2009 ↗
- JAPAN / PREMIUM- & LUXUSGÜTERMARKT 2009 ↘
- WIRTSCHAFTSLEISTUNG JAPANS 2009 ↘
- WIRTSCHAFTSLEISTUNG JAPANS 2010 ↗

Im Bekleidungssektor waren vor allem eine Verschiebung teurer Neuanschaffungen bzw. der bevorzugte Kauf langlebiger und klassischer Teile sowie ein Trading Down der Konsumenten erkennbar. Ebenfalls stark betroffen war der Bereich für Uhren, Schmuck und ähnliche Artikel. Hier spielte neben der Verlagerung von Einkaufsentscheidungen insbesondere ein verstärktes Bedürfnis, den Wohlstand weniger zur Schau tragen zu wollen, eine entscheidende Rolle. So gehen Schätzungen für den Bekleidungssektor von einem Umsatzminus von 11 %, im Bereich Uhren, Schmuck und ähnliche Artikel von einem Rückgang um bis zu 18 % aus. Demgegenüber zeigte sich der Absatz von Lederwaren, Schuhen und Accessoires im abgelaufenen Geschäftsjahr weitestgehend stabil. Diese im Vergleich zu Kleidung oder Uhren preiswerteren Produkte lassen sich einfacher mit der bestehenden Garderobe kombinieren.

ERTRAGSLAGE IM GESCHÄFTSJAHR 2009

GESAMTAUSSAGE ZUR UMSATZENTWICKLUNG

Auch HUGO BOSS als internationaler Modekonzern konnte sich dem deutlichen konjunkturellen Abschwung der Weltwirtschaft und der damit einhergehenden rückläufigen Nachfrage nach Konsumgütern des Premium- und Luxussegments nicht entziehen. Neben dem allgemein herausfordernden Marktumfeld reflektiert die Umsatzentwicklung jedoch zusätzlich Veränderungen der Kundenstruktur und deren Nachfrage. Durch frühzeitig ergriffene Maßnahmen konnte HUGO BOSS allerdings sehr schnell auf die veränderten Marktbedingungen reagieren und den Umsatz auf hohem Niveau halten.

UMSATZENTWICKLUNG

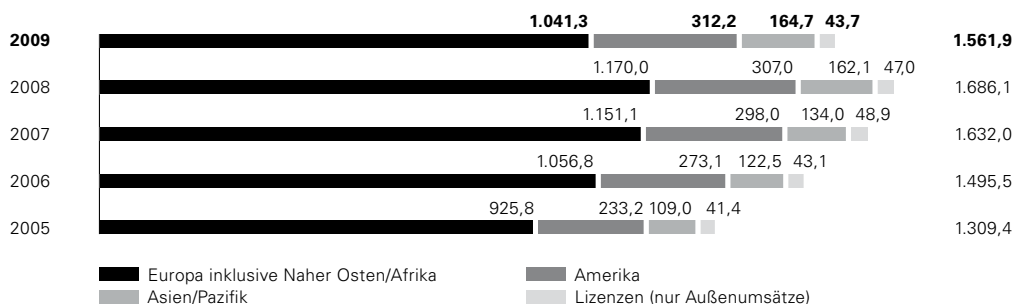
Im Geschäftsjahr 2009 erzielte HUGO BOSS einen **Konzernumsatz** von 1.562 Mio. EUR. Damit lag die Umsatzentwicklung in Konzernwährung um 7 % unter dem Niveau des Vorjahres (2008: 1.686 Mio. EUR).

Die Effekte aus Wechselkursschwankungen hatten in 2009 insgesamt einen leicht positiven Einfluss auf die Umsatzentwicklung. Dabei wirkten sich insbesondere die Entwicklung der US-amerikanischen und chinesischen Währungen zum Euro positiv auf die Umsatzentwicklung in Berichtswährung aus. In lokalen Währungen wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Umsatzrückgang von 8 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnet.

Der Umsatzrückgang war einerseits bedingt durch das weltweit schwierige Marktumfeld und die damit einhergehenden rückläufigen Konsumausgaben. Andererseits reagierte HUGO BOSS auch aktiv auf die geänderten gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen mit einer Bereinigung des Kundenportfolios, einer strukturellen Neuausrichtung des konzerneigenen Einzelhandels sowie Auslieferungsstopps an risikobehaftete Großhandelskunden. Auf Umsätze mit erhöhten Preisnachlässen wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr bewusst verzichtet, um die hohe Akzeptanz und Attraktivität der Marken von HUGO BOSS nachhaltig zu gewährleisten. Vor diesem Hintergrund verzeichnete insbesondere die Umsatzentwicklung im Großhandelskanal einen Rückgang von 15 % gegenüber dem Vorjahr. Die Entwicklung des konzerneigenen Einzelhandels in einem ansonsten schwierigen Jahr 2009 war hingegen durchweg positiv. Bei moderater Expansion, bedingt durch Schließung unprofitabler Geschäfte und gezielte Eröffnung neuer Standorte, konnte ein Umsatzplus von 13 % (währungsbereinigt von 11 %) und somit ein positiver Beitrag zur Gesamtgeschäftsentwicklung erreicht werden.

Insgesamt hat HUGO BOSS die Umsatzentwicklung in Regionen mit einem hohen Anteil des konzerneigenen Einzelhandels im schwierigen Jahr 2009 besser bewältigt als in Regionen mit hoher Abhängigkeit vom Großhandelsgeschäft.

08 – UMSATZENTWICKLUNG (in Mio. EUR)



UMSATZ NACH REGIONEN

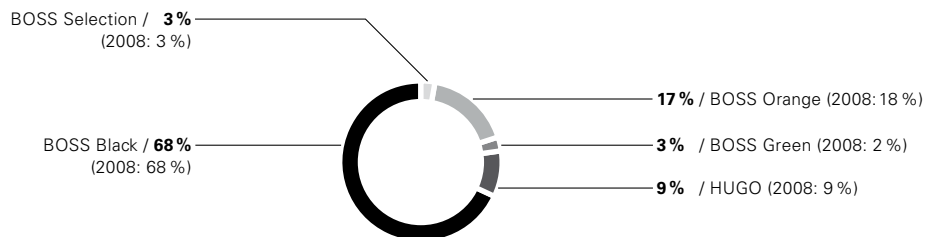
Der Umsatz in der **Region Europa** inklusive Naher Osten/Afrika verminderte sich im Geschäftsjahr 2009 um 11 % auf 1.041 Mio. EUR (2008: 1.170 Mio. EUR). Auch in lokalen Währungen sank der Umsatz um 11 %.

Die Entwicklung in **Deutschland** war in den ersten drei Quartalen durch das sehr vorsichtige Bestellverhalten des Großhandels geprägt. Im vierten Quartal konnte eine leichte Erholung verzeichnet werden. Der Umsatz im Gesamtjahr lag jedoch unter dem Niveau des Vorjahres.

Bezogen auf die wichtigsten **europäischen Märkte** ergibt sich ein uneinheitliches Bild. Zufriedenstellend entwickelten sich weiterhin die Umsätze in Frankreich und in den Beneluxstaaten, welche nur moderate Rückgänge von 5 % beziehungsweise 1 % verzeichneten. In Großbritannien konnte der Umsatz währungsbereinigt um 4 % gegenüber dem Vorjahr zulegen. Im restlichen Europa waren jedoch insgesamt Umsatzrückgänge zu verzeichnen. Den stärksten Umsatzrückgang von währungsbereinigt 32 % verzeichnete HUGO BOSS in Osteuropa. Gründe hierfür waren erhebliche Finanzierungsprobleme der Großhandelskunden und der damit verbundene Auslieferungsstopp. Auch das Geschäft im spanischen und italienischen Modemarkt blieb im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich hinter den Erwartungen zurück. Insbesondere in diesen Märkten waren die Auswirkungen der Finanz- und Immobilienkrise frühzeitig und verstärkt spürbar.

Auf dem **amerikanischen Kontinent** belief sich der Umsatzrückgang im Geschäftsjahr 2009 währungsbereinigt auf 1 %. In Berichtswährung konnte hingegen aufgrund eines insgesamt positiven Währungseffektes der Umsatz der Region Amerika um 2 % im Vergleich zum Vorjahr auf 312 Mio. EUR gesteigert werden (2008: 307 Mio. EUR). Begünstigt durch Wechselkursschwankungen des US-Dollars zur europäischen Einheitswährung stieg der Umsatz in den USA in Berichtswährung um 4 % auf 233 Mio. EUR (2008: 224 Mio. EUR). Die Währungseffekte aus dem starken US-Dollar wurden durch gegenläufige Währungseffekte aus dem kanadischen Dollar und dem mexikanischen Peso jedoch teilweise kompensiert. Hervorzuheben ist zudem der weiterhin positive Trend in den Ländern **Mittel- und Südamerikas**. Als Folge des kontinuierlichen Ausbaus des eigenen Einzelhandelsnetzwerks und trotz staatlich verordneter Schließstage in Mexiko im Mai 2009 stieg der Umsatz dort in lokalen Währungen um 21 %. In Konzernwährung stieg er um 4 % auf 27 Mio. EUR (2008: 26 Mio. EUR).

In lokalen Währungen verminderte sich der Umsatz des HUGO BOSS Konzerns in der **Region Asien/Pazifik** um 5 %, wohingegen er in Berichtswährung mit 165 Mio. EUR 2 % über dem Wert des Vorjahres lag (2008: 162 Mio. EUR). Bereinigt um die Einflüsse von Wechselkurseffekten stiegen die Umsätze in der **Volksrepublik China** um 2 % und auch in Berichtswährung lagen sie mit 61 Mio. EUR über dem Niveau des Vorjahres (2008: 56 Mio. EUR). Diese Entwicklung unterstreicht erneut die Bedeutung der Volksrepublik China als Wachstumsmarkt für den HUGO BOSS Konzern.



Das **Lizenzgeschäft** entwickelte sich im Geschäftsjahr 2009 erwartungsgemäß verhalten. In den Lizenzumsätzen sind sowohl Lizenzeinnahmen mit Dritten als auch gruppeninterne Umsätze enthalten. Die von Partnern hergestellten Produkte umfassen Kindermode, Düfte, Uhren, Schmuck, Brillen und Mobiltelefone. 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 unter dem Vorjahr und ging um 6 % auf 44 Mio. EUR (2008: 47 Mio. EUR) zurück. Dieser moderate Rückgang ist insbesondere auf erfolgreiche Produktneueinführungen sowie auf Einnahmen für Mindestlizenzen zurückzuführen.

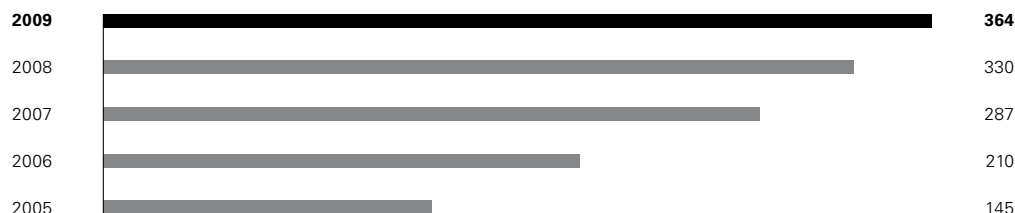
UMSATZ NACH MARKEN UND LINIEN

Im Geschäftsjahr 2009 verzeichnete HUGO BOSS sowohl bei der **Kernmarke BOSS** als auch bei der **Trendmarke HUGO** Umsatzrückgänge in Höhe von 7 % beziehungsweise 9 %. Insgesamt waren bei drei der vier Modelinien der Marke BOSS rückläufige Umsatzentwicklungen im Berichtsjahr zu verzeichnen. Der Umsatz der Linie **BOSS Black** verringerte sich dabei im Vergleich zum Vorjahr um 7 %. Das schwierige Marktumfeld bewirkte zudem einen Rückgang der Umsätze der Linien **BOSS Selection** und **BOSS Orange** um 15 % beziehungsweise 12 %. Dies unterstreicht auch die Notwendigkeit der durchgeführten Neuausrichtung dieser beiden Linien in 2009. Erfreulich zeigte sich dagegen weiterhin die Entwicklung der Premium-Sportswearlinie **BOSS Green**, die auch im Geschäftsjahr 2009 sehr gut im Markt angenommen wurde und eine Wachstumsrate von 40 % vorweisen konnte.

— UMSATZ

Umsatzanteile der Modelinien sind Grafik 09 zu entnehmen.

10 – ANZAHL KONZERNEIGENER EINZELHANDELSGESCHÄFTE



UMSATZ NACH VERTRIEBSKANÄLEN

Im **Großhandelskanal** war ein Umsatzrückgang von 15 % (währungsbereinigt ebenfalls 15 %) zu verzeichnen. Dieser Rückgang ist unter anderem auf die Bereinigung des Kundenportfolios zurückzuführen. Insbesondere bei Risikokunden in Osteuropa wurde die Auslieferung zur Vermeidung weiterer potenzieller Forderungsausfälle vorausschauend gestoppt. Diese Maßnahme dient der nachhaltigen Ergebnisoptimierung im Großhandelskanal und somit der Sicherung der Profitabilität des HUGO BOSS Konzerns.

Die Entwicklung des **Umsatzes über konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte (DOS)** war weiterhin positiv und profitierte dabei in besonderem Maße von der fortgeführten strukturellen Neuausrichtung dieses bedeutsamen Bereichs. Bei moderater Expansion konnte ein Umsatzplus von 13 % (währungsbereinigt von 11 %) und somit ein positiver Beitrag zur Gesamtgeschäftsentwicklung erreicht werden. Auf vergleichbarer Fläche sanken die Umsätze in Konzernwährung gegenüber dem Geschäftsjahr 2008 um 6 %. Insgesamt wurde die weltweite Präsenz durch die Eröffnung von 79 neuen und die Schließung von 45 unprofitablen Standorten um netto 34 neue eigene Geschäfte auf nunmehr 364 ausgebaut. Wie schon in den Vorjahren wurde in besonderem Maße in Shop-in-Shop-Konzepte investiert. Die Anzahl bestehender Shop-in-Shop-Einheiten wurde im Jahr 2009 um weitere 21 auf nunmehr 235 erhöht. Die Zahl der frei stehenden eigenen Geschäfte stieg um 13 auf 129 an. Dabei konnte der Konzern unter anderem attraktive Standorte in der Region Asien/Pazifik wie etwa in China, Hongkong und Australien hinzugewinnen. Auf dem amerikanischen Kontinent wurde das Einzelhandelsnetzwerk ebenfalls weiter gestärkt. So wurden insbesondere weitere Geschäfte in den USA und in Mexiko eröffnet. Auch in Zukunft wird der kontinuierliche Ausbau des weltweiten Einzelhandelsnetzwerks im Fokus der Expansionsstrategie des HUGO BOSS Konzerns stehen. So bietet insbesondere der Wachstumsmarkt China vielversprechende Möglichkeiten zur weiteren Stärkung dieses Vertriebskanals.

Insgesamt stiegen die **Umsätze im eigenen Einzelhandel (DOS)** im Geschäftsjahr 2009 auf 303 Mio. EUR (2008: 269 Mio. EUR). Damit lag der Anteil des Vertriebs über Directly Operated Stores (DOS) am Gesamtumsatz bei rund 19 % (2008: 16 %).

Unter Berücksichtigung der mehr als 1.050 Franchise Stores und Shops verfügt der HUGO BOSS Konzern damit über insgesamt circa 1.400 Monobrand Stores und Shops in über 80 Ländern.

Der **Markenumsatz**, der mit HUGO BOSS Produkten weltweit erzielt wurde, lag im Berichtsjahr 2009 bei 1.981 Mio. EUR (2008: 2.158 Mio. EUR). Dieser Wert ergibt sich aus dem Konzernumsatz abzüglich der Lizenzerträge und zuzüglich der Umsätze der HUGO BOSS Lizenzpartner.

WWW —

www.hugoboss.com/stores

DOS —

Die Entwicklung der Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte ist Grafik 10 zu entnehmen.

MARKTPRÄSENZ —

Weitere Informationen zur Marktpräsenz finden sich auf S. 97 ff.

ENTWICKLUNG DER AUFTRAGSLAGE

In den vergangenen Jahren hat sich das Geschäftssystem von HUGO BOSS zunehmend gewandelt. An die Stelle des in der Vergangenheit dominierenden Vorordergeschäfts treten heute verstärkt Umsatzanteile, die entweder durch konzerneigene Stores und Shops oder aus dem Lagergeschäft erzielt werden. Nicht zuletzt als Folge der allgemeinen weltwirtschaftlichen Entwicklung wird darüber hinaus eine schrittweise Verlagerung der Einkaufsbudgets unserer Handelspartner vom Ordergeschäft hin zu einer flächenoptimierten Belieferung ersichtlich. Fortschreitende Vertikalisierungsprozesse entlang der Wertschöpfungskette, die stufenweise Rückführung der Komplexität sowie die kontinuierliche, absatzmarktbezogene Weiterentwicklung des Marken- und Kollektionsportfolios sind notwendig, um den veränderten Anforderungen unserer Kunden gerecht zu werden.

HUGO BOSS bietet seinen Kunden inzwischen weltweit viermal im Jahr aktuelle Modekollektionen an und steigert dabei gleichzeitig die Zahl monatlicher themenorientierter Lieferungen. Der **Anteil des klassischen Ordergeschäfts**, also des Verkaufs von im Vorfeld bestellter Waren an Handelspartner, ist dabei im abgelaufenen Geschäftsjahr auf einen Umsatzanteil von 54 % (2008: 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 den Ordereingang, sondern bezieht verstärkt Informationen aus den Vertriebsgesellschaften und konzerneigenen Einzelhandelsgeschäften in die Mengenplanung ein.

ERGEBNISENTWICKLUNG

Mit Beginn des Geschäftsjahres 2009 wurde die Darstellung der Gewinn- und Verlustrechnung vom Gesamtkosten- auf das Umsatzkostenverfahren umgestellt und somit an das interne Steuerungssystem von HUGO BOSS angepasst. In den Umsatzkosten werden alle Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen erfasst. Die Zuordnung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge wurde nach Funktionsbereichen vorgenommen. Die Angaben für den Vergleichszeitraum des Vorjahres wurden entsprechend angepasst.

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (in Mio. EUR)

	2009	2008	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.561,9	1.686,1	-7
Umsatzkosten	-677,9	-742,4	9
Direkte Vertriebskosten	-33,9	-36,9	8
Rohertrag	850,1	906,8	-6
in % vom Umsatz	54,4	53,8	
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-487,9	-518,4	6
Verwaltungsaufwendungen und sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge	-203,8	-197,6	-3
EBIT	158,4	190,8	-17
Nettofinanzergebnis ¹	-21,8	-42,4	49
Ergebnis vor Ertragsteuern	136,6	148,4	-8
Ertragsteuern	-32,6	-36,4	10
Konzernergebnis			
absolut	104,0	112,0	-7
je Aktie (EUR)²			
Stammaktie	1,50	1,62	-7
Vorzugsaktie	1,51	1,63	-7

¹ Der Vorjahreswert wurde angepasst. Siehe auch die begleitenden Erläuterungen zum Konzernabschluss.

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

Der **Konzernumsatz** sank im Geschäftsjahr 2009 währungsbereinigt um 8 % und um 7 % in Konzernwährung auf 1.562 Mio. EUR (2008: 1.686 Mio. EUR).

Der **Rohertrag** verminderte sich um 6 % auf 850 Mio. EUR (2008: 907 Mio. EUR). Hingegen konnte die **Rohertragsmarge** um 0,6 Prozentpunkte auf 54,4 % gesteigert werden (2008: 53,8 %). Diese Entwicklung ist insbesondere auf den steigenden Anteil des Umsatzes aus dem konzerneigenen Einzelhandel zurückzuführen. Darüber hinaus trug die fortgeführte Optimierung der weltweiten Warenproduktion und -beschaffung zur Margenverbesserung bei. Diese Effekte haben die erhöhten Abwertungen auf das Vorratsvermögen sowie die negativen Wechselkurseffekte bei eingekauften oder hergestellten Waren aus Asien überkompensiert.

Die **Vertriebs- und Marketingaufwendungen** lagen in 2009 mit 488 Mio. EUR rund 6 % unter dem Wert des Vorjahres (2008: 518 Mio. EUR). In nahezu allen vertriebs- und marketingrelevanten Bereichen konnten weitere Einsparungen erzielt werden. So verminderten sich insbesondere die Logistikaufwendungen um 9 Mio. EUR. Trotz des weiteren Ausbaus des eigenen Einzelhandels konnten auch die Marketing- und Einzelhandelsaufwendungen um netto 27 Mio. EUR reduziert werden. Darin enthalten

sind zusätzliche Aufwendungen für netto 34 neue Standorte, die im Rahmen der weltweiten Expansion dieses Geschäftsfelds in 2009 eröffnet wurden. Diesen Einsparungen stehen Erhöhungen der Wertberichtigungen auf Forderungen sowie Forderungsausfälle von 6 Mio. EUR gegenüber. Ein erhöhtes Ausfallrisiko besteht insbesondere bei Großhandelskunden in Osteuropa und Frankreich. Des Weiteren wurden Erträge für die Weiterberechnung von Marketingaufwendungen und sonstigen Kosten und Leistungen in Höhe von 29 Mio. EUR (2008: 50 Mio. EUR) saldiert.

Die **Verwaltungsaufwendungen und der Saldo aus sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträgen** lagen 2009 mit 204 Mio. EUR rund 3 % über dem Wert des Vorjahres (2008: 198 Mio. EUR). Ursächlich hierfür ist ausschließlich der Anstieg der im Rahmen der strukturellen Neuausrichtung entstandenen Einmalaufwendungen um 12 Mio. EUR auf insgesamt 48 Mio. EUR (2008: 36 Mio. EUR). Hingegen konnten in den laufenden Verwaltungsaufwendungen und Forschungs- und Entwicklungskosten im Vergleich zum Vorjahr Einsparungen in Höhe von rund 5 Mio. EUR realisiert werden. Insgesamt konnte somit durch die implementierten Maßnahmen zur Optimierung der Kostenstruktur ein positiver Ergebnisbeitrag geleistet werden. In diesen Posten sind Erträge für die Weiterberechnung von sonstigen Kosten und Leistungen sowie Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen in Höhe von insgesamt 19 Mio. EUR (2008: 23 Mio. EUR) enthalten.

Als **Sondereffekte** definiert HUGO BOSS im Wesentlichen Aufwendungen im Zusammenhang mit der strategischen Neuausrichtung des Konzerns und der damit zusammenhängenden Reorganisation des konzerneigenen Einzelhandels, der weltweiten Konsolidierung der Produktionsstätten und der Showroomflächen. Die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthaltenen EBIT-relevanten Sondereffekte beliefen sich nach Ablauf des Geschäftsjahres 2009 auf insgesamt 48 Mio. EUR (2008: 36 Mio. EUR) und verteilen sich wie folgt auf die Geschäftssegmente:

in Mio. EUR	2009	2008
Europa ¹	18,3	3,2
Amerika	9,6	0,7
Asien/Pazifik	5,6	0,5
Lizenzen	0,4	0,0
Corporate Center ²	14,0	32,0
HUGO BOSS Konzern	47,9	36,4

¹ Inkl. Naher Osten und Afrika.

² Zusammenfassung unternehmensweiter Zentralfunktionen.

Ursächlich hierfür waren neben der Schließung von 45 unprofitablen konzerneigenen Einzelhandelsgeschäften (DOS), speziell in den Märkten Spanien, Japan und Italien, auch die weltweite Konsolidierung der Showroomflächen und die in der ersten Jahreshälfte 2010 geplante Schließung des

11 – EBITDA VOR SONDEREFFEKTEN

270

Mio. EUR

Produktionsstandorts in Cleveland, USA. Insbesondere die in den Einzelmärkten Spanien und USA ergriffenen Maßnahmen dienen der nachhaltig profitablen Ausrichtung dieser schwierigen Märkte. Sondereffekte im Segment „Corporate Center“ ergaben sich im Wesentlichen aus dem Abbau von Doppelfunktionen in der Konzernstruktur.

Die interne Steuerungsgröße **EBITDA vor Sondereffekten** verminderte sich um 6 % auf 270 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahreswert (2008: 288 Mio. EUR). Die bereinigte EBITDA-Marge stieg im Vergleich zur Vorjahresperiode leicht auf 17,3 % (2008: 17,1 %) und spiegelt die erfolgreiche Umsetzung der frühzeitig ergriffenen Struktur- und Effizienzmaßnahmen wider.

in Mio. EUR	2009	2008
EBITDA	227,5	251,8
EBITDA-relevante Sondereffekte	42,7	36,4
EBITDA vor Sondereffekten	270,2	288,2

Das **Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit (EBIT)** ist von 191 Mio. EUR im Jahr 2008 auf 158 Mio. EUR im Geschäftsjahr 2009 gesunken. Bereinigt um Sondereffekte betrug das EBIT im Geschäftsjahr 2009 206 Mio. EUR und lag damit 9 % unter dem Wert des Vorjahres (2008: 227 Mio. EUR).

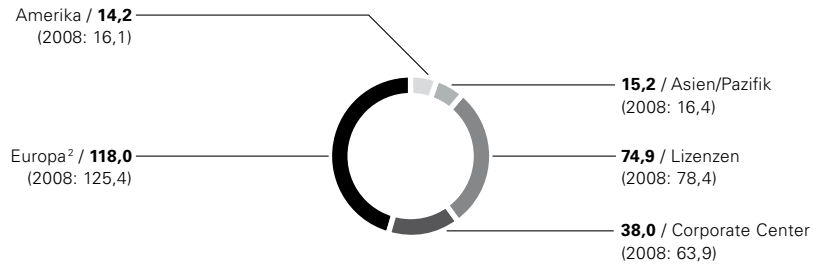
in Mio. EUR	2009	2008
EBIT	158,4	190,8
EBIT-relevante Sondereffekte	47,9	36,4
EBIT vor Sondereffekten	206,3	227,2

Das **Nettofinanzergebnis** wies zum Jahresende einen Wert von –22 Mio. EUR (2008: –42 Mio. EUR) aus. Dabei lag das Zinsergebnis mit –22 Mio. EUR um 4 Mio. EUR unter dem Niveau des Vorjahres (2008: –26 Mio. EUR). Insbesondere wirkte sich die verringerte Inanspruchnahme der syndizierten Kreditlinie positiv auf die Zinsbelastung aus. Schließlich wurde das Nettofinanzergebnis zusätzlich durch positive Effekte aus Absicherungsinstrumenten für das „Stock Appreciation Rights Program“ um 3 Mio. EUR entlastet (2008: Belastung in Höhe von 6 Mio. EUR).

Das **Ergebnis vor Steuern** verringerte sich somit auf 137 Mio. EUR (2008: 148 Mio. EUR). Die Steuerquote lag mit 24 % unter dem Wert des Vorjahres (2008: 25 %). Dabei wirkte sich die zunehmende Internationalisierung des HUGO BOSS Geschäfts und der damit einhergehende höhere Gewinnanteil von ausländischen Gesellschaften mit niedrigen Steuersätzen positiv auf den Konzernsteuersatz aus.

12 – ERGEBNIS NACH REGIONEN¹ (in Mio. EUR)

Gesamtergebnis 2009: 270,2 Mio. EUR (2008: 288,2 Mio. EUR)
(Inklusive Konsolidierung in Höhe von 9,9 Mio. EUR) (2008: –12,0 Mio. EUR)



1 Operatives Ergebnis (EBITDA) vor Sondereffekten.

2 Inklusive Naher Osten/Afrika.

Das **Konzernergebnis** lag im abgelaufenen Geschäftsjahr bedingt durch die erwähnten Sondereffekte mit 104 Mio. EUR (2008: 112 Mio. EUR) rund 7 % unter dem Vorjahr. Das **Ergebnis je Stammaktie** reduzierte sich entsprechend im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 1,62 EUR auf 1,50 EUR und das **Ergebnis je Vorzugsaktie** von 1,63 EUR auf 1,51 EUR.

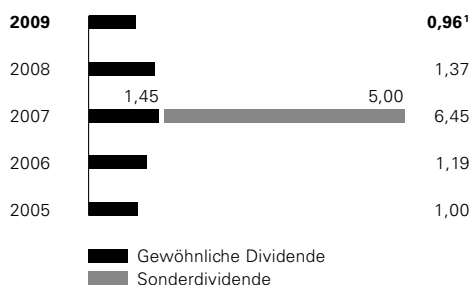
ERGEBNIS NACH REGIONEN

Das Ergebnis nach Regionen entspricht dem Segmentergebnis und damit dem EBITDA vor Sondereffekten der jeweiligen Geschäftseinheiten inklusive dem Ergebnisanteil aus Leistungen mit Einheiten anderer operativer Segmente. Somit ist das Ergebnis je Segment in Verbindung mit dem Gesamtsegmentumsatz zu sehen.

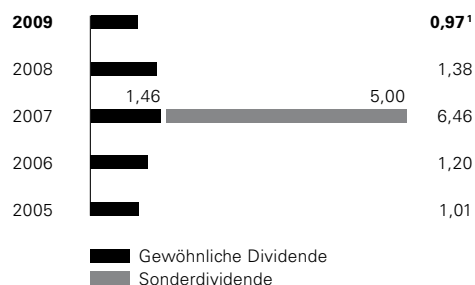
Die weltweiten Vertriebsfunktionen des HUGO BOSS Konzerns sind in den drei Regionen Europa, Amerika, Asien/Pazifik sowie der Lizenzsparte organisiert. Die unternehmensweiten Zentralfunktionen werden unter „Corporate Center“ gebündelt. Die Zuordnung zu den Regionen erfolgt nach dem Sitz der Gesellschaften.

In der **Region Europa** lag das Segmentergebnis bei rückläufigen Umsatzerlösen mit 118 Mio. EUR (2008: 125 Mio. EUR) unter Vorjahresniveau. Die Ursache liegt in den stark gestiegenen Wertberichtigungen auf Forderungen in den Märkten Osteuropas und Frankreichs. Insbesondere in der Region Europa konnten diese zusätzlichen Aufwendungen zur Risikovorsorge jedoch durch die implementierten Maßnahmen zur Optimierung der Kostenstruktur weitgehend kompensiert werden. Dies wirkte sich besonders in der zweiten Jahreshälfte positiv auf die Entwicklung der bereinigten EBITDA-Marge der europäischen Vertriebsgesellschaften aus. Diese Kennzahl konnte im Vergleich zum Vorjahr um 0,6 Prozentpunkte auf 11,3 % gesteigert werden.

Das Segmentergebnis der **Region Amerika** lag bei leicht rückläufigen Umsatzerlösen in lokalen Währungen bei 14 Mio. EUR (2008: 16 Mio. EUR). Ursächlich für den Rückgang waren, neben den erhöhten Wertberichtigungen auf Forderungen, die Aufwendungen für den konzerneigenen Einzelhandel in dieser Region. Diese konnten für die bestehenden Standorte nicht im gleichen Umfang wie die Umsatzerlöse reduziert werden. Eine Kompensation erfolgte jedoch teilweise durch Einsparungen in den laufenden Verwaltungsaufwendungen. Die bereinigte EBITDA-Marge in dieser Region sank in 2009 um 0,7 Prozentpunkte auf insgesamt 4,5 %.

13/1 – DIVIDENDE JE STAMMAKTIE (in EUR)

1 2009: Dividendenvorschlag.

13/2 – DIVIDENDE JE VORZUGSAKTIE (in EUR)

1 2009: Dividendenvorschlag.

Bei rückläufigen Umsatzerlösen in lokalen Währungen lag das Segmentergebnis in der **Region Asien/Pazifik** mit 15 Mio. EUR nur leicht unter dem Vorjahresniveau (2008: 16 Mio. EUR). Dabei wirkten sich auch im asiatisch-pazifischen Raum die Aufwendungen für das Einzelhandelsnetzwerk leicht negativ aus. Bei rückläufigen Umsätzen auf den bestehenden Einzelhandelsflächen, insbesondere in Japan, konnten die Aufwendungen kurzfristig nicht gleichermaßen vermindert werden. Die bereinigte EBITDA-Marge sank somit in dieser Region um 0,9 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr und lag mit 9,2 % nach wie vor auf vergleichsweise hohem Niveau.

Das schwierige Marktumfeld für Modeaccessoires und Düfte führte zu einem Rückgang des Ergebnisses des Segments **Lizenzen** auf 75 Mio. EUR (2008: 78 Mio. EUR). In der Lizenzsparte fallen Aufwendungen für das Lizenzmanagement sowie für die Vermarktung der Produkte im Rahmen der Lizenzumsätze mit verbundenen Unternehmen und externen Partnern an.

Das Ergebnis der unternehmensweiten Zusammenfassung der zentralen Beschaffungs-, Produktions-, Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten sowie sonstiger Zentralfunktionen wird im Segment **Corporate Center** erfasst. Das Segmentergebnis verschlechterte sich in 2009 auf 38 Mio. EUR (2008: 63 Mio. EUR). Die Ergebnisverbesserung aus der Optimierung der weltweiten Beschaffungs- und Produktionsprozesse sowie der positive Ergebnisbeitrag aus dem Abbau vorhandener zentraler Doppelstrukturen wird insbesondere durch den starken Umsatzrückgang sowie erhöhte Abwertungen auf das Vorratsvermögen überkompensiert.

DIVIDENDE UND ERGEBNISVERWENDUNG

Das Geschäftsjahr 2009 der HUGO BOSS AG schloss mit einem Jahresüberschuss von 71,4 Mio. EUR ab (2008: 319,4 Mio. EUR). Der Bilanzgewinn betrug nach Einstellung in die Rücklage für eigene Anteile, Gewinnvortrag aus dem Vorjahr und Entnahme aus den Gewinnrücklagen 67,9 Mio. EUR. Vor dem Hintergrund einer **ertragsorientierten Ausschüttungspolitik** werden Aufsichtsrat und Vorstand der Hauptversammlung vorschlagen, **eine Dividende von 0,96 EUR je Stammaktie und 0,97 EUR je Vorzugsaktie** für das Geschäftsjahr 2009 auszuschütten. Dies entspricht einem Betrag von 66,6 Mio. EUR (2008: 94,9 Mio. EUR). Des Weiteren wird der Hauptversammlung vorgeschlagen, den auf eigene Anteile entfallenden Dividendenbetrag in Höhe von 1,3 Mio. EUR auf neue Rechnung vorzutragen.

DIVIDENDE —

Die Entwicklung der Dividende je Stammaktie und der Dividende je Vorzugsaktie sind den Grafiken 13/1 und 13/2 zu entnehmen.

VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

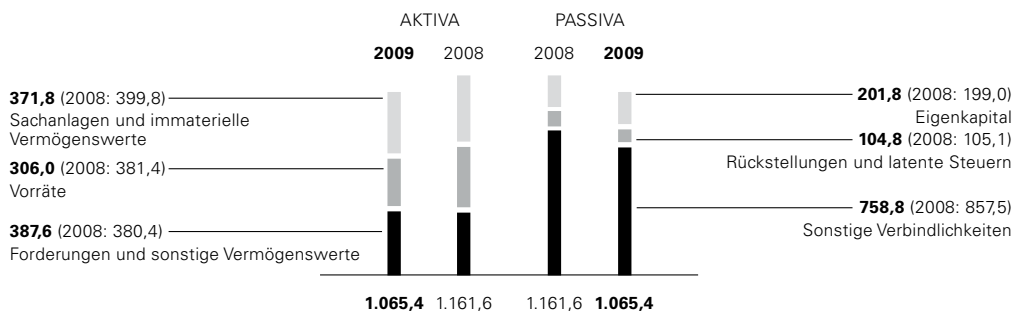
BILANZSTRUKTUR UND BILANZKENNZAHLEN

Die **Bilanzsumme** sank zum Ende des Jahres 2009 um 8 % auf 1.065 Mio. EUR (31. Dezember 2008: 1.162 Mio. EUR). Die Eigenkapitalquote erhöhte sich im Vorjahresvergleich auf 19 % (31. Dezember 2008: 17 %).

BILANZSTRUKTUR

Der **Anteil der langfristigen Aktiva** erhöhte sich leicht von 40 % im Vorjahr auf 41 % zum 31. Dezember 2009. Der **Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte** verringerte sich geringfügig auf 59 % (31. Dezember 2008: 60 %).

14 – BILANZSTRUKTUR (in Mio. EUR)



— **FINANZMANAGEMENT**
Ergänzende Informationen zum Finanzmanagement sind auf S. 115 ff. zu finden.

Die Passivseite spiegelt die veränderte Kapitalstruktur nach Aufnahme eines syndizierten Kredits und Auszahlung der Sonderdividende im Jahr 2008 wider. HUGO BOSS hat unter anderem zur Finanzierung der Sonderdividende eine Konsortialkreditlinie in Höhe von 750 Mio. EUR vereinbart, welche sich aus einer festen und einer revolvingen Kreditlinie mit einer Laufzeit von fünf Jahren zusammensetzt. Damit wurden rechtzeitig vor der Finanzmarktkrise ausreichend finanzielle Mittel zu attraktiven Konditionen gesichert. In 2009 konnten die in Anspruch genommenen Finanzmittel der revolvingen Kreditlinie in Höhe von 110 Mio. EUR vollständig zurückgeführt werden. Diese positive Entwicklung schlägt sich auch in der Verminderung der langfristigen Finanzverbindlichkeiten nieder.

VERMÖGENSLAGE

Die **Nettofinanzposition** verbesserte sich aufgrund der positiven Entwicklung des operativen Cashflows zum 31. Dezember 2009 um 204 Mio. EUR auf 379 Mio. EUR (31. Dezember 2008: 583 Mio. EUR). Diese Position enthält die Summe aller Finanzverbindlichkeiten abzüglich der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente.

Ebenso verbesserte sich das **kurzfristige Nettovermögen (Net Working Capital)** deutlich. Im Vergleich zum Vorjahr konnte dies um 169 Mio. EUR auf 223 Mio. EUR gesenkt werden (31. Dezember 2008: 392 Mio. EUR). Gezielt initiierte und konsequent nachgehaltene Maßnahmen zur Verminderung des kurzfristigen Nettovermögens führten zu dieser positiven Entwicklung und werden im Folgenden näher erläutert.

FINANZBEDARFSRECHNUNG (in Mio. EUR)

	2009	2008	Veränderung in %
Forderungen, sonstige Vermögenswerte ¹	210,3	292,7	-28
Vorräte	306,0	381,4	-20
Waren- und sonstige Verbindlichkeiten ¹	-237,5	-222,9	-7
Kurzfristige Rückstellungen	-55,8	-59,3	6
Kurzfristiges Nettovermögen²	223,0	391,9	-43
Anlagevermögen	371,8	399,8	-7
Sonstige übrige Vermögenswerte	18,1	19,5	-7
Langfristige Rückstellungen	-32,5	-27,9	-17
Sonstige langfristige Schulden	-28,1	-26,7	-5
Saldo latente Steuern	28,6	25,7	11
Mittel- und langfristiges Nettovermögen	357,9	390,4	-8
Nettovermögen	580,9	782,3	-26
Nettofinanzposition ³	379,1	583,3	-35
Eigenkapital	201,8	199,0	1
Deckung des Nettovermögens	580,9	782,3	-26

1 Restlaufzeit bis zu 1 Jahr.

2 Net Working Capital.

3 Ohne negative Marktwerte aus Finanzinstrumenten.

Die **Forderungen und sonstigen Vermögenswerte** lagen mit 210 Mio. EUR (31. Dezember 2008: 293 Mio. EUR) rund 28 % unter dem Vorjahr. Im Vergleich zum Vorjahr sanken die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen überproportional um 30 %. Ursächlich hierfür war neben dem Umsatzrückgang im Großhandelskanal insbesondere das konsequente Forderungsmanagement. Trotz der herausfordernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen konnten die überfälligen Außenstände sowie die durchschnittliche Umschlagsdauer der Forderungen nahezu auf Vorjahresniveau gehalten werden.

Zusätzlich sanken die **Vorräte** im Vergleich zum Vorjahr um 20 %. Die Position lag zum Ende des Geschäftsjahres bei 306 Mio. (31. Dezember 2008: 381 Mio. EUR). Die allgemeine Erhöhung des Vorratsvermögens aus dem fortgesetzten Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels konnte durch

350

Mio. EUR

die Initiativen zur Optimierung des Bestandsmanagements überkompensiert werden. Insbesondere ein an die aktuelle Geschäftsentwicklung angepasster Rohwareneinkauf sowie für das Großhandelsgeschäft bereitgehaltene Lagerbestände wirkten sich positiv auf die Bestandsentwicklung aus. Damit konnten die Maßnahmen zur Optimierung des Bestandsmanagements im abgelaufenen Geschäftsjahr erste Erfolge verzeichnen und die Kapitalbindung gesenkt werden. Auch in kommenden Geschäftsjahren wird das Bestandsmanagement weiterhin im Fokus stehen.

Die **kurzfristigen Waren- und sonstigen Verbindlichkeiten** erhöhten sich aufgrund erfolgreicher Verhandlungen längerer Zahlungsziele um rund 7 % auf 238 Mio. EUR (31. Dezember 2008: 223 Mio. EUR). Die kurzfristigen Rückstellungen verminderten sich hingegen auf 56 Mio. EUR (31. Dezember 2008: 59 Mio. EUR).

Das **mittel- und langfristige Nettovermögen** lag zum Ende des Geschäftsjahres 2009 mit 358 Mio. EUR um 8 % unter dem Wert des Vorjahres (31. Dezember 2008: 390 Mio. EUR). Die wesentliche Position des mittel- und langfristigen Nettovermögens stellt das Anlagevermögen dar. Dieses verminderte sich um 7 % auf 372 Mio. EUR (31. Dezember 2008: 400 Mio. EUR). Der Rückgang des Anlagevermögens ist im Wesentlichen durch das allgemein niedrigere Investitionsvolumen im abgelaufenen Geschäftsjahr sowie durch Schließungen nicht profitabler konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte begründet. Für 2010 ist wieder ein Anstieg des Investitionsvolumens zu erwarten, unter anderem durch die weitere Expansion des konzerneigenen Einzelhandels in China.

— INVESTITIONEN

Die Investitionen des Geschäftsjahres 2009 sind auf S. 117 ff. ausführlich dargestellt.

FINANZLAGE

Die **Darstellung der Cashflow-Rechnung** erfolgt gemäß IAS 7. Der Stand der Zahlungsmittel hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2008 deutlich erhöht. Die einzelnen Effekte werden im Folgenden näher erläutert.

CASHFLOW (in Mio. EUR)

	2009	2008
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	349,5	164,8
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-44,2	-116,8
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-216,5	-47,3
Veränderung der flüssigen Mittel im Laufe des Geschäftsjahres	89,5	0,1

Der **operative Cashflow** lag mit 350 Mio. EUR deutlich über dem Vorjahreswert (2008: 165 Mio. EUR). Das Konzernergebnis ging aufgrund der Sonderaufwendungen auf 104 Mio. EUR zurück (2008: 112 Mio. EUR). Die höheren Abschreibungen sind vor allem auf Sonderabschreibungen aufgrund der Schließung unprofitabler, konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte zurückzuführen. Sie lagen mit

16 – FREE CASHFLOW VOR DIVIDENDENZAHLUNG – 5-JAHRES-VERGLEICH (in Mio. EUR)



69 Mio. EUR rund 13 % über dem Vorjahr (2008: 61 Mio. EUR). Die weiteren Veränderungen in dieser Position ergaben sich aus der Verminderung des kurzfristigen Nettovermögens (Net Working Capital). Dabei führte insbesondere der Rückgang der Vorräte im Vergleich zum Vorjahr zu einer Erhöhung des Cashflows aus betrieblicher Tätigkeit in Höhe von 81 Mio. EUR. Aus den Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen konnten Zahlungsmittelzuflüsse von 77 Mio. EUR generiert werden. Durch die währungsbereinigte Darstellung im Cashflow lassen sich diese Werte nicht aus der Bilanz ableiten.

Aufgrund der rückläufigen Investitionen und der gestiegenen Erlöse aus dem Anlagevermögen beläuft sich der **Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit** lediglich auf 44 Mio. EUR. Eine detaillierte Darstellung der Investitionen ist im Kapitel „Investitionen“ zu finden.

Im Geschäftsjahr 2009 war der **Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit** in Höhe von 217 Mio. EUR (2008: 47 Mio. EUR) im Wesentlichen geprägt durch die Auszahlung der Dividende für das Geschäftsjahr 2008 und die Rückführung der in Anspruch genommenen revolving Kreditlinie in Höhe von 110 Mio. EUR des Konsortialkredits.

Der **Finanzmittelbestand** erhöhte sich daher zum 31. Dezember 2009 auf 114 Mio. EUR (2008: 25 Mio. EUR).

FINANZ- UND KAPITALMANAGEMENT

Grundsätze des Finanzmanagements

Zu den übergeordneten Zielen des Finanzmanagements des HUGO BOSS Konzerns gehört es, die Liquidität zu sichern und konzernweit effizient zu steuern, die Finanzkraft des Konzerns zu steigern sowie die finanziellen Risiken auch unter Einsatz von Finanzinstrumenten zu reduzieren. Das wichtigste Ziel des Finanzmanagements von HUGO BOSS ist es hierbei, jederzeit ausreichende Liquiditätsreserven für branchenbedingte saisonale Schwankungen und für das weitere Unternehmenswachstum zur Verfügung stellen zu können.

Die wichtigste Liquiditätsquelle des Konzerns stellt dabei die operative Geschäftstätigkeit der einzelnen Konzerngesellschaften und die daraus resultierenden Zahlungseingänge dar. Mithilfe der Cash-Management-Systeme werden die Liquiditätsüberschüsse einzelner Konzernunternehmen genutzt, um den Finanzbedarf anderer zu decken (Cash-Pooling). Durch diesen konzerninternen Finanzausgleich wird sowohl eine optimale Zuteilung der flüssigen Finanzmittel sichergestellt als auch eine Reduzierung des Fremdfinanzierungsvolumens des HUGO BOSS Konzerns erreicht. Vorteil dieses Vorgehens ist die Reduktion kostenpflichtiger Bankumsätze sowie ein niedriger Fremdfinanzierungsbedarf, was positive Auswirkungen auf das Zinsergebnis hat.

FREE CASHFLOW —
Grafik 16 zeigt eine Mehrjahresübersicht des Free Cashflows vor Dividendenzahlung.

LIQUIDITÄTSRISIKO —
Ausführliche Informationen zu den Liquiditätsrisiken sind im Risikobericht unter „Finanzierungs- und Liquiditätsrisiken“ zu finden.

Die Aufgabe der **konzernweiten Liquiditätssteuerung und die Überwachung der finanziellen Risiken** werden zentral gebündelt und durch die Treasury-Abteilung der HUGO BOSS AG wahrgenommen. Das weltweite Finanzmanagement wird somit zentral für alle Konzerngesellschaften im Rahmen der konzerneinheitlichen Grundsätze und Richtlinien ausgeführt. Auf Ebene der Tochtergesellschaften sind die Finance Manager verantwortlich für die Einhaltung der Treasury-Grundsätze. Ein **zentrales Finanzberichtssystem** stellt dabei allen zum HUGO BOSS Konzern gehörenden Gesellschaften Informationen über den täglichen Finanzstatus und über die zu erwartenden Zahlungsströme der folgenden zwölf Monate zur Verfügung. Grundlage für die Liquiditätssicherung ist eine dreijährige Finanzplanung sowie eine ergänzende monatliche Liquiditätsplanung für den gesamten Konzern.

Das externe Finanzierungsvolumen des HUGO BOSS Konzerns wird im Wesentlichen über die HUGO BOSS International B.V. aufgenommen. Nur in Einzelfällen nehmen die HUGO BOSS Gesellschaften Fremdkapital direkt auf, etwa wenn die Nutzung lokaler Kredit- und Kapitalmärkte wirtschaftlich vorteilhaft ist. 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 Patronatserklärungen ab.

Die interne Revision stellt in regelmäßigen Abständen sicher, dass die Transaktionen der einzelnen Gesellschaften mit den Treasury-Grundsätzen des Konzerns übereinstimmen.

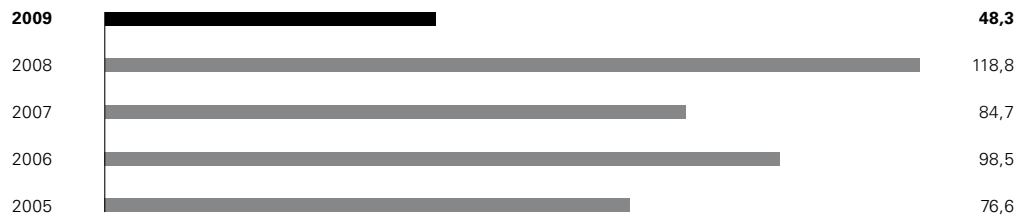
Finanzielle Flexibilität

Bei der Auswahl der Finanzierungsinstrumente werden Marktkapazität, Finanzierungskosten, Investorendiversifikation, Flexibilität, Kreditauflagen und Fälligkeiten berücksichtigt.

Die langfristige Flexibilität des Konzerns wurde bereits im Geschäftsjahr 2008 durch einen **Konsortialkredit in Höhe von 750 Mio. EUR** mit einer Laufzeit von fünf Jahren sichergestellt. Dieser besteht aus einer festen Tranche in Höhe von 450 Mio. EUR und einer revolvingierenden Tranche von 300 Mio. EUR. Zum Bilanzstichtag wurde nur die feste Tranche in Höhe von 450 Mio. EUR in Anspruch genommen. 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 sowie der Commerzbank AG angeführt. Der Vertrag des syndizierten Kredits enthält marktübliche Vereinbarungen zur Einhaltung bestimmter Kennzahlen (Covenants). Diese Kennzahlen beinhalten neben dem Mindest-Eigenkapital einen Zinsdeckungsgrad sowie eine Kennziffer über die Finanzierungsstärke, also das Verhältnis von Nettoverschuldung zu operativem Gewinn (EBITDA vor Sondereffekten) vor SAR-Aufwendungen. Zum 31. Dezember 2009 hat HUGO BOSS wie in den vorangegangenen Quartalen alle vertraglich verpflichtenden Kennzahlen eingehalten.

— FINANZINSTRUMENTE

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

17 – INVESTITIONEN – 5-JAHRES-VERGLEICH (in Mio. EUR)

Zur weiteren Liquiditätssicherung verfügt der Konzern zum Bilanzstichtag über **bilaterale Kreditlinien** im Gesamtvolumen von rund 80 Mio. EUR, von denen zum 31. Dezember 2009 48 Mio. EUR beansprucht wurden. Neben den ungenutzten Kreditlinien in Höhe von 331 Mio. EUR verfügt der Konzern zum Bilanzstichtag über 114 Mio. EUR liquide Mittel, davon sind rund 70 Mio. EUR auf einem Tagesgeldkonto mit täglicher Verfügbarkeit und monatlicher Zinsfestschreibung angelegt.

Ergänzt wird die Finanzierung durch **außerbilanzielle Operating-Leasing-Verträge** für Logistik- und Verwaltungsimmobilien sowie eigene Einzelhandelsstandorte.

Grundsätze des Kapitalmanagements

Vorrangiges Ziel des Kapitalmanagements des Konzerns ist die Unterstützung der Konzerngeschäftstätigkeit, die Maximierung des Shareholder Values sowie eine solide Kapitalstruktur.

Der Konzern steuert seine Kapitalstruktur und nimmt Anpassungen vor unter Berücksichtigung des Wandels der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Zur Aufrechterhaltung oder Anpassung der Kapitalstruktur kann der Konzern Anpassungen der Dividendenzahlungen an die Anteilseigner oder eine Kapitalrückzahlung an die Anteilseigner vornehmen oder neue Anteile ausgeben.

Zum 31. Dezember 2009 bzw. 31. Dezember 2008 wurden keine Änderungen der Ziele, Richtlinien und Verfahren vorgenommen.

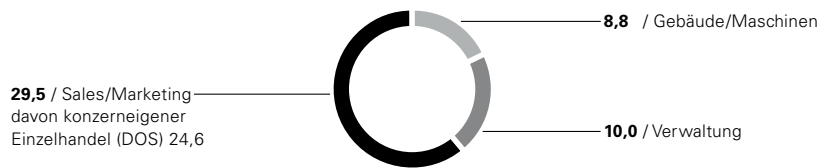
Der Konzern überwacht sein Kapital mithilfe der oben genannten Kennziffer über die Finanzierungsstärke. Gemäß der konzerninternen Vorgaben ist diese Kennzahl unter 2,75 zu halten.

INVESTITIONEN

Das Investitionsvolumen im HUGO BOSS Konzern lag im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich unter dem Vorjahr. Waren die Vorjahre durch hohe Investitionen in die Logistikinfrastruktur gekennzeichnet, so lag der Fokus im Jahr 2009 auf dem Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels. Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände lagen mit 48 Mio. EUR rund 60 % unter dem Vorjahresniveau (2008: 119 Mio. EUR) .

FINANZIELLE RISIKEN —
Weitere Informationen zu den finanziellen Risiken sind im Risikobericht auf der Seite 128 aufgelistet.

INVESTITIONEN —
Grafik 17 zeigt einen 5-Jahres-Überblick der Investitionen.

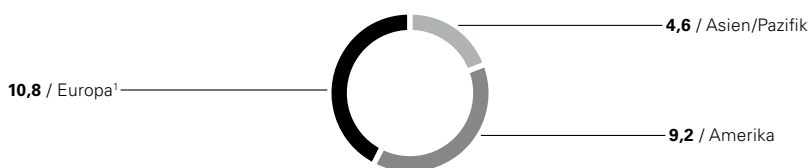


Im **Mittelpunkt der Neuinvestitionen stand in 2009 insbesondere die weltweite Expansion des unternehmenseigenen Einzelhandelsnetzwerks**. Für den Ausbau dieses Vertriebskanals wurden Investitionsausgaben von rund 22 Mio. EUR (2008: 27 Mio. EUR) getätigt. Die Anzahl der Einzelhandelsstandorte stieg demnach im abgelaufenen Geschäftsjahr um netto 34 auf 364. Zusätzlich zu den Aufwendungen für neue Geschäfte entfielen 2 Mio. EUR (2008: 7 Mio. EUR) in die Modernisierung und Renovierung bestehender Standorte. Daneben wurden rund 6 Mio. EUR (2008: 18 Mio. EUR) in die Eröffnung bzw. die Erweiterung bestehender Showrooms und Outlets sowie für eine Vielzahl von kleineren Einzelhandels-Projekten investiert.

Den zweitgrößten Posten der Investitionen stellt mit einem Gesamtvolumen von 9 Mio. EUR (2008 30 Mio. EUR) **der Ausbau der Logistikinfrastruktur und Lagerkapazitäten** dar. Im Mai des abgelaufenen Geschäftsjahres wurde am Standort der Zentrale in Metzingen Europas modernstes Distributionszentrum für Hängeware in Betrieb genommen. In diesem Zusammenhang fielen weitere Investitionsaufwendungen von rund 5 Mio. EUR an. Weltweit wurden weitere kleinere Projekte zur Ausweitung der Logistikkapazitäten mit einem Volumen von 4 Mio. EUR abgewickelt. Die getätigten Investitionen zum Ausbau der Logistikinfrastruktur unterstützen die gestiegene internationale Geschäftstätigkeit von HUGO BOSS. Das im Rahmen des Projekts „Columbus“ eingeführte neue Logistiksystem mit zentralen Standorten ermöglicht es HUGO BOSS, die weltweiten Warenflüsse zu optimieren. Auch die zeitgerechte Belieferung der Verkaufspunkte mit Waren aus dem an Bedeutung zunehmenden Lagergeschäft, die Ausstattung der konzerneigenen Geschäfte mit monatlich aktueller themenorientierter Ware sowie deren flächenoptimierte Belieferung kann somit einfacher und effizienter abgewickelt werden.

Das im Geschäftsjahr 2003 begonnene IT-Projekt „Columbus“ hat zu einer Neuanschaffung der Software für die gesamte Unternehmenssteuerung geführt. Betroffen waren die Einkaufs-, Produktionssteuerungs-, Logistik-, Vertriebs- und Finanzsysteme des HUGO BOSS Konzerns (weltweit). Im Geschäftsjahr 2009 wurden für weitere Folgeprojekte, wie beispielsweise die Anbindung zusätzlicher unternehmenseigener Einzelhandelsgeschäfte an die konzernweit eingesetzte Software SAP Retail, 7 Mio. EUR in **Software** investiert (2008: 17 Mio. EUR). Diverse sonstige Investitionsvorhaben, wie die Einrichtung von Verwaltungsgebäuden sowie die Erneuerung von Geschäftsausstattungen, summierten sich auf etwa 3 Mio. EUR (2008: 6 Mio. EUR).

19 – DOS INVESTITIONEN NACH REGIONEN (in Mio. EUR)



¹ Inklusiv Naheer Osten/Afrika.

DOS Investitionen nach Regionen

Durch die strategische Neuausrichtung des Konzerns und die klare Entscheidung für den **Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels** wurde in den **europäischen Ländern** weiterhin in gezielte Neueröffnungen und die konsequente Erweiterung des Einzelhandelsnetzwerks investiert. Die Investitionsausgaben in Höhe von rund 11 Mio. EUR entfielen auf 38 Eröffnungen von mehrheitlich Shop-in-Shop-Einheiten sowie die Modernisierung und Renovierung bestehender Standorte. Zum 31. Dezember belief sich die Anzahl der konzerneigenen Shops und Stores in Europa insgesamt auf 189 (2008: 184).

Das Investitionsvolumen in der **Region Asien/Pazifik** belief sich in diesem Vertriebskanal auf 5 Mio. EUR. Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnten somit im asiatisch-pazifischen Raum 27 neue Standorte hinzugewonnen werden, davon 17 attraktive Standorte in der Volksrepublik China. Somit verfügt das HUGO BOSS Einzelhandelsnetzwerk nach Ablauf des Geschäftsjahres 2009 insgesamt über 100 eigene Geschäfte (2008: 80) in dieser Region. Durch weitere gezielte Neueröffnungen sollen in dieser wichtigen Wachstumsregion in den nächsten Jahren zahlreiche neue Standorte hinzukommen.

Auch der Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels auf dem **amerikanischen Kontinent** wurde in 2009 durch 14 Neueröffnungen und Investitionen in Höhe von insgesamt 9 Mio. EUR forciert. Insbesondere in den USA konnten durch gezielte Storeübernahmen von Franchisenehmern attraktive Standorte, wie beispielsweise im Luxushotel „Caesars Palace“ in Las Vegas, dem DOS-Portfolio hinzugefügt werden. Die Präsenz auf dem amerikanischen Kontinent wurde in 2009 auf insgesamt 75 Geschäfte (2008: 66) ausgebaut.

Die kumulierten Abschreibungen auf das Anlagevermögen unter Berücksichtigung von aktivierten Eigenleistungen betragen 387 Mio. EUR (2008: 343 Mio. EUR).

Die bestehenden Verpflichtungen aus begonnenen Investitionsvorhaben sind im Konzernanhang unter „Sonstige finanzielle Verpflichtungen“ aufgeführt und beliefen sich zum 31. Dezember 2009 auf 3 Mio. EUR (31. Dezember 2008: 8 Mio. EUR).

WEITERE ERFOLGSFAKTOREN

Der wirtschaftliche Erfolg des HUGO BOSS Konzerns ist nicht allein auf erstklassige Produkte, eingespielte Beschaffungs- und Produktionsprozesse sowie eine effizient geführte Organisation zurückzuführen, sondern erklärt sich auch durch Erfolgsfaktoren, die sich nicht mit finanziellen Kennzahlen messen lassen. Hierzu zählen hoch qualifizierte und motivierte Mitarbeiter, die Offenheit für innovative Lösungen entlang der Wertschöpfungskette, ein konstruktiver Dialog mit Kunden sowie das stete Bewusstsein des Konzerns um seine gesellschaftliche Verantwortung und die Bedeutung ökologisch wie sozial nachhaltiger Konzepte.

MITARBEITER

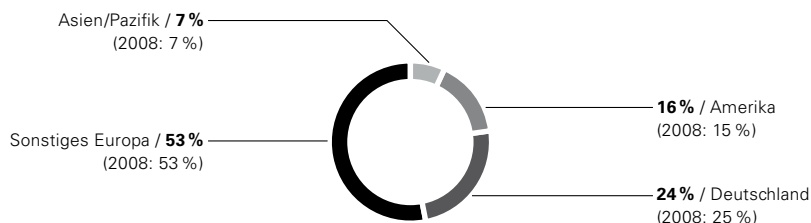
Im ersten Quartal 2009 wurde eine Neuorganisation der Konzernstruktur umgesetzt, um das internationale Wachstum präziser zu steuern und Entscheidungsprozesse zu beschleunigen. Zentrale Maßnahmen waren hierbei die Optimierung bestehender Arbeitsprozesse, Erkennung und Nutzung von Synergien sowie eine Verschlankung der Personalstruktur.

Die **Neuorganisation** war erforderlich, damit HUGO BOSS auch zukünftig effizient wirtschaften, die erreichte Marktposition halten und diese weiter ausbauen kann. Dadurch kann HUGO BOSS sich erfolgreich gegenüber dem internationalen Wettbewerb durchsetzen und weiterhin langfristige Perspektiven bieten. Die erwähnten Maßnahmen haben sich positiv auf die Kostenstruktur und das Geschäftsergebnis des Unternehmens ausgewirkt, wobei die Bedingungen der Standort- und Beschäftigungsvereinbarung, die im März 2008 zwischen Vorstand und Betriebsrat über fünf Jahre abgeschlossen wurde, durch die Neuorganisation nicht berührt wurden. Betroffen waren ca. 150 Positionen in Deutschland.

Der Personalabbau wurde im Rahmen eines bestehenden Interessenausgleichs und Sozialplans durchgeführt, um die den betroffenen Mitarbeitern entstehenden wirtschaftlichen Nachteile bestmöglich auszugleichen. Den freigesetzten Mitarbeitern wurde Unterstützung bei der beruflichen Neuorientierung (sogenanntes Outplacement) angeboten, das von ca. 50 % der Betroffenen angenommen wurde. Das Feedback der Maßnahme war sehr positiv und viele der teilnehmenden Mitarbeiter haben durch die externe Unterstützung schneller – teilweise schon vor Abschluss des Outplacementprozesses – einen neuen Arbeitsplatz gefunden.

Aufgrund der zurückgehenden Umsatzentwicklung der HUGO BOSS AG im ersten Quartal 2009 wurde das Arbeitszeitmodell entsprechend angepasst. Vor diesem Hintergrund wurde zum 1. April 2009 mit dem Betriebsrat eine Betriebsvereinbarung über eine außerordentliche Reduzierung der Arbeitszeit beschlossen, die alle bisherigen Arbeitszeitregelungen bis zum 30. September 2011 vorübergehend außer Kraft gesetzt hat.

20 – MITARBEITER NACH REGIONEN



Das Ziel für die Mitarbeiter war es, entsprechend ihrem jeweiligen Beschäftigungsgrad die Arbeitszeit um 20 % zu reduzieren und bis zum 31. Dezember 2009 ein Arbeitszeitsaldo von maximal 200 Minusstunden aufzubauen. Mithilfe dieser Maßnahme konnte Kurzarbeit, einhergehend mit Gehaltseinbußen auf Seiten der Mitarbeiter, erfolgreich vermieden werden.

Um die Mitarbeiter bei den großen Veränderungen zu begleiten, wurde in 2009 der **Trainingsfokus** auf die Verbesserung der Führungsqualität gelegt. Die Führungskräfte erweiterten ihre Kenntnisse zur Teamentwicklung und -führung, Steigerung der Leistungsfähigkeit des Teams und professionelle Umsetzung von Veränderungen. Insgesamt haben ca. 150 Führungskräfte an Leadership Trainings teilgenommen.

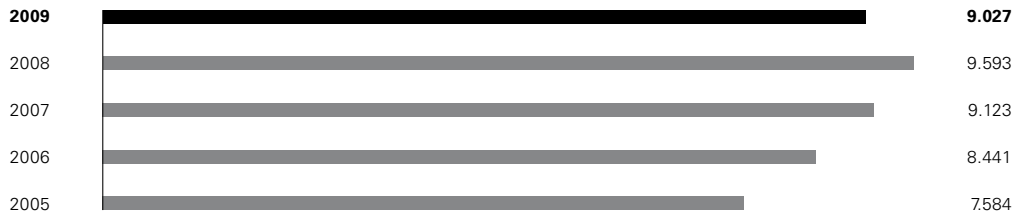
Der Nachwuchs der HUGO BOSS AG ist im Bereich **Talent Supply** organisiert, der die Auszubildenden, Studenten der Dualen Hochschule (DH), Praktikanten und Diplomanden sowie Bachelor- und Masterkandidaten umfasst.

WWW —
www.hugoboss.com/karriere

Im September 2009 haben **25 neue Auszubildende und DH-Studenten** ihre Ausbildung bei der HUGO BOSS AG mit einer gemeinsamen Einführungswoche begonnen. Ausgebildet werden Industriekaufleute, Kaufleute im Einzelhandel, Fachkräfte für Lagerlogistik, Modenäher bzw. -schneider und Textillaboranten. Darüber hinaus bietet HUGO BOSS zusammen mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Stuttgart die DH-Studiengänge Wirtschaftsinformatik, International Business sowie mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Lörrach den DH-Studiengang Spedition, Transport und Logistik an.

Um den Auszubildenden den Start ins Berufsleben zu erleichtern, wird jedem neuen Auszubildenden ein Pate aus einem höheren Ausbildungsjahr an die Seite gestellt. Es gibt über 30 Ausbildungsbeauftragte, die die Betreuung der Auszubildenden in den Fachbereichen übernehmen und den Auszubildenden und DH-Studenten kompetent die praxisrelevanten Ausbildungsinhalte vermitteln. 2009 haben 23 Auszubildende und DH-Studenten erfolgreich ihre Ausbildung abgeschlossen. Davon wurden 14 in ein Arbeitsverhältnis übernommen (Übernahmequote 61 %).

Die HUGO BOSS AG hat in 2009 rund **160 Praktikanten** die Möglichkeit geboten, in fast allen Fachbereichen praktische Erfahrungen zu sammeln. Als „Fair Company“ (eine Initiative von „Junge Karriere“) bietet die HUGO BOSS AG Praktika vornehmlich zur beruflichen Orientierung an und zahlt den Praktikanten eine adäquate Aufwandsentschädigung. Im Anschluss an das Praktikum bietet HUGO BOSS sehr guten Praktikanten die Möglichkeit, das Studium mit einer Abschlussarbeit im Unternehmen abzurunden. In 2009 wurden **25 Abschlussarbeiten** bei HUGO BOSS erstellt. Den Studenten wird so die Möglichkeit gegeben, selbstständig einen praktischen unternehmensrelevanten Sachverhalt zu erörtern und einen großen Beitrag für das Unternehmen zu leisten.



Um die Mitarbeiterkommunikation und so den Mitarbeiterservice kontinuierlich zu verbessern, wurde das bisherige Intranet durch ein Portal auf Basis von SAP abgelöst. Dieses Informationsmedium unterstützt die konzernweite und lokale Kommunikation. Durch Employee Self Services werden die Geschäfts- und Arbeitsprozesse optimiert und unterstützt.

WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde insbesondere mit der Inbetriebnahme von **Europas modernstem Distributionszentrum im Textilbereich** am Standort der Zentrale in Metzingen ein weiterer großer Schritt in Richtung Ausbau und Modernisierung der Lagerinfrastruktur getan. Das Gebäude mit einer Länge von 285 Metern und einer Breite von 100 Metern wurde auf einer Grundfläche von 25.000 m² erstellt. Die Gebäudehöhe von 20 Metern ermöglichte es dabei, einen speziell für hängende Textilien erforderlichen Systemstahlbau über 4 Etagen in der Gebäudehülle zu errichten. Mit diesem Planungsansatz stehen dem Konzern über 110.000 m² Nutzfläche und 37 Kilometer Fördertechnik zur Verfügung.

Das Logistikzentrum ist seit Jahresende 2009 mit Produkten aller HUGO BOSS Marken im Vollbetrieb und verarbeitet an Spitzentagen einen Warenumschlag von über 100.000 hängenden Teilen. Diese Leistungsfähigkeit kann durch zukünftigen Schichtbetrieb noch erheblich gesteigert werden. Auf die erste Phase mit HUGO im Mai 2009 folgten BOSS Black Womenswear, BOSS Orange und BOSS Green im September 2009. Die letzte Phase wurde mit BOSS Black Menswear im Oktober 2009 abgeschlossen. Die bestehenden Standorte Metzingen, Markgröningen und Viernheim wurden im Laufe des Berichtsjahres ebenfalls in drei Phasen in das neue Distributionszentrum integriert.

Neben der hochwertigen Außenfassade ist das Gebäude auf dem rund 22.000 m² großen Flachdach mit einer innovativen Photovoltaik-Anlage ausgestattet, welche zu den größten Dachanlagen in Deutschland zählt. Durch die effiziente Gebäudestruktur wurde die Kostenbelastung pro Quadratmeter Nutzfläche auf einen minimalen Betrag reduziert und somit der HUGO BOSS AG eine kostengünstige Nutzfläche langfristig gesichert.

Das **weltweite Beschaffungsnetzwerk** von HUGO BOSS ermöglicht es dem Konzern, die Materialbeschaffung flexibel zu steuern. Das vergangene Geschäftsjahr war hierbei insbesondere durch eine Konsolidierung des Lieferantennetzwerks und somit eine Stärkung langjähriger Partnerschaften geprägt. So konnte über alle Bereiche der Warenbeschaffung eine Reduzierung des Lieferantennetzwerks um bis zu 40 % erreicht werden.

Die Warenverfügbarkeit, welche die termingerechte und vollständige Lieferung bestellter Waren ermöglicht, hat im Geschäftsjahr 2009 erneut einen hervorragenden Wert von 93 % erreicht.

Durch die kontinuierliche Optimierung der Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette 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 den langfristigen Unternehmenserfolg dar. Überlegungen zur Nachhaltigkeit werden deswegen in alle strategischen Entscheidungen, Investitionen und Entwicklungen des Konzerns einbezogen.

Zwei Bereiche, in denen Nachhaltigkeit bei produzierenden Unternehmen naturgemäß eine besondere Rolle spielt, sind der verantwortungsvolle Umgang mit natürlichen Ressourcen und die Zusammenarbeit mit Lieferanten.

Der **verantwortungsvolle Umgang mit natürlichen Ressourcen** ist in der heutigen Zeit unabdinglich. Daher achtet der Konzern auf den Einsatz von umweltfreundlichen Technologien und die verstärkte Umstellung auf erneuerbare Energien an allen Verwaltungs- und Produktionsstandorten. Darüber hinaus trägt die Bündelung der Transporte auf klimabewussten Transportwegen dazu bei, die CO₂-Bilanz des Unternehmens konstant zu reduzieren.

Bei der **Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten** verfolgt der Konzern die Strategie, Zulieferer zu langfristigen Partnern aufzubauen. Denn nur durch die gemeinsame Weiterentwicklung des Fertigungs-Know-hows und die Verbesserung von Sozial- und Umweltstandards in den Produktionsstätten kann die hohe Qualität erreicht werden, für die HUGO BOSS Produkte weltweit bekannt sind.

Eine weiterführende Stellungnahme zur Nachhaltigkeit ist im Kapitel „Unternehmerische Verantwortung“ zu finden.

INVESTOREN- UND KAPITALMARKTBEZIEHUNGEN

Gute **Kapitalmarkt- und Unternehmenskommunikation** leistet einen Beitrag zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes. So stehen die Investor-Relations-Abteilung und die Unternehmenskommunikation 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 zu Investor und Public Relations sind auf der Seite 74 zu finden.

WWW —
[www.hugoboss.com/
investor-relations](http://www.hugoboss.com/investor-relations)

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 befand.

ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE (in Mio. EUR)

	2009	2008	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.561,9	1.686,1	-7
Rohertrag	850,1	906,8	-6
in % vom Umsatz	54,4	53,8	
EBITDA vor Sondereffekten	270,2	288,2	-6
in % vom Umsatz	17,3	17,1	
EBITDA	227,5	251,8	-10
in % vom Umsatz	14,6	14,9	
EBIT vor Sondereffekten	206,3	227,2	-9
in % vom Umsatz	13,2	13,5	
EBIT	158,4	190,8	-17
in % vom Umsatz	10,1	11,3	
Ergebnis vor Ertragsteuern	136,6	148,4	-8
in % vom Umsatz	8,7	8,8	
Konzernergebnis	104,0	112,0	-7
in % vom Umsatz	6,7	6,6	

FINANZKENNZAHLEN

		2009	2008
Eigenkapitalquote in %	= $\frac{\text{Eigenkapital}}{\text{Gesamtkapital}}$	18,9	17,1
Finanzierungsstärke	= $\frac{\text{Net debt}}{\text{EBITDA vor SE}^1 \text{ und SAR}^2}$	1,4	2,0
Eigenkapitalrentabilität in %	= $\frac{\text{Jahresüberschuss}}{\text{Ø Eigenkapital}^3}$	51,4	33,7
Investitionen (in Mio. EUR)		48,3	118,8
Bilanzsumme (in Mio. EUR)		1.065,4	1.161,6

1 SE = Sondereffekte.

2 SAR = Aufwendungen für das „Stock Appreciation Rights Program“.

3 Durchschnittliches Eigenkapital der Einzelmonate des Geschäftsjahrs 2009.

RISIKOBERICHT

Die Risikopolitik des HUGO BOSS Konzerns verfolgt das Ziel der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes sowie die Erreichung finanzieller und strategischer Unternehmensziele. Durch ein wirksames Risikomanagement wird sichergestellt, dass Risiken frühzeitig erkannt werden und diesen entsprechende Chancen gegenüberstehen. Durch ein adäquates Verhältnis von Chancen und Risiken werden negative Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg so gering wie möglich gehalten. Die Wahrung von Chancen orientiert sich an der mittel- und langfristigen Unternehmensstrategie.

Die Basis eines erfolgreichen Risikomanagements stellen konzerneinheitliche Standards dar. Diese werden für den HUGO BOSS Konzern durch den Vorstand festgelegt und in einem Risikohandbuch mit entsprechenden Risikolimits kommuniziert. Mit einer regelmäßigen Berichterstattung wird sichergestellt, dass Risiken rechtzeitig identifiziert, analysiert und überwacht werden und somit eine umfangreiche Transparenz der Risikosituation in den jeweiligen Unternehmensbereichen geschaffen wird. Darüber hinaus sind alle Mitarbeiter des HUGO BOSS Konzerns zu risikobewusstem Handeln und zur Vermeidung existenzgefährdender Risiken verpflichtet.

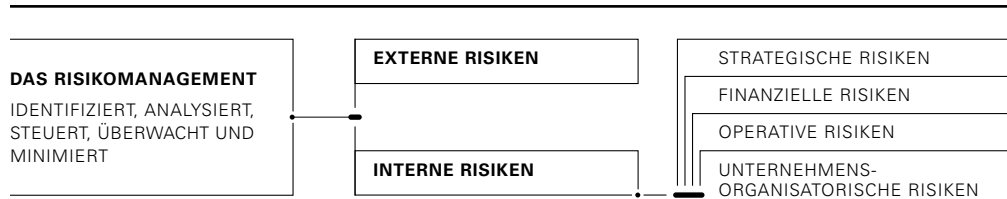
RISIKOMANAGEMENT

Um Risiken und Chancen frühzeitig zu erkennen, diese zu analysieren, zu steuern, zu überwachen und gegebenenfalls mit risikominimierenden Maßnahmen entgegenzuwirken, erfolgt die Koordination des **konzernweiten Risikomanagements zentral** im Bereich „Risiko- und Versicherungsmanagement“ der HUGO BOSS AG. Dieser stellt sicher, dass Risiken und Chancen regelmäßig und unternehmensweit nach einer einheitlichen Methode erfasst werden. Neben der Definition des Risikomanagementprozesses werden auch Grenzwerte festgelegt, welche die Risikotragfähigkeit des HUGO BOSS Konzerns beschreiben und eine Einordnung der Risiken in Kategorien von „gering“ bis „signifikant“ ermöglichen. Vorstand und Aufsichtsrat werden regelmäßig über die Risikolage, die Entwicklung der wichtigsten Risiken sowie neu hinzugekommene Risiken informiert. Die für HUGO BOSS relevanten Risiken lassen sich in externe und interne Risiken gliedern, letztere lassen sich weiterhin in strategische, finanzielle, operative und unternehmensorganisatorische Risiken unterteilen.

Der Umgang mit diesen Risiken erfolgt auf vier Arten: Vermeidung, Verringerung, Übernahme und Übertragung von Risiken. Bestandteil des Risikomanagements ist dementsprechend die **Übertragung von Risiken auf Versicherer**. Finanzielle Folgen versicherbarer Risiken werden damit weitestgehend neutralisiert. Die Risikoquantifizierung und der adäquate Umgang mit Risiken findet dezentral in den jeweiligen Unternehmensbereichen statt, in denen die Risiken anfallen. Je Bereich sind Risikoverantwortliche (Risk Owner) definiert.

CHANCENBERICHT —
Einzelheiten sind im Chancenbericht auf der S. 140f. aufgeführt.

RISIKOMANAGEMENT —
Einen Überblick über das Risikomanagement gibt Grafik 22.



Die Risiken werden abhängig vom Ausmaß, mindestens jedoch einmal im Jahr, auf ihre Aktualität überprüft, gegebenenfalls überarbeitet sowie um neue Risikoaspekte erweitert. Die Risikoquantifizierung erfolgt üblicherweise in zwei Schritten: So werden zunächst Eintrittswahrscheinlichkeiten abgeschätzt und anschließend die potenziellen Auswirkungen der Risiken auf das Unternehmensergebnis quantifiziert. Um ein umfangreiches Bild der Risiken zu erhalten, werden unterschiedliche Risikoszenarien für den besten, mittleren und schlechtesten Fall betrachtet. Damit wird dem potenziell starken Einfluss von Extremszenarien mit zwar geringer Eintrittswahrscheinlichkeit, aber großer Auswirkung Rechnung getragen.

Zusätzlich zu der auf die 12-monatige Planperiode abgestellten Risikoquantifizierung wird auch eine mittelfristige Risikotendenz ermittelt.

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

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

EXTERNE RISIKEN

Die **gesamtwirtschaftlichen Risiken**, denen sich der HUGO BOSS Konzern gegenüber sieht, sind im Zusammenhang der weltweiten Konjunkturlage zu beurteilen. Die Auswirkung der Finanzkrise auf die Realwirtschaft im Verlauf des Jahres 2008 und der damit verbundene Rückgang von Wachstum und Konsum zu Beginn des Jahres 2009 betreffen ebenso die Nachfrage nach Textilgütern und Accessoires des Premium- und Luxusmarktes. Eine Erholung des Marktes auf das Niveau von 2008 ist nicht vor 2011/2012 zu erwarten.

Um die finanziellen Auswirkungen eines Nachfragerückgangs zu kompensieren, wurden bei HUGO BOSS unternehmensweit Gegenmaßnahmen in Form verschiedener Initiativen zur Prozess- und Kostenoptimierung ergriffen, von denen ein Großteil bereits erfolgreich abgeschlossen werden konnte. Ebenso verfolgt HUGO BOSS durch ein klares Markenprofil die Strategie, sich weitere Marktanteile in einem wettbewerbsintensiven Umfeld zu sichern.

Weiterhin wird eine ausgeglichene Verteilung des Umsatzes auf verschiedene Regionen angestrebt, um eine zu starke Abhängigkeit von Einzelmärkten zu vermeiden. Daher wird HUGO BOSS auch weiterhin den Ausbau in profitablen Wachstumsregionen, insbesondere Asien/Pazifik, vorantreiben.

— PROGNOSEBERICHT

Nähere Informationen zur erwarteten wirtschaftlichen Situation sind dem Prognosebericht zu entnehmen.

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 Designteams 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.

Als international agierender Modekonzern ist HUGO BOSS auch einem **Länderrisiko** ausgesetzt. Um dieses so gering wie möglich zu halten, werden HUGO BOSS Produkte überwiegend nur in Ländern mit stabilem ökonomischem sowie politischem Umfeld vertrieben.

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 Schadenpotenzial 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 auf dem **Markenimage** und einer langfristig starken Positionierung der Kernmarke BOSS sowie der Trendmarke HUGO im hochwertigen Premium- und Luxusgütermarkt. Daher hat der Schutz und Erhalt des Markenimages bei HUGO BOSS eine entsprechend hohe Priorität. Dies erfolgt durch strategische Maßnahmen wie eine klar differenzierte Markenpositionierung, die durch gezielte Markenkommunikation mit Marketing-, Event- und Sponsoringmaßnahmen unterstützt wird. Insbesondere der rechtliche Schutz der Marke und die Verfolgung von Produktpiraterie sind wichtiger Bestandteil zur Sicherung des Markenimages. Diesem Risiko 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.

STRATEGIE —

Mehr Informationen zu strategischen Maßnahmen sind im Kapitel „Strategische Ausrichtung“ zu finden.

— **INVESTITIONS-
CONTROLLING**

Ergänzende Informationen zum Investitionscontrolling sind im Kapitel „Unternehmenssteuerung“ zu finden.

Eines der zentralen strategischen Ziele von HUGO BOSS ist wie in den vorangegangenen Geschäftsjahren die Fortführung des Ausbaus des konzerneigenen Einzelhandels. Mit Retailaktivitäten sind **Investitions- und Kostenrisiken** aufgrund von Investitionen in den Geschäftsaufbau, langfristigen Mietverträgen und einer zwangsläufigen Erhöhung der Fixkosten verbunden. Um das Risiko von Fehlinvestitionen und unprofitablen konzerneigenen Einzelhandelsgeschäften so gering wie möglich zu halten, werden Entscheidungen für Neueröffnungen sowie Schließungen zentral in Metzingen, in Absprache mit den zuständigen Regionaldirektoren, getroffen. Die Tochtergesellschaften sind verpflichtet, monatlich die Performance ihrer Retailaktivitäten zu berichten. Dadurch wird gewährleistet, dass frühzeitig eine negative Entwicklung einzelner Stores erkannt werden kann, um rechtzeitig Gegenmaßnahmen, wie etwaige Umstrukturierungen, ergreifen zu können. Ebenso gehen der Eröffnung neuer Standorte stets umfassende Standortprüfungen voraus sowie eine intensive Umsatz- und Entwicklungsplanung zur Risikominimierung.

Gemindert wird das Investitionsrisiko zusätzlich durch ein weltweit einheitliches Store-Konzept der Verkaufspunkte, so dass im Falle einer Geschäftsaufgabe die Einrichtung teilweise andernorts weiter genutzt werden kann.

Finanzielle Risiken

Im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit ist HUGO BOSS als weltweit agierender Konzern Zinsänderungs-, Liquiditäts- und Währungsrisiken sowie Kontrahentenrisiken 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 gezielten 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 Richtlinie regelt die Bankenpolitik inklusive Bankvollmachtregelungen und die Abwicklung des Zahlungsverkehrs, das weltweite Liquiditätsmanagement, das Management von Währungs- und Zinsrisiken sowie Finanzierungsgrundsätze. Absicherungsgeschäfte werden grundsätzlich zentral abgeschlossen. Der Vorstand ist über die bestehenden Sicherungsgeschäfte und wesentlichen Risiken stets umfassend informiert. Um das Risiko für derivative Finanzinstrumente gering zu halten, werden diese erstens nur mit Banken abgeschlossen, welche mindestens über ein „BBB“ oder vergleichbares Langfrist-Rating verfügen, und zweitens zur Reduzierung des Ausfallrisikos auf mehrere Banken verteilt. Eine Bonitätsprüfung der Kontrahenten findet in regelmäßigen Abständen statt. 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.

Finanzierungs- und Liquiditätsrisiken

Das Management des Liquiditätsrisikos zählt zu den zentralen Aufgaben der Treasury-Abteilung der HUGO BOSS AG. Das Liquiditätsrisiko besteht darin, dass aufgrund unzureichender Verfügbarkeit von Zahlungsmitteln bestehenden oder zukünftigen Zahlungsverpflichtungen 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 währungsdifferenzierten Liquiditätsplanung auf Jahresbasis der Finanzbedarf ermittelt und durch Kreditlinien sowie liquide Mittel abgesichert.

Trotz der gegenwärtigen Finanzmarktkrise und ihrer Auswirkung auf die Realwirtschaft haben sich die finanzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den HUGO BOSS Konzern nicht verändert. Die finanzielle Flexibilität wurde bereits vor der Finanzmarktkrise, im Geschäftsjahr 2008, durch den Abschluss einer syndizierten Kreditlinie in Höhe von 750 Mio. EUR mit attraktiven Kreditkonditionen und einer Laufzeit von fünf Jahren gesichert. Die Konsortialfinanzierung beinhaltet Regelungen, sogenannte Covenants, die zur Einhaltung bestimmter Kennzahlen verpflichten. Es handelt sich dabei um marktübliche Kennzahlen, die auf Quartalsbasis überprüft werden. HUGO BOSS hat diese vertraglichen Verpflichtungen zum Stichtag 31. Dezember 2009 eingehalten.

Neben der Konsortialfinanzierung verfügt HUGO BOSS über kurzfristige bilaterale Kreditlinien in Höhe von 80 Mio. EUR, wodurch die Flexibilität erweitert wird. Durch einen konzerninternen Finanzausgleich und durch Cash-Pooling-Verfahren wird das Liquiditäts- sowie Finanzierungsrisiko weiter minimiert.

Neben den Kreditlinien zum 31. Dezember 2009 in Höhe von 830 Mio. EUR verfügt der Konzern zum Bilanzstichtag über 114 Mio. EUR liquide Mittel. Daher schätzt HUGO BOSS die Eintrittswahrscheinlichkeit von Finanzierungs- und Liquiditätsrisiken als sehr niedrig ein.

Zinsänderungsrisiko

Zinsänderungsrisiken bestehen im Wesentlichen bei variabel verzinslichen Finanzierungen. Wesentliche Zinssatzsteigerungen können daher Rentabilität, Liquidität und die Finanzlage des Konzerns beeinträchtigen. Die Finanzverbindlichkeiten des HUGO BOSS Konzerns unterliegen zum überwiegenden Teil einer kurzfristigen Zinsbindung und sind daher einem Zinsänderungsrisiko verstärkt ausgesetzt. Um die Auswirkungen von künftigen Zinsvolatilitäten auf die Finanzierungskosten der Kredite zu minimieren, werden fallweise derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsbegrenzungsvereinbarungen eingesetzt. Von den Finanzverbindlichkeiten sind zum 31. Dezember 2009 rund 314 Mio. EUR durch Swaps gegen einen Zinsanstieg gesichert.

Gemäß den Anforderungen des IFRS 7 wurde die Auswirkung der Veränderungen wichtiger Zinssätze auf Gewinn und Eigenkapital analysiert. In die Analyse wurden Zinsderivate in Höhe von 314 Mio. EUR und variabel verzinsliche Finanzschulden von 463 Mio. EUR (31. Dezember 2009) einbezogen. Die Zinssensitivitätsanalyse nimmt eine Parallelverschiebung der Zinsstrukturkurve um 100 Basispunkte

für alle Währungen an. Bei einem Anstieg des Zinssatzes um 100 Basispunkte am 31. Dezember 2009 wäre das Eigenkapital um 8 Mio. EUR und der Gewinn um 1 Mio. EUR gestiegen. Eine Verringerung des Zinssatzes um 100 Basispunkte am 31. Dezember 2009 hätte einen Rückgang des Eigenkapitals um 8 Mio. EUR zur Folge gehabt. Der Gewinn wäre in diesem Fall um 1 Mio. EUR gesunken.

Währungsrisiko

Aus der globalen Ausrichtung der Geschäftsaktivitäten des Konzerns folgt, dass mit dem operativen Geschäft sowie den Finanztransaktionen **Risiken aus Wechselkursschwankungen** verbunden sind. Währungsrisiken entstehen primär dann, wenn die Umsatzerlöse in einer anderen Währung als die zugehörigen Kosten anfallen bzw. die Kosten nicht den Umsatzerlösen entsprechen (Transaktionsrisiko).

— **WÄHRUNGSUMRECHNUNG**
Details zur Währungsumrechnung sind im Konzernanhang auf der S. 170f. erläutert.

In den wichtigsten Kernmärkten ist der HUGO BOSS Konzern mit lokalen Tochtergesellschaften vertreten. Diese vertreiben Produkte innerhalb eines bestimmten Gebiets an lokale Kunden. Für die daraus entstehenden Aufträge ordern die Tochterunternehmen ausschließlich im Konzern. Um das Wechselkursrisiko zentral zu steuern, werden in der Regel die konzerninternen Aufträge in lokaler Währung abgerechnet. Das Wechselkursrisiko ergibt sich daher aus den Zahlungsströmen in lokaler Währung der Tochterunternehmen und dem Euro als funktionale Währung der HUGO BOSS AG sowie dem Schweizer Franken als funktionale Währung der HUGO BOSS Ticino S.A., Schweiz.

Die Währungsrisiken des HUGO BOSS Konzerns aus dem operativen Geschäft entstehen dabei hauptsächlich aus der Geschäftstätigkeit in Großbritannien, USA, Kanada, Australien, Japan und der Schweiz sowie durch die eigene Produktion in der Türkei. Das Fremdwährungsrisiko im US-Dollar ist im Vergleich zu den vergangenen Jahren deutlich gestiegen, da die Zahlungszuflüsse in US-Dollar durch Zahlungsabflüsse für in US-Dollar eingekaufte Waren aus Asien nicht mehr neutralisiert werden.

Des Weiteren bestehen Wechselkursrisiken durch die Umrechnung des bei ausländischen Konzerngesellschaften außerhalb der Euro-Zone gebundenen Netto-Vermögens und deren Erträge und Aufwendungen (Translationsrisiko), gegen die sich der Konzern nicht absichert.

Das **Währungsmanagement für Transaktionsrisiken** wird für alle Konzerngesellschaften zentral vorgenommen. Das primäre Ziel ist zunächst die Reduktion des gesamten Währungsexposures durch natürliche Hedges. Derartige Hedges bestehen darin, dass sich die Fremdwährungsexposures aus dem operativen Geschäft über den Konzern hinweg partiell ausgleichen und damit in Höhe der ausgeglichenen Position keine Absicherungsmaßnahmen nötig sind. Um eine weitere natürliche Absicherung gegen das verbleibende Transaktionsrisiko zu erzielen, ist HUGO BOSS grundsätzlich bestrebt, die Auszahlungen vorzugsweise in den Währungen zu erhöhen, in denen Netto-Einzahlungsüberschüsse bestehen.

Das verbleibende Exposure wird mit Devisentermin- und Swappgeschäften sowie Plain-Vanilla-Devisenoptionen abgesichert. Die Laufzeit der abgeschlossenen Derivate beträgt bei Abschluss in der Regel bis zu zwölf Monate und kann in einzelnen Fällen auch darüber liegen.

Die eingesetzten derivativen Finanzinstrumente dienen ausschließlich dazu, Grundgeschäfte abzusichern, deren Handel im OTC-Markt erfolgt. Um das bestmögliche Geschäft einzugehen, werden Quotierungen von mehreren Banken eingeholt und die Transaktion mit der am besten quotierenden Bank abgeschlossen.

Durch konzerneinheitliche Richtlinien ist eine strikte Funktionstrennung von Handel, Abwicklung und Kontrolle sichergestellt. Ebenso bilden diese die Grundlage für die Vorgabe der Absicherung. Der Nettobedarf bzw. -überschuss der entsprechenden Währungen wird durchschnittlich zu 50 % abgesichert, um an positiven Kursentwicklungen zu partizipieren. Zielsetzung der Währungsabsicherung ist dabei die Erreichung jährlich festgeschriebener Budgetkurse.

Das **Exposure zum Ende des Geschäftsjahres 2009** zeigt im operativen Geschäft für feste Zusagen und prognostizierte Transaktionen der nächsten zwölf Monate folgende Werte.

WECHSELKURSRISIKO KONZERN

EXPOSURE ZUM BILANZSTICHTAG 31.12.2009

in Mio. EUR	USD	GBP	AUD	CAD	TRY	CHF	JPY
Brutto-Währungsexposure	59	54	20	29	-12	-16	6
Hedging	11	28	16	13	-9	0	5
Netto-Währungsexposure	48	26	4	16	-3	-16	1
erzielter Absicherungskurs	1,426	0,882	1,747	1,553	2,314	n.a.	132,071
Budget-Kurs 2010	1,430	0,870	1,770	1,646	2,270	1,520	135,000
Kassa-Kurs am 31.12.2009	1,441	0,888	1,601	1,513	2,143	1,484	133,160

Der HUGO BOSS Konzern hat auf Basis der Anforderungen des IFRS 7 die Auswirkungen von Veränderungen der wichtigsten Wechselkurse auf Gewinn und Eigenkapital geschätzt. Die folgenden Sensitivitätsanalysen zeigen, wie Ergebnis und Eigenkapital sich verändern würden, wenn die Preisrisikovariablen aus Sicht des Bilanzstichtags anders ausgefallen wären. Die dargestellten Effekte ergeben sich aus der Veränderung des beizulegenden Zeitwerts der eingesetzten Hedging-Instrumente und der geplanten Fremdwährungsexposures. Effekte aus der Umrechnung der Abschlüsse von ausländischen Tochtergesellschaften außerhalb der Eurozone werden nicht berücksichtigt. Die Sensitivitätsanalyse basiert auf oben dargestellten Nettofremdwährungsrisiken und einer Auf-/Abwertung des Euros um 10 % bezogen auf den Kassakurs zum 31.12.2009.

SENSITIVITÄTSANALYSE

in Mio. EUR

	USD	GBP	AUD	CAD	TRY	CHF	JPY
Aufwertung des Euros um 10 %							
Eigenkapital	-3,2	-1,5	-1,5	-1,4	0,8	1,1	0,0
Gewinn	-4,2	-2,5	-1,6	-1,9	0,9	1,1	-0,2
Abwertung des Euros um 10 %							
Eigenkapital	4,1	2,2	-0,6	1,1	0,3	-1,4	0,1
Gewinn	5,1	3,3	1,0	2,2	-1,1	-1,4	0,3

Kreditrisiken

Das Kreditrisiko gegenüber Finanzinstituten entsteht vor allem durch die Anlage liquider Mittel im Rahmen des Liquiditätsmanagements sowie durch den Handel mit derivativen Finanzinstrumenten. Der Konzern ist bei Finanzinstrumenten einem (Banken-)Ausfallrisiko ausgesetzt, das aus der möglichen Nichterfüllung einer Vertragspartei resultiert und daher maximal in Höhe des positiven beizulegenden Zeitwerts des betreffenden Finanzinstruments besteht. Vor dem Hintergrund der Finanzkrise gewinnt das Ausfallrisiko zusätzlich an Bedeutung. Zur Minimierung der Ausfallrisiken werden im HUGO BOSS Konzern Finanzinstrumente im Finanzierungsbereich grundsätzlich nur mit Kontrahenten sehr guter Bonität unter Einhaltung vorgegebener Risikolimiten abgeschlossen. Dabei werden zur weiteren Risikominimierung Geschäfte nur im Rahmen bestimmter Kontrahentenlimiten getätigt. Im operativen Bereich werden die Außenstände und Ausfallrisiken der Kunden aus dem Liefer- und Leistungsgeschäft fortlaufend überwacht. Das Kreditrisiko gegenüber Kunden entsteht dabei durch die Einräumung von Zahlungszielen. Im Rahmen des Exportgeschäfts werden bei Kunden, die über keine ausreichende Bonität verfügen, Kreditsicherheiten angefordert. Dies können beispielsweise erstklassige Bankgarantien, Kreditversicherungen oder Akkreditive sein.

Aktienkursrisiko

Zur Absicherung zukünftiger Aufwendungen im Zusammenhang mit dem aktienbasierten Vergütungsprogramm „Stock Appreciation Rights Program“ werden durch den HUGO BOSS Konzern derivative Instrumente eingesetzt. Es ist jedoch nicht auszuschließen, dass die für die Absicherung von Stock Appreciation Rights anfallenden Kosten die Vorteile, die aus der Absicherung des Programms resultieren, übersteigen oder sich die Entscheidung, keine Absicherung vorzunehmen, als nachteilig erweist. In diesem Zusammenhang hat sich das Management der HUGO BOSS AG entschlossen, die Rahmenbedingungen des „Stock Appreciation Rights Programs“ im Geschäftsjahr 2009 neu zu regeln. Daher ist das Risiko einer negativen Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage aus Sicht des HUGO BOSS Konzerns als gering einzuschätzen.

— KREDITRISIKO

Weitere Informationen sind im Konzernanhang auf der S. 203 ff. aufgeführt.

— SAR

Details zum „Stock Appreciation Rights Program“ sind im Konzernanhang unter Textziffer 35 zu finden.

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. Um die zuverlässige Verfügbarkeit von Produktionsmaterialien und -kapazitäten in geeigneter Qualität und zu marktgerechten Preisen sicherzustellen, werden Bestellungen bei Lieferanten, Kapazitätsauslastung der Produzenten sowie deren Belieferung mit Rohware zentral koordiniert. Durch die Umsetzung eines „Preferred Supplier“-Konzepts wurde im vergangenen Geschäftsjahr die Zusammenarbeit mit ausgewählten Lieferanten weiter intensiviert. Dem daraus folgenden potenziellen Risiko einer zu hohen Konzentration auf einzelne Lieferanten und Beschaffungsmärkte wird durch einen angemessenen Eigenproduktionsanteil entgegengewirkt. Darüber hinaus müssen Lieferanten über die hohen Anforderungen an Qualität und Lieferfähigkeit hinaus auch die geforderten Sozialstandards einhalten.

Die Lagerung der Roh- und Fertigwaren konzentriert sich auf wenige, ausgewählte Standorte. Durch den Aufbau eines zentralen Distributionszentrums für Hängewaren am Sitz der Konzernzentrale in Metzingen wurde dieser Konsolidierungstrend verstärkt. 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 sowie deren Einhaltung kontinuierlich überprüft. Zudem hat HUGO BOSS das unmittelbare finanzielle Risiko eines Warenverlustes in Lagern sowie des Ausfalls eigener Produktionsstätten über Versicherungen abgedeckt.

Forderungsausfallrisiko

Das Risiko von Forderungsausfällen ist im Vergleich zum Vorjahr aufgrund der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und einer gleichzeitig verringerten Möglichkeit des Risikotransfers auf Versicherer gestiegen. Das bereits in der Vergangenheit erfolgreich implementierte, konzernweite Debitorenmanagement, welches nach einheitlichen Regelungen funktioniert, wurde durch zentral koordinierte Maßnahmen nochmals intensiviert. Diese konzentrieren sich auf die Bonitätsprüfung und Vergabe und Einhaltung von Kundenkreditlimits, die Überwachung der Altersstruktur der Forderungen und die Handhabung zweifelhafter Forderungen. In Einzelfällen führte dies auch zum Verzicht auf Geschäfte mit Kunden, welche als nicht kreditwürdig eingestuft wurden. Die Interne Revision überprüft regelmäßig die Einhaltung dieser Konzernrichtlinien. Eine Konzentration von Ausfallrisiken durch wesentliche Außenstände bei einzelnen Kunden lag zum Bilanzstichtag nicht vor. 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 weiterhin erhöhten Risiko von Forderungsausfällen bei rückläufigem Versicherungsschutz gerechnet werden.

DISTRIBUTION —

Weitere Informationen zu den Distributionszentren sind in der Vermögens- und Finanzlage unter „Investitionen“ zu finden.

FORDERUNGEN —

Die Erläuterungen zur Bilanz unter Textziffer 14 im Konzernanhang zeigen weitere Einzelheiten zu den Forderungen und deren Fälligkeit auf.

— **NET WORKING CAPITAL**
Ergänzende Erläuterungen zum Net Working Capital finden sich im Kapitel „Vermögens- und Finanzlage“.

Vorratsrisiken

Das Vorratsmanagement, welches im Rahmen des Net Working Capital Managements deutlich in den Fokus gerückt ist, wird auch künftig von großer Bedeutung sein. Die Herausforderung besteht darin, bei optimierten Beständen dennoch auf kurzfristige Eingänge von Kundenordern reagieren zu können. Zur Minderung der Vorratsrisiken und zur generellen Optimierung der Bestände wird das Lagergeschäft in einem zentralen Verantwortungsbereich koordiniert.

Vertriebsrisiken

Zur Vermeidung von Vertriebsrisiken wird auf eine ausgewogene Kundenstruktur geachtet. Durch die Expansion der eigenen Einzelhandelsaktivitäten wird die Abhängigkeit vom Handel reduziert. Kennzahlen wie Auftragsbestände, Umsatzerlöse und Auslieferungsquoten werden kontinuierlich und zeitnah im Vertriebscontrolling überwacht.

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, Vergabe von Zugriffsrechten, Zugangskontrollsystemen und unabhängiger 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 sowie den Tochtergesellschaften zusammen.

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

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. 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 bergen trotz ausgebauter und mehrstufiger Prüfungs- und Kontrollmechanismen grundsätzlich das Risiko

— **MITARBEITER**
Weitere Informationen hierzu sind im Kapitel „Weitere Erfolgsfaktoren“ zu finden.

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 verpflichtet sich zur Einhaltung der damit verbundenen Vorschriften. Darüber hinaus werden die bestehenden Autorisierungsregelungen regelmäßig überprüft und weiterentwickelt.

CORPORATE GOVERNANCE —
Der Corporate Governance
Bericht ist auf der
S. 63 ff. zu finden.

BEURTEILUNG DER GESAMTRISIKOPOSITION

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

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

BERICHT ZUM RECHNUNGSLEGUNGSBEZOGENEN INTERNEN KONTROLLSYSTEM (IKS) UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEM (RMS)

Nach den durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) eingeführten §§ 289 Abs. 5, 315 Abs. 2 Nr.5 HGB haben kapitalmarktorientierte Unternehmen im (Konzern-)Lagebericht die wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und des Risikomanagementsystems im Hinblick auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess zu beschreiben. Die Abschlussadressaten sollen sich ein Bild von den wesentlichen Merkmalen des Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess machen können.

Da aus Sicht von HUGO BOSS das Interne Kontrollsystem integraler Bestandteil des Risikomanagementsystems ist, wurde nachfolgend eine zusammengefasste Darstellung beider Systeme vorgenommen.

Rahmenkonzept

Das Risikomanagementsystem (RMS) muss sicherstellen, dass das Unternehmen die gesetzten Ziele mit hinreichender Wahrscheinlichkeit erreicht und die Risiken, die die Zielerreichung beeinträchtigen könnten, innerhalb akzeptierter Grenzen liegen. Bei der Auslegung dessen, was unter RMS und Internem Kontrollsystem (IKS) zu verstehen ist, greift HUGO BOSS auf international anerkannte Definitionen und Verfahren zurück.

Die Komponenten des RMS wie internes Umfeld, Zielsetzung, Risikoidentifizierung, -beurteilung und -maßnahmen, Kontrollaktivitäten, Information und Kommunikation sowie Überwachung müssen

— **STRATEGIE**

Weitere Informationen sind auch unter „Strategische Ausrichtung“ zu finden.

danach sowohl auf der strategischen als auch der operativen Ebene beurteilt werden. Des Weiteren müssen diese durch ein entsprechendes Reporting gestützt sein und auf der Einhaltung gesetzlicher und interner Regelungen basieren. Dies muss durch die HUGO BOSS AG sowie durch alle Gesellschaften und Geschäftseinheiten des Konzerns erfolgen.

Strategie und Geschäftstätigkeit

Die strategischen Ziele hat HUGO BOSS für die nächsten Jahre klar definiert und konzernweit kommuniziert. Dazu gehören insbesondere ein nachhaltiges und gleichzeitig profitables Wachstum, die stärkere Fokussierung auf Wachstumsregionen wie Asien, Amerika und Osteuropa, der Ausbau der konzerneigenen Einzelhandelsaktivitäten, eine klare Differenzierung der Marken und die Konzentration auf Kernkompetenzen.

Zur Erreichung dieser Ziele wurden in 2009 wesentliche Umstrukturierungen in der Organisation des Konzerns vorgenommen, die Anreizsysteme angepasst und zahlreiche Initiativen gestartet, die auf der operativen Ebene umgesetzt werden.

Diese Initiativen betreffen alle Geschäftsbereiche und Gesellschaften von HUGO BOSS. Für die Zielerreichung der jeweiligen Initiativen und Maßnahmen sind die einzelnen Abteilungen sowie Landesgesellschaften verantwortlich. Der zentral geführte Finanzbereich der HUGO BOSS AG übernimmt dabei eine Steuerungs- und Koordinationsfunktion zur aktiven Unterstützung aller Geschäftsbereiche und Konzerngesellschaften.

Darüber hinaus sind alle Gesellschaften und Geschäftsbereiche verpflichtet, die Risiken ihres Verantwortungsbereichs zu identifizieren, welche noch nicht oder nicht ausreichend in den bestehenden Planungen berücksichtigt worden sind. Diese Risiken sind hinsichtlich ihrer Eintrittswahrscheinlichkeiten und Schadenshöhen zu quantifizieren. Gegenmaßnahmen für den Eintrittsfall sind zu definieren. Über diese Aktivitäten müssen alle betroffenen Bereiche und Gesellschaften regelmäßig an die Abteilung Risiko- und Versicherungsmanagement berichten, welche die Daten sammelt und für Vorstand und Aufsichtsrat aufbereitet.

**Rechnungslegungsrelevantes Internes Kontrollsystem bei HUGO BOSS
Unternehmenskultur**

Die Unternehmenskultur von HUGO BOSS ist durch eine Vertrauenskultur geprägt. Mitarbeiter und Führungskräfte sollen nicht nur Verantwortung übernehmen, sondern auch Gestaltungsfreiräume im Rahmen der vorhandenen Kontrollen und Arbeitsweisungen erhalten.

Im Zuge der strategischen Neuausrichtung und der damit verbundenen Initiativen wurden jedoch auch die Genehmigungsprozesse gestrafft. So erfordert die Entscheidung über Auslieferstopps an Kunden sowie Zahlungspläne und deren Konditionen die Genehmigung des Vorstands. Auch die Kostenkontrolle erfolgt unter unmittelbarer Beteiligung des Vorstands.

Die Notwendigkeit von verbindlichen Regelungen und Richtlinien ergab sich unter anderem in Bereichen wie IT-Sicherheit, Treasury, Einkauf, Investitionen, Rechnungswesen und Reisekosten. Eine Information darüber erfolgt zielgruppenspezifisch im Rahmen verschiedener Veranstaltungen. Alle Mitarbeiter betreffende Richtlinien werden im Intranet veröffentlicht. Über Änderungen wird über E-Mail informiert.

Rechnungslegungsrelevante IT-Systeme

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

Im Finanzbereich zählt das monatliche umfangreiche Reporting Package zu den wichtigsten Reportinginstrumenten. Im Rahmen des konzernweiten Berichtswesens liefern somit alle HUGO BOSS Gesellschaften detaillierte Informationen zu den wichtigsten Bilanz- und GuV-Positionen sowie Kennzahlen und Erklärungen. Diese werden durch den zentralen Finanzbereich abgefragt, analysiert, konsolidiert und in Form des Management Reportings an Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG weitergeleitet. Zur kontinuierlichen Überwachung und Steuerung der Liquiditätssituation und Währungssicherung erhält der Finanzvorstand zudem einen monatlichen Statusbericht von Seiten der Treasury-Abteilung.

Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl von Berichten, welche direkt aus den SAP-Systemen jederzeit generiert werden können oder über das Controlling erstellt werden.

Die SAP Security Policy (ein Bestandteil der IT-Sicherheitsrichtlinie) enthält Vorgaben und Kontrollen zur Gewährleistung der Vertraulichkeit, Integrität, Verfügbarkeit und Authentizität der Daten. Darüber hinaus sind in dieser Richtlinie auch Anforderungen zur Kontrolle der Ordnungsmäßigkeit im Finanzbereich enthalten.

Die benötigten Berechtigungen eines Mitarbeiters werden über sogenannte Rollen definiert, in denen sich Arbeitsplätze oder Positionen im Unternehmen widerspiegeln. So kann erreicht werden, dass bei Positionswechseln von Mitarbeitern deren alte Berechtigungen nicht mehr zur Verfügung stehen.

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

Zur Gewährleistung einer angemessenen Funktionstrennung in SAP-Systemen setzt HUGO BOSS seit 2009 erstmals vollumfänglich eine spezielle Detektionssoftware ein. Diese gleicht das Berechtigungsprofil eines Benutzers mit einem vorinstallierten SoD (Segregation of Duties)-Schema ab. Aufgrund des Einsatzes der Software konnten kritische Berechtigungen identifiziert und entsprechende Gegenmaßnahmen eingeleitet werden.

Organisation der Rechnungslegung und rechnungslegungsrelevante Richtlinien

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

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

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

Der zentrale Finanzbereich in Metzingen ist neben der aktiven Unterstützung aller Geschäftsbereiche und Konzerngesellschaften auch für die Erarbeitung und Aktualisierung von einheitlichen Richtlinien und Arbeitsanweisungen für rechnungslegungsrelevante Prozesse verantwortlich. Dazu gehören im Wesentlichen die Stammdatenpflege des konzerneinheitlichen Kontenplans in SAP AFS, die Erstellung und Aktualisierung einer Forderungswertberichtigungsrichtlinie, einer Investitionsrichtlinie, des IAS/IFRS Bilanzierungshandbuchs sowie klare Vorgaben zur Intercompany-Abstimmung. Fragestellungen zu spezifischen Bilanzierungs- oder Bewertungssachverhalten mit Relevanz für den HUGO BOSS Konzern werden ebenfalls zentral bearbeitet, analysiert, dokumentiert und an die „HUGO BOSS Financial Community“ kommuniziert. In regelmäßigen Abständen werden darüber hinaus Fortbildungsveranstaltungen organisiert, Updates zu rechnungslegungsrelevanten Themen über den

sogenannten „Accounting Newsletter“ kommuniziert und im konzerneigenen Intranet im „Finance Forum“ zur Verfügung gestellt. Für Nachwuchskräfte im Finanzbereich finden im Rahmen eines Financial Colleges Schulungen statt. Einmal jährlich treffen sich die verantwortlichen Finance Manager zum Finance Manager Meeting.

Umgesetzt wurden die angesprochenen Regelungen in vielen Fällen durch systemgestützte Kontrollen und Workflow-basierte Prozesse, die ein Mehr-Augen-Prinzip, angemessene Funktionstrennungen und Genehmigungsprozesse vorgeben. Hierzu gehören beispielsweise die Rechnungskontrolle und -freigabe, Beschaffungsprozesse oder das SAP Berechtigungsmanagement. Die Vergabe von Berechtigungen ist ein mehrstufiger Prozess, der eine angemessene Autorisierung und Kontrolle durch Stichproben einschließt (beispielsweise durch einen Abgleich mit dem Benutzerantrag).

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

Mit der im Jahr 2009 verabschiedeten Geschäftsordnung kommt dieser Überwachungsfunktion durch einen stärkeren Fokus auf Kontroll- und Compliance-Aktivitäten eine noch höhere Bedeutung zu.

Gesamtaussage

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

NACHTRAGS-, CHANCEN- UND PROGNOSEBERICHT

Die mittelfristigen Aussichten für HUGO BOSS ergeben sich einerseits aus der geschilderten strategischen Aufstellung des Konzerns, die darauf zielt, wesentliche Wachstumsakzente zu setzen, andererseits aus den gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der Entwicklung der Luxusgüterbranche. Nach Schätzungen führender Wirtschaftsforschungsinstitute könnte es nach dem deutlichen konjunkturellen Einbruch im Jahr 2009 zu einer leichten Erholung der gesamtwirtschaftlichen Situation im Verlauf des Jahres 2010 kommen. Allerdings erschweren die außergewöhnlichen Umstände der Wirtschaftskrise die Prognosefähigkeit. Die Entwicklung der Luxusgüterbezogenen Realwirtschaft ist folglich ebenfalls nur schwer abzuschätzen. Im kommenden Jahr gilt es deshalb, die gute Marktpositionierung von HUGO BOSS zu festigen und durch neue Wachstumsfelder abzurunden, um am wieder einsetzenden Marktwachstum überdurchschnittlich partizipieren zu können.

NACHTRAGSBERICHT

Bis zum 8. März 2010 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 2009 wesentlich verändern würden.

CHANCENBERICHT

HUGO BOSS ist seit Jahren einer der erfolgreichsten internationalen Modekonzerne im Bereich des gehobenen Bekleidungsmarktes. Diese Positionierung bietet auch in Zukunft Wachstums- und Ergebnispotenzial. Um diese Potenziale zu nutzen, ist ein verlässliches **Chancenmanagement** wichtig. Alle Bereiche innerhalb des Konzerns sind darauf ausgerichtet, entsprechende Chancen zu identifizieren und durch passgenaue Strategien konsequent zu nutzen. Darüber hinaus unterstützt das Risikomanagement das kontinuierliche und systematische Überwachen der Geschäftspolitik. Die Unternehmenszentrale in Metzingen koordiniert dabei nicht nur die Instrumentarien zur Chancenidentifikation, sondern sichert durch zentral organisierte Finanzierungsplanung auch die zur Chancenverwirklichung nötige Liquidität für das gesamte Unternehmen.

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 klare Markenkommunikation und ein entsprechend exklusives Vertriebsnetzwerk die Positionierung der Marke im hochwertigen Segment geschützt und das Markenimage weiterentwickelt wird. Dies hilft HUGO BOSS, seine Marktposition auch künftig zu behaupten und auszubauen.

Die weitere Verbesserung der Marktpositionierung von HUGO BOSS scheint insbesondere in den **strategischen Wachstumsfeldern** Damen- und Freizeitbekleidung sowie Schuhe und Lederaccessoires und den eigenen Einzelhandelsaktivitäten möglich, die noch großes Potenzial bieten. So führt

— RISIKOBERICHT

Weitere Informationen über das Interne Kontrollsystem und das Risikomanagement von HUGO BOSS sind auf der S. 125 ff. zu finden.

beispielsweise der Ausbau des Einzelhandelsnetzwerks durch die verstärkte vertikale Diversifikation nicht nur zu einer potenziell höheren Rohertragsmarge, sondern der nähere Kontakt zum Endkunden ermöglicht eine gezielte und offensive Präsentation des Warensortiments und die flexible Reaktion auf Marktveränderungen. Daneben verspricht der kontinuierliche Ausbau des Online-Einzelhandels weiterhin überdurchschnittliche Wachstumsraten.

Die **Stärke der Marken BOSS und HUGO** lässt eine positive Entwicklung erwarten, insbesondere nachdem die trennscharfe Positionierung der einzelnen Linien deutlicher wird, welche die jeweiligen Kundengruppen noch zielgenauer ansprechen soll. Vor allem die Ausrichtung der qualitativ hochwertigen Linie BOSS Selection auf das Luxussegment und die erfolgreiche Überarbeitung der Linie BOSS Orange schaffen die Basis für ein weiterhin profitables Wachstum. Die Übertragung des erfolgreichen Konzepts BOSS Green auf die Damenmode, welche erstmals zur kommenden Wintersaison 2010/2011 erhältlich sein wird, wird neue Kundengruppen erschließen und hier weitere Wachstumsimpulse setzen.

Regional gesehen eröffnen sich Chancen insbesondere im gesamten asiatischen Raum, da dort in den kommenden Jahren weiterhin mit Wachstum gerechnet werden kann. Auch die Ausweitung der Distribution auf dem amerikanischen Kontinent bietet noch weiteres Umsatz- und Ergebnispotenzial, ebenso wie der Ausbau der Aktivitäten in der Region Asien/Pazifik. HUGO BOSS strebt daher in den kommenden Jahren eine **Steigerung des außereuropäischen Umsatzanteils** an. Um den Besonderheiten der regionalen Märkte besser Rechnung tragen zu können und diese intensiver zu betreuen, hat der Konzernvorstand für das operative Geschäft in den Regionen Europa, Amerika und Asien/Pazifik Regionaldirektoren bestellt. Darüber hinaus wird von dieser stärkeren Regionalisierung der Vertriebsstrukturen eine bessere Verzahnung der Ländergesellschaften und damit eine weitere Optimierung der Umsatz- und Ergebniskontrolle erwartet.

Die in Antizipation der gesamtwirtschaftlichen Verwerfungen bereits frühzeitig eingeleitete Optimierung der Geschäftsprozesse und der Fixkostenstruktur des Konzerns zeigte im zurückliegenden Jahr deutliche Erfolge. Die verbesserte Kostenstruktur wirkt sich positiv auf das Geschäftsergebnis und den Cashflow des Unternehmens aus. Daher sieht HUGO BOSS den nötigen finanziellen Spielraum als gesichert, um die gesamtwirtschaftlich schwierige Zeit überbrücken zu können und sich bietende Wachstumsmöglichkeiten zu ergreifen.

Daneben bietet eine weitere Optimierung unternehmensinterner Abläufe entlang der gesamten Wertschöpfungskette die Chance zur Effizienzsteigerung. So werden die Entwicklungs-, Beschaffungs- und Produktionsprozesse kontinuierlich optimiert, was sich positiv auf die Rohertragsmarge auswirken wird.

MARKEN —
Eine Übersicht zur
Markenpositionierung ist auf
S. 86 zu finden.

STRATEGIE —
Weitere Informationen zu den
strategischen Wachstums-
feldern sind auf
der S. 94 ff. dargestellt.

PROGNOSEBERICHT FÜR DIE JAHRE 2010 UND 2011

Der massive wirtschaftliche Einbruch infolge der internationalen Finanzkrise hat den **Konjunkturausblick** für die Entwicklung der Weltwirtschaft erheblich belastet. Der konjunkturelle Abschwung gewann ab der Jahresmitte 2008 zunehmend an Dynamik. Trotz aller Anstrengungen der Regierungen und Notenbanken um eine Stabilisierung der Banken und eine Stimulierung der Konjunktur war die weltwirtschaftliche Entwicklung zu Beginn des Jahres 2009 rückläufig und fand erst in der zweiten Jahreshälfte zu Wachstum zurück. Der Internationale Währungsfonds (IWF) prognostizierte für 2009 einen Rückgang der globalen Wirtschaftsleistung um 0,8 %, der allerdings regional stark unterschiedlich ausgeprägt ist. Im Jahr 2010 scheint moderates Wachstum wahrscheinlich, wobei sich insbesondere der private Konsum noch schwach entwickeln könnte und weiterhin das Risiko eines konjunkturellen Rückschlags besteht.

Insbesondere in den **Industrielländern** erwarten die Wirtschaftsforschungsinstitute eine nur langsame Erholung. In den **USA** haben die Verbraucher ihren Konsum drastisch zurückgefahren und die Industrie strich Investitionen und baute Stellen ab. Die Erwartungen für das US-Sozialprodukt liegen für 2010 bei einem Wachstum von 2,7 %. Für die **Europäische Union** sind die Wachstumsprognosen für 2010 mit einem Plus von 1,0 % sehr verhalten. Für **Zentral- und Osteuropa** rechnet der IWF mit nur moderatem Wachstum von 2,0 %, nachdem die Wirtschaftsleistung 2009 dort besonders stark eingebrochen ist (-4,3 %).

Auch in den **asiatischen Schwellenländern** zeigen sich die Auswirkungen der Finanzmarktkrise. So soll sich der Anstieg des Sozialprodukts der Region Developing Asia laut IWF im Jahr 2009 auf 6,5 % abschwächen, nachdem das Wachstum 2008 noch 7,9 % betrug. Für 2010 wird allerdings mit einer deutlichen Erholung der Wachstumsrate auf 8,4 % gerechnet.

Die Wirtschaftsexperten prognostizieren für das Jahr 2010 dank der verabschiedeten Konjunkturpakete ein Abflauen der Effekte aus der Banken- und Finanzkrise und gehen davon aus, dass die Weltwirtschaft im Jahr 2010 wieder wachsen könnte. Deutliches Marktwachstum wird lediglich von den Schwellenländern Asiens erwartet. Aufgrund des außerordentlich schwierigen wirtschaftlichen Umfelds sind Zukunftsprognosen jedoch mit großer Unsicherheit behaftet. Die dem Prognosebericht zugrunde liegenden Annahmen zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung basieren auf den Angaben des World Economic Outlook Oktober 2009 des Internationalen Währungsfonds und wurden von HUGO BOSS nicht verifiziert.

Die Auswirkungen der konjunkturellen Entwicklung in den nächsten zwei Jahren auf die Luxusgüterbranche und damit auf die weltweiten Konsumausgaben in diesem Sektor sind schwer abzuschätzen. Dementsprechend bleibt eine Wachstumsprognose der Märkte für Luxusgüter für die Jahre 2010 und 2011 schwierig. Prognosen für den Luxusgütermarkt gehen von einer nur mode-

raten Umsatzerholung von 1 % im Jahr 2010 aus. Eine Rückkehr zum Umsatzniveau des Jahres 2008 wird darüber hinaus nicht vor 2011/2012 erwartet. Das Jahr 2010 bleibt daher angesichts der gesamtwirtschaftlichen Lage herausfordernd.

Für das Geschäftsjahr 2010 erwartet HUGO BOSS trotz der insgesamt ausgesprochen schwachen wirtschaftlichen Lage in seinen Kernmärkten einen Jahresumsatz, der voraussichtlich leicht über dem Niveau des abgelaufenen Geschäftsjahres 2009 liegen wird. Vor allem der nach wie vor vorhandene Nachholbedarf im Bereich hochwertiger Güter in den Ländern Asiens sowie in weiteren Schwellenländern könnte hierzu beitragen. Dies gilt umso mehr, da HUGO BOSS in den genannten Wachstumsregionen noch keine spürbare Marktsättigung erreicht hat und in diesen Ländern weiterhin mit Wirtschaftswachstum zu rechnen ist. Mit einer Verbesserung der konjunkturellen Lage erwartet das Management für das Geschäftsjahr 2011 eine positive Geschäftsentwicklung mit Umsatzwachstum.

Die auf internationales Wachstum und hier in erster Linie auf Steigerung des außereuropäischen Umsatzes angelegte Strategie ist für HUGO BOSS jedoch nicht nur kurzfristig richtig, sondern auch langfristig vielversprechend. Mittelfristig dürften in zahlreichen Wachstumsmärkten neue Konsumpotenziale entstehen. Die wachsende Mittel- und Oberschicht in diesen Märkten wird über größeren finanziellen Freiraum verfügen und diesen auch für hochwertige Mode nutzen. Schließlich sorgen weltweite Demokratisierungsprozesse für stabilere Systeme und damit für neue lukrative Absatzmärkte.

Insgesamt ist die **Konzernstrategie auf organisches Wachstum ausgerichtet, das durch eigene Innovationskraft getrieben wird**. Damit steht die Ausschöpfung aller Umsatz- und Ertragspotenziale aus dem derzeitigen Geschäft in den nächsten Jahren im Fokus.

Vor dem Hintergrund einer moderaten Umsatz- und Wachstumsprognose kommen der Ergebnisverbesserung und dem Kostenmanagement große Bedeutung zu. Nur eine strikte Überwachung der Kostenstruktur ermöglicht es, rechtzeitig Sparpotenziale zu identifizieren und durch ihre Realisierung das finanzielle Gesamtergebnis zu verbessern. Zu den wesentlichen Elementen der weiteren Ergebnisverbesserung 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,
- das zentrale Management des Lagergeschäfts zur Optimierung der Bestände,
- die Optimierung der Arbeitsprozesse und ihre bessere Verzahnung,
- die kennzahlenbasierte Führung des Vertriebs und die enge Betreuung der Key Accounts.

STRATEGIE —

Weitere Informationen zur Konzernstrategie sind dem Kapitel „Strategische Ausrichtung“ zu entnehmen.

Ferner soll sich die Rohertragsmarge in den kommenden Jahren auch durch die **Expansion des Retailgeschäfts** weiter verbessern. In diesem Zusammenhang wird das Portfolio des konzerneigenen Einzelhandelsnetzwerks kontinuierlich überprüft und unprofitable Standorte werden optimiert bzw. geschlossen. Schließlich werden mit Volumenwachstum insbesondere bei den Damenkollektionen sowie dem Geschäft mit Schuhen und Lederaccessoires Skaleneffekte erreicht, die einen größeren Ergebnisbeitrag erwarten lassen.

Die erfolgreiche Umsetzung dieser Maßnahmen wirkte sich bereits im Geschäftsjahr 2009 positiv auf die Kostenstruktur und das Geschäftsergebnis des Unternehmens aus. HUGO BOSS rechnet daher für das Jahr 2010 bei leicht steigendem Umsatz mit einem Anstieg des bereinigten operativen Ergebnisses (EBITDA vor Sondereffekten). Für das Jahr 2011 geht HUGO BOSS von profitabilem Wachstum aus.

Nachdem die **Investitionen** im abgelaufenen Geschäftsjahr aufgrund des gesamtwirtschaftlichen Umfelds und der hohen Investitionen in Logistikkapazitäten im Jahr 2008 deutlich unter Vorjahresniveau lagen, werden die geplanten Investitionen im Geschäftsjahr 2010 wieder steigen. Schwerpunkte werden weiterhin die Optimierung der konzernweiten Prozesse und der Ausbau des eigenen Einzelhandels sein.

In einem wirtschaftlich schwierigen Umfeld stehen die **Liquidität und Bonität** des Unternehmens besonders im Fokus, um die für die Unternehmensexpansion notwendige Flexibilität zu erhalten. Seit 2008 wurden die gewichteten Kapitalkosten des Fremd- und Eigenkapitals durch Aufnahme eines syndizierten Kredits gesenkt. HUGO BOSS plant, die Finanzierungsstärke, also das Verhältnis von Nettoverschuldung (Net Debt) zum operativen Gewinn (EBITDA vor Sondereffekten), vor SAR-Aufwendungen, unter 2,75 zu halten. Die Finanzierungsstärke lag zum 31. Dezember 2009 bei einem Verhältnis von 1,4, was insbesondere auf rechtzeitiges Kostenmanagement und die erfreuliche Entwicklung des Net Working Capitals zurückzuführen ist. Angesichts der erwarteten Ergebnispotenziale geht der HUGO BOSS Konzern auch für die kommenden Jahre von einer guten Cashflow-Generierung und Liquiditätsausstattung aus. Alle für das operative Geschäft notwendigen Investitionsvorhaben dürften hierdurch ausreichend finanzierbar sein.

— **KENNZAHLEN**

Eine Übersicht weiterer
Finanzkennzahlen findet sich
im Kapitel „Weitere Erfolgs-
faktoren“ auf S. 124.

Um das internationale Wachstum zukünftig effizienter zu steuern, hat das Management eine Neuorganisation der Unternehmensstruktur mit dem Ziel eingeleitet, Entscheidungsprozesse zu beschleunigen, Arbeitsprozesse zu optimieren sowie vorhandene Strukturen besser zu nutzen und Synergien zu heben. Die Neuorganisation ermöglicht auch zukünftig effizientes Wirtschaften und den weiteren Ausbau der Marktposition des Konzerns.

Gesamtaussage zur künftigen Geschäftsentwicklung 2010 und 2011

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 Prognosen zugrunde liegenden gesamtwirtschaftlichen Annahmen als unzutreffend erweisen sollten. Sollte die tatsächliche wirtschaftliche Entwicklung merklich von den vorausgehend dargestellten Annahmen abweichen, muss mit Negativeffekten auf Konzernumsatz und EBITDA vor Sondereffekten gerechnet werden. So könnte insbesondere ein starker Anstieg der Arbeitslosigkeit das Konsumklima trüben. Trotz weitreichender Währungssicherungsmaßnahmen würden starke Währungsschwankungen nicht ohne spürbare Auswirkungen bleiben. In den kommenden Jahren gilt es unverändert, auch das Risiko möglicher Insolvenzen der Kunden von HUGO BOSS zu beobachten. Darüber hinaus wird auf den „Risikobericht“ in diesem Lagebericht verwiesen.

UMSATZTRENDS (in Mio. EUR)

	2010/2011	2009
Europa	→	1.041,3
Amerika	↗	312,2
Asien/Pazifik	↗	164,7
Lizenzen	→	43,7
Gesamt	↗	1.561,9

ERGEBNISTRENDS (in Mio. EUR)

	2010/2011	2009
Umsatz	↗	1.561,9
Rohertrag	↗	850,1
in % vom Umsatz	↗	54,4
EBITDA vor Sondereffekten	↗	270,2
Ergebnis vor Steuern	↗	136,6
Konzernergebnis	↗	104,0
Ergebnis je Aktie (in EUR)		
Stammaktie	↗	1,50
Vorzugsaktie	↗	1,51

SONSTIGE ENTWICKLUNGEN

	2010/2011	2009
Zahl der Mitarbeiter	↗	9.027
Kurzfristiges Nettovermögen (in Mio. EUR)	→	223,0
Investitionen (in Mio. EUR)	↗	48,3

VERGÜTUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

VERGÜTUNG FÜR DEN VORSTAND

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

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

Seit dem Geschäftsjahr 2001 hat die HUGO BOSS AG 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. Die zum Bilanzstichtag aktiven Vorstände haben keinen Anspruch auf das „Stock Appreciation Rights Program“.

Aufgrund zusätzlicher Ausgaben für Sicherungsinstrumente und der exogenen Beeinflussbarkeit des Aktienkurses hat sich das Management der HUGO BOSS AG entschlossen, die Rahmenbedingungen des „Stock Appreciation Rights Program“ neu zu regeln. Mit Wirkung zum 14. Dezember 2009 wurde daher allen berechtigten Führungskräften eine Programmänderung angeboten. Nähere Informationen sind im Konzernanhang in den „Sonstigen Erläuterungen“ auf Seite 208 ff. zu finden.

Die Tranchen 5 bis 8 des „Stock Appreciation Rights Program“ haben je eine Laufzeit von sechs Jahren. Mit Ablauf der Erdienungsphase von zwei Jahren beginnt der vierjährige Ausübungszeitraum.

Die im abgelaufenen Geschäftsjahr 2009 begebene Tranche 9 hingegen hat eine Laufzeit von fünf Jahren. Mit Ablauf der Erdienungsphase von drei Jahren (zwei Jahren vor Programmänderung) beginnt der zweijährige Ausübungszeitraum (dreijährige Ausübungsphase vor Programmänderung).

Sofern bei Ablauf der Erdienungsphase oder im anschließenden Ausübungszeitraum die Entwicklung der Marktkapitalisierung der HUGO BOSS AG die Entwicklung des MDAX um 5 Prozentpunkte übertrifft (Ausübungshürde), können die Partizipationsrechte der Tranchen 5 bis 8 ausgeübt werden. Die sogenannte Ausübungshürde entfällt bei Ausübung der Partizipationsrechte der Tranche 9.

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 Börsenhandelstage, die dem Ausgabetag 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 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. Die Position des Aufsichtsratsvorsitzenden und die seines Stellvertreters werden bei der Berechnung der Vergütung berücksichtigt.

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, zur Permira Holdings Limited, Guernsey, und den zum HUGO BOSS Konzern gehörenden Unternehmen erfasst. Über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen hat der Vorstand Bericht erstattet und zusammenfassend erklärt: „... dass die Gesellschaft nach den Umständen im Zeitpunkt des jeweiligen Geschäfts für jede Leistung im Sinne dieses Berichts stets eine angemessene Gegenleistung erhalten hat. Maßnahmen wurden auf Veranlassung oder im Interesse der Permira Holdings LLP, London, Großbritannien, und der Permira Holdings Limited, Guernsey, bzw. ihrer verbundenen Unternehmen weder getroffen noch unterlassen.“

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

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

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

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

Es bestehen Kapitalbeteiligungen, die 10 % der Stimmrechte überschreiten. Im Geschäftsjahr 2009 erhielt die HUGO BOSS AG zwei Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG. Diese sind im Anhang im Kapitel „Angaben zum Mehrheitsaktionär“ auf den Seiten 222 ff. angegeben.

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

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

Die **Ernennung und die Abberufung der Mitglieder des Vorstands** der HUGO BOSS AG 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 des Beschlusses der Hauptversammlung vom 14. Mai 2009 ermächtigt**, das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 13. Mai 2014 mit Zustimmung des Aufsichtsrats durch Ausgabe neuer Inhaberstamm- und/oder Inhabervorzugsaktien ohne Stimmrecht, die den bereits ausgegebenen Inhabervorzugsaktien ohne Stimmrecht gleichstehen, gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrfach, insgesamt jedoch höchstens um einen Betrag von 35.200.000 EUR zu erhöhen. Die Erhöhungen des Grundkapitals gegen Bareinlagen erfolgen unter Wahrung des Verhältnisses beider Aktiegattungen 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 in der Hauptversammlung vom 14. Mai 2009 erneuert. Danach ist der Vorstand ermächtigt, bis zum 13. November 2010 Inhaberstamm- und/oder Inhabervorzugsaktien ohne Stimmrecht der Gesellschaft bis zu einem Anteil von insgesamt höchstens 10 % des am 14. Mai 2009 ausstehenden Grundkapitals zu erwerben. Die

HUGO BOSS AG kann von der Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien ganz oder in Teilbeträgen, allein für Inhaberstamm- und/oder Inhabervorzugsaktien und damit unter teilweisem Ausschluss eines eventuellen Andienungsrechts der jeweiligen Gattung, einmal oder mehrmals in Verfolgung eines oder mehrerer Zwecke Gebrauch machen. Der Erwerb darf über die Börse oder mittels an die Inhaber der entsprechenden Aktiegattung gerichteten öffentlichen Kaufangebots erfolgen. Nach dieser Ermächtigung zurückerworbene eigene Aktien können über die Börse oder mittels Angebot 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.

Diese Beschlüsse der Hauptversammlung vom 14. Mai 2009 sind aufgrund einer Anfechtungsklage bisher noch nicht im Handelsregister der HUGO BOSS AG eingetragen.

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

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

Metzingen, den 8. März 2010

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Claus-Dietrich Lahrs
Christoph Auhagen
Mark Langer
Dr. Andreas Stockert



04 KONZERN- ABSCHLUSS

Dieses Kapitel ist als Kern des Geschäftsberichts rein dem Zahlenwerk unseres Konzerns gewidmet.

Hier bekommen Sie einen expliziten Einblick in die Performance von HUGO BOSS im vergangenen Geschäftsjahr.

Angeführt wird dieses Kapitel mit den Rahmenbedingungen – dem Konzernabschluss. Die darin enthaltenen Positionen werden anschließend im Einzelnen näher erläutert.



INHALT

04 KONZERNABSCHLUSS

156	Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung
157	Konzerngesamtergebnisrechnung
158	Konzernbilanz
160	Eigenkapitalveränderungsrechnung
162	Kapitalflussrechnung
163	Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2009
172	Kennzahlen der wesentlichen Beteiligungsgesellschaften des HUGO BOSS Konzerns
183	Erläuterungen zur Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung
190	Erläuterungen zur Konzernbilanz
208	Sonstige Erläuterungen
222	Angaben zum Mehrheitsaktionär
233	Vorstand
234	Aufsichtsrat
236	Weitere Angaben zu den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern
238	Versicherung der gesetzlichen Vertreter
239	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

des HUGO BOSS Konzerns für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009

in TEUR	Anhang – Nr.	2009	2008
Umsatzerlöse	(1)	1.561.863	1.686.058
Umsatzkosten	(2)	-677.846	-742.348
Direkte Vertriebskosten	(2)	-33.882	-36.862
Rohhertrag		850.135	906.848
in % vom Umsatz		54,4	53,8
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	(3)	-487.883	-518.407
Verwaltungsaufwendungen und sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge	(4)	-203.807	-197.619
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit		158.445	190.822
Zinsergebnis		-22.373	-26.297
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		1.680	1.776
Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-24.053	-28.073
Übrige Finanzposten		576	-16.129
Finanzergebnis¹	(5)	-21.797	-42.426
Ergebnis vor Ertragsteuern¹		136.648	148.396
Ertragsteuern	(6)	-32.659	-36.351
Konzernergebnis		103.989	112.045
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens		104.003	112.119
Minderheitsanteile	(7)	-14	-74
Konzernergebnis		103.989	112.045
Ergebnis je Aktie (EUR)²	(8)		
Stammaktien		1,50	1,62
Vorzugsaktien		1,51	1,63
Dividende je Aktie (EUR)	(21)		
Stammaktien		0,96	1,37
Vorzugsaktien		0,97	1,38

1 Der Vorjahreswert wurde angepasst. Siehe auch die begleitenden Erläuterungen zum Konzernabschluss.

2 Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

des HUGO BOSS Konzerns für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009

in TEUR	2009	2008
Konzernergebnis	103.989	112.045
Marktbewertung Sicherungsgeschäfte	-11.620	-11.087
Währungsdifferenzen	5.285	-3.178
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	-6.335	-14.265
Vollständiges Einkommen	97.654	97.780
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	97.668	97.854
Minderheitsanteile	-14	-74
Vollständiges Einkommen	97.654	97.780

KONZERNBILANZ

des HUGO BOSS Konzerns zum 31. Dezember 2009

AKTIVA

in TEUR	Anhang-Nr.	2009	2008
Immaterielle Vermögenswerte	(10)	101.387	105.018
Sachanlagen	(11)	270.440	294.807
Aktive latente Steuern	(6)	45.085	43.629
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	(12) (27)	10.421	9.370
Langfristige Ertragsteuerforderungen ¹		3.325	3.731
Sonstige langfristige Vermögenswerte	(12)	4.364	6.425
Langfristige Vermögenswerte		435.022	462.980
Vorräte	(13)	305.978	381.354
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(14)	140.074	201.035
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen ¹	(6)	14.583	18.625
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	(12) (27)	5.725	13.488
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte ¹	(12)	49.921	59.527
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	(15)	114.082	24.612
Kurzfristige Vermögenswerte		630.363	698.641
Aktiva, gesamt		1.065.385	1.161.621

¹ Umgliederung der langfristigen Ertragsteuerforderungen für das Jahr 2008. Siehe Erläuterungen zur Konzernbilanz, Anhang-Nr. 12.

PASSIVA

in TEUR	Anhang – Nr.	2009	2008
Gezeichnetes Kapital	(16)	70.400	70.400
Eigene Aktien	(17)	–42.363	–42.363
Kapitalrücklage	(18)	399	399
Gewinnrücklagen	(19)	120.118	102.888
Kumuliertes übriges Eigenkapital	(20)	–50.228	–43.893
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis		104.003	112.119
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		202.329	199.550
Minderheitsanteile am Eigenkapital	(7)	–519	–505
Konzern Eigenkapital		201.810	199.045
Langfristige Rückstellungen	(22) (23)	32.568	27.884
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	(24) (27)	478.516	588.506
Passive latente Steuern	(6)	16.449	17.926
Sonstige langfristige Schulden	(25)	28.102	26.706
Langfristige Schulden		555.635	661.022
Kurzfristige Rückstellungen	(22)	55.763	59.252
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	(24) (27)	43.916	40.169
Ertragsteuerschulden	(6)	16.709	36.768
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(26)	150.454	124.105
Sonstige kurzfristige Schulden	(25)	41.098	41.260
Kurzfristige Schulden		307.940	301.554
Passiva, gesamt		1.065.385	1.161.621

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

des HUGO BOSS Konzerns für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009

in TEUR	Gewinnrücklagen				
	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Kapitalrücklage	Gesetzliche Rücklage	Sonstige Gewinn- rücklagen
Anhang Nr.	(16)	(17)	(18)	(19)	(19)
1. Januar 2008	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
Konzernergebnis					
Einstellung in Gewinnrücklagen					112.119
Dividendenzahlung					-94.889 ¹
Aktienrückkauf					
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen					
31. Dezember 2009	70.400	-42.363	399	6.641	113.477

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	Marktbewertung Sicherungsgeschäfte	Den Anteilseignern des Mutterunterneh- mens zuzurechnendes Ergebnis	Auf die Anteilseigner des Mutterunterneh- mens entfallendes Eigenkapital	Minderheitsanteile am Eigenkapital	Konzerneigenkapital
(20)	(20)			(7)	
-32.798	3.170	154.159	546.849	-431	546.418
		112.119	112.119	-74	112.045
		-154.159			
			-445.153		-445.153
-3.178	-11.087		-14.265		-14.265
-35.976	-7.917	112.119	199.550	-505	199.045
		104.003	104.003	-14	103.989
		-112.119			
			-94.889		-94.889
5.285	-11.620		-6.335		-6.335
-30.691	-19.537	104.003	202.329	-519	201.810

KAPITALFLUSSRECHNUNG

des HUGO BOSS Konzerns für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009

in TEUR	Anhang-Nr.	2009	2008
	(31)		
Konzernergebnis		103.989	112.045
Abschreibungen	(10) (11)	69.135	60.975
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	(6)	32.659	36.351
Zinserträge und -aufwendungen	(5)	22.373	26.297
Veränderung der Vorräte		81.204	-27.929
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva		77.258	-36.348
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva		26.361	47.116
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen		4.054	2.466
Veränderung Pensionsrückstellungen	(23)	-255	770
Veränderung übrige Rückstellungen		1.017	3.064
Gezahlte Ertragsteuern		-47.426	-27.080
Operativer Mittelzufluss		370.369	197.727
Gezahlte Zinsen	(5)	-22.538	-34.678
Erhaltene Zinsen	(5)	1.680	1.776
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit		349.511	164.825
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	(10) (11)	-48.337	-118.781
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten		4.138	2.008
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit		-44.199	-116.773
Dividende Vorjahr	(21)	-94.889	-445.491
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten		-11.831	-123.758
Rückzahlung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten		-109.811	-9.656
Aufnahme von langfristigen Finanzverbindlichkeiten		21	531.631
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit		-216.510	-47.274
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		668	-668
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		89.470	110
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode		24.612	24.502
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	(15)	114.082	24.612

KONZERNANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2009

ALLGEMEINE ANGABEN

Der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht der HUGO BOSS AG, Metzingen, wurden durch Beschluss vom 8. März 2010 durch den Vorstand zur Weiterleitung an den Aufsichtsrat freigegeben.

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

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

DARSTELLUNGSÄNDERUNG KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Die HUGO BOSS AG gliederte die Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung bis zum 31. Dezember 2008 nach dem Gesamtkostenverfahren. Erstmals mit dem Zwischenbericht für das erste Quartal 2009 veröffentlichte die HUGO BOSS AG die Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung nach dem international üblicheren Umsatzkostenverfahren (UKV). In den Umsatzkosten werden alle Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen erfasst. Die Zuordnung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge wurde nach Funktionsbereichen vorgenommen. Die Vorjahresvergleichszahlen wurden entsprechend angepasst.

RECHNUNGSLEGUNG

Der Konzernabschluss der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2009 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 2009 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 Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns. Sie führten jedoch zum Teil zu zusätzlichen Angaben.

IFRS 7 Finanzinstrumente: Angaben

Die Änderungen des IFRS 7 betreffen Angaben zur Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte („fair values“) sowie zum Liquiditätsrisiko. Die Angaben zur Fair Value-Ermittlung werden dahingehend spezifiziert, dass eine dreistufige Fair Value-Hierarchie eingeführt wird. Die Angaben zum Liquiditätsrisiko erfahren keine wesentlichen Änderungen durch die Neuregelung; diese werden im Risikobericht dargestellt. Die Angaben zur Ermittlung von beizulegenden Zeitwerten werden in der Angabe 27 dargestellt.

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.

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. Im Zusammenhang hierzu wurde die Interpretation IFRIC 19: Tilgung finanzieller Verbindlichkeiten durch Eigenkapitalinstrumente veröffentlicht.

Diese erläutert die Anforderungen der International Financial Standards (IFRS), wenn ein Unternehmen teilweise oder vollständig finanzielle Verbindlichkeiten durch Ausgabe von Aktien oder anderen Eigenkapitalinstrumenten tilgt.

IAS 1 Darstellung des Abschlusses

Die wesentlichen Änderungen des IAS 1 umfassen die Darstellung der nicht anteilsbezogenen Eigenkapitalveränderungen. Ebenso wie die verpflichtende Darstellung von drei Bilanzstichtagen, wenn eine Bilanzierungsmethode retrospektiv angewendet wurde, die Korrektur des Ansatzes, der Bewertung oder des Ausweises von Abschlussposten retrospektiv vorzunehmen war sowie die Umgliederung eines Abschlusspostens zum Stichtag. Zudem führt der Standard eine Gesamtergebnisrechnung ein, in der sämtliche in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Ertrags- und Aufwandsposten sowie alle erfolgsneutral im Eigenkapital erfassten Ergebnisbestandteile entweder in einer einzigen Aufstellung oder in zwei miteinander verbundenen Aufstellungen dargestellt werden. Der Konzern hat entschieden, zwei getrennte Aufstellungen vorzulegen.

Folgende Rechnungslegungsvorschriften wurden herausgegeben, waren aber für das Jahr 2009 noch nicht verpflichtend anzuwenden:

IFRS 9 Finanzinstrumente

Die Veröffentlichung von IFRS 9 am 12. November 2009 stellt den Abschluss des ersten Teils eines dreiphasigen Projekts zur Ersetzung von IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung durch einen neuen Standard dar. Vorschläge zur Wertminderungsmethodologie für Finanzinstrumente waren im Rahmen der zweiten Phase des Projekts Anfang November veröffentlicht worden. Vorschläge zur Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen, der dritten Phase, werden noch entwickelt.

Mit IFRS 9 werden neue Vorschriften für die Klassifizierung und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten eingeführt. Die Vorschriften müssen ab dem 1. Januar 2013 angewendet werden

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.

Änderungen von IFRS 2 Aktienbasierte Vergütung – anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich

Der IASB hat Änderungen an IFRS 2 herausgegeben, mit denen die Bilanzierung aktienbasierter Vergütung mit Barausgleich im Konzern klargestellt wird. Es wird genauer definiert, wie Tochtergesellschaften in einem Konzern bestimmte anteilsbasierte Vergütungsvereinbarungen in ihrem eigenen Abschluss bilanzieren sollen. Im Rahmen dieser Vereinbarungen erhält das Tochterunternehmen Güter oder Dienstleistungen von Arbeitnehmern oder Lieferanten, aber das Mutterunternehmen oder ein anderes Konzernunternehmen hat diese Arbeitnehmer oder Lieferanten zu bezahlen. Die veröffentlichten Änderungen stellen den Anwendungsbereich von IFRS 2 und das Zusammenwirken von IFRS 2 mit anderen Standards klar. Mit den Änderungen von IFRS 2 werden auch Leitlinien in den Standard aufgenommen, die vormals in IFRIC 8 „Anwendungsbereich von IFRS 2“ und IFRIC 11 „Konzerninterne Geschäfte und Geschäfte mit eigenen Anteilen nach IFRS 2“ enthalten waren. Daher hat das IASB IFRIC 8 und IFRIC 11 zurückgezogen. Die Änderungen sind erstmals auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2010 beginnen.

IAS 32 Finanzinstrumente: Darstellung

Die Änderungen regeln die Bilanzierung beim Emittenten von Bezugsrechten, Optionen und Optionsscheinen auf den Erwerb einer festen Anzahl von Eigenkapitalinstrumenten, die in einer anderen Währung des Emittenten denominated sind. Bisher wurde solche Fälle als derivative Verbindlichkeiten bilanziert. Solche Bezugsrechte, die zu einem festgelegten Währungsbeitrag anteilig an die bestehenden Anteilseigner eines Unternehmens ausgegeben werden, sind zukünftig als Eigenkapital zu klassifizieren. Die Währung, auf die der Ausübungspreis lautet, ist dabei unbeachtlich.

Die Änderungen sind erstmals auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Februar 2010 beginnen.

IAS 24 Angaben über nahe stehende Personen und Unternehmen

Durch die Änderungen des IAS 24 sind detaillierte Angaben nur noch zu einzelnen wesentlichen Transaktionen zu machen. Darüber hinaus sind quantitative Indikatoren zu Auswirkungen von Transaktionen, die nicht einzeln, aber zusammengenommen wesentlich sind, anzugeben.

Weiterhin wurde durch die Änderung des IAS 24 die Definition eines nahe stehenden Unternehmens oder einer nahe stehenden Person verdeutlicht. Die Änderungen sind erstmals auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2011 beginnen.

IFRIC 16 Absicherung einer Nettoinvestition in einem ausländischen Geschäftsbetrieb

Diese Interpretation befasst sich mit der Währungskurssicherung („hedge accounting“) von Netto-Investitionen in einem ausländischen Geschäftsbetrieb. IFRIC 16 ist erstmals anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 30. Juni 2009 beginnen.

IFRIC 12 Dienstleistungskonzessionsvereinbarung

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

IFRIC 12 ist auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 29. März 2009 beginnen.

Diese neuen Rechnungslegungsvorschriften sind im Konzernabschluss 2009 noch nicht berücksichtigt. Aus der Anwendung dieser überarbeiteten Standards und Interpretationen werden sich voraussichtlich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage sowie die Cashflows des HUGO BOSS Konzerns 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, Pullach, Deutschland¹
 GRAMOLERA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft Objekt Ticino mbH, Grünwald, Deutschland²
 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. CIA, S.C., Madrid, Spanien (vormals: HUGO BOSS España S.A., Madrid, Spanien)
 HUGO BOSS Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande
 HUGO BOSS Benelux Retail B.V., Amsterdam, Niederlande
 HUGO BOSS Beteiligungsgesellschaft mbH, Metzingen, Deutschland¹
 HUGO BOSS Canada, Inc., Toronto, Kanada
 HUGO BOSS China Retail Co. Ltd., Shanghai, Volksrepublik China
 HUGO BOSS Cleveland, Inc., Wilmington, DE, USA
 HUGO BOSS Dienstleistungs GmbH, Metzingen, Deutschland²
 HUGO BOSS do Brasil Ltda., São Paulo, Brasilien
 HUGO BOSS Fashions, Inc., Wilmington, DE, USA
 HUGO BOSS France SAS, Paris, Frankreich
 HUGO BOSS Guangdong Trading Co. Ltd., Guangzhou, Volksrepublik 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 Magazacilik Ltd. Sti., Izmir, Türkei
 (vormals: HUGO BOSS Outlet Magazacilik Limited Sirketi, Izmir, Türkei)
 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 Portugal & Companhia, Lissabon, Portugal
 (vormals: 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 Beteiligung 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.

Im Geschäftsjahr 2008 wurden 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, welche die geplante Lagerlogistikimmobilie samt Moblie herstellen und anschließend an die HUGO BOSS AG im Rahmen eines Operate lease vermieten. Durch ein geändertes Vorgehen des HUGO BOSS Konzerns kam es im Geschäftsjahr 2009 zu keinem Abschluss der Leasingverträge. Die HUGO BOSS AG hatte sich dazu verpflichtet, die anfallenden Aufwendungen zu ersetzen, für den Fall, dass es nicht zum Abschluss des Leasingvertrages kommt. Diese Aufwendungen hat die HUGO BOSS AG im abgelaufenen Geschäftsjahr getragen. Somit ist eine Einbeziehung in den Konsolidierungskreis für das Geschäftsjahr 2009 nicht erforderlich.

Die vollständige Aufstellung des Anteilsbesitzes ist unter Textziffer 39 zu finden.

VERÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2009 ist die Anzahl von 52 konsolidierten Gesellschaften gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 unverändert geblieben. Allerdings wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr folgende Veränderungen im Konsolidierungskreis vorgenommen:

In Deutschland wurde im Rahmen der Optimierung der Gesellschaftsstruktur die bisher schon voll konsolidierte Gesellschaft HUGO BOSS Germany Retail GmbH mit Verschmelzungsvertrag vom 31. August 2009 auf die HUGO BOSS AG verschmolzen.

Im zweiten Quartal hat die Objektgesellschaft GRAMOLERA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft Objekt Ticino mbH im Rahmen einer „Sale and Lease Back“-Transaktion das Gebäude am Standort des Kompetenzzentrums in Coldrerio (Schweiz) der HUGO BOSS Ticino S.A. erworben. Im Rahmen dieser Transaktion hat die HUGO BOSS AG mit notariellem Vertrag vom 29. Juni 2009 das Kaufangebot in Form einer PUT-Option zum Erwerb sämtlicher Anteile an oben genannter Objektgesellschaft von einem konzernfremden Unternehmen angenommen. Die PUT-Option wurde mit Wirkung zum 31. Dezember 2009 ausgeübt. Die im Zusammenhang mit der Veräußerung des Gebäudes generierten Zahlungsmittelzuflüsse und Buchwertabgänge in Höhe von 22.183 TEUR wurden als Folge der Ausübung der PUT-Option zur Übernahme der Anteile an der GRAMOLERA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft Objekt Ticino mbH aus Konzernsicht rückabgewickelt. Die „Sale and Lease Back“-Transaktion hatte somit zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2009 keine Auswirkungen mehr auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns.

Insgesamt stellt sich die Zahl der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen im Geschäftsjahr 2009 wie folgt dar:

ANZAHL DER VOLLKONSOLIDIERTEN GESELLSCHAFTEN

	2009	2008
1. Januar	52	51
Neu gegründete/konsolidierte Unternehmen	1	1
Unternehmenszusammenschlüsse	-1	-
31. Dezember	52	52

ANGABEN ZUM GRÖSSTEN KONSOLIDIERUNGSKREIS

Die Red & Black Holding GmbH, Frankfurt am Main, Deutschland, 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 Red & Black Holding GmbH, Frankfurt am Main, Deutschland, als größtem Konsolidierungskreis einbezogen.

KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

Alle Unternehmenszusammenschlüsse werden nach der Erwerbsmethode bilanziert. Die Anschaffungskosten einer Unternehmensakquisition werden nach den beizulegenden Zeitwerten der hingegebenen Vermögenswerte und der eingegangenen oder übernommenen Verbindlichkeiten zum Erwerbszeitpunkt, zuzüglich der direkt zurechenbaren Erwerbskosten, bemessen. Die bei einem Unternehmenszusammenschluss erworbenen, identifizierbaren Vermögenswerten sowie die übernommenen Verbindlichkeiten (einschließlich bedingter Verbindlichkeiten) werden mit ihren beizulegenden Zeitwerten zum Erwerbszeitpunkt bewertet, unabhängig vom Umfang etwaiger Minderheitsanteile am Eigenkapital. Der Überschuss der Anschaffungskosten der Unternehmensakquisition über den Nettowert der anteiligen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten wird als Geschäfts- und Firmenwert ausgewiesen.

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 selbstständige Teileinheiten handelt) werden nach der modifizierten Stichtagskursmethode gemäß IAS 21 in Euro umgerechnet. Die funktionale Währung ist grundsätzlich die jeweilige Landeswährung. Abweichend davon ist die funktionale Währung der HUGO BOSS Textile Industry Ltd., Türkei, und der HUGO BOSS International Markets AG, Schweiz, der Euro, da die wesentlichen Transaktionen dieser Gesellschaften in Euro getätigt werden.

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 Währungsunterschied 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 =	2009	2008	2009	2008
Australien	AUD		1,7766	1,7409	1,6008	2,0435
Brasilien	BRL		2,7721	2,6701	2,5113	3,2862
Dänemark	DKK		7,4463	7,4559	7,4418	7,4506
Großbritannien	GBP		0,8911	0,7952	0,8881	0,9742
Hongkong	HKD		10,7937	11,4477	11,1709	10,9261
Japan	JPY		130,1831	152,4061	133,1600	127,4000
Kanada	CAD		1,5858	1,5585	1,5128	1,7331
Mexiko	MXN		18,7858	16,1768	18,7908	19,0863
Norwegen	NOK		8,7324	8,2153	8,3000	9,8400
Schweden	SEK		10,6276	9,6084	10,2520	10,9500
Schweiz	CHF		1,5099	1,5879	1,4836	1,4963
USA	USD		1,3925	1,4699	1,4406	1,4098
Volksrepublik China	CNY		9,5143	10,2224	9,8350	9,6364

KENNZAHLEN DER WESENTLICHEN BETEILIGUNGSGESELLSCHAFTEN DES HUGO BOSS KONZERNS

(in TEUR)

Gesellschaft

HUGO BOSS AG^{1,2}

HUGO BOSS International B.V.³

HUGO BOSS Ticino S.A.

HUGO BOSS USA, Inc.⁴

HUGO BOSS Benelux B.V.

HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG

HUGO BOSS Hong Kong Ltd.

HUGO BOSS International Markets AG

HUGO BOSS Textile Industry Ltd.

HUGO BOSS UK Limited

HUGO BOSS Canada, Inc.

HUGO BOSS France SAS

HUGO BOSS Australia Pty. Ltd.

HUGO BOSS Italia S.p.A.

HUGO BOSS Shoes & Accessories S.p.A.

HUGO BOSS (Schweiz) AG

HUGO BOSS do Brasil Ltda.

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

HUGO BOSS Portugal & Companhia (vormals: HUGO BOSS Portugal, Unipessoal)

HUGO BOSS Japan K.K.

HUGO BOSS Benelux B.V. CIA, S.C (vormals: HUGO BOSS España S.A.)

1 Das Ergebnis enthält Erträge aus Gewinnübernahmen in Höhe von 34 TEUR sowie Erträge aus Beteiligungen in Höhe von 72.884 TEUR.

2 Durch die Verschmelzung der HUGO BOSS Germany Retail GmbH auf die HUGO BOSS AG in 2009 wurden die Vorjahreswerte entsprechend angepasst.

3 Das Ergebnis enthält Dividendeneinkünfte in Höhe von 91.093 TEUR (2008: 191.149 TEUR).

4 Teilkonzernabschluss.

Sitz	Ergebnis		Eigenkapital	
	2009	2008	2009	2008
Metzingen, Deutschland	56.875	329.376	494.417	547.268
Amsterdam, Niederlande	75.261	176.926	174.622	105.225
Coldrerio, Schweiz	33.791	38.897	60.894	66.364
Wilmington, DE, USA	-5.365	762	39.504	45.666
Amsterdam, Niederlande	16.452	15.902	38.463	37.911
Metzingen, Deutschland	74.162	79.196	24.120	22.842
Hongkong	7.676	12.525	21.852	17.787
Zug, Schweiz	12.760	17.405	17.586	20.977
Izmir, Türkei	-453	5.711	12.997	13.450
London, Großbritannien	8.998	11.123	12.751	6.986
Toronto, Kanada	-2.277	-2.369	12.459	7.190
Paris, Frankreich	-120	1.940	12.435	14.055
Preston, Australien	1.385	1.736	10.022	7.871
Mailand, Italien	-5.488	-1.447	8.144	13.633
Morrovalle, Italien	-3.252	1.076	4.965	8.217
Zug, Schweiz	4.118	4.078	4.328	4.959
São Paulo, Brasilien	102	113	3.340	2.466
Mexiko-Stadt, Mexiko	427	966	2.053	2.387
Lissabon, Portugal	-5.619	-1.368	-4.833	-4.213
Tokio, Japan	-11.671	-4.035	-22.021	-11.090
Madrid, Spanien	-12.705	-22.294	-33.177	-20.472

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 Zusammenhanges 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 Fertigwaren 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 werden 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.

Sogenanntes „Key Money“ zählt ebenso zu den immateriellen Vermögenswerten. Dies sind Zahlungen, die anlässlich des Abschlusses von Mietverträgen für eigene Einzelhandelsgeschäfte, in exponierter Lage, als Einmalzahlungen an den Vormieter oder an den Vermieter geleistet werden. Die Unterscheidung zwischen begrenzter und unbegrenzter Nutzungsdauer wird anhand der tatsächlichen Verhältnisse in den Ländern, in denen sich die jeweiligen Einzelhandelsgeschäfte befinden, getroffen. Key Money mit unbegrenzter Nutzungsdauer betrifft momentan die Länder Frankreich und Brasilien.

Immaterielle Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer werden einmal jährlich auf Werthaltigkeit geprüft. Ist die Werthaltigkeit nicht mehr gegeben, wird eine Wertminderung 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 (FAHfT)
- b / Kredite und Forderungen (LaR)
- c / Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten (FLHfT)
- d / Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten, die mittels der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden (FLAC)

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 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-, Währungs- und Aktienkursrisiken (SAR) 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 Fälligkeit 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 Bewertungen 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 2010–2012. 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 (vor Steuern) konzerneinheitlich 11%. 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 temporäre 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 Steuerminierungsansprüche, 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 Leasinggegenstands 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.

RESTRUKTURIERUNGSaufWENDUNGEN

Restrukturierungsaufwendungen werden in der Periode erfasst, in der sie anfallen oder 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.

PENSIONSrückSTELLUNGEN

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.

ERMESSENSAUSÜBUNG 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 von 1 % bis 100 % einzelwertberichtigt. Alle Tochtergesellschaften des HUGO BOSS Konzerns sind dazu verpflichtet, eine Altersstruktur ihrer Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zu führen. Hierdurch wird gewährleistet, dass eine risikoadjustierte Abwertung möglich ist. 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 der Wertansatz am noch zu erzielenden Nettoveräußerungspreis über die konzerneigenen Absatzkanäle. Wertminderungen auf den erwarteten niedrigeren Verkaufspreis sowohl auf Ebene der Vertriebsgesellschaften als auch aus Sicht des Konzerns werden über Gängigkeits- und Reichweitenbetrachtungen antizipiert.

d / Zwischengewinneliminierung

Die HUGO BOSS Vertriebsgesellschaften beziehen Fertigerzeugnisse und Handelswaren (Fertigwaren) regelmäßig ausschließlich von den konzerneigenen Produktions- und Beschaffungseinheiten. Für die am Bilanzstichtag noch auf Lager befindlichen, konzernintern gelieferten Fertigwaren werden im Rahmen der Konsolidierungsvorgänge Gewinne aus den konzerninternen Lieferungen eliminiert.

Liegt der Bilanzwert der Vertriebsgesellschaft durch lokal vorgenommene Abwertungen bereits unter den Konzernherstellungskosten, werden keine Zwischengewinne eliminiert.

Ein zu eliminierender Zwischengewinn ergibt sich als Differenz zwischen dem Buchwert der Fertigwaren auf Ebene der Vertriebsgesellschaft nach lokal vorgenommenen Wertminderungen und den Konzernherstellungskosten. Des Weiteren werden die Fertigwaren bewertet zu Konzernanschaffungskosten auf den Wertminderungsbedarf aus Sicht des HUGO BOSS Konzerns geprüft. Liegen die Konzernherstellungskosten über dem voraussichtlichen Netto-Veräußerungserlös, sind weitere Wertminderungen

vorzunehmen. Der voraussichtlich erzielbare Veräußerungserlös aus Sicht des Konzerns orientiert sich hierbei an den weltweiten konzerneigenen Absatzkanälen, insbesondere den Lager- und Outletkapazitäten. Diese werden seit November 2008 im neu geschaffenen Bereich Global Replenishment der HUGO BOSS AG in Deutschland gebündelt. In diesem Zusammenhang wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr der Wertminderungsbedarf der Fertigwaren auf Konzernebene erstmalig anhand der Abwertungskriterien der mehrheitlich in Deutschland geführten Lager- und Outletbestände ermittelt, deren Gängigkeit und Reichweite durch die konzernweiten Warenbewegungen beeinflusst wird. Durch diese Präzisierung der Ermittlungsmethode ergab sich im Geschäftsjahr 2009 ein positiver Ergebniseffekt von 6.401 TEUR.

e / 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.

f / Beizulegender Zeitwert von Finanzinstrumenten

Sofern der beizulegende Zeitwert von in der Bilanz erfassten finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten nicht mithilfe von Daten eines aktiven Marktes bestimmt werden kann, wird er unter Verwendung von Bewertungsverfahren einschließlich der Discounted-Cashflow-Methode ermittelt. Die in das Modell eingehenden Input-Parameter stützen sich soweit möglich auf beobachtbare Marktdaten. Ist dies nicht möglich, stellt die Bestimmung der beizulegenden Zeitwerte in gewissem Maße eine Ermessensentscheidung dar. Die Ermessensentscheidungen betreffen Input-Parameter wie Liquiditätsrisiko, Kreditrisiko und Volatilität. Änderungen der Annahmen bezüglich dieser Faktoren könnten sich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert der Finanzinstrumente auswirken.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1 // UMSATZERLÖSE

in TEUR	2009	2008
Erlöse aus dem Verkauf von Gütern	1.518.161	1.639.061
Lizenzen	43.702	46.997
	1.561.863	1.686.058

2 // UMSATZ- UND DIREKTE VERTRIEBSKOSTEN

in TEUR	2009	2008
Bezogene Waren und andere aktivierte Eigenleistungen	524.291	548.610
Bezogene Leistungen	94.385	126.881
Eigenfertigung	59.170	66.857
Direkte Vertriebskosten	33.882	36.862
	711.728	779.210

In den Umsatzkosten sind Kursgewinne (nach Saldierung von Kursverlusten) in Höhe von 3.019 TEUR (2008: Kursgewinne 15.814 TEUR) enthalten, die im Rahmen der Umsatz- und Einkaufstätigkeit entstanden sind.

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

Darüber hinaus sind im Geschäftsjahr 2009 Wertminderungen auf das Vorratsvermögen, bezogen auf die Umsatzkosten in Höhe von 13.732 TEUR (2008: 23.513 TEUR) erfasst. Die Wertminderungen entfallen insbesondere auf Fertig- und Rohwarenbestände mit verringerter Veräußerbarkeit.

In den direkten Vertriebskosten sind vor allem umsatzabhängige Provisionen, Fracht- und Zollkosten sowie Kreditkartengebühren enthalten.

3 // VERTRIEBS- UND MARKETINGAUFWENDUNGEN

in TEUR	2009	2008
Aufwendungen für konzerneigenen Einzelhandel, indirekte Vertriebs- und Marketingorganisation	298.236	288.230
Marketingaufwendungen	74.000	111.560
Lager- und Beschaffungsaufwendungen	103.231	112.228
Wertberichtigungen auf Forderungen/Forderungsausfall	12.416	6.389
	487.883	518.407

Die größte Position in den Aufwendungen für den konzerneigenen Einzelhandel, indirekte Vertriebs- und Marketingorganisation stellen neben dem Personalaufwand die Mietaufwendungen dar.

Die Aufwendungen für die indirekte Vertriebs- und Marketingorganisation umfassen neben den Personal- und Mietaufwendungen für den Großhandelsvertrieb weitere Aufwendungen für das Brand Management, Retail Services und das Regional Sales Management.

Die Marketingaufwendungen setzen sich aus den Brutto-Marketingaufwendungen in Höhe von 89.257 TEUR (2008: 142.505 TEUR) und Erträgen aus der Weiterberechnung von Marketingaufwendungen von 15.257 TEUR (2008: 30.946 TEUR) zusammen. Die Erlöse aus der Weiterberechnung von Marketingaufwendungen enthalten hauptsächlich Kosten für die Weiterberechnung von Shopeinrichtungen, Marketingmaterial sowie für Werbe- und Sponsoringaktivitäten.

Insgesamt entfallen auf die Vertriebs- und Marketingaufwendungen sonstige Steuern in Höhe von 1.833 TEUR (2008: 0 TEUR).

4 // VERWALTUNGSaufWENDUNGEN UND SONSTIGE BETRIEBLICHE aufWENDUNGEN/ERTRÄGE

in TEUR	2009	2008
Verwaltungsaufwand	112.146	112.523
Forschungs- und Entwicklungskosten	43.739	48.651
Sondereffekte	47.922	36.445
	203.807	197.619

Der Verwaltungsaufwand besteht überwiegend aus Raummieten, Instandhaltungskosten, IT-Betriebskosten und Rechts- und Beratungskosten sowie aus Personalaufwand der jeweiligen Funktionsbereiche.

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

Die Gesamtaufwendungen für Forschung und Entwicklung in Höhe von 43.739 TEUR (2008: 48.651 TEUR) setzen sich wie folgt zusammen: 27.104 TEUR (2008: 28.391 TEUR) Personalaufwand, 1.145 TEUR (2008: 1.150 TEUR) Abschreibungen sowie 15.490 TEUR (2008: 19.110 TEUR) sonstiger betrieblicher Aufwand.

Die Sondereffekte ergaben sich im Wesentlichen aus Aufwendungen im Zusammenhang mit der strategischen Neuausrichtung des Konzerns und der damit zusammenhängenden Reorganisation des konzerneigenen Einzelhandels, der weltweiten Konsolidierung der Produktionsstätten und der Showroomflächen.

Wesentliche Erträge sind in den Verwaltungsaufwendungen durch die Weiterberechnung von sonstigen Kosten und Leistungen in Höhe von 17.860 TEUR (2008: 16.223 TEUR) entstanden sowie durch die Auflösung von Rückstellungen 3.430 TEUR (2008: 5.595 TEUR), wovon 2.166 TEUR (2008: 5.595 TEUR) den Sondereffekten zuzurechnen sind.

Insgesamt entfallen auf die Verwaltungsaufwendungen sonstige Steuern in Höhe von 1.286 TEUR (2008: 1.636 TEUR).

5 // FINANZERGEBNIS

in TEUR	2009	2008
Zinsergebnis		
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.680	1.776
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-24.053	-28.073
	-22.373	-26.297
Übrige Finanzposten ¹	576	-16.129
	-21.797	-42.426

¹ Der Vorjahreswert wurde angepasst. Siehe auch die begleitenden Erläuterungen zum Konzernabschluss.

In den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind in Höhe von 10.529 TEUR (2008: 354 TEUR) Aufwendungen für Zinsbegrenzungsvereinbarungen enthalten.

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.

6 // ERTRAGSTEUERN

in TEUR	2009	2008
Laufende Steuern	31.122	34.473
Latente Steuern	1.537	1.878
	32.659	36.351

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 % (2008: 28,0 %). Die Steuersätze im Ausland liegen wie im Vorjahr zwischen 0 % und 41 %.

Im Geschäftsjahr 2009 enthalten die laufenden Ertragsteuern periodenfremde Aufwendungen in Höhe von 1.086 TEUR (2008: 3.716 TEUR). Dem stehen periodenfremde Erträge in Höhe von 1.328 TEUR (2008: 1.779 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 % (2008: 28,0 %) auf Konzernebene ergeben würde, zum tatsächlich ausgewiesenen Ertragsteueraufwand im Konzern. Der verwendete inländische

Ertragsteuersatz berücksichtigt den Körperschaftsteuersatz (inkl. Solidaritätszuschlag) von 15,8 % (2008: 15,8 %) sowie einen Gewerbesteuersatz von 12,2 % (2008: 12,2 %).

in TEUR	2009	2008
Ergebnis vor Ertragsteuern	136.648	148.396
Erwarteter Ertragsteueraufwand	38.262	41.548
Steuereffekte aus permanenten Sachverhalten	-8.186	-846
Steuersatzbedingte Abweichungen	-12.325	-17.169
Steuererstattungen/Steuernachzahlungen	-242	1.937
Wertberichtigung auf aktive latente Steuern	15.150	11.363
Sonstige Abweichungen	-	-482
Ausgewiesener Ertragsteueraufwand	32.659	36.351
Ertragsteuerbelastung	23,9 %	24,5 %

Die Verminderung der Ertragsteuerbelastung durch steuerfreie Erträge und sonstige permanente Effekte beträgt insgesamt 16.464 TEUR (2008: 10.109 TEUR). Der Steuereffekt der nicht abzugsfähigen Betriebsaufwendungen beläuft sich auf 8.278 TEUR (2008: 9.263 TEUR).

Die Steuerabgrenzungen in der Konzernbilanz sind den folgenden Sachverhalten zuzuordnen:

in TEUR	2009		2008	
	Aktivisch	Passivisch	Aktivisch	Passivisch
Rückstellungen	9.408	-84	6.677	-272
Steuerliche Verlustvorträge	23.473	-	12.925	-
Steuerliche Zinsvorträge	-	-	3.601	-
Vorratsbewertung	12.966	-5.586	18.022	-6.655
Ansatz und Bewertung des Anlagevermögens	3.223	-5.740	6.429	-4.971
Forderungsbewertung	7.976	-292	7.666	-218
Marktbewertung Finanzinstrumente	4.187	-3	12	-419
Sonstige Ansatz- und Bewertungsunterschiede	6.891	-4.744	5.265	-5.391
	68.124	-16.449	60.597	-17.926
Wertminderungen ¹	-23.039	-	-16.968	-
	45.085	-16.449	43.629	-17.926

¹ Einschließlich nicht zu erfassender steuerlicher Verlustvorträge.

Latente Steueransprüche werden für alle abzugsfähigen temporären Unterschiede, noch nicht genutzte steuerliche Verlust- und Zinsvorträge 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 Zinsvorträge sowie die Steuergutschriften verwendet werden können.

Von den latenten Steueransprüchen sind 19.306 TEUR (2008: 11.706 TEUR) und von den latenten Steuerschulden 8.061 TEUR (2008: 10.362 TEUR) langfristig. In der Bilanz ist der Gesamtbetrag als langfristig ausgewiesen.

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 519 TEUR (2008: 244 TEUR) enthalten. Aufwendungen aus der Korrektur latenter Steuern des Vorjahres ergaben sich keine (2008: 468 TEUR).

Wenn hinsichtlich der Realisierbarkeit in der Zukunft Zweifel bestehen, werden Ansprüche aus steuerlichen Verlustvorträgen und temporären Differenzen 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 1.145 TEUR (2008: 5.357 TEUR) aus temporären Differenzen und in Höhe von 21.854 TEUR (2008: 11.611 TEUR) aus nicht genutzten steuerlichen Verlustvorträgen. Nicht genutzte steuerliche Zinsvorträge sind im Betrag von 3.505 TEUR (2008: 0 TEUR) aufgrund eines Anteilseignerwechsels untergegangen.

Aktive latente Steuern in Höhe von 6.712 TEUR (2008: 2.466 TEUR), die im Zusammenhang mit der erfolgsneutralen Erfassung von Zeitwertschwankungen der in eine wirksame Sicherungsbeziehung einbezogenen Derivate stehen, wurden im Jahr 2009 direkt im Eigenkapital erfolgsneutral erfasst.

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

in TEUR	2009	2008
Verfallsdatum innerhalb von		
1 Jahr	544	138
2 Jahren	620	1.273
3 Jahren	1.954	3.341
4 Jahren	3.477	2.681
5 Jahren	1.748	7.428
mehr als 5 Jahren	71.626	20.548
unbegrenzt vortragsfähig	4.659	4.458
Summe Verlustvorträge	84.628	39.867

7 // 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.

8 // ERGEBNIS JE AKTIE

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

Weder zum 31. Dezember 2009 noch zum 31. Dezember 2008 standen Aktien aus, die den Gewinn pro Aktie verwässern könnten.

in TEUR	2009	2008
Konzernergebnis	103.989	112.045
Durchschnittliche Zahl der ausstehenden Aktien ¹		
Stammaktien	35.331.445	35.331.445
Vorzugsaktien	33.684.722	33.684.722
Ergebnis je Stammaktie in EUR ²	1,50	1,62
Ergebnis je Vorzugsaktie in EUR ²	1,51	1,63

1 Berücksichtigt den Effekt des Aktienrückkaufprogramms.

2 Keine Verwässerung: Aktienoptionsprogramm basierend auf Stock Appreciation Rights.

9 // ZUSÄTZLICHE ANGABEN ZUR KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Personalaufwand

in TEUR	2009	2008
Eigenfertigung	47.133	50.258
Lager- und Beschaffungsaufwendungen	62.481	65.849
Forschungs- und Entwicklungskosten	27.104	28.390
Aufwendungen für konzernerzogenen Einzelhandel, indirekte Vertriebs- und Marketingorganisation	122.561	120.858
Verwaltungsaufwand ¹	57.558	59.405
Sondereffekte	14.561	28.044
	331.398	352.804

1 Der Vorjahreswert wurde angepasst. Siehe auch die begleitenden Erläuterungen zum Konzernabschluss.

In den Sondereffekten sind Aufwendungen aus dem im abgelaufenen Geschäftsjahr weitergeführten Maßnahmen zur Neuorganisation der Konzernstruktur und der damit verbundenen Verschlinkung der Personalstruktur in Höhe von 14.561 TEUR (2008: 28.044 TEUR) enthalten.

in TEUR	2009	2008
Löhne und Gehälter	277.700	304.548
Soziale Abgaben	46.329	47.311
Aufwendungen und Erträge für Altersversorgung und für Unterstützung ¹	7.369	945
	331.398	352.804

1 Der Vorjahreswert wurde angepasst. Siehe auch die begleitenden Erläuterungen zum Konzernabschluss.

Die Arbeitgeberbeiträge zu beitragsorientierten Pensionsplänen betragen ca. 7 % (2008: ca. 6 %) des Personalaufwands.

Mitarbeiter zum 31. Dezember 2009:

	2009	2008
Gewerbliche Arbeitnehmer	4.062	4.477
Kaufmännische Mitarbeiter	4.965	5.116
	9.027	9.593

Die Ermittlung der Mitarbeiterzahl erfolgt aus der Zahl der Mitarbeiter zum 31. Dezember unter anteiliger Berücksichtigung der Teilzeitbeschäftigten.

Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt:

	2009	2008
Gewerbliche Arbeitnehmer	4.186	4.605
Kaufmännische Mitarbeiter	4.900	4.895
	9.086	9.500

Abschreibungen

in TEUR	2009	2008
Eigenfertigung	5.994	6.613
Lager- und Beschaffungsaufwendungen	6.650	7.748
Forschungs- und Entwicklungskosten	1.146	1.150
Aufwendungen für konzerneigenen Einzelhandel, indirekte Vertriebs- und Marketingorganisation	33.263	32.893
Verwaltungsaufwand	16.761	12.571
Sondereffekte	5.321	0
	69.135	60.975

Die auf die Sondereffekte zurückzuführenden Abschreibungen betreffen die Abschreibung auf Sachanlagen in Zusammenhang mit der Neuausrichtung im konzerneigenen Einzelhandel.

Insgesamt betragen die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen 69.135 TEUR (2008: 60.975 TEUR). Eine Aufteilung der Abschreibungen auf die entsprechenden Bilanzpositionen ist den folgenden Erläuterungen zur Konzernbilanz zu entnehmen.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERNBILANZ

ANLAGEVERMÖGEN

in TEUR	Sachanlagen	Immaterielle Vermögenswerte	Summe Anlagevermögen
Anschaffungskosten			
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
Währungsdifferenzen	2.085	-32	2.053
Zugänge	36.271	12.066	48.337
Abgänge	-31.097	-3.944	-35.041
Umbuchungen	483	-483	0
31. Dezember 2009	594.536	163.950	758.486
Abschreibungen			
31. Dezember 2007	255.129	40.825	295.954
Währungsdifferenzen	2.592	132	2.724
Zugänge	50.467 ¹	10.508	60.975
Abgänge	-16.201 ¹	-140	-16.341
31. Dezember 2008	291.987	51.325	343.312
Währungsdifferenzen	557	-303	254
Zugänge	55.096	14.039	69.135
Abgänge	-23.544	-2.498	-26.042
31. Dezember 2009	324.096	62.563	386.659
Buchwert 31. Dezember 2009	270.440	101.387	371.827
Buchwert 31. Dezember 2008	294.807	105.018	399.825

¹ Die Vorjahreswerte wurden angepasst. Buchwertneutrale Umgliederung i.H.v. 68 TEUR von Abschreibungsabgängen zu Abschreibungszugängen.

Im Zusammenhang mit Grundstücken und Gebäuden existieren Grundschulden in Höhe von 35.013 TEUR (2008: 36.973 TEUR).

10 // IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

in TEUR	Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte ¹	Selbst erstellte Software	Geschäfts- oder Firmenwerte	Gesamt
Anschaffungskosten				
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
Währungsdifferenzen	-32	0	0	-32
Zugänge	12.066	0	0	12.066
Abgänge	-3.944	0	0	-3.944
Umbuchungen	-483	0	0	-483
31. Dezember 2009	130.532	5.603	27.815	163.950
Abschreibungen				
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
Währungsdifferenzen	-303	0	0	-303
Zugänge	14.039	0	0	14.039
Abgänge	-2.498	0	0	-2.498
31. Dezember 2009	54.729	5.603	2.231	62.563
Buchwert 31. Dezember 2009	75.803	0	25.584	101.387
Buchwert 31. Dezember 2008	79.434	0	25.584	105.018

¹ Und ähnliche Rechte sowie Lizenzen.

Der Posten Konzessionen und gewerbliche Schutzrechte enthält neben Markenrechten (14.992 TEUR) und sogenanntem Key Money (11.483 TEUR) auch Software aus dem IT-Projekt „Columbus“ (37.487 TEUR) sowie andere Softwarelizenzen (11.841 TEUR).

Das im Geschäftsjahr 2003 begonnene IT-Projekt „Columbus“ hat zu einer Neuanschaffung der Software für die gesamte Unternehmenssteuerung geführt. Betroffen waren die Einkaufs-, Produktionssteuerungs-, Logistik-, Vertriebs- und Finanzsysteme (weltweit). Über die Gesamtlaufzeit des Projekts wurden im Rahmen von „Columbus“ für das ERP-System, bestehend aus der Branchenlösung SAP AFS sowie SAP Retail für den unternehmenseigenen Einzelhandel, immaterielle Vermögensgegenstände mit Anschaffungskosten in Höhe von 53.084 TEUR (2008: 50.555 TEUR) aktiviert, wovon zum Bilanzstichtag bereits 15.597 TEUR (2008: 10.467 TEUR) planmäßig abgeschrieben waren.

Insgesamt war zum Bilanzstichtag Key Money in Höhe von 11.483 TEUR (2008: 11.509 TEUR) aktiviert. Davon entfallen 4.415 TEUR (2008: 4.895 TEUR) auf Key Money mit unbegrenzter Nutzungsdauer und 7.068 TEUR (2008: 6.614 TEUR) auf Key Money mit begrenzter Nutzungsdauer.

Die Geschäfts- oder Firmenwerte werden gemäß IAS 38 als Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer klassifiziert. Betroffen ist das Geschäftsfeld der Herrenbekleidung in Australien (6.874 TEUR) sowie das Geschäftsfeld der Herren für Schuhe und Lederaccessoires (18.710 TEUR). Der Wertansatz der Geschäfts- und Firmenwerte ist im Vergleich zum Vorjahr unverändert.

Die im Posten Konzessionen und gewerbliche Schutzrechte ausgewiesenen Markenrechte in Höhe von 14.992 TEUR, welche im wesentlichen auf Markenrechte in Bezug auf das Geschäftsfeld der Herrenbekleidung in den USA entfallen, sind ebenfalls als Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer klassifiziert.

In den Geschäftsjahren 2009 und 2008 entstand für den Geschäfts- und Firmenwert sowie die Markenrechte kein Wertminderungsaufwand.

Auf immaterielle Vermögensgegenstände wurden hingegen Wertminderungen in Höhe von 2.990 TEUR (2008: 1.465 TEUR) vorgenommen. Die Wertminderungen entfallen im Wesentlichen auf die den einzelnen Stores zugeordneten Key-Money-Beträge mit unbegrenzter Nutzungsdauer. Die Wertminderungen wurden im Rahmen von Impairment Tests ermittelt und sind in den betreffenden Funktionsbereichen den Abschreibungen zuzuordnen.

11 // SACHANLAGEN

in TEUR	Grund- stücke und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungskosten					
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
Währungsdifferenzen	-328	-110	2.521	2	2.085
Zugänge	840	2.114	32.552	765	36.271
Abgänge	-3.562	-5.050	-22.330	-155	-31.097
Umbuchungen	16.093	-222	19.712	-35.100	483
31. Dezember 2009	134.848	41.429	416.803	1.456	594.536
Abschreibungen					
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	41.675	70	50.467
Abgänge	-1.566	-287	-14.348	0	-16.201
31. Dezember 2008	37.391	30.442	223.696	458	291.987
Währungsdifferenzen	-128	-78	757	6	557
Zugänge	7.137	4.088	43.871	0	55.096
Abgänge	-3.483	-4.597	-15.464	0	-23.544
31. Dezember 2009	40.917	29.855	252.860	464	324.096
Buchwert 31. Dezember 2009	93.931	11.574	163.943	992	270.440
Buchwert 31. Dezember 2008	84.414	14.255	160.652	35.486	294.807

Auf Sachanlagen wurden Wertminderungen in Höhe von 4.445 TEUR (2008: 3.007 TEUR) vorgenommen, die in der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung den einzelnen Funktionsbereichen zugeordnet werden und in den Abschreibungen enthalten sind. 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 78 TEUR (2008: 147 TEUR) enthalten, die dem wirtschaftlichen Eigentum des Konzerns gemäß IAS 17 zugerechnet werden. Betriebs- und Geschäftsausstattung ist im Gegensatz zum Vorjahr nicht mehr enthalten (2008: 6 TEUR).

Aus den Finanzierungsleasingverträgen werden in den Folgeperioden folgende Leasingzahlungen fällig:

in TEUR	fällig 2010	fällig 2011 bis 2014	fällig nach 2014
Mindestleasingzahlungen	97	13	0
Abzinsungsbeträge	28	4	0
Barwerte	69	9	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 2009 wurden für Operating-Leasing-Verhältnisse Mietaufwendungen in Höhe von 114.548 TEUR (2008: 104.023 TEUR) berücksichtigt. Der bedingte Mietaufwand betrug 7.546 TEUR (2008: 13.424 TEUR).

Die in den Folgeperioden aus zum Bilanzstichtag bestehenden Operating-Leasing-Verhältnissen resultierenden Zahlungen sind bei den sonstigen Erläuterungen (29) dargestellt.

Aus Untermietverhältnissen hat der Konzern im Geschäftsjahr 2009 (wie im Vorjahr) keine wesentlichen Einnahmen erzielt.

12 // SONSTIGE VERMÖGENSWERTE

in TEUR	2009		2008			
		davon kurzfristig	davon langfristig	davon kurzfristig	davon langfristig	
Finanzielle Vermögenswerte	16.146	5.725	10.421	22.858	13.488	9.370
Steuererstattungsansprüche und Steuervorauszahlungen	14.621	14.517	104	15.563	15.499	64
Andere Vermögenswerte	39.664	35.404	4.260	50.389	44.028	6.361
	70.431	55.646	14.785	88.810	73.015	15.795

In den finanziellen Vermögenswerten sind positive Marktwerte aus Finanzderivaten in Höhe von 5.630 TEUR (2008: 14.764 TEUR) enthalten.

Die Wertminderungen auf andere Vermögenswerte betragen im Geschäftsjahr 2009 4.585 TEUR (2008: 2.403 TEUR).

Erstmalig zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2009 wurden die langfristigen Erstattungsansprüche aus einem Körperschaftsteuer-Moratorium unter dem Posten Langfristige Ertragsteuerforderungen ausgewiesen. In den Vorjahren 2008 und 2007 wurden die entsprechenden Beträge in den Sonstigen Vermögensgegenständen erfasst. Die langfristigen Erstattungsansprüche beliefen sich zum 31. Dezember 2008 auf 3.731 TEUR und zum 31. Dezember 2007 auf 4.127 TEUR. Die Vorjahreswerte wurden aus Gründen der Vergleichbarkeit entsprechend umgegliedert.

13 // VORRÄTE

in TEUR	2009	2008
Fertige Erzeugnisse und Waren	252.647	300.593
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	50.562	77.041
Unfertige Erzeugnisse	2.769	3.720
	305.978	381.354

Der Buchwert der zum niedrigeren Nettoveräußerungswert angesetzten Vorräte beträgt 100.991 TEUR (2008: 109.490 TEUR).

14 // FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in TEUR	2009	2008
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	140.074	201.035

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 2009 waren insgesamt Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 68.364 TEUR (2008: 56.180 TEUR) wertgemindert.

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

in TEUR	2009	2008
Stand Wertminderungen 1. Januar	29.261	28.220
Zuführungen	8.591	8.944
Verbrauch	–387	–2.182
Auflösungen	–6.168	–5.461
Kursdifferenzen	307	–260
Stand Wertminderungen 31. Dezember	31.604	29.261

Alle Aufwendungen und Erträge aus Wertminderungen von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden unter den Vertriebs- und Marketingaufwendungen ausgewiesen.

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

in TEUR	2009	2008
Buchwert	140.074	201.035
davon: weder überfällig, noch wertgemindert	75.393	109.260
davon: überfällig, aber nicht wertgemindert	27.920	64.857
≤ 30 Tage	8.724	26.905
> 30 bis 60 Tage	12.587	22.272
> 60 bis 90 Tage	3.901	11.167
> 90 bis 120 Tage	655	2.645
> 120 bis 180 Tage	209	750
> 180 bis 360 Tage	1.705	1.047
> 360 Tage	139	71

Für den Bestand der weder überfälligen noch wertgeminderten Forderungen wurden zum Abschlussstichtag keine Anzeichen dafür identifiziert, dass die Schuldner ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen werden. Bei versicherten Forderungen ist das Ausfallrisiko auf den Selbstbehalt begrenzt.

15 // ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE

in TEUR	2009	2008
Guthaben bei Kreditinstituten und andere flüssige Mittel	112.093	22.656
Schecks/ec-Cash	14	1
Kassenbestand	1.975	1.955
	114.082	24.612

16 // GEZEICHNETES KAPITAL

Das voll eingezahlte Grundkapital der HUGO BOSS AG beträgt zum 31. Dezember 2009 insgesamt 70.400.000 EUR. Die Aktien lauten auf den Inhaber und sind in 70.400.000 Stückaktien wie folgt eingeteilt:

in TEUR	2009	2008
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 13. Mai 2014 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.

17 // EIGENE AKTIEN

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

	2009	2008
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

In der Hauptversammlung vom 14. Mai 2009 wurde beschlossen, die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien bis zum 13. November 2010 zu verlängern. Dieser Beschluss ist aufgrund einer Anfechtungsklage bisher noch nicht im Handelsregister der HUGO BOSS AG eingetragen

18 // KAPITALRÜCKLAGE

Die Kapitalrücklage enthält die Aufgelder aus der Ausgabe von Aktien.

19 // 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.

20 // KUMULIERTES ÜBRIGES EIGENKAPITAL

Im kumulierten übrigen Eigenkapital sind die Differenzen aus der erfolgsneutralen Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen in Höhe von –30.691 TEUR (2008: –35.976 TEUR) und die Effekte aus der erfolgsneutralen Bewertung von Finanzinstrumenten nach Steuern ausgewiesen. Die erfolgsneutral verrechneten latenten Steuern betragen 6.712 TEUR (2008: 2.466 TEUR).

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

21 // DIVIDENDE

Nach dem Aktiengesetz bemisst sich die an die Aktionäre ausschüttbare Dividende nach dem im Jahresabschluss der HUGO BOSS AG ausgewiesenen Bilanzgewinn in Höhe von 67,9 Mio. EUR. Der der Hauptversammlung zur Ausschüttung vorgeschlagene Bilanzgewinn des Jahres 2009 der HUGO BOSS AG beträgt 66,6 Mio. EUR. Dies entspricht 0,96 EUR je Stammaktie und 0,97 EUR je Vorzugsaktie. Des Weiteren wird der Hauptversammlung vorgeschlagen, den auf eigene Anteile entfallenden Dividendenbetrag in Höhe von 1,3 Mio. EUR auf neue Rechnung vorzutragen.

Im Jahr 2009 wurde für das Geschäftsjahr 2008 auf die ausstehenden Aktien eine Dividende in Höhe von 94,9 Mio. EUR ausgezahlt (2008 für das Jahr 2007: 445,5 Mio. EUR). Dies entspricht 1,37 EUR (2008: 6,45 EUR) je Stammaktie und 1,38 EUR (2008: 6,46 EUR) je Vorzugsaktie.

22 // RÜCKSTELLUNGEN

in TEUR	2009	2008
Pensionsrückstellungen	12.433	12.688
Sonstige langfristige Rückstellungen	20.135	15.196
Langfristige Rückstellungen	32.568	27.884
Kurzfristige Rückstellungen	55.763	59.252
	88.331	87.136

Die sonstigen Rückstellungen in Höhe von 75.898 TEUR (2008: 74.448 TEUR) setzen sich aus kurzfristigen Rückstellungen in Höhe von 55.763 TEUR (2008: 59.252 TEUR) und sonstigen langfristigen Rückstellungen in Höhe von 20.135 TEUR (2008: 15.196 TEUR) zusammen.

Im Geschäftsjahr 2009 haben sich die sonstigen Rückstellungen wie folgt entwickelt:

in TEUR	Stand 1. Jan. 2009	Währungs- differenzen	Zuführung	Verbrauch	Auflösung	Stand 31. Dez. 2009
Rückstellungen für Personalaufwendungen	33.497	-13	22.379	-14.966	-2.952	37.945
Prozesskosten, schwebende und drohende Rechtsstreite	5.561	-5	2.613	-2.326	-22	5.821
Übrige sonstige Rückstellungen	35.390	216	27.571	-28.363	-2.682	32.132
	74.448	198	52.563	-45.655	-5.656	75.898

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 20.135 TEUR (2008: 15.196 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 die Rückstellungen für die Neuorganisation der Konzernstruktur.

23 // 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	2009	2008
Rückstellungen für Pensionen	9.270	9.099
Rückstellungen für ähnliche Verpflichtungen	3.163	3.589
	12.433	12.688

Pensionsrückstellungen werden für Verpflichtungen aus Anwartschaften und aus laufenden Leistungen an berechnete 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	2009	2008
Veränderung des Anwartschaftsbarwerts		
Anwartschaftsbarwert 1. Januar	40.126	33.954
Währungsdifferenzen	111	1.010
Dienstzeitaufwand	6.390	6.598
Zinsaufwand	2.113	1.759
Versicherungsmathematische Verluste/ Gewinne	2.558	-4.267
Pensionszahlungen	-2.183	-2.591
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	0	3.515
Sonstige Veränderungen des Anwartschaftsbarwerts	84	271
Anwartschaftsbarwert 31. Dezember	49.199	40.249
Veränderung des Fondsvermögens		
Fondsvermögen zum Zeitwert 1. Januar	31.440	24.469
Währungsdifferenzen	76	784
Saldierung mit Planvermögen	0	0
Erwartete Erträge des Fondsvermögens	1.372	1.055
Pensionszahlungen	-1.684	-2.525
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	795	-150
Asset Ceiling gem. IAS 19.58	-199	-3.904
Sonstige Veränderungen des Fondsvermögens	8.129	11.712
Fondsvermögen zum Zeitwert 31. Dezember	39.929	31.441
Finanzierungsstatus der durch Planvermögen finanzierten Pensionen	9.270	8.808
Rückstellungsfinanzierte Pensionen	0	291
Pensionsrückstellungen	9.270	9.099

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 Ceiling gemäß IAS 19.58 sowie sonstigen Veränderungen des Anwartschaftsbarwerts und des Fondsvermögens.

Seit Beginn des Geschäftsjahres 2009 hat sich die HUGO BOSS AG für einen geänderten Ausweis des Zinsaufwands der bereits erworbenen Ansprüche entschieden und ordnet diesen dem sonstigen Finanzergebnis zu. Die Darstellung der übrigen Komponenten der Pensionsaufwendungen bleibt unverändert und wird den Personalkosten der einzelnen Funktionsbereiche zugeordnet.

Die Darstellung der Vergleichszahlen in der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung wurde entsprechend angepasst.

In den Vorjahren 2008 und 2007 wurden die entsprechenden Beträge in den Personalkosten erfasst. Der Nettobetrag aus Zinsaufwand und den erwarteten Erträgen aus dem Fondsvermögen betrug in 2008 704 TEUR und in 2007 549 TEUR. Die Vorjahreswerte wurden aus Gründen der Vergleichbarkeit entsprechend umgegliedert.

in TEUR	2009	2008
Dienstzeitaufwand der Periode (current service costs)	6.390	6.598
Zinsaufwand (interest costs)	2.113	1.759
Erwartete Erträge aus Fondsvermögen	-1.372	-1.055
Erfasste versicherungsmathematische Verluste/Gewinne	1.763	-4.117
Asset ceiling	199	3.904
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	0	3.515
Pensionsaufwendungen der Periode	9.093	10.604

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

in TEUR	2009	2008	2007	2006	2005
Anwartschaftsbarwert	49.199	40.249	33.954	33.955	19.756
Fondsvermögen	39.929	31.441	24.469	21.305	9.790
Finanzierungsstatus der durch Planvermögen finanzierten Pensionen	9.270	8.808	9.485	12.650	9.966

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

Parameter	2009	2008
Rechnungszins		
Deutschland	5,30 %	6,00 %
Mexiko ¹	9,00 %	–
Schweiz	3,50 %	3,50 %
Rententrend		
Deutschland	1,75 %	1,75 %
Mexiko ¹	0,00 %	–
Schweiz	0,00 %	0,00 %
Gehaltssteigerungstrend		
Deutschland	0,00 %	0,00 %
Mexiko ¹	4,75 %	–
Schweiz	4,00 %	4,00 %
Erwartete Rendite auf das Fondsvermögen		
Deutschland	4,50 %	4,50 %
Mexiko ¹	0,00 %	–
Schweiz	3,50 %	3,50 %

1 Umgliederung von pensionsähnlichen Verpflichtungen zu Pensionsrückstellungen gemäß IAS 19.

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 2009 auf 1.471 TEUR (2008: 1.519 TEUR). Für das Geschäftsjahr 2010 rechnet der Konzern mit Beiträgen der Arbeitnehmer zu leistungsorientierten Pensionsplänen in Höhe von 1.062 TEUR.

Die Beiträge des Arbeitgebers zum Planvermögen betragen im abgelaufenen Geschäftsjahr 4.737 TEUR (2008: 3.503 TEUR), die Beiträge der Arbeitnehmer 3.671 TEUR (2008: 8.136 TEUR). Für das Geschäftsjahr 2010 rechnet der Konzern mit Beiträgen des Arbeitgebers zum Fondsvermögen in Höhe von 3.110 TEUR und mit Arbeitnehmerbeiträgen in Höhe von 2.906 TEUR.

Die deutschen Pensionszusagen werden unter Berücksichtigung der biometrischen Rechnungsgrundlagen gemäß den Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck ermittelt. Des Weiteren unterliegen die zugrunde gelegten Annahmen zur Berechnung der Pensionsrückstellungen wirtschaftlichen Schwankungen, wie zum Beispiel der Änderung von Zinssätzen. Abweichungen in den entsprechenden Parametern können einen Einfluss auf den in zukünftigen Berichtsperioden bilanzierten Anwartschaftsbarwert und Fondsvermögen haben.

24 // FINANZVERBINDLICHKEITEN

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

in TEUR	2009	2008
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	478.516	588.506
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	43.916	40.169
	522.432	628.675

in TEUR	2009	davon Restlaufzeit unter einem Jahr	2008	davon Restlaufzeit unter einem Jahr
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	493.091	14.584	607.729	19.226
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	29.341	29.332	20.946	20.943
	522.432	43.916	628.675	40.169

In den sonstigen Finanzverbindlichkeiten sind Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen in Höhe von 78 TEUR (2008: 147 TEUR) sowie negative Marktwerte aus Finanzinstrumenten in Höhe von 29.263 TEUR (2008: 20.799 TEUR) enthalten.

Die nachfolgenden Tabellen enthalten die Laufzeiten und Konditionen der Finanzverbindlichkeiten:

VERBINDLICHKEITEN GEGENÜBER KREDITINSTITUTEN

Restlaufzeit	2009		2008	
	gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert TEUR	gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert TEUR
bis zu 1 Jahr	1,69 %	14.584	2,70 %	19.226
1 bis 5 Jahre	1,38 %	451.165	3,86 %	559.320
mehr als 5 Jahre	5,67 %	27.342	5,67 %	29.183

SONSTIGE FINANZVERBINDLICHKEITEN

Restlaufzeit	2009		2008	
	gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert TEUR	gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert TEUR
bis zu 1 Jahr ¹	6,70 %	29.332	6,60 %	20.943
1 bis 5 Jahre ¹	6,70 %	9	6,25 %	3
mehr als 5 Jahre	–	0	5,11 %	0

¹ Zinssatz bezieht sich nur auf Finanzleasingvertrag von HUGO BOSS France SAS. Der Residualbetrag von 99,8 % besteht aus unverzinslichen Sicherungsderivaten.

Weitere Informationen zu den Zielen, Methoden und Prozessen des Kapitalmanagements sind im Lagebericht in dem Kapitel „Vermögens- und Finanzlage“ zu finden.

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

2009 in TEUR	Erwartete Zahlungsflüsse				
	Buchwert	Summe Cashflows	< 1 Jahr	1–5 Jahre	> 5 Jahre
Originäre finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	493.091	546.980	32.717	498.775	15.488
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen	78	78	69	9	0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	2.782	2.782	1.053	1.086	643
Derivate mit Hedge-Beziehung	26.481	26.481	13.285	13.196	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	0	0	0	0
Finanzielle Verbindlichkeiten	522.432	576.321	47.124	513.066	16.131

2008 in TEUR	Erwartete Zahlungsflüsse				
	Buchwert	Summe Cashflows	< 1 Jahr	1– 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

Einbezogen wurden alle Finanzinstrumente, die am 31. Dezember 2009 im Bestand waren und für die bereits Zahlungen vertraglich vereinbart waren. Planzahlen für künftige neue Verbindlichkeiten wurden in dieser Darstellung nicht berücksichtigt.

25 // SONSTIGE SCHULDEN

in TEUR	2009			2008		
		davon kurzfristig	davon langfristig		davon kurzfristig	davon langfristig
Sonstige Schulden	69.200	41.098	28.102	67.966	41.260	26.706
davon aus Steuern	(14.981)	(14.981)	0	(15.697)	(15.697)	0
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	(4.296)	(4.296)	0	(4.598)	(4.598)	0
	69.200	41.098	28.102	67.966	41.260	26.706

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

26 // VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in TEUR	2009	2008
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	150.454	124.105

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

27 // 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	2009		2008	
		Buchwert	beizule- gender Zeitwert	Buchwert	beizule- gender Zeitwert
Aktiva					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	LaR	114.082	114.082	24.612	24.612
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	140.074	140.074	201.035	201.035
Sonstige finanzielle Vermögenswerte		16.146	16.146	22.858	22.858
davon:					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FAHfT	5.398	5.398	4.271	4.271
Derivate mit Hedge-Beziehung	n.a.	232	232	10.493	10.493
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	LaR	10.516	10.516	8.095	8.095
Passiva					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	FLAC	493.091	496.724	607.729	611.642
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	150.454	150.454	124.105	124.105
Sonstige Finanzverbindlichkeiten		29.341	29.341	20.946	20.946
davon:					
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing- verträgen	n.a.	78	78	147	147
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FLHfT	2.782	2.782	2.680	2.680
Derivate mit Hedge-Beziehung	n.a.	26.481	26.481	18.119	18.119
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	0	0	0	0
Summe pro Bewertungskategorie nach IAS 39:					
Loans and Receivables	LaR	264.672	264.672	233.742	233.742
Financial Assets Held for Trading	FAHfT	5.398	5.398	4.271	4.271
Financial Liabilities Measured at Amortised Cost	FLAC	643.545	647.178	731.834	735.747
Financial Liabilities Held for Trading	FLHfT	2.782	2.782	2.680	2.680

Der beizulegende Zeitwert der finanziellen Vermögenswerte und finanziellen Verbindlichkeiten ist mit dem Betrag angegeben, zu dem das betreffende Instrument in einer gegenwärtigen Transaktion zwischen vertragswilligen Geschäftspartnern getauscht werden könnte. Die zur Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte angewandten Methoden und Annahmen stellen sich wie folgt dar:

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten kommen hauptsächlich aufgrund der kurzen Laufzeiten dieser Instrumente ihrem Buchwert sehr nahe.

Der beizulegende Zeitwert von Bankdarlehen und sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten, Verpflichtungen aus Finanzierungsleasing-Verhältnissen sowie sonstigen langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten wird durch Diskontierung der künftigen Cashflows unter Verwendung von derzeit für Fremdkapital zu vergleichbaren Konditionen, Kreditrisiken und Restlaufzeiten verfügbaren Zinssätzen geschätzt.

Der beizulegende Zeitwert der zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerte wird, sofern verfügbar, auf der Grundlage von Börsenpreisen auf aktiven Märkten ermittelt.

Der Konzern schließt derivative Finanzinstrumente mit verschiedenen Parteien ab, insbesondere mit Finanzinstituten mit guter Bonität (Investment Grade). Unter Anwendung eines Bewertungsverfahrens mit am Markt beobachtbaren Input-Parametern bewertete Derivate sind hauptsächlich Zinsswaps und Devisenterminkontrakte. Zu den am häufigsten angewandten Bewertungsverfahren gehören die Forward-Preis- und Swap-Modelle unter Verwendung von Barwertberechnungen. Die Modelle beziehen verschiedene Größen mit ein, wie z. B. die Bonität der Geschäftspartner, Devisen-Kassa- und Termin-Kurse, Zinsstrukturkurven und Forwardsätze der zugrunde liegenden Basiswerte.

Zum 31. Dezember 2009 versteht sich die zum Marktwert bewertete Derivatposition (Marked-to-Market) abzüglich der Bonitätswertberichtigung, die auf das Ausfallrisiko der Gegenseite des Derivats zurückzuführen ist. Die Änderungen des Ausfallrisikos der Gegenseite hatten keine wesentlichen Auswirkungen auf die Beurteilung der Wirksamkeit der Sicherungsbeziehung.

HIERARCHIE BEIZULEGENDER ZEITWERTE

Der Konzern verwendet folgende Hierarchie zur Bestimmung und zum Ausweis beizulegender Zeitwerte von Finanzinstrumenten je Bewertungsverfahren:

- Stufe 1: notierte (unangepasste) Preise auf aktiven Märkten für gleichartige Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten
- Stufe 2: Verfahren, bei denen sämtliche Input-Parameter, die sich wesentlich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert auswirken, entweder direkt oder indirekt beobachtbar sind
- Stufe 3: Verfahren, die Input-Parameter verwenden, die sich wesentlich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert auswirken und nicht auf beobachteten Marktdaten basieren

Zum 31. Dezember 2009 sind alle zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente der Kategorien FAHfT, FLHfT sowie die Derivate mit Hedge Beziehungen der Stufe 2 zuzuordnen.

NETTOERGEBNIS NACH BEWERTUNGSKATEGORIEN

in TEUR	aus Zinsen	aus Fair-Value-Änderungen	aus Währungs-umrechnung	aus Wert-berichtigungen	aus Abgang	2009	2008
Derivatives (FAHfT und FLHfT)	0	5.642	0	0	0	5.642	-18.697
Loans and Receivables (LaR)	1.680	0	2.827	-12.416	0	-7.909	241
Financial Liabilities Measured at Amortised Cost (FLAC)	-24.053	0	-344	0	0	-24.397	-32.717

Die Zinsen aus Finanzinstrumenten werden im Zinsergebnis ausgewiesen (siehe dazu Erläuterungen zur Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung (5)).

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 in den Umsatz- und variablen Vertriebskosten ausgewiesen (siehe dazu Erläuterungen zur Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung (2)).

Die Effekte aus der Fair-Value-Änderung der Kaufoptionen zur Absicherung der SAR-Rückstellungen werden im Personalaufwand bzw. im sonstigen Finanzergebnis erfasst (siehe auch (35) Aktienbasierte Vergütung).

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

SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

28 // HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

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

in TEUR	2009	2008
Haftungsverhältnisse aus der Bestellung von Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten	3.150	3.459
Sonstige Eventualverbindlichkeiten	0	0
	3.150	3.459

29 // SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

2009 in TEUR	Fällig 2010	Fällig 2011 bis 2014	Fällig nach 2014	Gesamt
Summe der künftigen Miet- und Leasingzahlungen (Operating Leasing)	99.809	254.192	161.378	515.379
Sonstige Verpflichtungen	7.450	20.951	6	28.407
	107.259	275.143	161.384	543.786
Bestellobligo für Investitionen				
Sachanlagevermögen	2.572	0	0	2.572
Immaterielle Vermögenswerte	645	0	0	645
	3.217	0	0	3.217

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

Aus Untermietverhältnissen resultieren für den Konzern keine wesentlichen zukünftigen Erträge.

30 // SICHERUNGSPOLITIK UND FINANZDERIVATE

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

in TEUR	2009		2008	
	Nominal- werte	beizulegende Zeitwerte	Nominal- werte	beizulegende Zeitwerte
Aktiva				
Währungssicherungsgeschäfte	44.676	722	80.739	11.265
Zinssicherungsgeschäfte	0	0	0	0
Kaufoptionen (SAR-Hedge)	26.611	4.908	29.987	3.499
Passiva				
Währungssicherungsgeschäfte	19.504	-1.756	13.617	-1.162
Zinssicherungsgeschäfte	-313.482	-27.507	-286.094	-19.637
Kaufoptionen (SAR-Hedge)	0	0	0	0
	-222.691	-23.633	-161.751	-6.035

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

Die beizulegenden Zeitwerte der derivativen Finanzinstrumente sind als sonstige finanzielle Vermögensgegenstände aktiviert bzw. als sonstige finanzielle Verbindlichkeiten passiviert. Sie 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 beizulegenden Zeitwert von 4.908 TEUR (2008: 3.499 TEUR) enthalten.

In den dargestellten beizulegenden Zeitwerten aus derivativen Finanzinstrumenten resultiert ein Teilbetrag in Höhe von 2.616 TEUR (2008: 1.590 TEUR) aus Vermögenswerten, die als zu Handelszwecken gehaltene finanzielle Vermögenswerte klassifiziert werden.

Zum 31. Dezember 2009 werden nach Abzug latenter Steuern negative Effekte aus der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert von Finanzinstrumenten in Höhe von -19.537 TEUR (2008: -7.917 TEUR) ergebnisneutral im Eigenkapital abgegrenzt. Von den im Eigenkapital erfassten Beträgen wurden im Geschäftsjahr 2009 Erträge von insgesamt 3.350 TEUR (2008: Erträge von 3.208 TEUR) in die Gewinn- und Verlustrechnung umgebucht.

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 marktgängige Instrumente mit ausreichender Marktliquidität genutzt. Der Einsatz derivativer Finanzinstrumente unterliegt bei 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

Die gemäß IFRS 7 erforderlichen Angaben zu den Währungsrisiken sowie eine entsprechende Sensitivitätsanalyse sind im Lagebericht in dem Kapitel Risikobericht ausführlich dargestellt.

Zinsrisiken

Die gemäß IFRS 7 erforderlichen Angaben zu den Zinsrisiken sowie eine entsprechende Sensitivitätsanalyse sind im Lagebericht in dem Kapitel Risikobericht ausführlich dargestellt.

Risiken aus Stock Appreciation Rights werden in der Textziffer 35 ausführlich dargestellt.

31 // 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.

32 // SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Der Vorstand der HUGO BOSS AG hat sich entschieden, das Unternehmen nach Regionen zu führen. Diese Entscheidung spiegelt die auf verstärkten internationalen Expansionskurs ausgerichtete Strategie wider. Um dies auch in der Organisationsstruktur zu verdeutlichen, wurden 2008 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 Lizenz-

geschäfte beinhaltet, abgegrenzt wird. Unter den unternehmensweiten Zentralfunktionen sind die Beschaffungs-, Produktions-, Forschungs- und Entwicklungseinheiten sowie sonstige Zentralfunktionen zusammengefasst.

Die Steuerung der regionalen Geschäftseinheiten orientiert sich an den jeweiligen operativen Ergebnissen (EBITDA vor Sondereffekte). 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.

2009 in TEUR	Europa ¹	Amerika	Asien/ Pazifik	Lizenzen	Corporate Center	Über- leitung	HUGO BOSS Konzern
Gesamtumsatz	1.041.260	312.710	164.690	114.633	936.456	-1.007.886	1.561.863
Intersegmentumsatz	6	482	39	70.903	936.456	-1.007.886	0
Außenumsatz	1.041.254	312.228	164.651	43.730	0	0	1.561.863
Segmentergebnis	118.040	14.168	15.234	74.868	38.016	9.855	270.181
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.919	86	50	393	13.404	-14.172	1.680
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-7.196	-3.718	-2.162	-315	-24.860	14.198	-24.053
Aktiva	282.269	162.741	78.357	126.350	1.036.931	-680.931	1.005.717
Schuldposten	-216.461	-119.471	-68.969	-28.341	-897.943	502.510	-828.675
Investitionen	15.288	11.567	6.234	11	15.237	0	48.337
Abschreibungen	-21.480	-10.999	-3.758	-225	-25.238	0	-61.700
Wertminderungen	-4.160	-1.060	-491	0	-1.724	0	-7.435
davon Sachanlagen	-1.170	-1.060	-491	0	-1.724	0	-4.445
davon immaterielle Vermögenswerte	-2.990	0	0	0	0	0	-2.990
SAR Aufwendungen und Hedging	-1.198	-600	-101	-61	662	0	-1.298

¹ Inklusive Naher Osten und Afrika.

Das jeweilige Segmentergebnis entspricht dem EBITDA vor Sondereffekten und enthält somit nicht das Finanzergebnis (-21.797 TEUR), die Ertragsteuern (-32.659 TEUR), die Aufwendungen aus Sondereffekten (42.600 TEUR) sowie die Abschreibungen und Wertminderungen (69.135 TEUR).

Das Segmentvermögen beinhaltet keine aktiven latenten Steuern (45.085 TEUR) und Ertragsteuerforderungen (14.583 TEUR), da diese Vermögenswerte auf Gruppenebene gesteuert werden.

Die Segmentschulden sind abzüglich passiver latenter Steuern (-16.449 TEUR) und Ertragsteuerschulden (-16.709 TEUR) ausgewiesen, da diese Schuldposten durch Gruppenentscheidungen beeinflusst werden.

2008 in TEUR	Europa ¹	Amerika	Asien/ Pazifik	Lizenzen	Corporate Center	Über- leitung	HUGO BOSS Konzern
Gesamtumsatz	1.170.155	306.970	162.136	132.099	1.118.062	-1.203.364	1.686.058
Intersegmentumsatz	193	0	0	85.109	1.118.062	-1.203.364	0
Außenumsatz	1.169.962	306.970	162.136	46.990	0	0	1.686.058
Segmentergebnis ²	126.134	16.084	16.393	78.430	63.167	-11.967	288.241
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	757	232	44	1.309	8.271	-8.837	1.776
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-5.118	-2.859	-1.352	-32	-27.637	8.925	-28.073
Aktiva	317.486	185.591	74.477	38.421	1.071.423	-571.707	1.115.691
Schuldposten	-226.097	-135.440	-62.782	-13.093	-862.901	392.430	-907.883
Investitionen	38.176	21.949	6.386	59	52.211	0	118.781
Abschreibungen	-19.290	-10.133	-2.086	-257	-24.687	0	-56.453
Wertminderungen	-3.079	-1.443	0	0	0	0	-4.522
davon Sachanlagen	-1.564	-1.443	0	0	0	0	-3.007
davon immaterielle Vermögenswerte	-1.515	0	0	0	0	0	-1.515
SAR Aufwendungen und Hedging	791	667	137	27	-12.695	0	-11.073

1 Inklusive Naher Osten und Afrika.

2 Der Vorjahreswert wurde angepasst. Siehe auch die begleitenden Erläuterungen zum Konzernabschluss.

Das jeweilige Segmentergebnis entspricht dem EBITDA vor Sondereffekten und enthält somit nicht das Finanzergebnis (-42.426 TEUR), die Ertragsteuern (-36.351 TEUR), die Aufwendungen aus Sondereffekten (-36.744 TEUR) sowie die Abschreibungen und Wertminderungen (-60.975 TEUR).

Das Segmentvermögen beinhaltet keine aktiven latenten Steuern (43.629 TEUR) und Ertragsteuerforderungen (2.301 TEUR), da diese Vermögenswerte auf Gruppenebene gesteuert werden.

Die Segmentschulden sind abzüglich passiver latenter Steuern (-17.926 TEUR) und Ertragsteuerschulden (-36.768 TEUR) ausgewiesen, da diese Schuldposten durch gruppenweite Entscheidungen beeinflusst werden.

Aufgrund der Homogenität der übrigen Produktpalette in den Vertriebssegmenten Europa, Amerika und Asien/Pazifik sind Erläuterungen zu Umsatzerlösen nur bezogen auf die Marken (als „Gruppe vergleichbarer Produkte“ im Sinne des IFRS 8.32) aussagefähig. Die Marken und Linien des HUGO BOSS Konzerns sind BOSS Black, BOSS Selection, BOSS Orange, BOSS Green und HUGO. All diese vertriebenen Produkte können unter dem Oberbegriff Bekleidung/Accessoires subsumiert werden.

Durch die Marken ist eine Differenzierung der Produktpalette gegeben. Der Umsatzanteil der einzelnen Marken und Linien ist im Lagebericht unter dem Kapitel Ertragslage zu finden.

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

33 // ANGABE ÜBER BEZIEHUNGEN UND TRANSAKTIONEN MIT NAHE STEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Nach Erwerb der Mehrheit der Anteile an der Valentino Fashion Group durch die Red & Black S.r.l., Mailand hat sich der Kreis der nahe stehenden Unternehmen und Personen verändert. Als nahe stehend werden nun alle Unternehmen und Personen betrachtet, die die Voraussetzungen von IAS 24.9 in Bezug auf die Permira Holdings Limited, Guernsey (bis zum 21. September 2009 die Permira Holding LLP, London, Großbritannien), erfüllen.

Im Berichtszeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009 sind keine berichtspflichtigen Geschäfte mit nahe stehenden Personen getätigt worden.

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 in 2008 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 nahe stehendes Unternehmen im Sinne des IAS 24.9 darstellt.

Zu weiteren Erläuterungen verweisen wir auf die Textziffer 35.

34 // AUFSICHTSRAT UND VORSTAND

Die Mitglieder des Aufsichtsrats und Vorstands sind auf den Seiten 232 bis 235 angegeben.

Aufgrund des Hauptversammlungsbeschlusses vom 4. Mai 2006 erfolgt keine Angabe der Bezüge unter Namensnennung.

Der Aufsichtsrat erhielt für seine Tätigkeit Gesamtbezüge in Höhe von 1.427 TEUR (2008: 1.154 TEUR). Darin enthalten ist ein variabler Anteil von 695 TEUR (2008: 389 TEUR), der sich nach der Höhe des Ergebnisses je Aktie im Konzernabschluss bemisst.

Die Gesamtbezüge des Vorstands beliefen sich im Geschäftsjahr 2009 auf 4.927 TEUR (2008: 5.479 TEUR). Davon sind 2.642 TEUR (2008: 2.919 TEUR) fixe Bestandteile und 2.285 TEUR (2008: 2.560 TEUR) variable Bestandteile. Vergütungsbestandteile mit langfristiger Anreizwirkung sind wie im Vorjahr nicht enthalten (2008: 0 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 Zielerreichung der mit dem Aufsichtsrat vereinbarten persönlichen Ziele sowie der Erfüllung von im Vorfeld definierten Unternehmensrenditekennzahlen gewährt werden.

Die zum Bilanzstichtag aktiven Vorstände haben keinen Anspruch auf Teilnahme am „Stock Appreciation Rights Program“. Für den Fall einer vorzeitigen oder regulären Beendigung ihrer Tätigkeit sind Vorstandsmitgliedern keine Leistungen zugesagt.

In Höhe von 66 TEUR (2008: 13.362 TEUR) sind Leistungen an frühere Vorstandsmitglieder im Zusammenhang mit der Beendigung ihrer Tätigkeit gewährt worden.

Daneben bestehen für die Vorstände Pensionszusagen durch die Gesellschaft.

Das spätere Ruhegeld richtet sich nach der Anzahl der Dienstjahre und dem Grundgehalt. Die Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen der Vorstandmitglieder (ohne Gehaltsumwandlung) betragen in 2009 1.015 TEUR (2008: 402 TEUR). Für aktive Mitglieder des Vorstands werden Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen in Höhe von 1.358 TEUR (2008: 1.141 TEUR) ausgewiesen. Das entsprechende Planvermögen in Form der Rückdeckungsversicherung beläuft sich auf 1.845 TEUR (2008: 999 TEUR).

Die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und deren Hinterbliebenen betragen 835 TEUR (2008: 902 TEUR), nach Saldierung der als Planvermögen zu qualifizierenden Rückdeckungsversicherung. An diesen Personenkreis sind im Jahr 2009 Gesamtbezüge in Höhe von 191 TEUR (2008: 158 TEUR) geleistet worden.

Die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats halten insgesamt weniger als 1 % (2008: weniger als 1 %) der von der HUGO BOSS AG ausgegebenen Aktien.

35 // 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 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.

Aufgrund zusätzlicher Ausgaben für Sicherungsinstrumente und der exogenen Beeinflussbarkeit des Aktienkurses hat sich das Management der HUGO BOSS AG entschlossen, die Rahmenbedingungen des „Stock Appreciation Rights Program“ neu zu regeln. Mit Wirkung zum 14. Dezember 2009 wurde daher allen berechtigten Führungskräften folgende Programmänderung angeboten:

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

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

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

Mit Zustimmung zur Programmänderung verlängert sich die Haltefrist auf drei Jahre und endet mit Ablauf des 31. Dezember 2011. Der Ausübungszeitraum verkürzt sich entsprechend auf zwei Jahre und endet mit Ablauf des 14. Dezember 2013.

Noch vorhandene Partizipationsrechte der Tranchen 5 bis 8 sowie der Tranche 9 in alter Fassung können auch nach Programmänderung nach den Regelungen der ursprünglichen Optionsbedingungen ausgeübt werden.

Die Tranchen 5 bis 8 des „Stock Appreciation Rights Program“ haben je eine Laufzeit von sechs Jahren. Mit Ablauf der Erdienungsphase von zwei Jahren beginnt der vierjährige Ausübungszeitraum.

Die im abgelaufenen Geschäftsjahr 2009 begebene Tranche 9 hingegen hat eine Laufzeit von fünf Jahren. Mit Ablauf der Erdienungsphase von drei Jahren (zwei Jahren vor Programmänderung) beginnt der zweijährige Ausübungszeitraum (dreijährige Ausübungsphase vor Programmänderung).

Sofern bei Ablauf der Erdienungsphase oder im anschließenden Ausübungszeitraum die Entwicklung der Marktkapitalisierung der HUGO BOSS AG die Entwicklung des MDAX um 5 Prozentpunkte übertrifft (Ausübungshürde), können die Partizipationsrechte der Tranchen 5 bis 8 ausgeübt werden. Die sogenannte Ausübungshürde entfällt bei Ausübung der Partizipationsrechte der Tranche 9.

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

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

Gemäß dem Absicherungsprogramm kaufte die HUGO BOSS AG im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2008 von unabhängigen Banken amerikanische Kaufoptionen auf HUGO BOSS Vorzugsaktien mit denselben Laufzeiten wie die gewährten „Stock Appreciation Rights“ (SAR). Das Bezugsrecht beträgt dabei 1:1, das heißt, eine Option entspricht einer Vorzugsaktie. Das entsprechende Investitionsvolumen belief sich auf knapp 33 Mio. EUR.

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. Der Verfall oder Verzicht von SAR führt ebenfalls zu einem Verkauf der entsprechenden Kaufoptionen.

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 rata-ratischen Aufbau der entsprechenden Rückstellung für die SAR gemäß IFRS 2 über die Erdienungsphase (die erste zwei bzw. drei 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 – aufgrund des Pro-rata-Aufbaus der SAR-Rückstellung – noch keine entsprechenden Rückstellungen gegenüberstehen, erfolgt ein Ausweis des Bewertungseffektes im Finanzergebnis.

Zum 31. Dezember 2009 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 4.565 TEUR.

Der im Finanzergebnis erfasste Ertrag aus der Bewertung und dem Abgang von Absicherungsgeschäften, denen noch keine bzw. keine SAR-Rückstellungen mehr gegenüberstehen, beläuft sich auf 3.267 TEUR.

Für das Geschäftsjahr 2009 ergaben sich im Zusammenhang mit Stock Appreciation Rights insgesamt Aufwendungen in Höhe von 1.298 TEUR (2008: 11.073 TEUR). Die Rückstellung aus den Partizipationsrechten beläuft sich zum 31. Dezember 2009 auf 4.322 TEUR (2008: 2.583 TEUR). Der Rückstellungsbetrag der ausübaren Optionsrechte beträgt zum 31. Dezember 2009 1.655 TEUR (2008: 656 TEUR). Die der Absicherung dienenden Derivate weisen zum Stichtag einen beizulegenden Zeitwert in Höhe von 4.908 TEUR (2008: 3.499 TEUR) auf.

Auf der Hauptversammlung der HUGO BOSS AG am 8. Mai 2008 wurde mehrheitlich die Ausschüttung einer Sonderdividende beschlossen. Entsprechend der zu diesem Zeitpunkt gültigen Ausübungsbedingungen des SAR-Programms wurde eine Anpassung der SAR-Parameter gemäß den EUREX-Bedingungen vorgenommen. Dabei wurde ein sogenannter R-Faktor von 87,24 % ermittelt. Dies bedeutet, dass die bisherigen Basispreise (100 %) und die Stückzahlen um diesen Faktor adjustiert wurden. Es ergaben sich folgende angepassten Basispreise:

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

Das „Stock Appreciation Rights Program“ hat sich in den Jahren 2009 und 2008 wie folgt entwickelt:

	2009	GDBP 2009¹ (EUR)	2008	GDBP 2008¹ (EUR)
Anzahl der Optionsrechte am 1. Januar	2.602.910	32,80	2.222.100	33,54
Neu gewährte Optionsrechte	490.900	11,80	1.040.000	36,74
Verwirkte Optionsrechte			-226.800	33,68
Ausgeübte Optionsrechte	-42.173	17,02	-482.800	25,19
Verfallene Optionsrechte	-808.244	30,32		
Abgelöste Optionsrechte	-1.073.728	31,67		
Anzahl der Optionsrechte am 8. Mai 2008 (vor Sonderdividende)			2.552.500	32,69
Anzahl der Optionsrechte am 9. Mai 2008 (nach Sonderdividende)			2.925.165	32,69
Verwirkte Optionsrechte			-290.167	32,54
Ausgeübte Optionsrechte			-32.088	24,81
Anzahl der Optionsrechte am 31. Dezember	1.169.665	27,31	2.602.910	32,80
Ausübbarer Optionsrechte am 31. Dezember	552.945	31,12	633.738	24,93

¹ GDBP = Gewichtete durchschnittliche Basispreise.

Der gewichtete durchschnittliche Aktienkurs zum Zeitpunkt der Optionsausübungen betrug 21,76 EUR (2008: 35,45 EUR).

Die gewichtete durchschnittliche Vertragslaufzeit für die am 31. Dezember 2009 ausstehenden Aktienoptionen beträgt 3,33 Jahre (2008: 4,01 Jahre).

Die Basispreise für die zum Ende der Berichtsperiode ausstehenden Stock Appreciation Rights liegen in der Bandbreite zwischen 11,80 EUR und 36,74 EUR (2008: 14,83 EUR und 36,74 EUR).

Management Beteiligungsprogramm

Im Rahmen des in 2008 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 Lux S.à r.l. neben der indirekten Beteiligung an der HUGO BOSS AG auch direkt 100 % der Anteile an der Valentino Fashion Group S.p.A. 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 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. und 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 5-Jahres-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 zu Grunde 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 sogenannter „Good Leaver“ oder „Bad Leaver“ zu qualifizieren ist.

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

Das MPP hat im Geschäftsjahr 2009 das Periodenergebnis des HUGO BOSS Konzerns nicht beeinflusst, da seit Einführung des MPP kein Exit oder vergleichbare Transaktionen stattgefunden haben, die unter Bezugnahme auf den beizulegenden Zeitwert bewertet gewesen wären. Vermögenswerte oder Schulden aus dem MPP waren am Bilanzstichtag 31. Dezember 2009 nicht anzusetzen.

36 // 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 2009 ergeben.

37 // CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG haben im Dezember 2009 die nach §161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben. Diese ist auf der Internetseite der Gesellschaft den Aktionären dauerhaft zugänglich.

38 // HONORAR DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Das im Aufwand des Geschäftsjahres 2009 enthaltene Honorar des Abschlussprüfers beträgt 636 TEUR (2008: 655 TEUR), davon entfielen 512 TEUR (2008: 572 TEUR) auf Prüfungsleistungen, 37 TEUR (2008: 21 TEUR) auf Steuerberatungsleistungen und 87 TEUR (2008: 62 TEUR) auf andere Bestätigungsleistungen.

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 2009 erweitert worden.

39 // BETEILIGUNGSBESITZ

(in TEUR)		Ergebnis		Eigenkapital	
		2009	2008	2009	2008
Gesellschaft	Sitz				
HUGO BOSS Holding Netherlands B.V.	Amsterdam, Niederlande	50	305.420	651.709	651.659
HUGO BOSS Internationale Beteiligungs-GmbH	Metzingen, Deutschland	0	0	524.800	524.800
HUGO BOSS AG ^{1,2}	Metzingen, Deutschland	56.875	329.376	494.417	547.268
HUGO BOSS International B.V. ³	Amsterdam, Niederlande	75.261	176.926	174.622	105.225
HUGO BOSS Ticino S.A.	Coldrerio, Schweiz	33.791	38.897	60.894	66.364
HUGO BOSS USA, Inc. ⁴	Wilmington, DE, USA	-5.365	762	39.504	45.666
HUGO BOSS Benelux B.V.	Amsterdam, Niederlande	16.452	15.902	38.463	37.911
HUGO BOSS S.p.A.	Como, Italien	8.691	989	27.124	18.433
HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG	Metzingen, Deutschland	74.162	79.196	24.120	22.842
HUGO BOSS Hong Kong Ltd.	Hongkong	7.676	12.525	21.852	17.787
HUGO BOSS International Markets AG	Zug, Schweiz	12.760	17.405	17.586	20.977
HUGO BOSS Textile Industry Ltd.	Izmir, Türkei	-453	5.711	12.997	13.450
HUGO BOSS UK Limited	London, Großbritannien	8.998	11.123	12.751	6.986
HUGO BOSS Canada, Inc.	Toronto, Kanada	-2.277	-2.369	12.459	7.190
HUGO BOSS France SAS	Paris, Frankreich	-120	1.940	12.435	14.055
HUGO BOSS Holdings Pty. Ltd.	Preston, Australien	0	0	12.363	12.363
HUGO BOSS Australia Pty. Ltd.	Preston, Australien	1.385	1.736	10.022	7.871
HUGO BOSS Italia S.p.A.	Mailand, Italien	-5.488	-1.447	8.144	13.633
HUGO BOSS Shoes & Accessories Italia S.p.A.	Morrovalle, Italien	-3.252	1.076	4.965	8.217
HUGO BOSS (Schweiz) AG	Zug, Schweiz	4.118	4.078	4.328	4.959
HUGO BOSS do Brasil Ltda.	São Paulo, Brasilien	102	113	3.340	2.466
HUGO BOSS Belgium BVBA	Diegem, Belgien	870	908	2.292	2.422
HUGO BOSS Mexico S.A. de C.V.	Mexiko-Stadt, Mexiko	427	966	2.053	2.387
HUGO BOSS Belgium Retail BVBA	Diegem, Belgien	732	-536	1.962	1.230
HUGO BOSS Benelux Retail B.V.	Amsterdam, Niederlande	790	-309	1.674	884
HUGO BOSS Guangdong Trading Co. Ltd.	Guangzhou, China	268	240	1.650	1.424
HUGO BOSS Switzerland Retail AG	Zürich, Schweiz	129	263	1.466	1.324
HUGO BOSS Dienstleistungs GmbH	Metzingen, Deutschland	-44	-31	1.382	1.415
HUGO BOSS China Retail Co. Ltd.	Shanghai, China	-212	-1.139	1.261	-925
MSC Poland Sp.z.o.o.	Radom, Polen	-192	-58	1.231	1.418
HUGO BOSS Holding Sourcing S.A.	Coldrerio, Schweiz	-10	-3	1.219	1.228
HUGO BOSS Nordic ApS	Kopenhagen, Dänemark	1.648	-1.710	1.016	-632

(in TEUR) Gesellschaft	Sitz	Ergebnis		Eigenkapital	
		2009	2008	2009	2008
HUGO BOSS Scandinavia AB	Stockholm, Schweden	305	4.595	2.896	5.046
HUGO BOSS Mexico Management Services S.A. de C.V.	Mexiko-Stadt, Mexiko	123	88	357	231
HUGO BOSS Magazacilik Ltd. Sti. (vormals: HUGO BOSS Outlet Magazacilik Limited Sirketi)	Izmir, Türkei	-176	-67	345	521
HUGO BOSS Trade Mark Management Verwaltungs-GmbH	Metzingen, Deutschland	1	10	31	30
HUGO BOSS Merchandise Management GmbH	Metzingen, Deutschland	0	-1	24	24
HUGO BOSS Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG	Metzingen, Deutschland	-2	-2	4	6
HUGO BOSS Beteiligungsgesellschaft mbH	Metzingen, Deutschland	0	0	-116	-116
ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Dieselstraße KG	Grünwald, Deutschland	33	21	-238	-271
GRAMOLERA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft Objekt Ticino mbH	Grünwald, Deutschland	-769	0	-744	0
ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Metzingen KG	Grünwald, Deutschland	24	-54	-2.823	-2.847
HUGO BOSS Portugal & Companhia (vormals: HUGO BOSS Portugal, Unipessoal, Lda.)	Lissabon, Portugal	-5.619	-1.368	-4.833	-4.213
BIL Leasing Verwaltungs-GmbH & Co. 869 KG	Pullach, Deutschland	-276	-1.182	-5.479	-5.203
HUGO BOSS Japan K.K.	Tokio, Japan	-11.671	-4.035	-22.021	-11.090
HUGO BOSS Benelux B.V. CIA, S.C (vormals: HUGO BOSS España S.A.)	Madrid, Spanien	-12.705	-22.294	-33.177	-20.472

1 Das Ergebnis enthält Erträge aus Gewinnübernahmen in Höhe von 34 TEUR sowie Erträge aus Beteiligungen in Höhe von 72.884 TEUR.

2 Durch die Verschmelzung der HUGO BOSS Germany Retail GmbH auf die HUGO BOSS AG in 2009 wurden die Vorjahreswerte entsprechend angepasst.

3 Das Ergebnis enthält Dividendeneinkünfte in Höhe von 91.093 TEUR (Vorjahr 191.149 TEUR).

4 Teilkonzernabschluss.

ANGABEN ZUM MEHRHEITSAKTIONÄR

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

Metzingen, im Oktober 2005
Der Vorstand

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 08. August 2007 folgende Korrekturmitteilung zu den Stimmrechtsmitteilungen vom 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.P1

Die P4 Sub L.P1 hat uns mitgeteilt:

Der Stimmrechtsanteil der P4 Sub L.P1, 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.P1 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.P1 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.P1 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.P1

Die Permira IV L.P1 hat uns mitgeteilt:

Der Stimmrechtsanteil der Permira IV L.P1, 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.P1 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.P1 mittelbar über die P4 Sub L.P1, 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.P1 aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien über die P4 Sub L.P1, 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.P1, die P4 Sub L.P1, 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.P2, 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.

Metzingen, den 26. März 2008

Der Vorstand

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 23. April 2008 folgende Stimmrechtsmitteilung gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG der Red & Black TopCo S.à r.l., Luxemburg, sowie der Red & Black Lux S.à r.l., Luxemburg.

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

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

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

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

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

Metzingen, den 24. April 2008
Der Vorstand

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 02. Mai 2008 folgende Stimmrechtsmitteilung gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG der Valentino Fashion Group S.p.A., Mailand, Italien (bis zum 1. Mai 2008 firmierend unter Red & Black S.p.A., Mailand, Italien), eingetragen im Unternehmensregister von Mailand am 26. Juni 2007 unter Nummer 05786030964:
 1. Am 1. Mai 2008 ist die Valentino Fashion Group S.p.A. mit Sitz in Mailand, Italien eingetragen im Unternehmensregister von Mailand am 15. Februar 2005 unter Nummer 047403870962 (nachfolgend als „Valentino Alt“ bezeichnet) auf die Red & Black S.p.A., Mailand, Italien verschmolzen worden. Dadurch ist die Valentino Alt erloschen. Rechtsnachfolger ist die Red & Black S.p.A., Mailand, Italien.
 2. Im Zuge des vorgenannten Verschmelzungsvorgangs ist am 1. Mai 2008 die Firma der Red & Black S.p.A. in Valentino Fashion Group S.p.A. (nachfolgend als „Valentino Neu“ bezeichnet) geändert worden.
 3. Vor dem Hintergrund der vorgenannten Verschmelzung und Umfirmierung teilt die Valentino Neu nach §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG Folgendes mit:

Als Rechtsnachfolger der Valentino Alt: Der Stimmrechtsanteil der Valentino Alt an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 1. Mai 2008 die Schwellen von 75 %, 50 %, 30 %, 25 %, 20 %, 15 %, 10 %, 5 % und 3 % unterschritten und beträgt seit diesem Tage 0,00 % (keinerlei Stimmrechte).

Für sich selbst: Der Stimmrechtsanteil der Valentino Neu an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, beträgt zum 1. Mai 2008 auch nach Wirksamwerden der Verschmelzung und Umwandlung weiterhin mehr als 75 % der Stimmrechte, nämlich 89,49 % der Stimmrechte (32.092.026 Stimmrechte). Davon wird ein Stimmrechtsanteil von 88,02 % (31.563.471 Stimmrechte) der Valentino Neu aus von der V.F.G. International N.V., Amsterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet. V.F.G. International N.V. ist ein von der Valentino Neu kontrolliertes Unternehmen. Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Valentino Neu aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

Metzingen, den 2. Mai 2008
Der Vorstand

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 06. August 2008 folgende Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG der nachfolgend genannten Gesellschaften und Personen:

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

Metzingen, den 7. August 2008

Der Vorstand

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 24. September 2009 folgende Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG der nachfolgend genannten Gesellschaften und Personen:

Der Stimmrechtsanteil der Permira Holdings LLP, London, Großbritannien, an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 21. September 2009 die Schwellen von 75 %, 50 %, 30 %, 25 %, 20 %, 15 %, 10 %, 5 % und 3 % unterschritten und beträgt zu diesem Tag 0,00 % (keine Stimmrechte).

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

Metzingen, den 25. September 2009

Der Vorstand

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

1. Valentino Fashion Group S.p.A.

Valentino Fashion Group S.p.A., mit Sitz in Mailand, Italien, hat uns mitgeteilt:

Hiermit teilen wir, die Valentino Fashion Group S.p.A., Ihnen gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mit, dass unser Stimmrechtsanteil an der HUGO BOSS AG am 23. Dezember 2009 die Schwellen von 75 %, 50 %, 30 %, 25 %, 20 %, 15 %, 10 %, 5 % und 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 0,00 % (0 Stimmrechte) beträgt.

Zur Klarstellung wird darauf hingewiesen, dass die Stimmrechtsanteile sämtlicher anderer Gesellschaften, denen bislang von der Valentino Fashion Group S.p.A. Stimmrechte aus Aktien der HUGO BOSS AG zugerechnet wurden, von den oben gemeldeten Schwellenunterschreitungen durch die Valentino Fashion Group S.p.A. unberührt bleiben. Obergesellschaft in der bestehenden Struktur bleibt die Permira Holdings Limited.

2. Blitz F09-vier-sechs GmbH

Die Blitz F09-vier-sechs GmbH mit Sitz in Frankfurt am Main, Deutschland, hat uns mitgeteilt:

Hiermit teilen wir, die Blitz F09-vier-sechs GmbH, Ihnen gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mit, dass unser Stimmrechtsanteil an der HUGO BOSS AG am 23. Dezember 2009 die Schwellen von 3 %, 5 %, 10 %, 15 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 % überschritten hat und zu diesem Tag 89,49 % (32.092.026 Stimmrechte) beträgt.

Davon wird der Blitz F09-vier-sechs GmbH ein Stimmrechtsanteil von 88,02 % (31.563.471 Stimmrechte) aus von der V.F.G. INTERNATIONAL N.V., Rotterdam, Niederlande, gehaltenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.

Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Blitz F09-vier-sechs GmbH aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet. Zur Klarstellung: Der Überschreitung der oben genannten Stimmrechtsschwellen liegt eine konzerninterne Umstrukturierung zugrunde. Obergesellschaft in der bestehenden Struktur bleibt die Permira Holdings Limited.

Metzingen, den 28. Dezember 2009

Der Vorstand

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

VORSTAND

Claus-Dietrich Lahrs
Stuttgart, Deutschland

Vorsitzender des Vorstands
Vorstand für die Bereiche Vertrieb, Retail,
Lizenzen und Kommunikation

Christoph Auhagen
Ratingen, Deutschland

Vorstand für die Bereiche Brand und
Creative Management
Mitglied des Vorstands seit 1. Dezember 2009

Mark Langer
Stuttgart, Deutschland

Vorstand für die Bereiche Controlling, Finanzen,
Recht, Personal und IT
Arbeitsdirektor
Mitglied des Vorstands seit 15. Januar 2010

Dr. Andreas Stockert
Stuttgart, Deutschland

Vorstand für die Bereiche Einkauf,
Produktion und Logistik
Mitglied des Vorstands seit 1. Juni 2009

André Maeder
Stuttgart, Deutschland

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

Hans Fluri
Pfaeffikon, Schweiz

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

Norbert Unterharnscheidt
Ulm, Deutschland

Vorstand für die Bereiche Controlling, Finanzen,
Recht, Personal und IT
Arbeitsdirektor
Mitglied des Vorstands bis 15. Januar 2010

AUFSICHTSRAT

Dr. Hellmut Albrecht

München, Deutschland

Management Berater

Vorsitzender des Aufsichtsrats

Antonio Simina

Metzingen, Deutschland

Schneider/Betriebsratsvorsitzender

HUGO BOSS AG,

Metzingen, Deutschland

Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats

Arbeitnehmervertreter

Gianluca Andena

Lodi, Italien

Geschäftsführer

Permira Associati S.p.A.,

Mailand, Italien

bis 20. Februar 2010

Gert Bauer

Reutlingen, Deutschland

1. Bevollmächtigter der IG Metall Verwaltungsstelle,

Reutlingen/Tübingen, Deutschland

Arbeitnehmervertreter

Helmut Brust

Bad Urach, Deutschland

Director Outlet Germany

HUGO BOSS AG,

Metzingen, Deutschland

Arbeitnehmervertreter

Fabrizio Carretti

Mailand, Italien

Prinzipal

Permira Associati S.p.A.,

Mailand, Italien

bis 20. Februar 2010

Olaf Koch

Ingersheim, Deutschland

Finanzvorstand

Metro AG,

Düsseldorf, Deutschland

bis 20. Februar 2010

Ulrich Gasse

Bad Soden, Deutschland

Rechtsanwalt, Prinzipal

Permira Beteiligungsberatung GmbH,

Frankfurt am Main, Deutschland

bis 20. Februar 2010

Susanne Gregor

Reutlingen, Deutschland

Leiterin OPR Clothing Man

HUGO BOSS AG,

Metzingen, Deutschland

Arbeitnehmervertreterin

seit 20. Januar 2009

Rainer Otto

Langen, Deutschland

Gewerkschaftssekretär des
IG Metall Vorstands,
Frankfurt am Main, Deutschland
Arbeitnehmervertreter
bis 1. Juli 2009

Sinan Piskin

Metzingen, Deutschland

Kaufmännischer Angestellter
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland
Arbeitnehmervertreter

Dr. Martin Weckwerth

Frankfurt am Main, Deutschland

Partner
Permira Beteiligungsberatung GmbH,
Frankfurt am Main, Deutschland

Monika Lersmacher

Kornwestheim, Deutschland

Gewerkschaftssekretärin
IG Metall Bezirksleitung Baden-Württemberg,
Stuttgart, Deutschland
seit 24. Juli 2009

Damon Buffini

Surrey, England

Geschäftsführer
Permira Advisers LLP,
London, England
seit 21. Februar 2010

Luca Marzotto

Venedig, Italien

Vorstandsvorsitzender
Zignago Holding S.p.A.,
Fossalta di Portogruaro, Italien
seit 21. Februar 2010

Gaetano Marzotto

Mailand, Italien

Aufsichtsratsvorsitzender
Gruppo Santa Margherita S.p.A.,
Mailand, Italien
seit 21. Februar 2010

Dr. Klaus Maier

Stuttgart, Deutschland

Management Berater
seit 21. Februar 2010

WEITERE 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 ²	Planegg, Deutschland
Gianluca Andena	CMA S.à.r.l.	Luxemburg, Luxemburg
	Dinosol Supermercados SL	Madrid, Spanien
	Permira Asesores SL ²	Madrid, Spanien
	Permira SGR S.p.A.	Mailand, Italien
	Valentino Fashion Group 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	Metro Finance B.V.	Venlo, Niederlande
	Metro Reinsurance N.V.	Diemen, Niederlande
	Metro Euro Finance B.V.	Venlo, Niederlande
	Assevermag ²	Baar, Schweiz
	MGP (Metro Group Account Processing International AG) ²	Baar, Schweiz
	MIAG (Metro International AG) ²	Baar, Schweiz
Monika Lersmacher	Berthold Leibinger GmbH	Ditzingen, Deutschland
Dr. Klaus Maier	Diehl Stiftung & Co. KG	Nürnberg, Deutschland
Gaetano Marzotto	Zignago Holding S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
	Santa Margherita S.p.A. ²	Fossalta di Portogruaro, Italien
	Zignago Vetro S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
	CFI (Comitato Fiere Industria)	Florenz, Italien
	Valentino Fashion Group S.p.A.	Mailand, Italien
Luca Marzotto	Zignago Holding S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
	Santa Margherita S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
	New High Glass Inc.	Miami, FL, USA
	Federvini - Sindacato A ²	Rom, Italien
	Verti Speciali S.p.A.	Trento, Italien
	Zignago Vetro S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien
Dr. Martin Weckwerth	Banca Popolare Friuladria S.p.A.	Pordenone, Italien
	Valentino Fashion Group S.p.A.	Mailand, Italien

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 und auf der Internetseite von HUGO BOSS veröffentlicht.

Metzingen, den 8. März 2010

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

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 8. März 2010

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

Claus-Dietrich Lahrs
Christoph Auhagen
Mark Langer
Dr. Andreas Stockert

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Wir haben den von der HUGO BOSS AG, Metzingen, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Gesamtergebnisrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang- sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009 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 des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

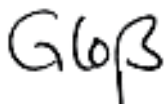
Nach unserer Beurteilung auf Grund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den 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 2010

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Göttgens
Wirtschaftsprüfer



Gloß
Wirtschaftsprüferin



05 WEITERE ANGABEN

Auf den folgenden Seiten finden Sie ein Glossar, das die wesentlichen im Geschäftsbericht verwendeten Fach- und Unternehmensbegriffe kurz erläutert.

Darüber hinaus erleichtert Ihnen das Stichwortverzeichnis das schnelle Auffinden der wichtigsten Kennzahlen.

Natürlich halten wir Sie auch zukünftig über die weiteren Entwicklungen des Konzerns durch entsprechende Veranstaltungen und Veröffentlichungen auf dem Laufenden, deren Daten Sie dem Finanzkalender entnehmen können.

INHALT

05 WEITERE ANGABEN

244	Allgemeine Anmerkungen
244	Zukunftsgerichtete Aussagen
245	Finanzkalender und Kontakte
246	Glossar
248	Stichwortverzeichnis
250	Grafikverzeichnis
252	Impressum

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
E-Mail investor-relations@hugoboss.com

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

12. APRIL 2010	BILANZPRESSE- UND ANALYSTENKONFERENZ IN METZINGEN
29. APRIL 2010	VERÖFFENTLICHUNG DES BERICHTS ÜBER DAS ERSTE QUARTAL 2010
21. JUNI 2010	HAUPTVERSAMMLUNG IN NÜRTINGEN
29. JULI 2010	VERÖFFENTLICHUNG DES BERICHTS ÜBER DAS ERSTE HALBJAHR 2010
2. NOVEMBER 2010	VERÖFFENTLICHUNG DES BERICHTS ÜBER DAS DRITTE QUARTAL 2010

INVESTOR RELATIONS	TELEFON. +49 (0) 7123 94 - 1326 E-MAIL. INVESTOR-RELATIONS@HUGOBOSS.COM
-------------------------------	--

PHILIPP WOLFF	SENIOR VICE PRESIDENT COMMUNICATION TELEFON. +49 (0) 7123 94 - 2375 FAX. +49 (0) 7123 94 - 2051
----------------------	---

ANFORDERUNG GESCHÄFTS- UND ZWISCHENBERICHTE	FAX. +49 (0) 7123 94 - 2051 WWW. WWW.HUGOBOSS.COM/ANNUALREPORT
--	---

* GLOSSAR

A – L

C

CORPORATE CENTER

Unternehmensweite Zusammenfassung der zentralen Beschaffungs-, Produktions-, Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten sowie sonstiger Zentralfunktionen.

CORPORATE GOVERNANCE

Corporate Governance umfasst Werte und Grundsätze für eine verantwortungsvolle, auf langfristige Wertschöpfung ausgerichtete Unternehmensleitung und -kontrolle. In Deutschland werden die Corporate Governance Grundsätze in dem sogenannten Corporate Governance Kodex beschrieben. Dieses Regelwerk stellt wesentliche gesetzliche Vorschriften zur Leitung und Überwachung deutscher, börsennotierter Gesellschaften dar und enthält international und national anerkannte Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung.

COVENANTS

Kreditklauseln oder auch (Neben-)Abreden, sind vertraglich bindende Zusicherungen des Kreditnehmers während der Laufzeit eines Kreditvertrages. Üblicherweise wird die Einhaltung von Ober-, bzw. Untergrenzen bestimmter Finanzkennzahlen vereinbart. Durch den Abschluss des syndizierten Kredits muss der HUGO BOSS Konzern bestimmte Kennzahlen wie Mindest-Eigenkapital, einen Zinsdeckungsgrad sowie eine Kennziffer über die Finanzierungsstärke, also das Verhältnis von Nettoverschuldung zu operativem Gewinn (EBITDA vor Sondereffekten), quartalsweise einhalten.

D

DIRECTLY OPERATED STORES UND SHOPS (DOS)

Konzerneigener Einzelhandel in Form von Stores (vgl. Store) oder Shops (vgl. Shop), die direkt durch den HUGO BOSS Konzern betrieben werden. Dabei agiert der Konzern als Pächter, Eigentümer, Arbeitgeber und Einzelhändler von HUGO BOSS Produkten.

E

EBITDA ADJUSTED

Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization, zu Deutsch: operatives Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen. Sondereffekte werden hierbei ausgeschlossen.

EBITDA-MARGE

Das Verhältnis von EBITDA zu den Umsatzerlösen.

F

FRANCHISE

Form der Kooperation mit dem Handel. Der Franchisegeber (HUGO BOSS) überlässt dem Franchisenehmer Ware, die dieser rechtlich selbstständig und mit eigenem Kapitaleinsatz vertreibt. Der Franchisegeber bestimmt die Marketingpolitik weitgehend selbst und verfügt über Weisungs- und Kontrollrechte.

K

KOLLEKTION

Eine Kollektion ist eine Zusammenstellung von Produkten, die dem Kunden im selben Verkaufszeitraum angeboten werden. Bei HUGO BOSS werden jährlich zwei Hauptkollektionen (engl. Main Collection, kurz: MC) für Sommer und Winter und zwei Zwischenkollektionen (engl. Pre Collection, kurz: PC) entwickelt, produziert und vertrieben.

KONZERNEIGENER EINZELHANDEL (RETAIL)

Der Verkauf von HUGO BOSS Produkten über den konzerneigenen Einzelhandel (DOS) direkt an Endkunden im Gegensatz zum Vertrieb über den Großhandel (engl. Wholesale).

L

LINIE

Unter der Kernmarke BOSS haben sich vier eigenständige Linien gebildet, namentlich BOSS Black, BOSS Orange, BOSS Green und BOSS Selection, die unterschiedliche Zielgruppen ansprechen (vgl. Marke).

x GLOSSAR

L – Z

LIZENZ

Erlaubnis, das Markenrecht eines anderen gegen Bezahlung einer Summe (Lizenzgebühr) gewerblich zu nutzen. Die Lizenzvergabe ermöglicht dem Lizenzgeber, von dem Know-how und der Distributionsstruktur des Lizenznehmers zu profitieren. Uhren und Schmuck, Parfums und Kosmetik sowie Bekleidung für Kinder werden von HUGO BOSS in Lizenz vertrieben.

M

MARKE

BOSS sowie HUGO sind die Marken des HUGO BOSS Konzerns (vgl. Linie).

N

NETTOFINANZPOSITION

Die Nettofinanzposition umfasst die Summe aller Finanzverbindlichkeiten abzüglich der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente.

KURZFRISTIGES NETTOVERMÖGEN (NET WORKING CAPITAL)

Das kurzfristige Nettovermögen errechnet sich aus der Summe der Aktiva abzüglich Schulden, Rückstellungen und passiven Rechnungsabgrenzungsposten.

S

SAISON

Eine Kollektion wird während eines bestimmten Zeitraums (Saison) entwickelt, verkauft, produziert und ausgeliefert.

SEGMENTE

Ein Segment gem. IFRS 8 ist ein Unternehmensbestandteil, welcher die originäre Geschäftstätigkeit betreibt und damit Umsatzerlöse erwirtschaftet. Das operative Segmentergebnis (EBITDA vor Sondereffekten) wird regelmäßig von den verantwortlichen Unternehmensinstanzen überprüft. Der HUGO BOSS Konzern hat folgende Segmente definiert: Europa, Amerika, Asien/Pazifik, Lizenzen und Corporate Center.

SONDEREFFEKTE

Als Sondereffekte definiert HUGO BOSS im Wesentlichen Aufwendungen im Zusammenhang mit der strategischen Neuausrichtung des Konzerns und der damit zusammenhängenden Reorganisation des konzerneigenen Einzelhandels, der weltweiten Konsolidierung der Produktionsstätten und der Showroomflächen.

SHOP/SHOP-IN-SHOP

Shops sind Bereiche innerhalb eines von einem Handelspartner betriebenen Einzelhandelsgeschäfts (Warenhaus, etc.). In HUGO BOSS Shop-in-Shops werden ausschließlich HUGO BOSS Produkte mit dem passenden Shop Konzept angeboten. Shops können als HUGO BOSS eigene DOS oder Franchise Shops betrieben werden.

SHOWROOM

Raum, in dem die Kollektion präsentiert wird. Der Kunde kommt in den Showroom zur Vorlage und platziert seine Order.

STORES (AUCH FREESTANDING STORES)

Ein Store ist ein Ladengeschäft mit eigenem Eingang, in dem ausschließlich HUGO BOSS Produkte mit dem passenden Shop Konzept angeboten werden. Stores können als konzerneigene DOS oder als Franchise Stores betrieben werden.

V

VERKAUFSPUNKT (POINT OF SALE, POS)

Als Verkaufspunkt zählen alle Geschäfte, an denen HUGO BOSS Produkte vertrieben werden (Store, Shop, Online Store).

VORORDER (PREORDER)

Erhaltene Aufträge (Order) für zukünftige Lieferungen. Jede Saison bestellen die Einzelhändler in den HUGO BOSS Showrooms die dort präsentierte Ware (Kollektion) ca. 3–7 Monate vor der Auslieferung. In Ergänzung hierzu können über das HUGO BOSS Lagerprogramm saisonunabhängig Nachbestellungen erfolgen.

* STICHWORTVERZEICHNIS

A – K

A	
Abschlussprüfung	065–066, 219, 239
Abschreibungen	114, 119, 189
Aktie	070–074
Aktienkursrisiko	132
Aktionärsstruktur	073
Anhang	163
Anlagevermögen	190–193
Aufsichtsrat	056–062, 213–214, 233–237
Ausbildung	121
B	
Beschaffung	122–123, 133
Bestätigungsvermerk	239
Bilanz	158–159, 190–207
Bilanzgewinn	111, 198
Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	174
Bilanzstruktur	112
Branchenentwicklung	100–101
C	
Cashflow	114–115, 162, 210
Chancenbericht	140–141
Corporate	
Governance	060, 063–069, 090, 219, 246
Covenants	116–117, 129, 246
D	
Directly Operated	
Stores (DOS)	097, 105, 119–120, 246
Direkte Vertriebskosten	183
Dividende	070, 074, 111, 198
E	
EBIT	107, 109, 124
EBITDA	090, 109, 124, 246
Eigenkapital	112, 124, 157, 160–161, 187, 197
Eigenkapitalquote	112, 124
Eigenkapitalveränderungsrechnung	160–161
Entsprechenserklärung	068–069
Ergebnisverwendung	111
Erläuterungen zur Bilanz	190–207
Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung	183–189
Ertragslage	102–111
Ertragsteuer	179, 185–187
Externe Risiken	126–127
F	
Finanzbedarfsrechnung	113
Finanzergebnis	185
Finanzielle Risiken	128
Finanzinstrumente	176, 178, 182, 205–207
Finanzkalender	245
Finanzmanagement	115–117
Finanzverbindlichkeiten	202–204
Forderungen	113, 181, 195–196
Forschung und Entwicklung	098, 184
Führungsstruktur	088–089
G	
Gesamtergebnisrechnung	157
Geschäftstätigkeit	084–087
Gewinnrücklagen	197
Gewinn- und Verlustrechnung	156, 183–189
H	
Haftungsrisiken	134
Haftungsverhältnisse	208
Hauptversammlung	063–064, 068, 073, 150–151, 245
I	
Immaterielle Vermögensgegenstände	179, 191–192
Interne Risiken	127–135
Internes Kontrollsystem	135–139
Internes Steuerungssystem	090–092
Investitionen	117–119, 144
Investor Relations	063–064, 074–075, 245
K	
Kapitalflussrechnung	162, 210
Kapitalmanagement	117
Kapitalmarkt	071–075, 123
Kapitalstruktur	112
Konsolidierungskreis	167–169
Kontakte	252

* STICHWORTVERZEICHNIS

L – Z

L

Lagebericht	083
Leasing	175, 179, 193–194
Liquiditätsrisiko	129
Lizenzen	104, 111, 247
Logistik	118, 122, 133

M

Management Beteiligungsprogramm (MPP)	218–219
Markenpositionierung	086, 127
Markenübersicht	085, 087
Marketingsaufwendungen	183–184
Mehrheitsaktionär	149–150, 221–231
Minderheitsanteile	187
Mitarbeiter	076, 078, 120–122, 189

N

Nachhaltigkeit	123
Nachtragsbericht	140
Nettovermögen (Net working capital)	090, 113–114, 247

O

Operative Risiken	133
Organisationsstruktur	088–089

P

Pensionsrückstellungen	180, 199–202
Personalaufwand	188–189
Prognosebericht	142–146
Public Relations	075, 123

R

Risikomanagement	125–126, 135–139
Rückstellungen	180, 198–199

S

Sachanlagen	175, 193–194
Segmentberichterstattung	210–212
Sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge	184–185
Sonstige Erläuterungen	208–220
Steuerquote	109, 185
Stock Appreciation Rights (SAR)	214–217
Strategie	093–096, 136, 143

T

Tochtergesellschaften	088, 167–168
-----------------------	---------------------

U

Umsatz	102–107, 183
Umsatzkosten	183
Unternehmerische Verantwortung	076–077

V

Verbindlichkeiten	178–179, 202–204
Vergütung Aufsichtsrat	147–148, 213–214
Vergütung Vorstand	147–148, 213–214
Verkaufspunkte (POS)	097, 247
Vermögenslage	112–114
Vertriebsaufwendungen	183–184
Verwaltungsaufwendungen	184–185
Vorräte	113–114, 174, 195
Vorstand	054–055, 088–089, 232

W

Währungsrisiko	130–132
Währungsumrechnung	170–171
Wechselkurs sensitivitäten	131–132
Wertschöpfungskette	122–123
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	099–101
Wirtschaftswachstum	099–101, 142–145

Z

Zinsänderungsrisiko	129–130
---------------------	----------------

* GRAFIKVERZEICHNIS

<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 01</td> <td style="width: 80%;">Kursentwicklung</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">072</td> </tr> </table>	Nr 01	Kursentwicklung	072	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 11</td> <td style="width: 80%;">EBITDA vor Sondereffekten</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">109</td> </tr> </table>	Nr 11	EBITDA vor Sondereffekten	109									
Nr 01	Kursentwicklung	072														
Nr 11	EBITDA vor Sondereffekten	109														
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 02/1</td> <td style="width: 80%;">Ergebnis je Stammaktie</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">074</td> </tr> <tr> <td>Nr 02/2</td> <td>Ergebnis je Vorzugsaktie</td> <td style="text-align: right;">074</td> </tr> </table>	Nr 02/1	Ergebnis je Stammaktie	074	Nr 02/2	Ergebnis je Vorzugsaktie	074	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 12</td> <td style="width: 80%;">Ergebnis nach Regionen</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">110</td> </tr> </table>	Nr 12	Ergebnis nach Regionen	110						
Nr 02/1	Ergebnis je Stammaktie	074														
Nr 02/2	Ergebnis je Vorzugsaktie	074														
Nr 12	Ergebnis nach Regionen	110														
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 03/1</td> <td style="width: 80%;">Markenübersicht</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">085</td> </tr> <tr> <td>Nr 03/2</td> <td>Markenpositionierung</td> <td style="text-align: right;">086</td> </tr> <tr> <td>Nr 03/3</td> <td>Die Marken von HUGO BOSS</td> <td style="text-align: right;">087</td> </tr> </table>	Nr 03/1	Markenübersicht	085	Nr 03/2	Markenpositionierung	086	Nr 03/3	Die Marken von HUGO BOSS	087	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 13/1</td> <td style="width: 80%;">Dividende je Stammaktie</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">111</td> </tr> <tr> <td>Nr 13/2</td> <td>Dividende je Vorzugsaktie</td> <td style="text-align: right;">111</td> </tr> </table>	Nr 13/1	Dividende je Stammaktie	111	Nr 13/2	Dividende je Vorzugsaktie	111
Nr 03/1	Markenübersicht	085														
Nr 03/2	Markenpositionierung	086														
Nr 03/3	Die Marken von HUGO BOSS	087														
Nr 13/1	Dividende je Stammaktie	111														
Nr 13/2	Dividende je Vorzugsaktie	111														
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 04/1</td> <td style="width: 80%;">Vorstand</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">088</td> </tr> <tr> <td>Nr 04/2</td> <td>Erweiterte Geschäftsleitung</td> <td style="text-align: right;">089</td> </tr> </table>	Nr 04/1	Vorstand	088	Nr 04/2	Erweiterte Geschäftsleitung	089	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 14</td> <td style="width: 80%;">Bilanzstruktur</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">112</td> </tr> </table>	Nr 14	Bilanzstruktur	112						
Nr 04/1	Vorstand	088														
Nr 04/2	Erweiterte Geschäftsleitung	089														
Nr 14	Bilanzstruktur	112														
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 05</td> <td style="width: 80%;">Strategische Ausrichtung</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">093</td> </tr> </table>	Nr 05	Strategische Ausrichtung	093	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 15</td> <td style="width: 80%;">Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">114</td> </tr> </table>	Nr 15	Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	114									
Nr 05	Strategische Ausrichtung	093														
Nr 15	Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	114														
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 06</td> <td style="width: 80%;">Weltweite Markenpräsenz</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">097</td> </tr> </table>	Nr 06	Weltweite Markenpräsenz	097	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 16</td> <td style="width: 80%;">Free Cashflow vor Dividenden- zahlung – 5-Jahres-Vergleich</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">115</td> </tr> </table>	Nr 16	Free Cashflow vor Dividenden- zahlung – 5-Jahres-Vergleich	115									
Nr 06	Weltweite Markenpräsenz	097														
Nr 16	Free Cashflow vor Dividenden- zahlung – 5-Jahres-Vergleich	115														
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="3">Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen</td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 07/1</td> <td style="width: 80%;">– Europa</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">099</td> </tr> <tr> <td>Nr 07/2</td> <td>– Amerika</td> <td style="text-align: right;">100</td> </tr> <tr> <td>Nr 07/3</td> <td>– Asien/Pazifik</td> <td style="text-align: right;">101</td> </tr> </table>	Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen			Nr 07/1	– Europa	099	Nr 07/2	– Amerika	100	Nr 07/3	– Asien/Pazifik	101	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 17</td> <td style="width: 80%;">Investitionen – 5-Jahres-Vergleich</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">117</td> </tr> </table>	Nr 17	Investitionen – 5-Jahres-Vergleich	117
Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen																
Nr 07/1	– Europa	099														
Nr 07/2	– Amerika	100														
Nr 07/3	– Asien/Pazifik	101														
Nr 17	Investitionen – 5-Jahres-Vergleich	117														
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 08</td> <td style="width: 80%;">Umsatzentwicklung</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">103</td> </tr> </table>	Nr 08	Umsatzentwicklung	103	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 18</td> <td style="width: 80%;">Investitionsvolumen nach Investitionsfeldern</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">118</td> </tr> </table>	Nr 18	Investitionsvolumen nach Investitionsfeldern	118									
Nr 08	Umsatzentwicklung	103														
Nr 18	Investitionsvolumen nach Investitionsfeldern	118														
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 09</td> <td style="width: 80%;">Umsatzanteile der Modelinien von HUGO BOSS</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">104</td> </tr> </table>	Nr 09	Umsatzanteile der Modelinien von HUGO BOSS	104	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 19</td> <td style="width: 80%;">DOS Investitionen nach Regionen</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">119</td> </tr> </table>	Nr 19	DOS Investitionen nach Regionen	119									
Nr 09	Umsatzanteile der Modelinien von HUGO BOSS	104														
Nr 19	DOS Investitionen nach Regionen	119														
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 10</td> <td style="width: 80%;">Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">105</td> </tr> </table>	Nr 10	Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte	105	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 20</td> <td style="width: 80%;">Mitarbeiter nach Regionen</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">121</td> </tr> </table>	Nr 20	Mitarbeiter nach Regionen	121									
Nr 10	Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte	105														
Nr 20	Mitarbeiter nach Regionen	121														
	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 21</td> <td style="width: 80%;">Mitarbeiter – 5-Jahres-Vergleich</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">122</td> </tr> </table>	Nr 21	Mitarbeiter – 5-Jahres-Vergleich	122												
Nr 21	Mitarbeiter – 5-Jahres-Vergleich	122														
	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">Nr 22</td> <td style="width: 80%;">Risikomanagement</td> <td style="width: 10%; text-align: right;">126</td> </tr> </table>	Nr 22	Risikomanagement	126												
Nr 22	Risikomanagement	126														

H U G O B O S S

* IMPRESSUM

HUGO BOSS AG

DIESELSTRASSE 12
72555 METZINGEN
TELEFON. +49 (0) 7123 94 - 0
FAX. +49 (0) 7123 94 - 2014
WWW.HUGOBOSS.COM

KONZEPTION/ GESTALTUNG

STRICHPUNKT, STUTTGART

FOTOS

PATRICK BIENERT	PETER LINDBERGH
JEAN-FRANÇOIS CARLY	ANDREAS POHLMANN
FABIEN CRUCHON	STUDIO PRIVATE
PATRICK DEMBSKI	SONNY VANDEWELDE
MAXIMILIAN VON GUMPPENBERG	CLIFF WATTS
MATT JONES	HUGO BOSS AG

DRUCK

OFFSETDRUCK RAFF, RIEDERICH

PRODUKTION



← **HUGO BOSS 5-JAHRES-ÜBERSICHT**
/ BITTE HIER AUFKLAPPEN

HUGO BOSS 5-JAHRES-ÜBERSICHT

in Mio. EUR

Ertragslage

Umsatz

EBITDA¹

EBITDA vor Sondereffekten¹

EBIT¹

EBIT vor Sondereffekten¹

Konzernergebnis

Personalaufwand

Mitarbeiter²

Finanzlage und Dividende

Cashflow

Free Cashflow vor Dividendenzahlung

Investitionen

Abschreibungen

Dividende³

Sonderausschüttung

Vermögens- und Kapitalstruktur

Bilanzsumme

Eigenkapital⁴

Kurzfristiges Nettovermögen^{5, 6}

Langfristige Vermögenswerte⁶

Kennzahlen

Auslandsanteil des Umsatzes in %⁷

Bereinigte EBITDA-Marge in %^{1, 8}

EBIT-Marge in %

Umsatzrendite nach Steuern in %

Eigenkapitalrentabilität in %⁹

Eigenkapitalquote in %

Aktien (in EUR)

Dividende je Aktie³

Stammaktie

Vorzugsaktie

Sonderausschüttung je Aktie

Stammaktie

Vorzugsaktie

Ergebnis je Aktie

Stammaktie

Vorzugsaktie

Cashflow je Aktie

Stammaktie¹⁰

Höchstkurs

Tiefstkurs

Vorzugsaktie¹⁰

Höchstkurs

Tiefstkurs

1 2008: Wert wurde angepasst. Siehe auch die begleitenden Erläuterungen zum Konzernabschluss.

2 Jahresdurchschnitt nach HGB/Kapazitäten zum Stichtag nach IFRS.

3 2009: Dividendenvorschlag.

4 Inkl. 50 % des Sonderpostens mit Rücklageanteil.

5 Vorräte und Forderungen abzüglich Lieferantenverbindlichkeiten.

6 2008: Wert wurde angepasst. Umgliederung der langfristigen Ertragsteuerforderungen aus den sonstigen Vermögenswerten.

7 Auslandsumsätze inkl. ausländischer Lizenzeinnahmen.

8 EBITDA vor Sondereffekten/Umsatz.

9 Konzernergebnis, bezogen auf das durchschnittliche Eigenkapital.

10 Frankfurt, Parkett.

2009	2008	2007	2006	2005
1561,9	1.686,1	1.632,0	1.495,5	1.309,4
227,5	251,8	287,7	233,4	204,2
270,2	288,2	275,3	-	-
158,4	190,8	220,3	184,4	162,9
206,3	227,2	207,9	-	-
104,0	112,0	154,1	128,7	108,2
331,4	352,8	299,7	277,8	238,2
9.027	9.593	9.123	8.441	7.584
172,8	172,2	218,6	175,5	153,9
299,1	35,9	25,8	60,3	106,9
48,3	118,8	84,7	98,5	76,6
69,1	61,0	67,4	49,0	41,3
66,6	94,9	100,4	82,5	70,2
-	-	345,1	-	-
1.065,4	1.161,6	1.039,3	943,1	854,0
201,8	199,0	546,4	494,4	467,8
223,0	391,9	397,4	298,7	279,5
435,0	463,0	400,5	397,9	360,6
80,2	78,9	77,9	76,8	75,7
17,3	17,1	16,9	-	-
10,1	11,3	13,5	12,3	12,4
6,7	6,6	9,4	8,6	8,3
51,4	33,7	29,2	26,2	23,8
18,9	17,1	52,6	52,4	54,8
0,96	1,37	1,45	1,19	1,00
0,97	1,38	1,46	1,20	1,01
-	-	5,00	-	-
-	-	5,00	-	-
1,50	1,62	2,22	1,84	1,54
1,51	1,63	2,24	1,86	1,55
2,45	2,45	3,11	2,49	2,19
23,28	40,39	55,40	41,70	32,60
8,57	7,32	38,26	28,60	21,00
29,12	42,60	49,69	40,40	31,50
8,46	9,04	38,65	28,84	21,10

