



H U G O B O S S

GESCHÄFTSBERICHT **2010**

H U G O B O S S

GESCHÄFTSBERICHT **2010**

INHALT

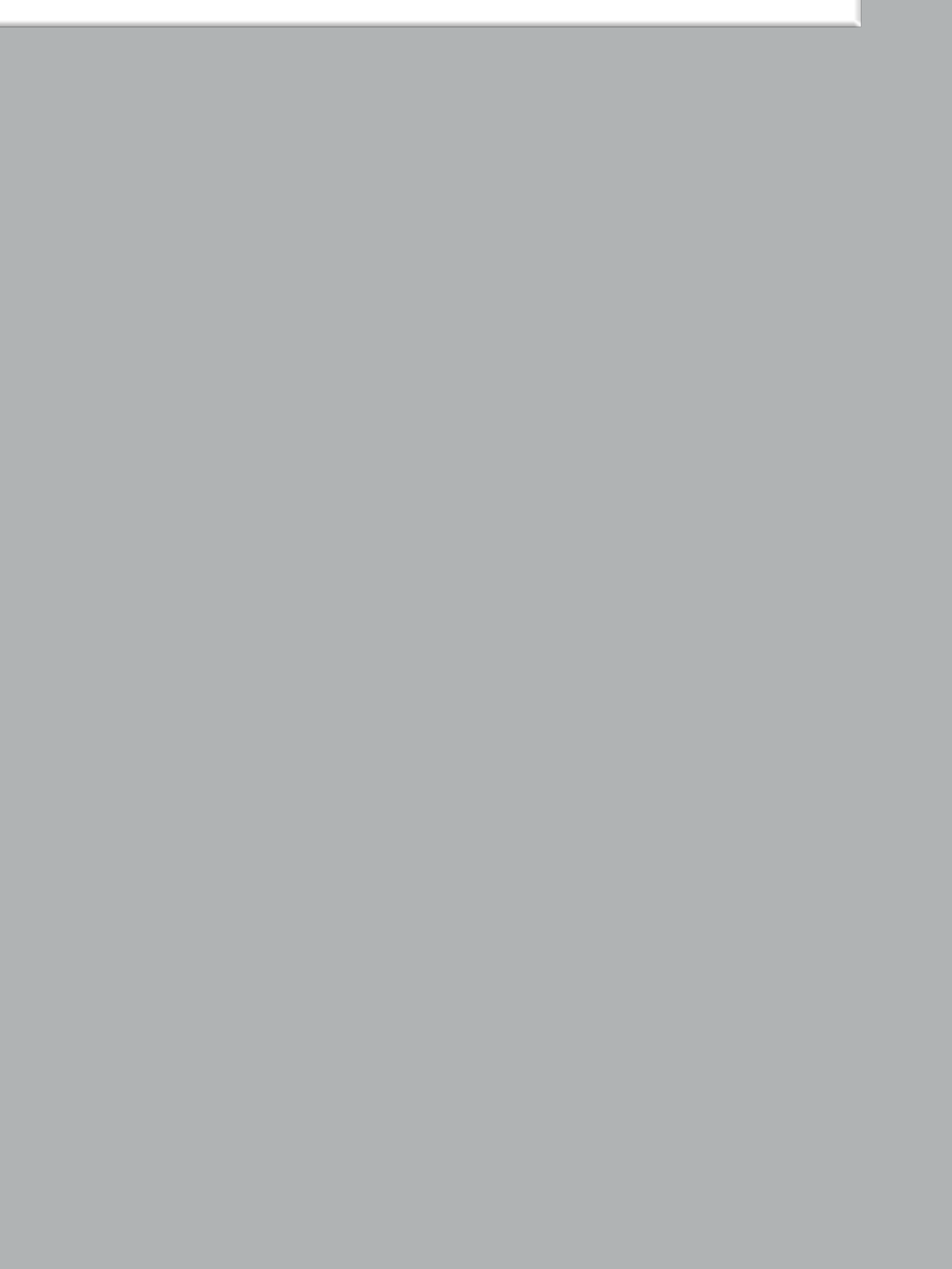
01	DYNAMISCHE STRUKTUREN UND STARKE MARKEN	
02	AN UNSERE AKTIONÄRE	_____
03	KONZERNLAGEBERICHT – KONZERNPROFIL	_____
04	KONZERNLAGEBERICHT – DAS GESCHÄFTSJAHR	_____
05	KONZERNABSCHLUSS	_____
06	WEITERE ANGABEN	_____

036	Brief des Vorstandsvorsitzenden
038	Vorstand
040	Aufsichtsrat
042	Bericht des Aufsichtsrats
047	Corporate Governance Bericht
054	Basisinformationen HUGO BOSS Aktien
055	HUGO BOSS am Kapitalmarkt
064	Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur
069	Unternehmenssteuerung
073	Konzernstrategie
079	Mitarbeiter
084	Innovation und Entwicklung
086	Beschaffung und Produktion
094	Konzernumsatz- und Ertragslage
107	Ergebnisentwicklung der Geschäftssegmente
111	Vermögens- und Finanzlage
121	Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage
122	Vergütungsbericht
123	Spezialgesetzliche Angaben
126	Risiko- und Chancenbericht
141	Nachtrags- und Prognosebericht
150	Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung
151	Konzerngesamtergebnisrechnung
152	Konzernbilanz
154	Eigenkapitalveränderungsrechnung
156	Kapitalflussrechnung
157	Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2010
183	Erläuterungen zur Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung
190	Erläuterungen zur Konzernbilanz
207	Sonstige Erläuterungen
222	Angaben zum Mehrheitsaktionär
235	Vorstand
236	Aufsichtsrat
238	Weitere Angaben zu den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern
240	Versicherung der gesetzlichen Vertreter
241	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
246	Allgemeine Anmerkungen
246	Zukunftsgerichtete Aussagen
247	Finanzkalender und Kontakte
248	Glossar
252	Stichwortverzeichnis
254	Grafikverzeichnis
256	Impressum



01

**DYNAMISCHE
STRUKTUREN UND
STARKE MARKEN**





HUGO BOSS AG Hauptverwaltung, Metzingen

AUF DEM WEG

Die strategische Neuausrichtung von HUGO BOSS stellt auch neue Anforderungen an die Organisation, die Strukturen und die Prozesse des Unternehmens. Mit den bereits umgesetzten Maßnahmen und den eingeleiteten Veränderungen ist HUGO BOSS gut aufgestellt für die Zukunft und auf bestem Weg, die für 2015 gesetzten Wachstumsziele zu erreichen.



4

KOLLEKTIONEN PRO JAHR

In der Vergangenheit hat HUGO BOSS pro Jahr 2 große Haupt- und 2 kleinere Nebenkollektionen herausgebracht.

Mit 4 gleichwertigen Kollektionen pro Jahr werden die Einzelhandelsflächen zukünftig kontinuierlicher mit Ware versorgt, um dem Kunden fortlaufend neue Kaufanreize zu bieten.



30

WOCHEN

Zwischen der ersten Idee und der Auslieferung einer Kollektion lag bisher ein Zeitraum von 50 Wochen. Dieser wird gerade schrittweise um 12 Wochen reduziert. Die Verkaufsergebnisse der aktuellen Sommerkollektion im Handel beispielsweise können so in die Entwicklung der nächsten Sommerkollektion mit einfließen. Durch vernetzte und optimierte Prozesse kann HUGO BOSS damit Trends zukünftig noch schneller umsetzen und flexibler auf den Markt reagieren.



100.000

TEILE

HUGO BOSS steht für eine perfekte Logistik. Ein Beispiel hierfür ist das neue Distributionszentrum am Standort Metzingen. Hier können auf 110.000 m² Nutzfläche und 37 Kilometer Fördertechnik täglich bis zu 100.000 Teile Hängeware umgeschlagen werden. Damit gehört das Distributionszentrum zu den modernsten in der Textilbranche in Europa.



124

LÄNDER

HUGO BOSS ist ein stark international ausgerichtetes Unternehmen, das seine Produkte weltweit im ausgewählten Fachhandel und in eigenen Läden anbietet – im Jahr 2010 gab es Verkaufspunkte in 124 Ländern. Die weitere Internationalisierung des Geschäftsmodells ist ein wesentlicher Baustein der Unternehmensstrategie.



50

PROZENT

Der Ausbau des eigenen Einzelhandels wird von HUGO BOSS kontinuierlich fortgesetzt und soll bis zum Jahr 2015 rund die Hälfte des Umsatzes ausmachen. Durch die eigenen Läden werden Wachstumspotenziale in Zukunftsregionen erschlossen und sie bieten dem Unternehmen zudem die Möglichkeit, mit dem Endkonsumenten direkt in Kontakt zu treten. Auch sichern sie eine weltweit einheitliche Inszenierung der Markenwelten auf höchstem Niveau.



Magazine



HUGO FASHION SHOW BERLIN

INDEX

15

MILLIONEN BESUCHER

Als innovatives Unternehmen ist für HUGO BOSS auch der konsequente Ausbau der Online-, Mobile- wie auch Social-Kanäle ein wichtiges Thema. In 2010 konnte das Unternehmen 15 Millionen interessierte Besucher und Kunden über diese Medien erreichen. Die Website www.hugoboss.com bietet Informationen über das Unternehmen, der Geschäftsbericht steht hier als interaktive Onlineversion zur Verfügung, sowie die Marken und Produkte. Der integrierte Online Store ermöglicht dem Kunden rund um die Uhr diese Produkte auch gleich zu erwerben.



BOSS
HUGO BOSS

S
BOSS SELECTION
HUGO BOSS

BOSS
HUGO BOSS


BOSS ORANGE

HUGO
HUGO BOSS



BOSS
HUGO BOSS

Modern
Sophisticated
Premium

BOSS Black ist die Kernmarke von HUGO BOSS und steht für eine zeitgemäße moderne Eleganz. Das Sortiment umfasst eine Damen- und eine Herrenkollektion mit Businesswear, Sportswear und glamourösen Event-Styles. Ergänzt wird das Premiumangebot durch Schuhe und Accessoires sowie in Lizenz Uhren, Brillen, Parfum und eine Kinderkollektion.





BOSS SELECTION
HUGO BOSS

Modern
Authentic
Luxurious

BOSS Selection überzeugt durch das individuelle Zusammenspiel von exquisitem Design, erlesener Qualität und perfekter Verarbeitung. Die Luxuslinie bietet Bekleidung, Schuhe und Accessoires für den anspruchsvollen Mann mit hoher Sensibilität für Mode und Stil. Die zu großen Teilen in Handarbeit gefertigte Tailored Line rundet das hochwertige Angebot ab.



BOSS
HUGO BOSS

Sportive
Relaxed
Energetic

BOSS Green repräsentiert Premium Sportswear und hebt die Grenze zwischen modischer Freizeit- und funktioneller Golfbekleidung auf. Die Kollektion fügt die Aspekte Fashion, Lifestyle und Golf zusammen und bietet ausdrucksstarke Looks in kraftvollen Farben für Herren und seit 2010 auch für Damen.





Casual
Urban Chic
Contemporary

BOSS Orange ist die Casualwear Linie von HUGO BOSS und steht für ein fröhliches, unbeschwertes Lebensgefühl. Die lässigen Kollektionen sind geprägt von urbanen Einflüssen und richten sich an Männer und Frauen, die Wert auf ihren eigenen ganz individuellen Modestil legen. Schuhe und Accessoires sowie in Lizenz gefertigte Uhren, Brillen und Parfums vervollständigen den Look.



HUGO
HUGO BOSS

Progressive
Avant-garde
Contemporary

HUGO ist die progressive Trendmarke von HUGO BOSS und steht für avantgardistisches Design. Die Damen- und Herrenkollektion bestechen durch klare Linien und innovative Looks. Komplettiert wird das Angebot durch Schuhe und Accessoires sowie die Lizenzprodukte Brillen und Parfum.



02

AN UNSERE AKTIONÄRE



02 — INHALT **AN UNSERE AKTIONÄRE**

036	Brief des Vorstandsvorsitzenden
038	Vorstand
040	Aufsichtsrat
042	Bericht des Aufsichtsrats
047	Corporate Governance Bericht
054	Basisinformationen HUGO BOSS Aktien
055	HUGO BOSS am Kapitalmarkt

BRIEF DES VORSTANDSVORSITZENDEN

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren,

HUGO BOSS blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2010 mit neuen Bestmarken bei Umsatz und Gewinn zurück. Wir sind aus der Weltwirtschaftskrise deutlich gestärkt hervorgegangen. Damit befindet sich der Konzern in einer hervorragenden Ausgangsposition für weiteres Wachstum in den kommenden Jahren.

Besonders optimistisch stimmt uns die dynamische Entwicklung im eigenen Einzelhandel. Das starke Wachstum der Umsätze in den bestehenden Stores bestätigt unsere Entscheidung, in diesen Distributionskanal weiter zu investieren. Hier sind wir in der Lage, unsere Marken optimal zu inszenieren und sowohl unseren Handelspartnern wie auch Endverbrauchern ein klares Verständnis unserer Markenphilosophie zu vermitteln. Gleichzeitig gestalten sich unsere Investitionen in diesem Bereich immer effizienter.

Aber nicht nur finanziell bietet dieses Geschäftsmodell Vorteile. Wir gewinnen im eigenen Einzelhandel auch wichtige Erkenntnisse zum Kaufverhalten unserer Kunden und arbeiten kontinuierlich daran, diese Informationen noch schneller in unsere Kollektionsentwicklung einfließen zu lassen. So haben wir grundlegende Maßnahmen angestoßen, um unsere Entwicklungszeiten zu verkürzen und unseren Kollektionsrhythmus auf vier große Kollektionen pro Jahr umzustellen. Dadurch bieten wir unseren Kunden immer wieder neue Anreize, unsere Geschäfte zu besuchen. Auch unsere Großhandelspartner profitieren von dieser Entwicklung, die uns einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil im Premium- und Luxussegment des globalen Bekleidungsmarkts verschafft.

Vergessen wir aber nicht das Herzstück unseres Unternehmens – unsere fünf Marken. HUGO BOSS hat sich den Anspruch gesetzt, die unterschiedlichen Anforderungen seiner Kunden an Mode mit hohem Qualitäts- und Passformanspruch zu erfüllen. Unsere klar voneinander differenzierten Marken halten dieses Versprechen. So steht BOSS Orange nach seinem Relaunch unverwechselbar für Freizeitmode, die urbanen Chic mit Premiumqualität verbindet. Gleichzeitig bietet unsere umsatzstärkste Marke, BOSS Black, neben der traditionell bedeutenden Konfektion nun auch eine überzeugende Sportswearkollektion und die an Golfwear orientierte Linie BOSS Green konnte ihr bei den Herren etabliertes Erfolgskonzept ebenfalls für Damenmode unter Beweis stellen. Die avantgardistische Marke HUGO hat ihre Position im Markt für Designmode gefestigt, wohingegen BOSS Selection mit seinem überarbeiteten Auftritt eindeutig als moderne authentische Luxusmarke ausgerichtet wird.

Gerade mit BOSS Selection steigern wir in immer mehr Ländern unsere Wahrnehmung als Luxusanbieter in der Tradition europäischer Handwerkskunst. Insbesondere in China sehe ich im Luxussegment sehr großes Potenzial. Schon jetzt wächst HUGO BOSS in keinem Land der Welt schneller. Im vergangenen Jahr betrug unser währungsbereinigtes Wachstum in China 84 %. Mittlerweile betreiben wir 65 Geschäfte in diesem Zukunftsmarkt – deutlich mehr als viele unserer direkten Wettbewerber. Aufgrund dieses Erfolgs werden wir weiter in den Ausbau unserer Einzelhandelspräsenz investieren, so dass China voraussichtlich schon im Jahr 2011 der drittgrößte Einzelmarkt für HUGO BOSS sein wird.

Selbstverständlich wächst HUGO BOSS auch in anderen Regionen. Hervorheben möchte ich hier vor allem die USA, wo wir auf Basis unseres überzeugenden Preis-Leistungs-Verhältnisses Marktanteile gewonnen haben und weiter gewinnen werden.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, das vergangene Jahr war das bislang beste in der Unternehmensgeschichte und ich bin sehr zuversichtlich, dass wir die gleiche Aussage in einem Jahr wiederholen werden. Denn auch das Jahr 2011 wird ein Wachstumsjahr. Unsere Marken sind stark wie nie zuvor. Unsere Dynamik im Großhandelsgeschäft und im eigenen Einzelhandel ist ungebrochen. Die Leistungsfähigkeit unserer Organisation ist größer denn je.

Dieser Erfolg ist in erster Linie das Verdienst unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie verkörpern die Kreativität und Qualität, für die HUGO BOSS mit seinen Produkten steht. Ihnen möchte ich deshalb ebenso danken wie unseren Geschäftspartnern und Aktionären, die uns ihr Vertrauen schenken. Gemeinsam werden wir auch im Jahr 2011 mit Energie und Zuversicht die Erfolgsgeschichte HUGO BOSS fortschreiben.

Ihr

A handwritten signature in black ink, reading "Claus-Dietrich Lahrs". The signature is written in a cursive, flowing style.

CLAUS-DIETRICH LAHRS

Vorsitzender des Vorstands

VORSTAND

CLAUS-DIETRICH LAHRS

Stuttgart, Deutschland

Vorsitzender des Vorstands

Vorstand für die Bereiche Vertrieb, Retail,
Lizenzen, Kommunikation und Global Replenishment

CHRISTOPH AUHAGEN

Ratingen, Deutschland

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

MARK LANGER

Stuttgart, Deutschland

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



(v.l.n.r.) Christoph Auhagen, Claus-Dietrich Lahrs, Mark Langer

AUFSICHTSRAT

DR. HELLMUT ALBRECHT
München, Deutschland

Managementberater
Vorsitzender des Aufsichtsrats

ANTONIO SIMINA
Metzingen, Deutschland

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

Direktor 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
bis 21. Juni 2010

BERND SIMBECK
Metzingen, Deutschland

Kaufmännischer Angestellter
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland
Arbeitnehmersvertreter
seit 21. Juni 2010

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
Arbeitnehmersvertreterin

DAMON MARCUS BUFFINI
Surrey, Großbritannien

Geschäftsführer
Permira Advisers LLP,
London, Großbritannien
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.,
Fossalta di Portogruaro, Italien
seit 21. Februar 2010

DR. KLAUS MAIER
Stuttgart, Deutschland

Managementberater
seit 21. Februar 2010

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit großer Sorgfalt hat der Aufsichtsrat auch im Geschäftsjahr 2010 die ihm durch Gesetz, Satzung der Gesellschaft und seine Geschäftsordnung obliegenden Kontroll- und Beratungsaufgaben wahrgenommen.

Auf Grundlage der ausführlichen sowohl in schriftlicher als auch in mündlicher Form zeitnah und umfassend erteilten Berichte des Vorstands hat der Aufsichtsrat die Arbeit des Vorstands im Geschäftsjahr 2010 beratend begleitet und den Vorstand bei der Führung der Geschäfte überwacht. Daneben fanden regelmäßig Gespräche zwischen dem Vorstandsvorsitzenden und dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats über wichtige Entwicklungen und anstehende Entscheidungen statt. Vor diesem Hintergrund war der Aufsichtsrat stets sowohl für die HUGO BOSS AG als auch für die Konzernunternehmen über die beabsichtigte Geschäftspolitik und andere grundsätzliche Fragen der Unternehmensplanung, insbesondere die Finanz-, Investitions- und Personalplanung, informiert. Das Gleiche gilt für die strategische Weiterentwicklung, über den Gang der Geschäfte, insbesondere den Umsatz und die Lage der Gesellschaft sowie die Entwicklung der wichtigsten finanzwirtschaftlichen Kennzahlen, insbesondere die Rentabilität der Gesellschaft, vor allem des Eigenkapitals. Sofern Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den Plänen und Zielen auftraten, wurden sie dem Aufsichtsrat im Einzelnen erläutert und anhand der vorgelegten Unterlagen von diesem geprüft. Vorstand und Aufsichtsrat stimmten gemeinsam die strategische Ausrichtung des Unternehmens ab.

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

VERÄNDERUNGEN IM AUFSICHTSRAT DER HUGO BOSS AG

Im Jahr 2010 fand sowohl die Anteilseignervertreterwahlen in der Hauptversammlung am 21. Juni als auch die Arbeitnehmervertreterwahl statt. Im Anschluss an die Hauptversammlung am 21. Juni 2010 wurde Herr Dr. Hellmut Albrecht wie bereits im Jahr 2009 zum Vorsitzenden des Aufsichtsrats gewählt. Frau Monika Lersmacher wurde von den Arbeitnehmern in den Aufsichtsrat gewählt, nachdem sie im Juli 2009 bereits gerichtlich für den krankheitsbedingt ausgeschiedenen Herrn Rainer Otto bestellt worden war. Ferner wurde Herr Bernd Simbeck als Arbeitnehmervertreter neu in den Aufsichtsrat gewählt.

VERÄNDERUNGEN IM VORSTAND DER HUGO BOSS AG

Im Geschäftsjahr 2010 gab es zwei Änderungen im Vorstand der HUGO BOSS AG: Herr Norbert Unterharnscheidt legte sein Amt als Vorstand zum 15. Januar 2010 nieder. Für ihn wurde Herr Mark Langer zum Mitglied des Vorstands bestellt und gleichzeitig zum Chief Financial Officer (CFO) und Arbeitsdirektor ernannt. Ferner legte Herr Dr. Andreas Stockert zum 6. August 2010 sein Amt als Vorstand und Chief Operating Officer (COO) nieder.

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

WESENTLICHE THEMEN DER AUFSICHTSRATSSITZUNGEN IM JAHR 2010

Im Berichtsjahr 2010 fanden insgesamt fünf ordentliche sowie fünf außerordentliche Aufsichtsratssitzungen in den Monaten Januar, Februar, März, Juni, Juli, August, September, November und Dezember statt. Bei den meisten Sitzungen war der Aufsichtsrat vollzählig anwesend. Kein Mitglied des Aufsichtsrats nahm im Geschäftsjahr 2010 an weniger als der Hälfte der Sitzungen teil.

Regelmäßig beriet der Aufsichtsrat die Umsatz- und Ergebnisentwicklungen, die Investitionsplanung sowie die aktuelle Risikolage der Gesellschaft. Daneben beschäftigte er sich insbesondere mit der weiteren Internationalisierung des Geschäfts, Compliance-Fragen und den Änderungen des Corporate Governance Kodex sowie möglichen Konsequenzen für die Corporate Governance der Gesellschaft. In den außerordentlichen Sitzungen befasste sich der Aufsichtsrat vor allem mit der Besetzung und Angelegenheiten des Vorstands sowie der Neukonzeption der variablen Vorstandsvergütung.

AUSSCHÜSSE DES AUFSICHTSRATS UND ARBEIT DER AUSSCHÜSSE IM JAHR 2010

Der Aufsichtsrat hat insgesamt fünf Ausschüsse eingerichtet, um seine Arbeit effizient ausüben zu können. Als Ausschüsse bestehen ein Prüfungsausschuss, ein Arbeitsausschuss, ein Personalausschuss, ein Nominierungsausschuss und ein Vermittlungsausschuss. Soweit gesetzlich zulässig, sind Entscheidungsbefugnisse des Aufsichtsrats auf Ausschüsse übertragen worden. Die Ausschüsse befassten sich jeweils ausführlich mit den ihnen zugewiesenen Themen und die Ausschussvorsitzenden berichteten dem Aufsichtsrat immer umfassend über die Sitzungen und deren Ergebnisse.

Der Prüfungsausschuss tagte im Geschäftsjahr 2010 viermal. Gegenstand seiner Sitzungen waren vor allem die Rechnungslegung der Gesellschaft und des Konzerns, die Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses, das Risikomanagement, die internen Kontrollsysteme und Fragen der Compliance. Der Personalausschuss kam zu vier ordentlichen und drei außerordentlichen Sitzungen zusammen. Dabei befasste er sich schwerpunktmäßig mit Zielvereinbarungen für den Vorstand, der Vergütung des Vorstands, insbesondere dem variablen Vergütungssystem, sowie Veränderungen im Vorstand und entsprechenden vertraglichen Regelungen. Der Arbeitsausschuss trat im Berichtsjahr zu drei Sitzungen zusammen, in denen er sich mit dem Jahresabschluss, der Geschäftslage, der Produktion, der Supply Chain und mit dem Unternehmensprojekt D.R.I.V.E. sowie der Vorbereitung der Aufsichtsratssitzungen und der Beschlüsse des Aufsichtsrats beschäftigte. Der

Nominierungsausschuss trat zu Beginn des Geschäftsjahrs einmal zusammen und beriet ausführlich die Vorschläge 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“). Wie in den vergangenen Jahren musste der Vermittlungsausschuss gem. § 27 Abs. 3 MitbestG im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht einberufen werden.

CORPORATE GOVERNANCE

Der Aufsichtsrat befasste sich ausführlich mit der Weiterentwicklung der Corporate Governance-Regeln im Unternehmen, wobei er die Änderungen und Inhalte des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) berücksichtigte. Im Dezember 2010 wurde von Vorstand und Aufsichtsrat eine neue Entsprechenserklärung gemäß § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG zur Einhaltung der Empfehlungen des Corporate Governance Kodex bei der HUGO BOSS AG abgegeben. Auf Seite 47 befindet sich der gemeinsame Bericht über die Corporate Governance der Gesellschaft gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex. Wie in den vergangenen Jahren wurde die vom Corporate Governance Kodex empfohlene Effizienzprüfung der Aufsichtsratsstätigkeit anhand eines standardisierten, umfangreichen Fragebogens durchgeführt. Die Ergebnisse wurden in der Aufsichtsratsitzung am 10. Dezember 2010 eingehend diskutiert und analysiert, wobei der Aufsichtsrat zu einem positiven Ergebnis kam.

Im Geschäftsjahr 2010 sind keine Interessenkonflikte betreffend Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder aufgetreten, die gemäß Corporate Governance Kodex dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen sind und über die die Hauptversammlung zu informieren ist.

PRÜFUNG DES JAHRES- UND KONZERNABSCHLUSSES

Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss der HUGO BOSS AG mit Lagebericht für das Geschäftsjahr 2010 sowie der Konzernabschluss mit Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2010 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 21. Juni 2010 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 ergeben würden. Zu entsprechenden Berichten des Abschlussprüfers gab es jedoch keinen Anlass. Des Weiteren hat der Aufsichtsrat die Unabhängigkeitserklärung des Abschlussprüfers gemäß Ziffer 7.2.1 des Deutschen Corporate Governance Kodex eingeholt und sich von der Unabhängigkeit des Prüfers überzeugt. Behandelt wurde ferner die Vergabe von Aufträgen für nicht prüfungsbezogene Dienstleistungen an den Abschlussprüfer.

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

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

„Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

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

Die Abschlussunterlagen und der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands sowie die zwei Prüfungsberichte des Abschlussprüfers, einschließlich des Berichts über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 AktG und des Prüfungsberichts des Abschlussprüfers zum Abhängigkeitsbericht, lagen dem Aufsichtsrat vor. Diese wurden vorab vom Prüfungsausschuss, und dann vom Plenum des Aufsichtsrats im Beisein des Abschlussprüfers, der über die Ergebnisse seiner Prüfung berichtete, eingehend erörtert und geprüft. Der Abschlussprüfer berichtete über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung und erläuterte im Einzelnen die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft sowie des Konzerns. Der Abschlussprüfer berichtete darüber hinaus, dass keine wesentlichen Schwächen des internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems, bezogen auf den Rechnungslegungsprozess, vorlägen. Außerdem informierte er darüber, dass keine Umstände vorlägen, die Anlass zur Besorgnis hinsichtlich seiner Befangenheit gaben, sowie über Leistungen, die er zusätzlich zu den Abschlussprüfungsleistungen erbrachte. Die dabei vom Aufsichtsrat und von seinen Ausschüssen gestellten Fragen wurden beantwortet, die Abschlussunterlagen im Einzelnen mit dem Abschlussprüfer durchgegangen, vom Aufsichtsrat und von seinen Ausschüssen diskutiert und geprüft. Die Prüfungsberichte wurden mit dem Abschlussprüfer erörtert und dazu 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 14. März 2011 den vom Vorstand aufgestellten Jahres- und Konzernabschluss sowie die jeweiligen Lageberichte für das Geschäftsjahr 2010. Damit ist der Jahresabschluss der HUGO BOSS AG nach § 172 AktG festgestellt.

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

Schließlich stimmte der Aufsichtsrat in seiner Sitzung vom 14. März 2011 dem Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns zu. In diesem Zusammenhang erörterte und diskutierte er intensiv die Liquiditätslage der Gesellschaft, die Finanzierung der geplanten Investitionen und die Auswirkungen auf den Kapitalmarkt. Der Aufsichtsrat kam dabei zu dem Ergebnis, dass der Vorschlag im Sinne der Gesellschaft und im Interesse der Aktionäre ist.

Der Aufsichtsrat dankt den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren großen persönlichen Einsatz und ihre geleistete Arbeit, ohne die der Erfolg der HUGO BOSS AG im Geschäftsjahr 2010 nicht denkbar wäre.

Metzingen, den 14. März 2011

Der Aufsichtsrat

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dr. Hellmut Albrecht'. The signature is written in a cursive style with some stylized flourishes.

DR. HELLMUT ALBRECHT

Vorsitzender

CORPORATE GOVERNANCE BERICHT

gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex

Die HUGO BOSS AG misst der Corporate Governance von 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. HUGO BOSS ist überzeugt, dass eine gute und transparente Corporate Governance, die international und national anerkannten Standards entspricht, ein wesentlicher Faktor für den langfristigen Erfolg des Unternehmens ist. Corporate Governance ist daher Teil des Selbstverständnisses und ein Anspruch, der sämtliche Bereiche des Unternehmens und des Konzerns umfasst. HUGO BOSS will das Vertrauen der 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 2010 an den anerkannten Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung

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

ZUSAMMENARBEIT, ZUSAMMENSETZUNG (UNTER ANDEREM DIVERSITY) UND TÄTIGKEIT VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Zusammenarbeit

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 bedeutsamen Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements sowie über Compliance-Themen. Ziel- und Planungsabweichungen werden dem Aufsichtsrat und seinen Ausschüssen erläutert; die strategische Ausrichtung und Weiterentwicklung des Konzerns wird mit dem Aufsichtsrat abgestimmt und erörtert.

Zusammensetzung (unter anderem Diversity)

Es wurde und wird bei der **AUSWAHL DER AUFSICHTSRATSMITGLIEDER** stets darauf geachtet, dass den Aufsichtsgremien Mitglieder angehören, die über die erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachliche Erfahrung verfügen. Das durch den Deutschen Corporate Governance Kodex 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 bei der Zusammensetzung des Aufsichtsrats auf Vielfalt (Diversity) geachtet: Der Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG besteht aus 12 Mitgliedern, von denen nach den Regelungen des Mitbestimmungsgesetzes sechs Personen Anteilseignervertreter und sechs Personen Arbeitnehmervertreter sind. Der Aufsichtsrat einer börsennotierten Gesellschaft soll nach den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 26. Mai 2010 für seine Zusammensetzung

konkrete Ziele benennen, die unter Beachtung der unternehmerischen Situation die internationale Tätigkeit des Unternehmens, potenzielle Interessenkonflikte, eine Altersgrenze für Aufsichtsratsmitglieder und Vielfalt (Diversity) berücksichtigen. Insbesondere sollen diese konkreten Ziele eine angemessene Beteiligung von Frauen vorsehen. Die Zielsetzung des Aufsichtsrats und der Stand der Umsetzung sollen im Corporate Governance Bericht veröffentlicht werden. Weiter hat die Neufassung des DCGK auch die bisherige Empfehlung für mehr Vielfalt (Diversity) in den Vorständen börsennotierter Gesellschaften dahin gehend konkretisiert, dass der Aufsichtsrat bei der Zusammensetzung des Vorstands insbesondere eine angemessene Berücksichtigung von Frauen anstreben soll.

Angesichts dieser Empfehlungen hat der Aufsichtsrat – neben den existierenden Regelungen in der Geschäftsordnung des Aufsichtsrats – folgende Ziele für die künftige Zusammensetzung von Aufsichtsrat und Vorstand festgelegt:

ZUSAMMENSETZUNG DES AUFSICHTSRATS

Der Aufsichtsrat ist so zusammenzusetzen, dass seine Mitglieder insgesamt über die zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung der Aufgaben erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen Erfahrungen verfügen. Insbesondere gilt Folgendes:

1. Internationalität

Als globaler Anbieter von Mode- und Lifestyle-Produkten verfügt HUGO BOSS über circa 1.500 eigenständige Geschäfte in über 80 Ländern. Es gibt Tochtergesellschaften in 23 Ländern und Produktionsstandorte in 5 Ländern. Der Aufsichtsrat berücksichtigt bei seiner Zusammensetzung diese internationale Tätigkeit.

Deshalb sollen nach Möglichkeit mindestens zwei Aufsichtsratsmitglieder über eine mehrjährige, möglichst im Ausland erworbene, Erfahrung mit internationaler Geschäftstätigkeit verfügen. Je nach Entwicklung des internationalen Geschäfts der HUGO BOSS AG soll die bereits bestehende Internationalität im Aufsichtsrat innerhalb der nächsten Jahre gegebenenfalls weiter angepasst werden.

2. Potenzielle Interessenkonflikte

Der Aufsichtsrat berücksichtigt bei seiner Zusammensetzung auch potenzielle Interessenkonflikte von Aufsichtsratsmitgliedern. Jedes Aufsichtsratsmitglied verpflichtet sich deshalb, die Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in Bezug auf Interessenkonflikte für die Dauer seiner Amtszeit zu befolgen, insbesondere Interessenkonflikte offenzulegen. Jedes Aufsichtsratsmitglied wird zudem vor Abgabe der jährlichen Entsprechenserklärung in der Aufsichtsratsitzung, in der die Erklärung beschlossen wird, dem Aufsichtsratsvorsitzenden gegenüber erklären, dass in seiner Person im letzten Jahr kein Interessenkonflikt aufgetreten ist. Aufsichtsratsmitglieder sollen keine Organfunktion bei wesentlichen Wettbewerbern des Unternehmens ausüben.

3. Regel-Altersgrenze

Der Aufsichtsrat berücksichtigt bei seiner Zusammensetzung die in der Satzung festgelegte Regel-Altersgrenze. Diese sieht vor, dass Aufsichtsratsmitglieder bei ihrer Bestellung in der Regel das 69. Lebensjahr noch nicht vollendet haben sollen. Weicht ein Wahlvorschlag des Aufsichtsrats von der Regel-Altersgrenze ab, ist dieser Umstand zu begründen.

4. Diversity

Der Aufsichtsrat achtet bei seiner Zusammensetzung in erster Linie auf die entsprechende Qualifikation und auf Vielfalt (Diversity) und strebt dabei eine angemessene Beteiligung von Frauen an. Derzeit ist unter den Mitgliedern des Aufsichtsrats eine Frau. Turnusmäßig finden Wahlen der Anteilseignervertreter auf der Hauptversammlung im Jahr 2015 statt und Wahlen der Arbeitnehmervertreter im Jahr 2015. Ziel ist es, dass nach diesen Wahlen mindestens 2 Frauen (das heißt 16,6 % der Mitglieder) des Aufsichtsrats Frauen sind. Der Aufsichtsrat hält eine solche Beteiligung von Frauen mit Blick auf die Zusammensetzung der sonstigen Führungskräfte und mit Blick auf andere Unternehmen der Branche für diesen Zeitraum angemessen. Der Aufsichtsrat wird dieses Ziel bei seinen Vorschlägen zur Wahl von Anteilseignervertretern in den Aufsichtsrat berücksichtigen. Entsprechendes gilt im Fall der gerichtlichen Bestellung.

→ —
„Diversity“ unter den Mitarbeitern ist im Kapitel „Mitarbeiter“ auf der Seite 80 näher beschrieben.

ZUSAMMENSETZUNG DES VORSTANDS

Der Vorstand der HUGO BOSS AG besteht derzeit aus drei männlichen Mitgliedern. Der Aufsichtsrat wird in Zukunft bei der Zusammensetzung des Vorstands unter anderem auf Vielfalt (Diversity) achten und dabei insbesondere eine angemessene Berücksichtigung von Frauen anstreben. Dieses Ziel wird auch vom Personalausschuss bei seiner Tätigkeit berücksichtigt.

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

Tätigkeit der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats

Bei ihren Entscheidungen und im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit für HUGO BOSS dürfen die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats weder persönliche Interessen verfolgen noch anderen Personen ungerechtfertigte Vorteile gewähren. Im Geschäftsjahr 2010 ist es zu keinen Interessenkonflikten von Vorstands- oder Aufsichtsratsmitgliedern gekommen. Die Mandate der Vorstands- und der Aufsichtsratsmitglieder sind im Anhang unter „Aufsichtsrat und Vorstand“ aufgeführt. Die von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern wahrgenommenen Mandate in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten bzw. vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen können der Seite 238 entnommen werden. Kein Vorstandsmitglied nimmt mehr als drei Aufsichtsratsmandate in konzernexternen börsennotierten Gesellschaften wahr. Die Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen sind im Anhang des Konzernabschlusses auf der Seite 213 dargestellt.

→ —
Die von Vorstand und Aufsichtsrat wahrgenommenen Mandate finden Sie im Konzernanhang auf Seite 238.

→ —
Die Beziehung zu nahestehenden Unternehmen und Personen sind im Konzernanhang unter der Textziffer 34 auf Seite 213 dargestellt.

VERANTWORTUNGSVOLLER UMGANG MIT UNTERNEHMERISCHEN RISIKEN

Corporate Governance erfasst auch den verantwortungsbewussten Umgang des Unternehmens mit Risiken. Aufgabe des Vorstands ist es, ein angemessenes Risikomanagement und Risikocontrolling im Unternehmen sicherzustellen. Das in dem wertorientierten Konzernmanagement verankerte systematische Risikomanagement versetzt das Unternehmen in die Lage, Risiken frühzeitig erkennen und bewerten sowie Risikopositionen durch entsprechende Maßnahmen optimieren zu können. Mit der Überwachung der Wirksamkeit des internen Kontroll-, Risikomanagement- und Revisionssystems befasst sich regelmäßig der vom Aufsichtsrat eingerichtete Prüfungsausschuss. Die Systeme werden kontinuierlich weiterentwickelt und den sich ändernden Rahmenbedingungen angepasst. Sie können

jedoch keinen absoluten Schutz gegen Verluste aus geschäftlichen Vorgängen oder gar betrügerische Handlungen bieten.



Den Risikobericht finden Sie auf Seite 126 ff.

Einzelheiten zum Thema internes Kontroll-, Risikomanagement- und Revisionsystem können Sie dem Kapitel „Risikobericht“ auf den Seiten 126 ff. entnehmen.

RECHNUNGSLEGUNG UND ABSCHLUSSPRÜFUNG

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

CORPORATE COMPLIANCE ALS WESENTLICHE LEITUNGSAUFGABE DES VORSTANDS

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

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

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

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

TRANSPARENTE KOMMUNIKATION MIT AKTIONÄREN

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

WWW —

www.hugoboss.com / Das Unternehmen / Investor Relations

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

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

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sowie Mitarbeiter mit Führungsaufgaben im Sinne des WpHG sind nach § 15a WpHG dazu verpflichtet, den Erwerb oder die Veräußerung von Wertpapieren der HUGO BOSS AG – sogenannte Directors' Dealings – offenzulegen. Directors' Dealings werden auf der Unternehmens-Website unter „Meldepflichtige Wertpapiergeschäfte“ veröffentlicht. Der Gesellschaft wurde im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2010 kein nach § 15a WpHG meldepflichtiges Wertpapiergeschäft gemeldet. Der Gesamtbesitz aller Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder an Aktien der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2010 betrug weniger als 1 % der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien. Damit lag zu diesem Stichtag kein mitteilungspflichtiger Besitz nach Ziffer 6.6 des Deutschen Corporate Governance Kodex vor.



Die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat ist auf Seite 122 näher erläutert.

VERGÜTUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Vergütung für den Vorstand

Die Gesamtbezüge des Vorstands beliefen sich im Geschäftsjahr 2010 auf 3.248 TEUR (2009: 4.927 TEUR). Davon sind 3.248 TEUR (2009: 2.642 TEUR) fixe Bestandteile. Die jährlich variablen Bestandteile wurden in 2010 abgeschafft und belaufen sich aufgrund der Umstellung auf variable Vergütungsbestandteile mit mittelfristiger Anreizwirkung im Jahr 2010 auf 0 TEUR (2009: 2.285 TEUR). Die fixen Gehaltsbestandteile umfassen, neben dem Gehalt, dem Vorstand gewährte Leistungen wie Dienstwagen und sonstige zum Gehalt gehörende Sachleistungen sowie weitere zur Erfüllung der Vorstandsaufgaben notwendige Ausstattungen und Leistungen.

Die variablen Vergütungsbestandteile mit nachhaltiger Anreizwirkung bestehen in einer mehrjährigen Bonusvereinbarung, die entsprechend der Zielerreichung der mit dem Aufsichtsrat vereinbarten persönlichen Ziele sowie der Erfüllung der im Vorfeld definierten Unternehmenskennzahlen EBITDA vor Sondereffekten und Trade Net Working Capital gewährt werden. Dieser mehrjährige Bonus wird nach Ablauf des Geschäftsjahres 2012 final ermittelt und ausgezahlt. Abschlagszahlungen auf den in 2013 erwarteten Bonus erfolgen bereits ab dem Jahr 2011. Sofern der Betrag der Restzahlung in 2013 negativ ist, ist dieser vom Vorstandsmitglied an die HUGO BOSS AG zurückzuzahlen. Die Zuführung zur Rückstellung für den Mehrjahresbonus erfolgt ratierlich. Für das Geschäftsjahr 2010 wurde eine Rückstellung in Höhe von 3.025 TEUR (2009: 0 TEUR) gebildet.

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.

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 1.964 TEUR (2009: 1.015 TEUR).

Vergütung für den Aufsichtsrat

Gemäß den Forderungen des Corporate Governance Kodex ist die Vergütung der Aufsichtsräte aufgeteilt in einen fixen und einen variablen Bestandteil. Der variable Bestandteil bemisst sich nach der Höhe des Ergebnisses je Aktie im Konzernabschluss. Die Position des Aufsichtsratsvorsitzenden und die seines Stellvertreters werden bei der Berechnung der Vergütung berücksichtigt. Der Aufsichtsrat erhielt für seine Tätigkeit im Jahr 2009 Gesamtbezüge in Höhe von 1.224 TEUR. Für das Jahr 2010 betragen die Gesamtbezüge voraussichtlich 1.461 TEUR, darin enthalten ist eine Rückstellung für den variablen Anteil in Höhe von 738 TEUR (2009: 695 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. Darüber hinaus ist begründet anzugeben, welche Empfehlungen nicht angewendet wurden oder werden. Die letzte Änderung des Deutschen Corporate Governance

Kodex in der Fassung vom 26. Mai 2010 wurde am 2. Juli 2010 im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht. Vorstand und Aufsichtsrat haben deshalb im Dezember 2010 folgende Entsprechenserklärung abgegeben:

„Entsprechenserklärung

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

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

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG erklären hiermit gemäß § 161 Abs. 1 Satz 1 AktG, dass seit der Entsprechenserklärung vom April 2010 den Empfehlungen der Regierungskommission „Deutscher Corporate Governance Kodex“ zunächst in der Fassung vom 18. Juni 2009 – bekannt gemacht im elektronischen Bundesanzeiger am 05. August 2009 – bzw. seit deren Geltung in der Fassung vom 26. Mai 2010 – bekannt gemacht im elektronischen Bundesanzeiger am 2. Juli 2010 – mit folgenden Ausnahmen entsprochen wurde und wird:

- Ziffer 2.1.2 Satz 1 Deutscher Corporate Governance Kodex (DCGK): Bei der HUGO BOSS AG gibt es neben den stimmberechtigten Stammaktien nicht stimmberechtigte Vorzugsaktien. Diese Einteilung ist historisch bedingt.
- Abweichend von der Empfehlung in Ziffer 3.8 Satz 5 DCGK enthält die D&O- (Directors & Officers-) Versicherung für Mitglieder des Aufsichtsrats keinen Selbstbehalt. Die HUGO BOSS AG deckt das D&O-Risiko durch eine angemessene Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung, in die auch die Aufsichtsratsmitglieder einbezogen sind. Die Mitglieder des Aufsichtsrats führen ihre Ämter verantwortungsvoll und im Interesse des Unternehmens. Die HUGO BOSS AG ist der Auffassung, dass ein Selbstbehalt kein geeignetes Mittel ist, um das Verantwortungsbewusstsein weiter zu verbessern. Zudem würde die Einführung eines Selbstbehalts nicht zu einer wesentlichen Senkung der Prämienzahlungen führen.
- Abweichend von der Empfehlung in Ziffer 4.2.3 Absatz 4 Satz 2 DCGK wird für die Berechnung des Abfindungs-Caps die Gesamtvergütung für das letzte volle Geschäftsjahr bzw. – wenn das Vorstandsmitglied bereits zwei volle Geschäftsjahre im Amt war – der Durchschnitt der letzten zwei vollen Geschäftsjahre zugrunde gelegt, da dies nach Ansicht des Aufsichtsrats eine breitere und damit bessere Bemessungsgrundlage darstellt.
- Abweichend von Ziffer 5.4.6 Absatz 3 DCGK wird die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder im Corporate Governance-Bericht nicht individualisiert ausgewiesen. Ebenso wenig erfolgt ein individualisierter Ausweis der vom Unternehmen an die Mitglieder des Aufsichtsrats gezahlten Vergütungen oder gewährten Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen. Die gezahlten Aufsichtsratsvergütungen werden im Anhang in Summe dargestellt. Ein betragsmäßiger Individualausweis im Corporate Governance Bericht bringt nach Ansicht der HUGO BOSS AG keine kapitalmarktrelevante Zusatzinformation.

Metzingen, Dezember 2010“

BASISINFORMATIONEN HUGO BOSS AKTIEN

	2010	2009
Aktienanzahl in Stück	70.400.000	70.400.000
davon Stammaktien	35.860.000	35.860.000
davon Vorzugsaktien	34.540.000	34.540.000
Aktienkurs in EUR¹		
Stammaktie		
Schlusskurs (31.12.)	49,23	20,22
Höchstkurs	49,52	23,15
Tiefstkurs	17,78	8,82
Vorzugsaktie		
Schlusskurs (31.12.)	56,50	24,55
Höchstkurs	56,52	28,60
Tiefstkurs	22,38	9,03
Marktkapitalisierung (31.12.) in Mio. EUR	3.717	1.573
Ergebnis je Aktie in EUR		
Stammaktie	2,69	1,50
Vorzugsaktie	2,70	1,51
Kurs-Gewinn-Verhältnis²	21	16
Ausschüttungssumme in Mio. EUR	140³	67
Ausschüttungsquote in %⁴	75³	64
Dividende je Aktie in EUR		
Stammaktie	2,02 ³	0,96
Vorzugsaktie	2,03 ³	0,97
Dividendenrendite in %²	3,6³	4,0

1 Xetra.

3 2010: Dividendenvorschlag.

2 Bezogen auf Schlusskurs Vorzugsaktien.

4 Bezogen auf das auf die Anteilseigner entfallende Konzernergebnis.

AKTIENTYP: NENNWERTLOSE STÜCKAKTIEN

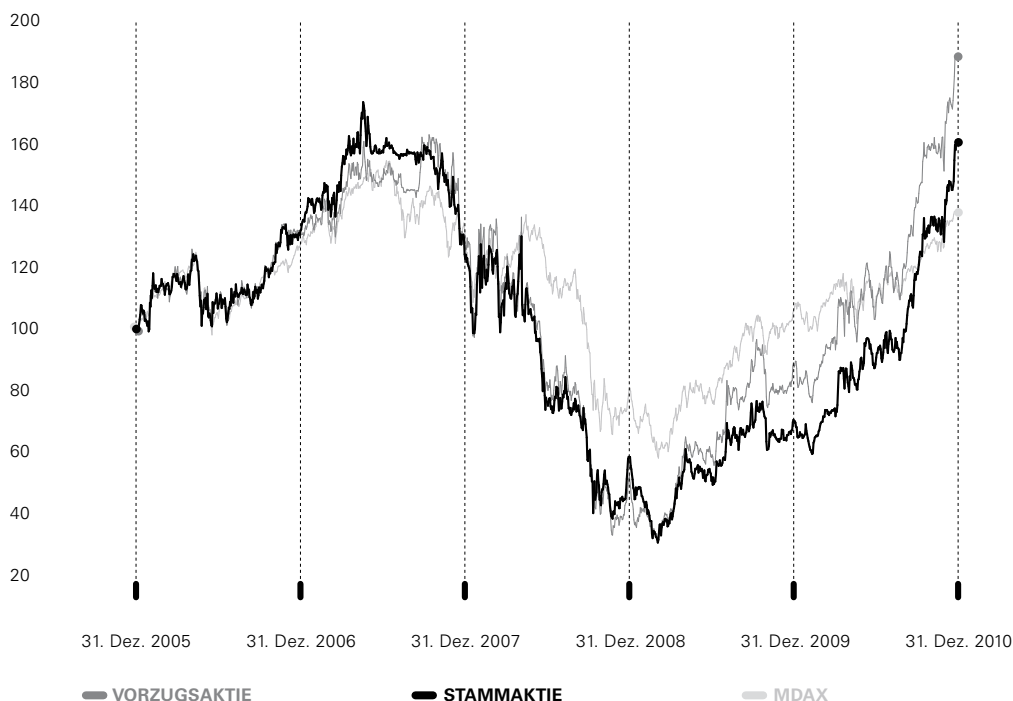
	Wertpapierkennnummer	International Securities Identification Number (ISIN)
Stammaktien	524550	DE 000 524 55 00
Vorzugsaktien	524553	DE 000 524 55 34

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

HUGO BOSS AM KAPITALMARKT

Nach einer durchwachsenen Entwicklung im ersten Halbjahr 2010 legten die deutschen Aktienindizes im zweiten Halbjahr spürbar zu. Die HUGO BOSS Aktien gewannen im Jahresverlauf deutlich und entwickelten sich stärker als der Gesamtmarkt.

01 – KURSENTWICKLUNG (Index: 31. Dezember 2005 = 100)



SPÜRBARE ERHOLUNG AUF DEN AKTIENMÄRKTEN IM JAHRESVERLAUF

Die bereits im Vorjahr spürbare Erholung auf den Aktienmärkten setzte sich im Jahresverlauf 2010 fort. Zunächst starteten die Märkte jedoch durchwachsen in das abgelaufene Börsenjahr und wurden vor allem durch die Euro-Krise beeinflusst. Daneben belasteten enttäuschende US Arbeitsmarkt- und Wirtschaftsdaten und die zunehmend restriktive Geldpolitik von Schwellenländern wie insbesondere China die Märkte zusätzlich. Im ersten Halbjahr kam es unter anderem durch die von den Notenbanken und Regierungen ergriffenen geld- und fiskalpolitischen Maßnahmen zur Ankurbelung der Konjunktur dennoch zu Kursgewinnen. In der zweiten Jahreshälfte wurden die Finanzmärkte von der sich aufhellenden Wirtschaftslage in den USA, robusten Konjunkturdaten in China und Deutschland sowie überraschend positiven Unternehmenszahlen beflügelt. Nach einem schwachen zweiten Quartal führte eine starke Berichtssaison im dritten Quartal zu deutlichen Kursanstiegen. Auch das vierte Quartal beendeten die deutschen Aktienindizes dank der spürbaren Erholung der deutschen Wirtschaft mit Kursgewinnen.

HUGO BOSS AKTIEN ERREICHEN IM DEZEMBER 2010 IHR JAHRESHOCH

Die HUGO BOSS Aktien entwickelten sich im Jahresverlauf 2010 deutlich besser als der Markt. Kurz vor Jahresende stieg der Kurs der **HUGO BOSS VORZUGSAKTIEN** auf den Jahreshöchstwert von 56,52 EUR und auch der Wert der **HUGO BOSS STAMMAKTIEN** kletterte Ende Dezember auf sein Jahreshoch von 49,52 EUR. Die Kursentwicklung der HUGO BOSS Aktien reflektierte im vergangenen Jahr das steigende Vertrauen in die strategische Positionierung des Unternehmens sowie die besser als ursprünglich vom Finanzmarkt erwartete Entwicklung von Umsatz und Gewinn. Aus aktuellen Analystenstudien geht außerdem eine wachsende Zuversicht hinsichtlich der Erreichung der Unternehmensziele für das Jahr 2015 hervor.

Insgesamt legte der **DAX** im Zeitraum zwischen Januar und Dezember 2010 um 16 % zu. Die deutschen Nebenwerte entwickelten sich ebenfalls sehr positiv und der **MDAX** gewann im Jahresverlauf 35 %. Auch die Aktien von Unternehmen in der Mode- und Luxusgüterindustrie konnten im Jahr 2010 Kursgewinne verzeichnen. So wies der **MSCI WORLD TEXTILES, APPAREL & LUXURY GOODS INDEX**, der die Kursentwicklung der im Bekleidungs- und Luxusgüterbereich tätigen Wettbewerber abbildet, im Jahresverlauf eine Wertsteigerung von 44 % auf. Die HUGO BOSS Aktien übertrafen die Entwicklung der Vergleichsindizes im vergangenen Jahr deutlich. Der Kurs der **HUGO BOSS VORZUGSAKTIEN** stieg um 130 % und lag am 30. Dezember 2010 bei 56,50 EUR. Der Kurs der **HUGO BOSS STAMMAKTIEN** stieg im Vergleich zum Jahresschlusskurs 2009 um 144 % und schloss am 30. Dezember 2010 bei 49,23 EUR.

GEWICHTUNG DER HUGO BOSS VORZUGSAKTIEN IM MDAX STEIGT

In der Rangliste der Deutschen Börse nahm die **HUGO BOSS VORZUGSAKTIE** Ende Dezember 2010 den 38. Platz auf Basis der Free Float-bereinigten Marktkapitalisierung ein (Ende 2009: Platz 50). Bezogen auf das Handelsvolumen rangierte sie auf dem 41. Platz (Ende 2009: Platz 46). Damit betrug das Gewicht der **HUGO BOSS VORZUGSAKTIEN** im MDAX am Jahresende 1,0 % (2009: 0,6 %). Durchschnittlich wurden in den zwölf Monaten des Jahres 2010 pro Tag 81.517 (2009: 92.719) Vorzugsaktien gehandelt. Von den aufgrund des geringeren Streubesitzes deutlich weniger gehandelten Stammaktien wurden pro Tag durchschnittlich 12.061 Stück (2009: 6.995) umgesetzt.

Veränderung in %	1 Jahr	3 Jahre	5 Jahre	10 Jahre
HUGO BOSS Vorzugsaktien ¹	130,1	44,9	90,2	88,3
HUGO BOSS Stammaktien ¹	143,5	24,3	61,4	89,4
MDAX	34,9	2,7	38,5	116,6
MSCI World Textiles, Apparel & Luxury Goods	43,7	27,7	71,2	153,6

¹ Xetra, ohne Berücksichtigung reinvestierter Dividendenzahlungen.

02 – MARKTKAPITALISIERUNG ZUM JAHRESENDE – 5-JAHRES-VERGLEICH (in Mio. EUR)

2010		3.717
2009		1.573
2008		1.118
2007		2.767
2006		2.815

EINE STIMMRECHTSMITTEILUNG ERHALTEN

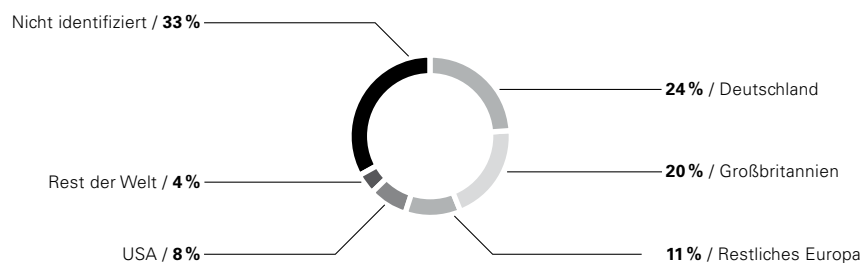
Nach § 21 WpHG sind Aktionäre verpflichtet, bei Über- oder Unterschreiten bestimmter Meldeschwellen die Höhe ihrer Stimmrechtsanteile zu melden. Die Meldeschwellen sind 3 %, 5 %, 10 %, 20 %, 25 %, 30 %, 50 % und 75 %. Im Geschäftsjahr 2010 erhielt die Gesellschaft eine solche Mitteilung:

Gemäß der am 24. März 2010 erhaltenen Stimmrechtsmitteilung hält die Permira Holdings Limited, Guernsey, ihre Stimmrechte nicht mehr über die Tochtergesellschaft V.F.G. International N.V., Amersfoort. Die Stimmrechte werden von der Permira Holdings Limited, Guernsey, seit dem 23. März 2010 über die Tochtergesellschaft Red & Black Holding GmbH (ehemals Blitz F09-vier-sechs GmbH), München, gehalten. Insgesamt hält die Gesellschaft 31.563.471 Stammaktien und 19.092.841 Vorzugsaktien. Dies entspricht 88,02 % der Stammaktien beziehungsweise 55,28 % der Vorzugsaktien und somit 71,95 % des gesamten Aktienkapitals der HUGO BOSS AG.

HAUPTVERSAMMLUNG ERTEILT ERNEUTE ERMÄCHTIGUNG FÜR AKTIENRÜCKKAUFPROGRAMM

Die Hauptversammlung am 21. Juni 2010 hat den Vorstand der HUGO BOSS AG auch im Geschäftsjahr 2010 ermächtigt, das bestehende Aktienrückkaufprogramm fortzusetzen. Demnach ist der Vorstand ermächtigt, bis zum 20. Juni 2015 Inhaberstamm- und/oder Inhabervorzugsaktien ohne Stimmrecht der Gesellschaft bis zu einem Anteil von insgesamt höchstens 10 % des ausstehenden Grundkapitals zu erwerben. Von der Ermächtigung wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr kein Gebrauch gemacht.

03 – REGIONALER SPLIT DER INVESTORENBASIS BEZOGEN AUF DEN STREUBESITZ (Stand Dezember 2010)



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

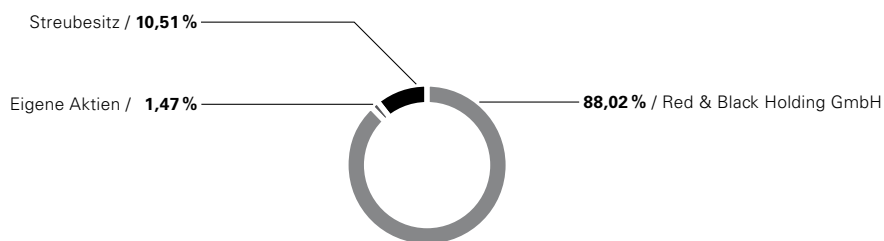
EUROPA BILDET SCHWERPUNKT DER INVESTORENBASIS

Die Eigentümerstruktur des gesamten Aktienkapitals der HUGO BOSS AG gestaltet sich wie folgt: 71,95 % der ausstehenden Aktien befinden sich über die Red & Black Holding GmbH im Besitz der **PERMIRA HOLDINGS LIMITED**, 1,97 % der Aktien werden von der **HUGO BOSS AG** als eigene Aktien gehalten. Die restlichen 26,08 % der ausstehenden Aktien befinden sich im **STREUBESITZ**. Der Streubesitz blieb 2010 im Vergleich zu 2009 unverändert. Um eine gezielte Ansprache der in HUGO BOSS investierten institutionellen Anleger zu ermöglichen, wurde im Jahr 2010 eine Analyse der Eigentümerstruktur der sich im Streubesitz befindenden Aktien durchgeführt. Das Ergebnis zeigt, dass etwas mehr als die Hälfte der Aktien im Streubesitz von europäischen Investoren gehalten wird. Knapp ein Zehntel der Aktien befindet sich im Besitz amerikanischer Anleger. Bei einem Drittel des Streubesitzes sind die Investoren nicht bekannt. In diese Kategorie fällt auch die Gruppe der Privataktionäre.

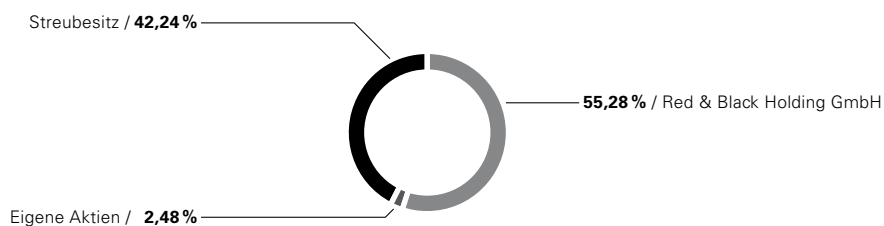
KEINE MELDEPFLICHTIGEN WERTPAPIERGESCHÄFTE

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2010 wurden der Gesellschaft vom Vorstand oder Aufsichtsrat keine meldepflichtigen Wertpapiergeschäfte in den Aktien der Gesellschaft gemeldet. Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten insgesamt weniger als 1 % der von der HUGO BOSS AG ausgegebenen Aktien.

04/1 – EIGENTÜMERSTRUKTUR ZUM 31. DEZEMBER 2010 – HUGO BOSS STAMMAKTIE



04/2 – EIGENTÜMERSTRUKTUR ZUM 31. DEZEMBER 2010 – HUGO BOSS VORZUGSAKTIE



MANAGEMENT BEABSICHTIGT, DIVIDENDE VON 2,03 EUR JE VORZUGSAKTIE VORZUSCHLAGEN

HUGO BOSS verfolgt eine ertragsorientierte Ausschüttungspolitik, die die Aktionäre angemessen an der Gewinnentwicklung des Konzerns beteiligt. Vorstand und Aufsichtsrat beabsichtigen aufgrund der deutlichen Gewinnsteigerung im abgelaufenen Geschäftsjahr und der positiven Erwartungen für das Jahr 2011, der Hauptversammlung am 10. Mai 2011 eine Dividende von **2,03 EUR JE VORZUGSAKTIE** (2009: 0,97 EUR) und **2,02 EUR JE STAMMAKTIE** (2009: 0,96 EUR) vorzuschlagen. Der Vorschlag entspricht einer Ausschüttungsquote von 75 % des auf die Anteilseigner entfallenden Konzernergebnisses im Jahr 2010 (2009: 64 %). Sofern die Aktionäre dem Vorschlag zustimmen, wird die Dividende am Folgetag der Hauptversammlung, dem 11. Mai 2011, ausgezahlt. Basierend auf der Anzahl der am Jahresende ausstehenden Aktien wird die Ausschüttungssumme 140 Mio. EUR betragen (2009: 67 Mio. EUR).

KEINE UNTERNEHMENSANLEIHEN BEGEBEN

Im Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010 wurde von der HUGO BOSS AG wie in den vergangenen Jahren keine Anleihe emittiert. Damit war am Jahresende 2010 keine Unternehmensanleihe der HUGO BOSS AG ausstehend. Auch verfügt der Konzern über kein Rating einer externen Ratingagentur.

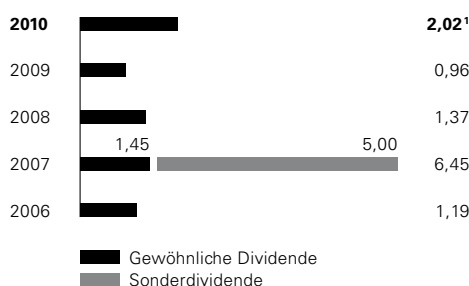
TRANSPARENTE UND OFFENE KOMMUNIKATION ALS ZIEL DER INVESTOR RELATIONS ARBEIT

Gute Kapitalmarkt- und Unternehmenskommunikation bedeutet für HUGO BOSS, aktuelle Entwicklungen innerhalb des Unternehmens zeitnah und transparent zu kommunizieren und dadurch das Vertrauen der Kapitalmarktteilnehmer und der Öffentlichkeit in den Konzern zu stärken. Im Jahr 2010 standen der Vorstand und die Investor Relations-Abteilung daher in regelmäßigem Dialog mit bestehenden und potenziellen institutionellen Investoren und Privatanlegern, um sie über die Unternehmensentwicklung zu informieren. Ein wertvolles Instrument zur Kommunikation mit institutionellen Anlegern, Privataktionären und der interessierten Öffentlichkeit stellt zudem das **INTERNET** dar. Auf der Investor Relations-Seite der HUGO BOSS AG werden neben allgemeinen Informationen und Kennzahlen zum Unternehmen aktuelle Finanzberichte, Unternehmenspräsentationen, Pressemitteilungen sowie der Finanzkalender und die Kontaktdaten der Investor Relations-Abteilung zur Verfügung gestellt.

www

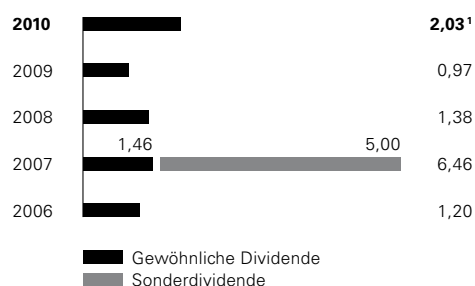
www.hugoboss.com / Das Unternehmen / Investor Relations

05/1 – DIVIDENDE JE STAMMAKTIE (in EUR)



1 2010: Dividendenvorschlag.

05/2 – DIVIDENDE JE VORZUGSAKTIE (in EUR)



1 2010: Dividendenvorschlag.

03

**KONZERN-
LAGEBERICHT**
—
KONZERNPROFIL



03 — INHALT **KONZERNLAGEBERICHT – KONZERNPROFIL**

064	Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur
069	Unternehmenssteuerung
073	Konzernstrategie
079	Mitarbeiter
084	Innovation und Entwicklung
086	Beschaffung und Produktion

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND KONZERNSTRUKTUR

HUGO BOSS strebt danach, seine Stellung als einer der Weltmarktführer im Premium- und Luxussegment des globalen Bekleidungsmarktes zu stärken und auszubauen. Der in Metzingen in Deutschland beheimatete Konzern erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2010 mit annähernd 10.000 Mitarbeitern einen Jahresumsatz von 1,7 Mrd. EUR und gehört zu den profitabelsten Bekleidungsherstellern weltweit.

KONZERNPROFIL

Der HUGO BOSS Konzern ist einer der Weltmarktführer im Premium- und Luxussegment des Bekleidungsmarkts. Der Konzern fokussiert sich auf die Entwicklung und Vermarktung hochwertiger Mode im Damen- und Herrenbereich. Die Herstellung der Produkte erfolgt überwiegend durch unabhängige Zulieferer.

Die Organisation der Beschaffungs- und Produktionsabläufe ist im Kapitel „Beschaffung und Produktion“ auf Seite 86 ff. genauer dargestellt.

Einen Überblick über die Positionierung der einzelnen Marken finden Sie in Grafik 15 auf Seite 76.

Mit seiner Markenwelt unter der **KERNMARKE BOSS** und der **TRENDMARKE HUGO** spricht HUGO BOSS unterschiedliche, klar voneinander abgegrenzte Zielgruppen an. Dabei wird ein umfassendes Produktportfolio abgedeckt, das aus klassisch-moderner Konfektion, eleganter Abend- und lässiger Freizeitmode, Schuhen, Lederaccessoires sowie in Lizenz vertriebenen Düften, Brillen, Uhren, Kinderbekleidung und Motorradhelmen besteht.

BOSS Black (68 % des Konzernumsatzes)

BOSS Black ist die Kernmarke von HUGO BOSS und steht für eine zeitgemäße moderne Eleganz. Das Sortiment umfasst eine Damen- und eine Herrenkollektion mit Businesswear, Sportswear und glamourösen Event-Styles. Ergänzt wird das Premiumangebot durch Schuhe und Accessoires sowie in Lizenz Düften, Brillen, Uhren und eine Kinderkollektion.

BOSS Selection (3 % des Konzernumsatzes)

BOSS Selection überzeugt durch das individuelle Zusammenspiel von exquisitem Design, erlesener Qualität und perfekter Verarbeitung. Die Luxuslinie bietet Bekleidung, Schuhe und Accessoires für den anspruchsvollen Mann mit hoher Sensibilität für Mode und Stil. Die zu großen Teilen in Handarbeit gefertigte Tailored Line rundet das hochwertige Angebot ab.

BOSS Green (5 % des Konzernumsatzes)

BOSS Green repräsentiert Premium Sportswear und hebt die Grenze zwischen modischer Freizeit- und funktioneller Golfbekleidung auf. Die Kollektion fügt die Aspekte Fashion, Lifestyle und Golf zusammen und bietet ausdrucksstarke Looks in kraftvollen Farben für Herren und seit 2010 auch für Damen.

BOSS Orange (15 % des Konzernumsatzes)

BOSS Orange ist die Casualwear Linie von HUGO BOSS und steht für ein fröhliches, unbeschwertes Lebensgefühl. Die lässigen Kollektionen sind geprägt von urbanen Einflüssen und richten sich an Männer und Frauen, die Wert auf ihren eigenen ganz individuellen Modestil legen. Schuhe und Accessoires sowie in Lizenz gefertigte Uhren, Brillen und Düfte vervollständigen den Look.

HUGO (9 % des Konzernumsatzes)

HUGO ist die progressive Trendmarke von HUGO BOSS und steht für avantgardistisches Design. Die Damen- und Herrenkollektion bestechen durch klare Linien und innovative Looks. Komplettiert wird das Angebot durch Schuhe und Accessoires sowie die Lizenzprodukte Brillen und Düfte.






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

HUGO BOSS vertreibt seine Produkte in **124 LÄNDERN** weltweit. Die wichtigste Absatzregion ist **EUROPA** (62 % des Konzernumsatzes im Geschäftsjahr 2010). In **AMERIKA** wurden 22 % des Umsatzes erwirtschaftet, in **ASIEN** 13 %. 3 % des Umsatzes wurden über Lizenzen generiert. Heute können Kunden HUGO BOSS Produkte in mehr als **6.100 VERKAUFSPUNKTEN** erwerben. Neben Mehrmarken-Verkaufspunkten, die von Großhandelspartnern betrieben werden, nimmt die Bedeutung von Monomarken-Verkaufspunkten deutlich zu. HUGO BOSS Geschäfte werden dabei sowohl von Franchisepartnern als auch durch den Konzern selbst betrieben. Infolge der Forcierung der eigenen Einzelhandelsaktivitäten stieg die Zahl der eigenen Standorte im vergangenen Jahr um 99 auf 537. Im Geschäftsjahr 2010 wurde damit 40 % des Konzernumsatzes im eigenen Einzelhandel erwirtschaftet. Die Anzahl der Stores, die über Franchisenehmer betrieben werden, beläuft sich auf circa 1.000. Somit gehören zum Netzwerk von HUGO BOSS über 1.500 eigenständige Geschäfte in über 80 Ländern.



Einen Überblick über die weltweite Marktpräsenz finden Sie in Grafik 09 auf Seite 68.

06 – MARKENÜBERSICHT

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



Weiterführende Informationen zur Zusammenarbeit, Zusammensetzung und Tätigkeit von Vorstand und Aufsichtsrat sind im Kapitel „Corporate Governance Bericht“ auf Seite 47 ff. aufgeführt.



Eine detaillierte Übersicht der Beteiligungsverhältnisse im HUGO BOSS Konzern sowie weitere Erläuterungen zur rechtlichen Konzernstruktur sind im Konzernanhang unter Konzernanhang unter Textziffer 40 auf Seite 220 f. dargestellt.



Informationen zum Vorstand finden Sie auf Seite 38.

RECHTLICHE KONZERNSTRUKTUR

Die Steuerung des HUGO BOSS Konzerns erfolgt durch die in Metzingen, Deutschland, beheimatete HUGO BOSS AG als Muttergesellschaft, in der alle Leitungsfunktionen gebündelt sind. Als deutsche Aktiengesellschaft hat die HUGO BOSS AG eine duale Führungs- und Kontrollstruktur. Dem Vorstand obliegt die Steuerung des Konzerns. Der Aufsichtsrat berät den Vorstand und überwacht dessen Geschäftsführung.

Neben der HUGO BOSS AG setzt sich der Konzern aus **54 KONSOLIDIERTEN TOCHTERGESELLSCHAFTEN** zusammen, die die Verantwortung für die lokalen Geschäftstätigkeiten tragen. Hierbei sind **36 TOCHTERUNTERNEHMEN ALS VERTRIEBSGESELLSCHAFTEN** organisiert. Mit Ausnahme des Joint Ventures in China sind alle Tochtergesellschaften vollständig durch die HUGO BOSS AG kontrolliert. Alle Tochtergesellschaften werden als eigenständige Profit Center geführt und besitzen somit Gewinnverantwortung.

ORGANISATIONSSTRUKTUR

Der HUGO BOSS Konzern hat sich eine **REGIONAL ORIENTIERTE STRUKTUR** gegeben und seine lokalen Geschäftstätigkeiten in drei Regionalorganisationen zusammengefasst – **EUROPA** inklusive dem Nahen Osten und Afrika, **AMERIKA** sowie **ASIEN/PAZIFIK**. Die Verantwortung für die Zentralfunktionen ist auf die verschiedenen Vorstandsressorts aufgeteilt. Insbesondere obliegt dem Vorstand die Verantwortung für die Konzernstrategie. Auch die Führung und die Kollektionsentwicklung aller Marken sind in der Konzernzentrale angesiedelt. Um der Individualität der verschiedenen Konzernmarken Rechnung zu tragen, verfügt jede Marke über ein eigenständiges Marken- und Kreativmanagement unter Führung eines Direktors. Innerhalb der Kernmarke BOSS Black existieren darüber hinaus separate Verantwortungsbereiche für das Frauen- und Freizeitmodengeschäft. Weitere in der Konzernzentrale angesiedelte Aufgaben umfassen das Management des konzerneigenen Einzelhandels, die Beschaffung, Logistik

07 – HUGO BOSS ORGANISATIONSSTRUKTUR

VORSTAND	
Beschaffung, Produktion und Logistik Finanzen und Controlling IT Kommunikation Konzerneigener Einzelhandel Marken- und Kreativmanagement Personal Recht	EUROPA inkl. Naher Osten und Afrika
	AMERIKA
	ASIEN / PAZIFIK

und IT, das Personalmanagement, das Finanzmanagement inklusive der Unternehmensfinanzierung sowie das Risikomanagement. Darüber hinaus ist die HUGO BOSS AG neben der internen Kommunikation insbesondere für die externe Kommunikation, einschließlich der Pflege der Beziehungen zum Kapitalmarkt, verantwortlich.

In den drei Regionalorganisationen wird in enger Abstimmung mit dem Vorstand unter der Leitung jeweils eines Regionaldirektors die Umsetzung der Konzernstrategie im jeweiligen Marktumfeld sichergestellt. In Zusammenarbeit mit den Länderverantwortlichen innerhalb ihrer Region verantworten die Direktoren insbesondere die regionale Ausgestaltung der Vertriebsstrategie im Groß- und Einzelhandel und verantworten Umsatz- und Gewinnentwicklung. Die Regionalisierung der Vertriebsstrukturen verstärkt die Kundennähe des Konzerns und verbessert die Reaktionsfähigkeit auf Marktentwicklungen sowie die Adaption an marktspezifische Besonderheiten. Ferner ermöglicht sie den schnellen Austausch von Best Practices durch eine enge Verzahnung der Ländergesellschaften.

08 – HAUPTSTANDORTE

METZINGEN, Deutschland	Hauptverwaltung Konzern, Entwicklung und Modellmacherei, Produktion (Musterteile, Prototypen, Einzelbestellungen und Sonderserien)
	Outlet
	Rohwarenlager
	Hängewarenlager
BAD URACH	Outletlager
FRICKENHAUSEN	Liegewarenlager
WENDLINGEN	Liegewarenlager
HONGKONG	Hauptverwaltung Asien / Pazifik
MORROVALLE, Italien	Entwicklung und Produktion (Prototypen, Schuhe und Taschen)
SCANDICCI	Modellmacherei
RADOM, Polen	Produktion (Schuhe)
COLDRETERIO, Schweiz	Entwicklung und Modellmacherei
IZMIR, Türkei	Produktion (Anzüge, Hosen, Sakkos, Hemden, klassische Damenoberbekleidung)
CLEVELAND, USA	Produktion (Anzüge)
MIDWAY	Lager
NEW YORK	Hauptverwaltung Amerika

09 – WELTWEITE MARKTPRÄSENZ

2010



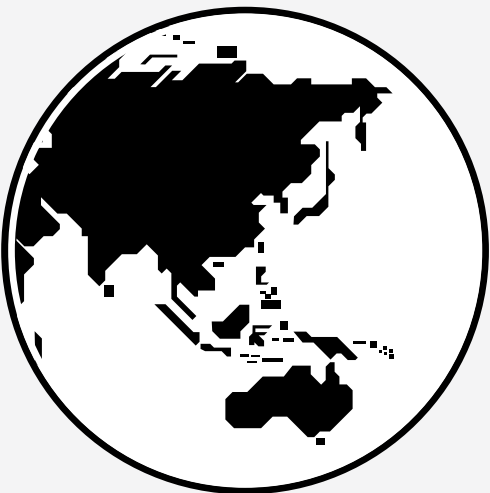
EUROPA¹

- ~ 4.500 Verkaufspunkte
- 253 Konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte
- 19 Showrooms
- ~ 750 Franchisegeschäfte



AMERIKA

- ~ 1.200 Verkaufspunkte
- 113 Konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte
- 2 Showrooms
- ~ 100 Franchisegeschäfte



ASIEN/PAZIFIK

- ~ 450 Verkaufspunkte
- 171 Konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte
- 2 Showrooms
- ~ 150 Franchisegeschäfte

UNTERNEHMENSSTEUERUNG

Ziel des HUGO BOSS Managements ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts. Das unternehmensinterne Steuerungssystem unterstützt den Vorstand und die Leitung der Geschäftseinheiten bei der Ausrichtung aller Unternehmensprozesse auf dieses Ziel.

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG (GEMÄSS § 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. Sie wird auf der Website von HUGO BOSS unter „Investor Relations/ Corporate Governance“ veröffentlicht.

WWW —

www.hugoboss.com / Das Unternehmen / Investor Relations / Corporate Governance

GESAMTVORSTAND VERANTWORTET UNTERNEHMENSSTEUERUNG

Der HUGO BOSS Konzern wird durch den Gesamtvorstand gesteuert, der insbesondere die strategische Ausrichtung des Konzerns festlegt. Die operative Umsetzung der Konzernstrategie erfolgt in enger Zusammenarbeit mit den Regionaldirektoren und den Leitern der Zentralfunktionen. Die Organisations- und Führungsstruktur ordnet Befugnisse und Verantwortlichkeiten unternehmensintern eindeutig zu und definiert die Berichtslinien. Sie richtet somit alle Unternehmensressourcen auf die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts aus.

→ —

Weiterführende Informationen zur strategischen Ausrichtung finden Sie im Kapitel „Konzernstrategie“ auf Seite 73 ff.

FOKUS AUF STEIGERUNG DES FREE CASHFLOWS

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

IB —

Die Definition des Free Cashflows finden Sie in Grafik 11 auf Seite 70.

→ —

Auf Seite 117 f. im Lagebericht ist die Entwicklung des Cashflows dargestellt.

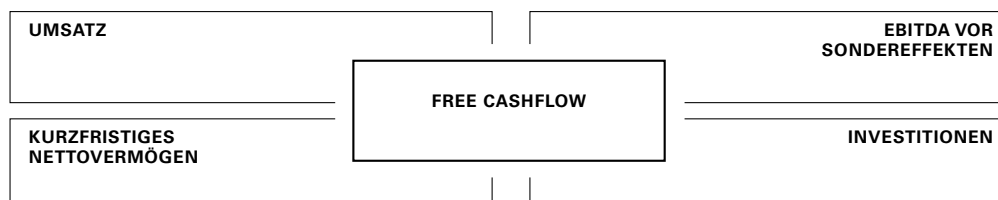
UMSATZ UND EBITDA WICHTIGSTE STEUERUNGSGRÖSSEN DES KONZERNS

Als wachstumsorientiertes Unternehmen misst HUGO BOSS der profitablen Steigerung des Umsatzes besondere Bedeutung zu. Alle Aktivitäten zur Umsatzsteigerung werden an ihrem Potenzial gemessen, das um Sondereffekte bereinigte EBITDA und die EBITDA-Marge (das Verhältnis von Ergebnis

→ —

Die Entwicklung von Umsatz und EBITDA finden Sie im Lagebericht auf den Seiten 96 ff. und 102 ff.

10 – ZENTRALE STEUERUNGSGRÖSSEN DES HUGO BOSS KONZERNS




zu Umsatz) langfristig zu steigern. Das EBITDA wurde aufgrund seiner Eigenschaft als wesentlicher Treiber des Free Cashflow als wichtigste Steuerungsgröße gewählt. Der wesentliche Ansatzpunkt zur Steigerung der EBITDA Marge wird in der Verbesserung der Rohertragsmarge gesehen. Effizienzverbesserungen im eigenen Einzelhandel und in der Beschaffung sowie die Optimierung der Rabattpolitik bilden in diesem Zusammenhang die wichtigsten Maßnahmen. Darüber hinaus erfolgt eine strikte Kontrolle der operativen Aufwendungen mit dem Ziel, deren Anstieg im Verhältnis zum Umsatz auf ein unterproportionales Maß zu begrenzen.


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

STEUERUNG DES EFFIZIENTEN KAPITALEINSATZES ÜBER DAS KURZFRISTIGE NETTOVERMÖGEN (NET WORKING CAPITAL)

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

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

 Die Berechnung des kurzfristigen Nettovermögens ist in der Grafik 12 auf Seite 70 dargestellt.

 Die Entwicklung des kurzfristigen Nettovermögens ist im Lagebericht auf Seite 113 kommentiert.

11 – DEFINITION FREE CASHFLOW

FREE CASHFLOW	Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit
	+ Cashflow aus Investitionstätigkeit

12 – DEFINITION KURZFRISTIGES NETTOVERMÖGEN

KURZFRISTIGES NETTOVERMÖGEN	Vorräte
	+ Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
	+ Sonstige kurzfristige Vermögenswerte
	– Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
	– Kurzfristige Rückstellungen
	– Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten

SCHWERPUNKT DER INVESTITIONEN LIEGT AUF EIGENEM EINZELHANDEL

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



Weitere Erläuterungen zu den getätigten Investitionen finden Sie auf Seite 119 f.

DREI KERNELEMENTE DES UNTERNEHMENSINTERNEN STEUERUNGSSYSTEMS

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

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

REGELMÄSSIGE AKTUALISIERUNG DER KONZERNPLANUNG

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

Auf Basis zentraler Zielvorgaben des Konzernvorstands erstellen die Vertriebsgesellschaften vollständige Ergebnis-, Bilanz- und Investitionsplanungen für die von ihnen verantworteten Absatzmärkte oder Geschäftsfelder. Daraus abgeleitet erarbeiten die Entwicklungs- und Beschaffungseinheiten eine mittelfristige Kapazitätsplanung und übersetzen diese in eine Kostenplanung. Die Bottom-Up-Planung der Geschäftseinheiten wird zentral auf Plausibilität geprüft und zur Gesamtkonzernplanung aggregiert.

13 – ENTWICKLUNG WESENTLICHER STEUERUNGSGRÖSSEN (in Mio. EUR)

	2010	2009	Veränderung in %
UMSATZ	1.729,4	1.561,9	11 % (7 % währungsbereinigt)
EBITDA VOR SONDEREFFEKTEN	349,8	267,2	31 %
KURZFRISTIGES NETTOVERMÖGEN	204,8	223,0	-8 %
INVESTITIONEN	55,6	48,3	15 %
FREE CASHFLOW	246,3	299,5	-18 %

Die Jahresplanung wird in regelmäßigen Abständen vor dem Hintergrund der tatsächlichen Geschäftsentwicklung und bestehender Chancen und Risiken überarbeitet, um zu einer Hochrechnung des erwarteten Konzernergebnisses im laufenden Jahr zu gelangen. Auf Basis der erwarteten Cashflow-Entwicklung erstellt zudem die Konzern-Treasury-Abteilung auf monatlicher Basis Projektionen zur Entwicklung der Liquiditätssituation. Dadurch können finanzielle Risiken frühzeitig erkannt und Maßnahmen hinsichtlich des Finanzierungs- bzw Anlagebedarfs getroffen werden. Darüber hinaus stellt die währungsdifferenzierte Liquiditätsplanung unter anderem die Grundlage für die Einleitung eventueller Währungssicherungsmaßnahmen dar. Detaillierte Angaben zur Steuerung der finanziellen Risiken sind im Risikobericht aufgeführt.



Den Risikobericht finden Sie auf Seite 126 ff.

FOKUS DES KONZERNWEITEN BERICHTSWESENS LIEGT AUF ANALYSE VON FRÜHINDIKATOREN

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

INVESTITIONSCONTROLLING SICHERT RENDITEZIELE DES KONZERNS

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. Zudem wird in regelmäßigen Abständen die Profitabilität bereits realisierter Projekte durch nachgelagerte Analysen sichergestellt. Im Falle von Abweichungen zu den ursprünglich gesetzten Renditezielen werden entsprechende Gegenmaßnahmen ergriffen.

KONZERNSTRATEGIE

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, Umsatz und Ertrag in den kommenden fünf Jahren deutlich zu steigern. Die Konzernstrategie baut auf der Kernkompetenz des Unternehmens in der Entwicklung und Vermarktung hochwertiger Bekleidung, Schuhe und Accessoires im Premium- und Luxussegment auf. Die Stärke des Markenportfolios und die Kreativität und Leistungsbereitschaft der Konzernmitarbeiter bilden die Grundvoraussetzung für den zukünftigen Unternehmenserfolg. Zur Erreichung seiner ehrgeizigen, mittelfristigen Finanzziele und zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts hat der Konzern darüber hinaus eine Wachstumsstrategie definiert, die auf vier Pfeilern beruht: Verstärkung der Kundennähe, klare Differenzierung der Konzernmarken, Expansion des eigenen Einzelhandels und Internationalisierung des Geschäftsmodells.

FOKUS AUF KERNKOMPETENZEN SICHERT STRATEGISCHEN WETTBEWERBSVORTEIL

Die Kernkompetenz des HUGO BOSS Konzerns besteht in der Entwicklung und Vermarktung hochwertiger Damen- und Herrenbekleidung sowie von Schuhen und Lederaccessoires im Premium- und Luxussegment. Hochwertigste Materialien, exzellente Verarbeitungsqualität und herausragendes Design sind dabei integraler Bestandteil der Philosophie der Marken BOSS Black, BOSS Selection, BOSS Green, BOSS Orange und HUGO. Seinen strategischen Wettbewerbsvorteil bezieht der Konzern aus der Bündelung ausgeprägter Produktkompetenz in seinen Entwicklungsaktivitäten, die fast vollständig konzernintern organisiert sind, und seiner Markenführungs- und Vertriebskompetenz. Durch die selektive Nutzung eigener Produktionsstätten erhält sich HUGO BOSS darüber hinaus kritisches Know-how. Dieses befähigt den Konzern, die Realisierbarkeit und das kommerzielle Potenzial seiner Entwicklungsaktivitäten fortlaufend zu überprüfen und das externe Zulieferernetz profitabel zu steuern. Die Absatzaktivitäten konzentrieren sich im Wesentlichen auf zwei Kanäle: In seinen **GROSSHANDELSAKTIVITÄTEN** vertreibt der Konzern seine Produkte an Mehrmarkenhändler oder Franchisepartner, die nach den Vorgaben des Konzerns HUGO BOSS Stores betreiben. Im Rahmen der **EIGENEN EINZELHANDELSAKTIVITÄTEN** werden Produkte in eigenen Einzelhandelsgeschäften, Outlets oder über den HUGO BOSS Online Store direkt an den Endkonsumenten vertrieben.

MEHRMARKENSTRATEGIE ZUR ANSPRACHE INDIVIDUELLER KUNDENSEGMENTE

Das Premium- und Luxussegment des globalen Bekleidungsmarkts spricht anspruchsvolle Konsumenten mit vielfältigen Einstellungen und Bedürfnissen an, die individuell und situationsbezogen grundlegend unterschiedlich sein können. Dem trägt HUGO BOSS durch Marken Rechnung, die sich auf jeweils klar definierte Zielgruppen fokussieren. In der Summe ergänzen sich die einzelnen Marken zu einem Portfolio, das eine weitreichende Abdeckung des für den HUGO BOSS Konzern relevanten Marktsegments gewährleistet.



Die Organisation der Beschaffungs- und Produktionsabläufe ist im Kapitel „Beschaffung und Produktion“ auf Seite 86 ff. genauer dargestellt.



www.hugoboss.com /
Online Store



Weitere Informationen zu den Mitarbeitern finden Sie im Kapitel „Mitarbeiter“ auf Seite 79 ff.

FÖRDERUNG EINER LEISTUNGSORIENTIERTEN UNTERNEHMENSKULTUR

Der zukünftige Markterfolg des Konzerns ist in hohem Maße von seinen Mitarbeitern abhängig. Deshalb bemüht sich HUGO BOSS, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das die Kreativität und die Zusammenarbeit der Mitarbeiter unterstützt. Zahlreiche Maßnahmen und Entwicklungsprogramme stellen sicher, dass die fachliche und soziale Kompetenz der Mitarbeiter gefördert wird. Gleichzeitig unterstützt ein entsprechend ausgestaltetes Vergütungssystem die Schaffung einer leistungsorientierten Unternehmenskultur und richtet so die Arbeit der Mitarbeiter auf die Erreichung der Unternehmensziele aus. Die Dynamik der Premium- und Luxusgüterbranche erfordert zudem hohe Anpassungsfähigkeit an sich verändernde Rahmenbedingungen. Besonderes Augenmerk wird deshalb auf die Förderung der Veränderungsbereitschaft der Mitarbeiter gelegt.



Details zum Ausblick des Unternehmens finden Sie im Prognosebericht auf Seite 141 ff.

WACHSTUMSSTRATEGIE ZUR ERREICHUNG DER LANGFRISTIGEN FINANZZIELE DEFINIERT

HUGO BOSS hat sich zum Ziel gesetzt, in den nächsten Jahren deutliche Umsatz- und Ertragsteigerungen durch organisches Wachstum zu erzielen. Im Jahr 2015 soll der Konzernumsatz 2,5 Mrd. EUR und das operative Ergebnis 500 Mio. EUR betragen. Das Management hat deshalb im abgelaufenen Geschäftsjahr die strategische Ausrichtung des Konzerns überprüft und Kernelemente zur Sicherstellung zukünftigen profitablen Wachstums identifiziert. Verstärkte Kundennähe, die klare Differenzierung der Marken, der Ausbau des eigenen Einzelhandels und die Internationalisierung des Geschäftsmodells bilden die Basis für das angestrebte Wachstum.

Verstärkung der Kundennähe

Ein umfassendes Verständnis für die Bedürfnisse der Kunden ist die wichtigste Voraussetzung für das zukünftige Wachstum des Konzerns. Die steigende kommerzielle Bedeutung des eigenen Einzelhandels verstärkt die Notwendigkeit, die Kollektionsentwicklung noch stärker auf den Endkonsumenten und die Optimierung der Verkaufsflächenproduktivität auszurichten.

Durch die systematische, IT-unterstützte Analyse des Verkaufserfolgs seiner Produkte zieht der Konzern wichtige Schlüsse für die Entwicklung nachfolgender Kollektionen. Eine schnelle Reaktion auf Marktentwicklungen ist dabei unabdingbar. Dementsprechend hat sich der Konzern im Rahmen des Projekts D.R.I.V.E. zum Ziel gesetzt, die Zeitspanne zwischen Start der Kollektionsentwicklung und Auslieferung des fertigen Produkts deutlich zu verkürzen. Die **ENTWICKLUNGSZEIT** soll durch die Verschlankeung und Standardisierung operativer Prozesse in Produktentwicklung, Vertrieb und Produktion von bislang 50 Wochen auf **38 WOCHEN** reduziert werden. Dabei wird die stärkere Vernetzung der unterschiedlichen Glieder der Wertschöpfungskette aktiv gefördert. So wird zum Beispiel erreicht, dass produktionstechnische Überlegungen früher in den Entwicklungsprozess einfließen. Die Verkürzung der Vorlaufzeiten wird außerdem durch die Optimierung der Komplexität des Produktangebots

14 – KERNELEMENTE WACHSTUMSSTRATEGIE

Verstärkung der Kundennähe	Klare Differenzierung der Konzernmarken	Expansion des eigenen Einzelhandels	Verstärkte Internationalisierung des Geschäftsmodells
----------------------------	---	-------------------------------------	---

unterstützt. Zu diesem Zweck wurde bereits ein Kernsortiment eingeführt, das aus Produkten mit großem Umsatzpotenzial und hoher Bedeutung für die Kollektionsaussage besteht.

Mit der Umsetzung des Projekts wird der Konzern in der Lage sein, Erkenntnisse aus dem Abverkauf der vorangegangenen Saison unmittelbar in die Entwicklung der nachfolgenden Kollektion aufzunehmen. Darüber hinaus ermöglicht die Verkürzung der Vorlaufzeiten die Umstellung des **KOLLEKTIONS-RHYTHMUS** auf vier annähernd gleich große Kollektionen pro Jahr. Damit wird HUGO BOSS in der Lage sein, das Produktangebot am Verkaufspunkt besser auf saisonale Unterschiede in der Kundennachfrage auszurichten und fortlaufend neue Kaufanreize zu bieten.

HUGO BOSS erwartet aus der Umsetzung des Projekts D.R.I.V.E. mittelfristig positive Effekte auf Umsatz und Ergebnis. Insbesondere wird von einer Verbesserung der Flächenproduktivität, der Kundenfrequenz und der Abverkaufsraten im eigenen Einzelhandel ausgegangen. Die in diesem Vertriebskanal gewonnenen Erkenntnisse werden aber auch die Attraktivität des Konzerns gegenüber seinen Großhandelspartnern weiter verbessern. Im Geschäftsjahr 2011 steht die Implementierung der neuen Entwicklungsprozesse bei allen Marken im Vordergrund. Die ersten, anhand des neuen Prozesses entwickelten Produkte werden in der zweiten Jahreshälfte 2011 im Handel erhältlich sein.

Klare Differenzierung der Konzernmarken

Die trennscharfe Abgrenzung der einzelnen Marken erhöht die externe Wettbewerbsfähigkeit und schärft die **MARKENIDENTITÄT** gegenüber dem Konsumenten. Die strikte Differenzierung der Marken umfasst Philosophie, Produktfokus, Vertrieb und Kommunikation. So ist gewährleistet, dass sich jede Marke auf die Stärkung ihrer **INDIVIDUELLEN KERNKOMPETENZEN** und die Ansprache der jeweiligen Zielgruppe konzentriert.

Die Schärfung der Markenpositionierung wird auch im Geschäftsjahr 2011 im Vordergrund stehen. Die Fokussierung auf die verschiedenen Zielgruppen umfasst dabei Kollektionsentwicklung, Vertrieb und Kommunikation.

Eine wichtige Initiative ist in diesem Zusammenhang die Neuausrichtung von **BOSS SELECTION**. Zukünftig wird die Marke als moderne authentische Luxusmarke positioniert, die sich unterstützt durch ein eigenständiges Logo und ein neues Corporate Design noch klarer von BOSS Black abgrenzt. Durch den Einsatz hochwertigster Materialien und den Fokus auf perfekte Verarbeitung prägt die Marke einen unverwechselbaren Stil. Dabei wird das Produktangebot vor allem im Bereich Sportswear erweitert, um den Kunden Outfits für alle Gelegenheiten zu bieten. Für den Konzern ist die Marke BOSS Selection insbesondere für den asiatischen Markt von hoher Wichtigkeit, um die Marktposition im Luxusgütersegment des Männerbereichs auszubauen.

Auch die Kommunikation der im Jahr 2010 vollzogenen Repositionierung von **BOSS ORANGE** gegenüber dem Endkonsumenten wird ein Schwerpunkt bleiben. Durch die Neugestaltung des Markenlogos, ein individuelles Shopkonzept und umfassende Imagekampagnen positioniert sich BOSS Orange im Premiumsegment des Casualwear-Marktes. Die von urbanen Einflüssen geprägten Kollektionen sprechen dabei Konsumenten an, die Wert auf einen individuellen Modestil legen, der ein fröhliches und unbeschwertes Lebensgefühl verkörpert. BOSS Orange grenzt sich so eindeutig von den anderen Konzernmarken ab.



Die einzelnen Marken des HUGO BOSS Konzerns werden im Kapitel „Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur“ auf Seite 64 f. näher erklärt.



BOSS Selection wird im Abschnitt „Starke Marken“ präsentiert.



BOSS Orange wird im Abschnitt „Starke Marken“ präsentiert.

→ Details zum Ausbau des eigenen Einzelhandels sind auf Seite 99 f. dargestellt.

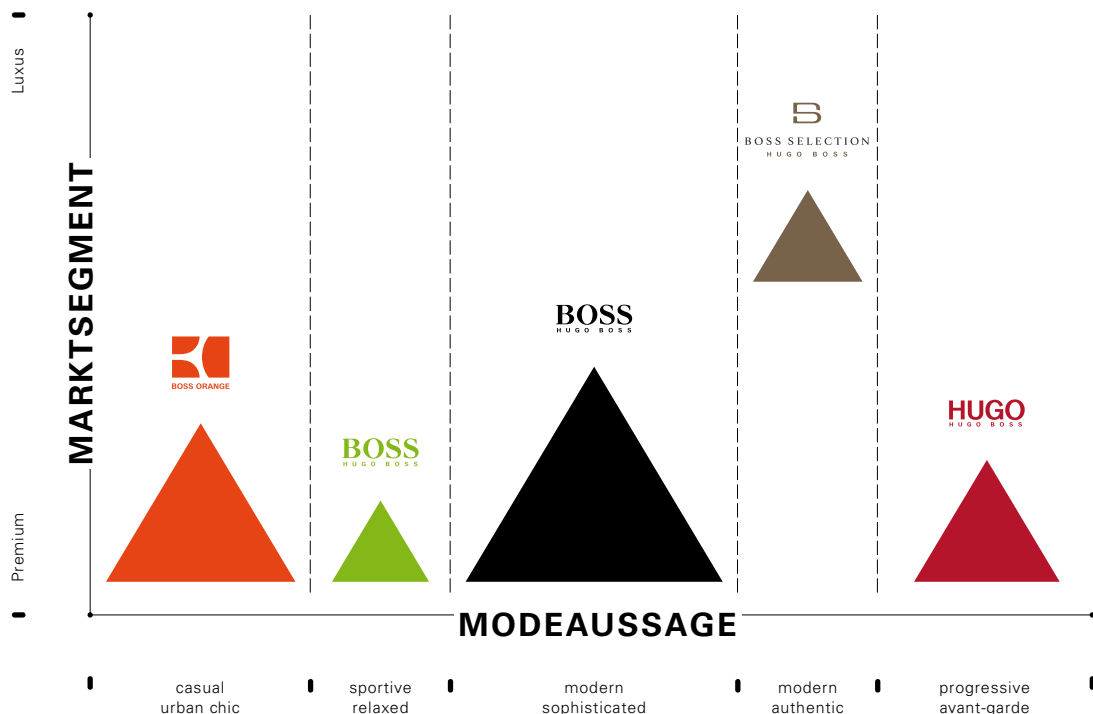
Expansion des eigenen Einzelhandels

Der eigene Einzelhandel ist in den letzten Jahren zu einem immer wichtigeren Absatzkanal und **WACHSTUMSTRÄGER** geworden. Der eigene Einzelhandel ergänzt dabei die Großhandelsaktivitäten des Konzerns, in denen durch die Vertiefung etablierter Kundenbeziehungen insbesondere in Westeuropa und Nordamerika die Realisierung weiteren Wachstumspotenzials angestrebt wird.

Der direkte Vertrieb an den Endkonsumenten bietet verschiedene Vorteile: In seinen eigenen Stores hat der Konzern die direkte **KONTROLLE ÜBER DEN MARKENAUFTRITT**. Durch eine klare Inszenierung der HUGO BOSS Markenwelt kann die differenzierte Wahrnehmung beim Kunden über das einzelne Einkaufserlebnis hinaus verbessert und das Image der Marken nachhaltig gestärkt werden. Großhandelskunden profitieren ebenso von der Aufwertung der Marken des Konzerns wie von den Erkenntnissen, die HUGO BOSS über die Bedürfnisse und das Kaufverhalten seiner Kunden gewinnt. Der Konzern steigert somit seine Attraktivität als Partner für den Großhandel. Darüber hinaus bietet der eigene Einzelhandel durch den Einbehalt der Handelsmarge ein **ATTRAKTIVES RENDITEPOTENZIAL**.

In vielen Märkten sind Monomarken-Formate zudem die einzige etablierte Vertriebsform. So existieren beispielsweise im chinesischen Markt – ähnlich wie auch in anderen Schwellenländern – praktisch keine Mehrmarken-Vertriebsformate. Für HUGO BOSS ist somit der Aufbau von Einzelhandelskompetenz essenziell, um das in diesen Ländern vorhandene Marktpotenzial zu realisieren.

15 – MARKENPOSITIONIERUNG



Neben dem **STATIONÄREN EINZELHANDEL** bildet der **ONLINE-VERTRIEB** ein wichtiges Wachstumsfeld. Der Konzern erwartet in diesem Bereich weitere deutliche Zuwächse, nachdem sich der Umsatz im Geschäftsjahr 2010 mehr als verdoppelte. Zum Wachstum wird die Erschließung weiterer neuer Online-Märkte, wie den USA im Jahr 2010, beitragen. Durch den Besuch der Online Stores bekommen die Kunden einen zeitlich und räumlich unbegrenzten Zugang zu der HUGO BOSS Markenwelt und der vollen Breite des Produktangebots. HUGO BOSS ist bestrebt, das Online-Einkaufserlebnis durch die fortwährende Optimierung der Nutzerfreundlichkeit und des Kundenservices weiter zu verbessern. Enormes Potenzial bietet darüber hinaus die zunehmende Integration der Online- und Offline-Angebote.

WWW —www.hugoboss.com /
Online Store

Der Konzern geht davon aus, die Umsätze im eigenen Einzelhandel durch Expansion und flächenbereinigtes Wachstum in den nächsten Jahren deutlich steigern zu können. Die zunehmende Einzelhandelskompetenz befähigt den Konzern zudem in wichtigen Wachstumsmärkten zur eigenständigen Weiterführung beziehungsweise Übernahme von bisher durch Franchisepartner geführten Stores. HUGO BOSS geht davon aus, dass der eigene Einzelhandel im Jahr 2015 für circa die Hälfte des Konzernumsatzes verantwortlich sein wird. Gleichzeitig erwartet das Management, dass die weitere Professionalisierung der eigenen Einzelhandelsaktivitäten und Größenvorteile maßgeblich zu der geplanten Steigerung der Konzernprofitabilität beitragen werden.

Verstärkte Internationalisierung des Geschäftsmodells

Zur Sicherung langfristigen Unternehmenswachstums konzentriert sich HUGO BOSS auf die Stärkung seiner Marktstellung in schnell wachsenden Zukunftsmärkten. Dabei sind solche Länder besonders attraktiv, in denen die Bevölkerung von stetig steigenden verfügbaren Einkommen profitiert, die Marktpenetration von Premium- und Luxusgüterunternehmen aber noch vergleichsweise gering ist. Durch die wachsende Mittelschicht ist in solchen Ländern in der Regel eine stark steigende Nachfrage nach Premium- und Luxusgüterprodukten zu beobachten.

HUGO BOSS hat auf dieser Basis **CHINA** als **WICHTIGSTEN EINZELNEN WACHSTUMSMARKT** identifiziert. Der Konzern geht davon aus, dass China in Kürze zu seinen drei umsatzstärksten Märkten gehören wird. Dementsprechend wird sich der relative Anteil Asiens am Konzernumsatz bis zum Jahr 2015 deutlich erhöhen.

Um sein Wachstum in China voranzutreiben, hat der Konzern im Geschäftsjahr 2010 ein **JOINT VENTURE** mit seinem langjährigen Franchisepartner Rainbow Gruppe gegründet, in das die bislang im Franchise-Modell geführten HUGO BOSS Stores eingebracht wurden. HUGO BOSS hält eine Mehrheitsbeteiligung von 60 % am Joint Venture und besitzt so eine umfassende Kontrolle über die Präsentation seiner Marken. Gleichzeitig profitiert der Konzern von der lokalen Marktkenntnis und Infrastruktur des Joint-Venture-Partners in solchen Landesregionen, in denen er bislang nicht mit eigenen Einzelhandelsaktivitäten präsent war. Auch begünstigen die etablierten Beziehungen des Joint-Venture-Partners zu den Entwicklern neuer Einkaufszentren die Anmietung bevorzugter Geschäftslagen.

WWW —

Nähere Angaben zum Unternehmenszusammenschluss finden Sie im Konzernanhang auf Seite 161 ff.

In **NORDAMERIKA** sieht der Konzern in der Vertiefung seiner Beziehung zu etablierten Großhandelspartnern und dem selektiven Ausbau des eigenen Einzelhandels gute Chancen zur Gewinnung weiterer Marktanteile.

Erhebliches Wachstumspotenzial wird auch in **ZENTRAL- UND SÜDAMERIKA** sowie in den weiteren **SCHWELLENLÄNDERN ASIENS** gesehen. Das Management in den dortigen Regionen entwickelt jeweils individuelle Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien für die verschiedenen Einzelmärkte. In der Regel operiert der Konzern in neu erschlossenen Märkten neben dem Vertrieb an Großhandelspartner zunächst mit Franchisepartnern, die über umfangreiches lokales Know-how verfügen. Erst bei Erreichen einer kritischen Größe wird der Aufbau einer eigenen Einzelhandelsinfrastruktur erwogen.

Der Konzern geht davon aus, den Anteil des in Schwellenländern generierten Konzernumsatzes in den kommenden Jahren deutlich steigern zu können. Er erwartet von dieser Entwicklung eine positive Auswirkung auf die Profitabilität des Gesamtkonzerns, da viele Schwellenländer aufgrund von im Konzernvergleich hohen durchschnittlichen Verkaufspreisen bei gleichzeitig günstigen Kostenstrukturen über eine überdurchschnittliche Profitabilität verfügen.

SCHAFFUNG VON WERTZUWÄCHSEN IM MITTELPUNKT DES UNTERNEHMERISCHEN HANDELNS

Das Schaffen von Wertzuwächsen für die Aktionäre steht im Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns der HUGO BOSS AG. Neben der Steigerung von Umsatz und Ertrag optimiert HUGO BOSS durch das strikte Management des operativen Betriebskapitals und disziplinierte Investitionstätigkeit den Free Cashflow, um so die Entwicklung des Aktienkurses im Interesse der Anteilseigner zu unterstützen. Darüber hinaus beteiligt HUGO BOSS die Aktionäre über eine ertragsorientierte Dividendenpolitik an der Entwicklung des Unternehmensgewinns.

MITARBEITER

Die Arbeit der knapp 10.000 weltweit tätigen Mitarbeiter des HUGO BOSS Konzerns bildet die Grundlage für den Unternehmenserfolg. Täglich bringen die Mitarbeiter ihre Fähigkeiten und ihre Leidenschaft für die Mode in das Unternehmen ein und sorgen so für die Unverwechselbarkeit der Produkte. Ziel der Personalarbeit im HUGO BOSS Konzern ist es, in einem internationalen Umfeld den Teamgeist und die Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter zu fördern und ein Arbeitsklima zu schaffen, in dem sich Kreativität und Perfektion frei entfalten können.

GEZIELTE FÖRDERUNG DER UNTERNEHMENSKULTUR

Die Unternehmenskultur des HUGO BOSS Konzerns beruht auf **TEAMGEIST, KREATIVITÄT, OFFENHEIT** und **TRANSPARENZ** und erzeugt eine Arbeitsatmosphäre, in der sich die Potenziale aller Mitarbeiter optimal entfalten können. Das Personalmanagement von HUGO BOSS ist darauf ausgerichtet, die Unternehmenskultur so mit Leben zu füllen, dass sich jeder einzelne Mitarbeiter mit seinen persönlichen Qualifikationen, seinem Engagement und Enthusiasmus im Unternehmen einbringen und selbst ein Stück zum Erfolg des gesamten Konzerns beitragen kann.

AUSBAU DER BELEGSCHAFT IM JAHR 2010

Der wirtschaftliche Erfolg des HUGO BOSS Konzerns im Jahr 2010 spiegelte sich auch in einer Erhöhung der Mitarbeiterzahl wider. Am Ende des Geschäftsjahres 2010 waren insgesamt 9.944 Mitarbeiter bei HUGO BOSS beschäftigt. Gegenüber dem Vorjahr (2009: 9.027 Mitarbeiter) stieg die Anzahl damit um 917 Mitarbeiter beziehungsweise 10 %. Dieser Anstieg ist auf die positive Geschäftsentwicklung und den damit einhergehenden höheren Bedarf an Mitarbeitern, vor allem im eigenen Einzelhandel, zurückzuführen.





	2010	2009
Gewerbliche Arbeitnehmer	4.269	4.062
Kaufmännische Arbeitnehmer	5.675	4.965
	9.944	9.027

Von der Gesamtzahl der Beschäftigten waren zum Jahresende 2010 43 % (4.269) im gewerblichen und 57 % (5.675) im kaufmännischen Bereich tätig.



Weitere Informationen finden Sie im Konzernanhang unter Textziffer 9 auf Seite 188 f.

16 – MITARBEITER ZUM JAHRESENDE – 5-JAHRES-VERGLEICH

2010		9.944
2009		9.027
2008		9.593
2007		9.123
2006		8.441

HUGO BOSS LEBT VON DER VIELFALT SEINER MITARBEITER

Internationalität, Offenheit und Vielfalt prägen die Unternehmenskultur bei HUGO BOSS. Diese **KULTUR DER VIELFALT** wurde vom Great Place to Work Institut bereits mehrfach ausgezeichnet. Diversity ist dabei für HUGO BOSS nicht nur eine Bereicherung der Unternehmenskultur, sondern auch ein klarer Erfolgsfaktor im internationalen Wettbewerb.

→ Mehr zum Thema Vielfalt finden Sie im „Corporate Governance Bericht“ auf Seite 47 f.

79 % der Konzernmitarbeiter arbeiten außerhalb von Deutschland. Von den in Deutschland bei der HUGO BOSS AG angestellten Mitarbeitern hat knapp jeder Fünfte einen internationalen Hintergrund. Der Frauenanteil im gesamten HUGO BOSS Konzern liegt bei 61 %. Im Management, das heißt in der ersten bis vierten Führungsebene, sind derzeit circa 45 % der Stellen durch Frauen besetzt. Damit entspricht das Unternehmen der Empfehlung des Deutschen Corporate Governance Kodex, nach welcher der Vorstand eine angemessene Berücksichtigung von Frauen in Führungspositionen anstreben soll.

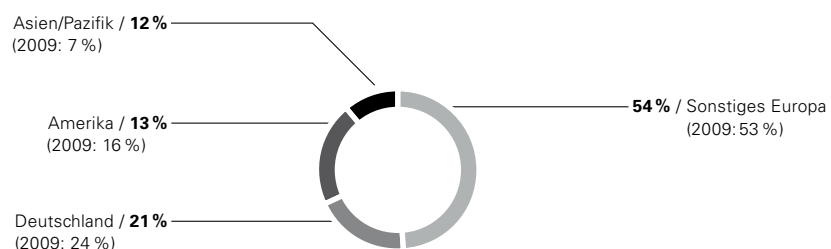
in %	2010
Mitarbeiter gesamt	100
Männer	36
Frauen	64
Anteil Männer am Management	55
Anteil Frauen am Management	45
Durchschnittsalter in Jahren	33

NACHWUCHSFÖRDERUNG IST INTEGRALER BESTANDTEIL DER PERSONALPOLITIK

Um auch in Zukunft auf eine qualifizierte Mitarbeiterbasis zurückgreifen zu können, ist es für den HUGO BOSS Konzern von großer Bedeutung, den **NACHWUCHS** in den eigenen Reihen konsequent **AUFZUBAUEN** und zu **FÖRDERN**. So wird jedes Jahr eine Vielzahl an Auszubildenden, Studenten der Dualen Hochschule (DH), Praktikanten und Diplomanden sowie Bachelor- und Masterkandidaten betreut.

Die Ausbildung erfolgt bei HUGO BOSS bedarfsorientiert. Zurzeit werden im kaufmännischen Bereich die folgenden Berufe ausgebildet: Industriekaufleute, Kaufleute im Einzelhandel, Fachkräfte für Lagerlogistik oder Fachlageristen sowie Textilbetriebswirte in Zusammenarbeit mit der Fachakademie für Textil & Schuhe in Nagold. Darüber hinaus bietet HUGO BOSS zusammen mit der Dualen Hochschule (DH) Baden-Württemberg Stuttgart die DH-Studiengänge Wirtschaftsinformatik, International Business, Accounting & Controlling sowie mit der Dualen Hochschule (DH) Baden-Württemberg

17 – MITARBEITER NACH REGIONEN ZUM JAHRESENDE



Lörrach den DH-Studiengang Spedition, Transport und Logistik an. Im gewerblich-technischen Bereich werden Textillaboranten und Modenäher oder Modeschneider ausgebildet, um wertvolles Wissen im Unternehmen zu erhalten und zu erweitern.

Am 31. Dezember 2010 befanden sich 77 Auszubildende im Unternehmen. Im Jahr 2010 haben 24 Auszubildende und DH-Studenten ihre Ausbildung bei der HUGO BOSS AG begonnen. Insgesamt gingen für das vergangene Ausbildungsjahr circa 1.800 Bewerbungen ein. 23 Auszubildende und DH-Studenten haben im Jahr 2010 ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen. Allen wurde im Anschluss ein Arbeitsverhältnis angeboten.

2010 wurde außerdem rund 190 Praktikanten die Möglichkeit geboten, in fast allen Fachbereichen praktische Erfahrungen bei HUGO BOSS zu sammeln. Als „Fair Company“ (eine Initiative der Zeitschrift „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. Im Jahr 2010 wurden bei HUGO BOSS 30 Diplomarbeiten betreut. Den Studenten wird so die Möglichkeit gegeben, selbstständig einen praktischen und unternehmensrelevanten Sachverhalt zu erörtern und gleichzeitig einen Mehrwert für das Unternehmen zu leisten.

Um talentierten Nachwuchs frühzeitig zu entdecken und angemessen zu fördern, arbeitet der Konzern eng mit Modehochschulen und den Veranstaltern von Kreativwettbewerben zusammen. Beispielsweise ist HUGO BOSS Partner des „APOLDA European Design Awards“, einer Initiative der Region Apolda im Weimarer Land/Thüringen, die sich an ausgewählte europäische Hochschulen, Universitäten und Akademien richtet. HUGO BOSS ist hier in der Jury vertreten und stiftet einen Geldpreis von rund 5.000 EUR. Daneben vergibt der Konzern seit 1987 in exklusiver Kooperation mit der Staatlichen Modeschule Stuttgart den „HUGO BOSS Fashion Award“ an junge talentierte Studierende. Neben einem Geldpreis ist die Auszeichnung für die Gewinner mit dem Angebot eines Praktikums bei HUGO BOSS verbunden. Dies gibt den Preisträgern nicht nur die Möglichkeit, erste Praxiserfahrungen und Referenzen zu sammeln, sondern auch die Chance, sich bei HUGO BOSS direkt im Anschluss an das Praktikum im Konzern zu etablieren.

DURCH INDIVIDUELLE PERSONALENTWICKLUNG STELLT SICH DER KONZERN FÜR DIE ZUKUNFT AUF

Mit einer systematischen Personalentwicklung, die auf einem transparenten Kompetenzmodell beruht, nimmt sich der Konzern seiner Verantwortung den Mitarbeitern gegenüber an. Im Mittelpunkt stehen dabei die individuellen Bedürfnisse und Potenziale des Mitarbeiters. Durch gezielte Maßnahmen können die Mitarbeiter ihre Leistung im Arbeitsalltag verbessern und ihre Kenntnisse über die Anforderungen der aktuellen Stelle hinaus ausbauen. Daneben wird die Weiterentwicklung des Einzelnen im Konzern auf vielfältige Weise gefördert: durch den Wechsel in andere Abteilungen oder Funktionen, durch den Aufstieg in Führungspositionen oder auch durch die Ausweitung des eigenen Aufgabengebietes. Zudem finden jährlich Feedbackgespräche mit dem Vorgesetzten statt, in denen die persönlichen Ziele dokumentiert und der Trainings- und Schulungsbedarf zur Erreichung der individuellen Lernziele festgelegt wird.

Die Philosophie der Personalentwicklung bei HUGO BOSS beruht auf der Annahme, dass gut geschulte Führungskräfte die stärksten und effizientesten Weiterentwickler sind. Über qualifiziertes Feedback und das Erkennen von Entwicklungspotenzialen der eigenen Mitarbeiter haben sie direkten Einfluss auf deren Leistungsfähigkeit, Motivation und Zufriedenheit. Vor diesem Hintergrund wurde 2009 das European Management Program für Mitarbeiter mit Aufstiegs Potenzial gestartet. Hierbei durchlaufen die zukünftigen Führungskräfte höherer Ebenen über den Zeitraum eines Jahres verschiedene praxisorientierte Trainings, um optimal auf die ihnen bevorstehenden Aufgaben vorbereitet zu sein.

LEISTUNGSORIENTIERTES VERGÜTUNGSSYSTEM

Im HUGO BOSS Konzern ist die Vergütung der Mitarbeiter so konzipiert, dass die Leistung jedes Einzelnen fair und transparent entlohnt und eine Kultur von **LEISTUNGSBEREITSCHAFT** und **ENGAGEMENT** gefördert wird.

Die Vergütung der tariflich angestellten Mitarbeiter der HUGO BOSS AG richtet sich dabei nach dem Tarifvertrag der Südwestdeutschen Bekleidungsindustrie. Die Vergütung der Mitarbeiter mit Tätigkeiten im Einzelhandel orientiert sich am deutschen Einzelhandels-Tarifvertrag. Den Mitarbeitern im Einzelhandel und im Vertrieb steht neben dem fixen Gehalt eine variable, an quantitative Ziele geknüpfte Vergütung zu. Außertariflich angestellte Mitarbeiter erhalten neben ihrem Grundgehalt eine Tantieme, die sowohl an Unternehmensziele als auch an qualitative und quantitative persönliche Ziele geknüpft ist. Die Ziele und ihre Erreichung werden einmal jährlich im Mitarbeitergespräch mit dem Vorgesetzten definiert und transparent dokumentiert.

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

FÖRDERUNG EINER AUSGEGLICHTENEN WORK LIFE BALANCE

Um das Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter zu fördern, werden bei HUGO BOSS umfassende Programme zur **GESUNDHEITSFÖRDERUNG** angeboten. So wird in den Betriebsrestaurants ein ausgewogenes Ernährungskonzept mit täglich wechselnden Menüs, einem großen Angebot an frischem Obst und Salat und ausgewählten Bioprodukten verfolgt.

Für den **KÖRPERLICHEN AUSGLEICH** bietet HUGO BOSS den Mitarbeitern die Möglichkeit, im unternehmenseigenen Fitnessstudio zu trainieren, an subventionierten Sportkursen teilzunehmen oder auf dem Firmengelände Fußball oder Volleyball zu spielen. Ihre Sportlichkeit zeigte die Belegschaft beispielsweise im vergangenen Jahr beim **HUGO BOSS RUN**: 800 Mitarbeiter und Freunde des Hauses bewiesen auf Strecken über 7 km und 21 km ihre Ausdauer.

Treten gesundheitliche Probleme auf, unterstützt der Betriebsarzt die Mitarbeiter mit medizinischem Fachwissen. Zu vergünstigten Konditionen kann die Belegschaft zudem einen lizenzierten Ernährungsberater konsultieren oder ein Massageteam zur Schmerz-, Präventiv- oder Wellnessbehandlung in Anspruch nehmen.

Damit die Mitarbeiter ihren Berufsalltag und ihr Familienleben in Einklang bringen können, bietet der Konzern ein flexibles Modell der **FAMILIENFÖRDERUNG** an. Seit 2008 ist das Unternehmen Teil des bundesweiten Netzwerks „Erfolgsfaktor Familie“, einer gemeinsamen Initiative des Bundesfamilienministeriums und des Deutschen Industrie- und Handelskammertages. Gemeinsam mit dem Betriebsrat hat die Geschäftsleitung ein Fördermodell für berufstätige Eltern und eine entsprechende Betriebsvereinbarung verabschiedet. Um beispielsweise die Rückkehr an den Arbeitsplatz aus der Elternzeit oder dem Mutterschutz zu erleichtern, gibt es für die Kinder der Mitarbeiter in Metzingen eigens reservierte Plätze in einer Kindertagesstätte oder die Möglichkeit, finanzielle Unterstützung für eine anderweitige Betreuung zu erhalten.

HUGO BOSS UNTERSTÜTZT DAS SOZIALE ENGAGEMENT SEINER MITARBEITER

HUGO BOSS ist sich seiner sozialen Verantwortung gegenüber der Gesellschaft bewusst und fördert eine Vielzahl sozialer Projekte. Viele Mitarbeiter bringen sich engagiert in die Umsetzung dieser Projekte ein. Rund um den Standort Metzingen unterstützt der Betriebsrat beispielsweise ausgewählte Institutionen, wie den Förderverein für krebskranke Kinder in Tübingen oder das Deutsche Rote Kreuz der Region, mit Geld- und Sachspenden. Auch wurde im Jahr 2010 eine Weihnachtswunschaktion zugunsten der Schule für geistig- und körperbehinderte Kinder in Welzheim durchgeführt. Darüber hinaus ruft der Konzern immer wieder zu Notspenden für Krisenregionen auf, wie im vergangenen Jahr für die Opfer des verheerenden Erdbebens in Haiti.

www —

www.hugoboss.com / Das Unternehmen / Unternehmen / Nachhaltigkeit / Soziales Engagement

INNOVATION UND ENTWICKLUNG

Für HUGO BOSS als führendes Modeunternehmen sind Kreativität und Produktinnovationen wichtige Erfolgsfaktoren. Ziel der Produktentwicklung ist die Gewährleistung einer nachhaltigen, modernen Markenführung und -differenzierung. Die kontinuierliche Markenentwicklung verfolgt dabei die Zielsetzung, vorhandene Ertragspotenziale systematisch zu erschließen und Kollektionen zu entwickeln, die optimal auf den Verkaufsflächen platziert werden können.

BEI HUGO BOSS TRIFFT INNOVATION AUF BESTÄNDIGKEIT

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

DIE ENTWICKLUNGSARBEIT IST AUF VIER ENTWICKLUNGSZENTREN KONZENTRIERT

Die Innovations- und Entwicklungsarbeit ist im HUGO BOSS Konzern in den **VIER ENTWICKLUNGSZENTREN** in Metzingen (Deutschland), Coldrerio (Schweiz), Morrovalle (Italien) und Scandicci (Italien) organisiert. Klassischerweise arbeiten in den Entwicklungsabteilungen des Konzerns gelernte Schneider, Modedesigner, Schuh- und Bekleidungstechniker und Ingenieure.



Einen Überblick über die wichtigsten Standorte des HUGO BOSS Konzerns finden Sie in Grafik 08 im Kapitel „Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur“ auf Seite 67.

Im Entwicklungszentrum am Firmensitz in Metzingen nutzt der Konzern die langjährige Erfahrung industrieller Textilfertigung für richtungsweisende Produktentwicklungen im Kernbereich der klassischen Damen- und Herrenkonfektion. Im Kompetenzzentrum in Coldrerio (Schweiz) liegt sowohl die Verantwortung für die kreative Entwicklung der textilen Produktgruppen Hemden, Krawatten und Strickware als auch die übergeordnete Betreuung für Schuhe und Lederaccessoires sowie Bodywear durch die dort ansässige Kreativabteilung. An den italienischen Forschungsstandorten in Morrovalle und Scandicci liegt der Schwerpunkt der Kreativarbeit auf der Entwicklung von Schuhen und Lederaccessoires.

Die gesamten, konzernweiten Ausgaben in Zusammenhang mit der Kollektionserstellung stiegen im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 47 Mio. EUR (2009: 44 Mio. EUR). Hauptgrund für diese Entwicklung war der Anstieg der Personalkosten im vergangenen Geschäftsjahr. Im Jahr 2010 wurde die Belegschaft in den Entwicklungs- und Kreativteams um 4 % auf 445 Mitarbeiter ausgebaut (2009: 427).

ENGES ZUSAMMENSPIEL VON KREATIVABTEILUNG UND TECHNISCHER ENTWICKLUNG IN DER PRODUKTENTWICKLUNG

Der Innovations- und Entwicklungsprozess steht bei HUGO BOSS am Anfang der Wertschöpfungskette und spielt daher eine entscheidende Rolle für die spätere Produktion der einzelnen Kollektionsteile. Die Neu- und Weiterentwicklung der HUGO BOSS Produkte basiert dabei auf den Erfahrungen und Kenntnissen aller Mitarbeiter, insbesondere der in den Kompetenzzentren tätigen Spezialisten. Innovationen rund um die Produkte entstehen an erster Stelle im Kreativmanagement. Im ersten Schritt der Kollektionsvorbereitung (Collection Development) werden die Farb-, Themen-, Form- und

Oberstoffkonzepte entworfen, angestrebte Produktpreise festgelegt und die aktuelle Kollektionsaussage definiert. In diesem Prozess werden Faktoren wie das Bestellverhalten der Handelspartner, die Abverkaufsdaten im eigenen Einzelhandel und das Feedback der Produktionsbetriebe zu den vergangenen Kollektionen herangezogen. Von der ersten Idee an werden die Vor- und Nachteile einer bestimmten Produktidee abgewägt und die Voraussetzungen diskutiert, unter welchen der Preis, den das Kreativteam formuliert hat, in der späteren Produktion sichergestellt werden kann.

In einem zweiten Schritt übergibt die Kreativabteilung ihre Skizzen an die Modellabteilung (Pattern Design), wo die kreativen Ideen zunächst schnitttechnisch auf ihre Umsetzbarkeit geprüft werden. Anschließend können die Modelle in der technischen Entwicklung zu Prototypen weiterentwickelt werden. Um den gewohnt hohen Qualitätsstandard der Produkte zu garantieren, liegt der Fokus der Arbeit hier auf der Entwicklung innovativer und hochwertiger Verarbeitungstechniken sowie der Auswahl geeigneter Stoffe. Die Prototypen durchlaufen ausgiebige Tests, bei denen unter anderem die für eine spätere Serienfertigung nötigen Daten zu den physikalischen Eigenschaften der Stoffe gewonnen werden. Daran schließt sich das sogenannte Sampling an, das heißt die Anfertigung einer Musterkollektion und deren Präsentation und Verkauf an die internationalen Groß- und Einzelhandelskunden. Es folgt die Produktion der bestellten Teile und deren Verkauf über den internationalen Groß- und Einzelhandel an die Endkunden. Die über den Abverkauf gewonnenen Daten sowie das von den Kunden erhaltene Feedback zur aktuellen Kollektion werden gesammelt, analysiert und fließen wiederum in die Konzeption der nächsten Kollektion mit ein.

Das Marken- und Kreativmanagement ist bei HUGO BOSS in den Bereichen BOSS Black Clothing (Men), BOSS Selection, BOSS Green, BOSS Black Sportswear (Men), BOSS Black Womenswear, BOSS Orange und HUGO organisiert, die wiederum von Direktoren verantwortet werden.

QUALITÄTSSICHERUNG BEGINNT IN DER PRODUKTENTSTEHUNGSPHASE

Der Endverbraucher verbindet mit den Produkten von HUGO BOSS hochwertigste Materialien, exzellente Verarbeitung und ein herausragendes Design. Die Entwicklungsphase ist für die Qualität des fertigen Produkts von entscheidender Bedeutung. Eine enge und frühzeitige Zusammenarbeit zwischen den Marken- und Kreativabteilungen, den Modellmachern sowie der technischen Entwicklung ist dabei unerlässlich. Im Entwicklungszentrum am Standort Metzingen beispielsweise arbeiten Modellmacher, die das Produkt schnitttechnisch entwickeln, und Produktentwickler, die es technisch und kommerziell umsetzen, in einer sehr frühen Phase der Produktentstehung eng zusammen. So haben sie nicht nur die Möglichkeit, Verbesserungspotenziale, sondern auch Mängel in den Entwürfen rechtzeitig aufzudecken, was ein notwendiges Gegensteuern noch vor Produktionsbeginn ermöglicht und so die HUGO BOSS Produktqualität gewährleistet.

Die Produktentwicklung bei HUGO BOSS ist also durch eine intensive Zusammenarbeit zwischen Zulieferern und Technologiepartnern charakterisiert. Dies gewährleistet nicht nur einen störungsfreien Fertigungsprozess, sondern sichert HUGO BOSS auch einen Wettbewerbsvorsprung im Bereich der Herstellungstechnik und der Produktqualität.



Die Gestaltung der Beschaffungs- und Produktionsprozesse ist im Kapitel „Beschaffung und Produktion“ auf Seite 86 ff. genauer dargestellt.

BESCHAFFUNG UND PRODUKTION

Der Konsument steht im Mittelpunkt der unternehmerischen Aktivitäten des HUGO BOSS Konzerns. Erfolgskriterium dabei ist es, die Nachfrage der Kunden sowohl im Großhandel als auch im Einzelhandel termingerecht und den höchsten Qualitätsanforderungen entsprechend zu erfüllen. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeitet HUGO BOSS beständig daran, schnelle, flexible und dennoch stabile sowie fehlerfreie Strukturen innerhalb der Lieferkette zu errichten.

GROSSTEIL DER PRODUKTION DURCH UNABHÄNGIGE LIEFERANTEN

Als international produzierendes und handelndes Unternehmen sind standardisierte, systemunterstützte sowie eingespielte Beschaffungs- und Produktionsprozesse für HUGO BOSS ein bedeutender Erfolgsfaktor. Ungefähr 24 % des gesamten Warensortiments werden in HUGO BOSS **EIGENEN WERKEN** gefertigt, circa 76 % des Sortiments werden von **UNABHÄNGIGEN LIEFERANTEN** in Lohnfertigung und als Handelsware hergestellt. Indem der Konzern einen erheblichen Teil seines Produktangebots in der klassischen Konfektion selbst produziert, besitzt und erweitert er ständig wesentliches Know-how und optimiert Qualität sowie Warenverfügbarkeit.


EIGENE PRODUKTIONSSTÄTTEN bestehen in Izmir (Türkei), dem größten eigenen Produktionsstandort, Cleveland (USA), Metzingen (Deutschland), Radom (Polen) und Morrovalle (Italien). In Izmir werden vor allem Anzüge, Hosen, Sakkos, Hemden und klassische Damenoberbekleidung produziert. Im Werk in Cleveland produziert HUGO BOSS Anzüge für den amerikanischen Markt. Am Standort Metzingen werden neben Prototypen, Musterteilen und Einzelbestellungen vor allem Anzüge, Sakkos und Hosen in Serie gefertigt. Der Produktionsfokus in Radom und Morrovalle liegt auf der Fertigung von Prototypen, Schuhen und Taschen.

STRATEGISCHE STEUERUNG DES LIEFERANTENNETZWERKS ALS ERFOLGSFAKTOR

Der HUGO BOSS Konzern arbeitete 2010 im Handelsware- und Lohnfertigungsbereich mit circa 300 Lieferanten zusammen. Das vergangene Geschäftsjahr war hierbei durch eine weitere Konsolidierung des Lieferantennetzwerks und somit eine **STÄRKUNG LANGJÄHRIGER PARTNERSCHAFTEN** geprägt. Dabei wird darauf geachtet, das Einkaufsvolumen gleichmäßig auf ein weltweites Netzwerk von Lieferanten zu verteilen, um das Risiko zu streuen und sich möglichst unabhängig von einzelnen Beschaffungsmärkten sowie Produktionsbetrieben zu machen.

Globale Verteilung der Beschaffungsaktivitäten

Die Beschaffungsaktivitäten werden nach **ROHWARENBENZUG**, in **LOHNFERTIGUNG** produzierte Ware und **BEZOGENE HANDELSWARE** unterschieden. Im Bereich der Rohware werden hauptsächlich Stoffe, aber auch Zutaten wie Innenfutter, Knöpfe, Garne oder Reißverschlüsse beschafft. Der Großteil der Rohware kommt dabei aus Europa. Stoffe werden vorrangig von langjährigen Stofflieferanten aus Italien bezogen. Die Betriebe, die für HUGO BOSS in Lohnfertigung produzieren, sind zum Großteil in Osteuropa angesiedelt. Von den Lohnfertigern bezieht HUGO BOSS beispielsweise neben Anzügen und Jacken auch Hosen. Für die in Lohnbearbeitung erstellten Produkte bekommt der Lieferant neben den Schnitten die zu verwendenden Stoffe und Zutaten gestellt. Im Gegensatz dazu ist vor allem die Beschaffung im Bereich Freizeit- und Sportbekleidung stark auf Handelsware ausgerichtet. Hier wird nur ein geringer Anteil der Ware in Lohnfertigung produziert. Stattdessen werden die Lieferanten von Handelsware vom HUGO BOSS Konzern mit den benötigten Schnittmustern versorgt, decken sich

 —
Einen Überblick über die wichtigsten Standorte des HUGO BOSS Konzerns finden Sie in Grafik 08 im Kapitel „Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur“ auf Seite 67.

aber eigenständig mit Rohmaterialien ein. Handelsware im Bereich Freizeit- und Sportbekleidung wird vor allem aus Asien, Osteuropa und Nordafrika bezogen.

Rund die Hälfte aller HUGO BOSS Produkte (in Eigenproduktion gefertigte Ware, Handelsware und in Lohnfertigung erstellte Ware) wird in Osteuropa (inklusive Naher Osten) produziert. Eine wichtige Rolle spielt in diesem Zusammenhang die eigene Produktion in der Türkei. Gut ein Viertel der Produkte kommt aus Asien. China ist in dieser Region das wichtigste Zuliefererland. Der Rest der Ware stammt aus Westeuropa (11 %), Nordafrika (9 %) und Amerika (2 %).

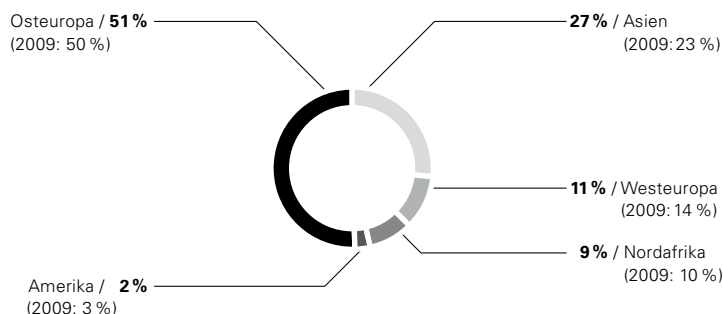
OBJEKTIVE AUSWAHLKRITERIEN ALS GRUNDLAGE DER LIEFERANTENAUSWAHL

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

EINBEZUG DER LIEFERANTEN IN PRODUKTENTWICKLUNGSPROZESSE

Bei der Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten verfolgt der Konzern die Strategie, langfristige Partnerschaften einzugehen. Nur durch die gemeinsame Weiterentwicklung des Fertigungs-Know-hows kann die hohe Qualität gewährleistet werden, für die HUGO BOSS Produkte weltweit bekannt sind. Ziel ist es, mit einem Netzwerk an strategischen Lieferanten gemeinsame Wachstumspläne zu erarbeiten, in denen der Auslastungsgrad im Produktionsbetrieb kontinuierlich erhöht und so weit wie möglich eine stabile Auftragslage durch HUGO BOSS erreicht wird. Dies wird insbesondere durch die in Zusammenhang mit dem Projekt D.R.I.V.E. geplante Einführung von vier Hauptkollektionen und einer damit einhergehenden saisonalen Glättung der Beschaffungsaktivitäten ermöglicht. Durch die Reduktion der Kollektionsbreite können zudem höhere Stückzahlen pro produziertem Teil beim einzelnen Lieferanten platziert werden.

18 – REGIONALE VERTEILUNG DES PRODUKTIONS- UND BESCHAFFUNGSVOLUMENS



→ —
Der Produktentwicklungsprozess
ist im Kapitel „Innovation und
Entwicklung“ auf Seite 84 f.
genauer dargestellt.

Ein weiterer Schwerpunkt der Zusammenarbeit mit den Lieferanten ist es, die Abstimmung zwischen den produzierenden Betrieben und der technischen Entwicklungsabteilung im HUGO BOSS Konzern zu fördern. So werden produktionstechnische Erwägungen zu einem sehr frühen Zeitpunkt in den Produktentwicklungsprozess integriert. Die Lieferanten stehen daher in regelmäßigem Kontakt mit den Kreativabteilungen, in denen die Farb-, Themen-, Form- und Oberstoffkonzepte der neuen Kollektionen entstehen und der technischen Entwicklung, in der die von der Modellabteilung angefertigten Schnittmuster weiterentwickelt werden. Ebenso fließt ihr Feedback zu den verarbeiteten Stoffen und Schnitten der vergangenen Kollektionen in die Konzeption der neuen Entwürfe mit ein. Produktqualität und Fertigungseffizienz können so optimiert werden.

QUALITÄTSSICHERUNG UMFASST GESAMTEN PRODUKTIONSPROZESS

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

Um den hohen Qualitätsanforderungen zu genügen, werden zunehmend Maschinen eingesetzt, die mit geringer Toleranz arbeiten und so die Grundlage dafür bilden, dass Fehlerquellen im Produktionsprozess minimiert werden. Die Einhaltung der Fertigungsstandards wird zudem durch fixe Kontrollen, die stets an bestimmten Arbeitsschritten innerhalb der Produktionslinie durchgeführt werden, sichergestellt. Des Weiteren erfolgen regelmäßig Stichproben einzelner Arbeitsschritte, so dass eine umfassende Kontrolle der Teile durch den Produktionsbetrieb gewährleistet ist. Um die Qualitätskontrollen zu optimieren, wurde die Endkontrolle in den Betrieben technologisch aufgerüstet. Immer mehr Prüfungsvorgänge werden hard- und softwaretechnisch unterstützt, so dass ein standardisierter Prüfungsvorgang und eine elektronische Auswertung der Ergebnisse möglich sind. So können sowohl Schwachstellen innerhalb der Produktkonzeption als auch Mängel im Produktionsprozess aufgedeckt und durch entsprechende Entwicklungsaktivitäten beim Lieferanten vor Ort optimiert werden.

HUGO BOSS UNTERSTÜTZT DIE UMSETZUNG NACHHALTIGER KONZEPTE BEIM LIEFERANTEN

Für HUGO BOSS stellt nachhaltiges Wirtschaften eine wesentliche Voraussetzung für den langfristigen Unternehmenserfolg dar. Überlegungen zur Nachhaltigkeit werden bei allen strategischen Entscheidungen in der Zusammenarbeit mit den Lieferanten einbezogen. So werden sie mit strategischem Know-how bei der Weiterentwicklung und Umsetzung sozialer sowie ökologischer Anforderungen unterstützt.

In der gesamten Bekleidungsindustrie findet die Beschaffung vor allem in Schwellen- und Entwicklungsländern statt. Die **EINHALTUNG VON ARBEITNEHMER- UND MENSCHENRECHTEN** bedarf in diesen Ländern besonderer Aufmerksamkeit und Kontrolle. HUGO BOSS verpflichtet sich und seine Lieferanten zur Einhaltung international anerkannter arbeits- sowie sozialrechtlicher Mindeststandards nach den Konventionen der International Labor Organization (ILO), den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen und der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen. Zu diesen Sozialstandards zählen insbesondere das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit, die Chancengleichheit und die Sicherung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen. Vereinbarungen mit Lieferanten enthalten Regelungen zu Mindestentlohnung, Mindesturlaub und maximalen Arbeitszeiten. Gibt es keine oder keine ausreichende nationale Gesetzgebung, so setzen die HUGO BOSS Sozialstandards den Mindeststandard.

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

04

**KONZERN-
LAGEBERICHT**

**DAS
GESCHÄFTSJAHR**



04 — INHALT **KONZERNLAGEBERICHT – DAS GESCHÄFTSJAHR**

094	Konzernumsatz- und Ertragslage
107	Ergebnisentwicklung der Geschäftssegmente
111	Vermögens- und Finanzlage
121	Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage
122	Vergütungsbericht
123	Spezialgesetzliche Angaben
126	Risiko- und Chancenbericht
141	Nachtrags- und Prognosebericht

KONZERNUMSATZ- UND ERTRAGSLAGE

Im Jahr 2010 erzielte der HUGO BOSS Konzern deutliche Umsatz- und Gewinnsteigerungen. Diese Entwicklung wurde von der Erholung der Weltwirtschaft sowie der anziehenden Branchenkonjunktur unterstützt. Der Konzernumsatz stieg aufgrund von Zuwächsen in allen Regionen um 7 % in lokalen Währungen und 11 % in der Berichtswährung auf 1.729 Mio. EUR (2009: 1.562 Mio. EUR). Ein deutliches, zweistelliges Wachstum im eigenen Einzelhandel glich dabei einen Rückgang im Großhandelsgeschäft mehr als aus. Das EBITDA vor Sondereffekten erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 31 % auf 350 Mio. EUR (2009: 267 Mio. EUR). Zu dieser Entwicklung trugen insbesondere das starke Wachstum des konzerneigenen Einzelhandels, eine konsequente Preispolitik sowie die fortgeführte Optimierung der weltweiten Warenproduktion und -beschaffung bei.

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE

Im Jahr 2010 erholte sich die Weltwirtschaft von dem rezessiven Einbruch im Jahr 2009. Der Aufschwung war allerdings stark von geld- und fiskalpolitischen Impulsen getragen. Mit der Rückführung entsprechender Stützungsmaßnahmen verlor er im zweiten Halbjahr des Jahres an Dynamik. Schwellenländer entwickelten sich im Durchschnitt deutlich stärker als die Industrienationen. Letztere profitierten allerdings in ihren Exportaktivitäten von der steigenden Nachfrage aus Schwellenländern.

Auch in der **EUROZONE** unterstützte vor allem der Außenhandel die konjunkturelle Erholung. In der zweiten Jahreshälfte sorgten jedoch die Schuldenkrise und die damit einhergehende Straffung der Fiskalpolitik sowie die weltweite Konjunkturverlangsamung für eine Eintrübung der Wachstumsraten. Deutschland entwickelte sich vor allem aufgrund starker Exportaktivitäten und einer anziehenden Binnennachfrage besser als die anderen Länder der Region.

In den **USA** vermochte sich der wirtschaftliche Aufschwung trotz beispielloser wirtschaftspolitischer Impulse nicht selbst zu tragen. Insbesondere der Privatkonsum blieb aufgrund anhaltend hoher Arbeitslosigkeit und des Preisverfalls von Immobilien schwach. Trotz höherer Investitionen und Exporte sah sich die amerikanische Notenbank deshalb gegen Jahresende zur Wiederaufnahme geldpolitischer Lockerungsmaßnahmen gezwungen. Die Wirtschaft in **LATEINAMERIKA** entwickelte sich hingegen trotz einer moderaten Abschwächung der Wachstumsraten im Jahresverlauf robust.



Der Ausblick zur Gesamtwirtschaftlichen Entwicklung ist im „Nachtrags- und Prognosebericht“ auf Seite 141 f. aufgeführt.

Die **ASIATISCHE WIRTSCHAFT** verzeichnete insbesondere in der ersten Jahreshälfte eine kräftige Erholung, bevor sich in der zweiten Jahreshälfte das Wachstum von Industrieproduktion und Exporten leicht verringerte. China erzielte ein Wirtschaftswachstum von rund 10 %. Dabei gelang es, durch eine moderate Straffung der Geldpolitik Überhitzungstendenzen zu vermeiden. In Japan verlangsamte sich die schwache Wirtschaftserholung im Jahresverlauf aufgrund des Auslaufens fiskalpolitischer Subventionen und einer Eintrübung des Exports.

BRANCHENENTWICKLUNG

Die Luxusgüterindustrie erholte sich im Jahr 2010 von den deutlichen Rückgängen des Vorjahres und wuchs währungsbereinigt um circa 6%. Neben der Erholung des Konsumentenvertrauens in den Industrienationen unterstützte vor allem das starke Wachstum in den Schwellenländern, insbesondere China, den Aufschwung.

In **EUROPA** wurden Umsatzsteigerungen von einer deutlichen Erholung der Nachfrage in Russland und Osteuropa begünstigt. Der schwache Euro zog zudem Touristen vor allem aus Asien an. **AMERIKA** profitierte von einem deutlichen Vertrauensanstieg der Konsumenten im Luxusgütersegment. In **ASIEN** glich ein deutlich zweistelliges Wachstum in China eine anhaltend schwache Entwicklung in Japan mehr als aus.

Die Entwicklung des Luxusgütermarktes verlief in den verschiedenen Produktkategorien unterschiedlich. Uhren, Schmuck und Accessoires legten nach teilweise starken Rückgängen im Vorjahr deutlich zweistellig zu. Das für den HUGO BOSS Konzern als Vergleichsmaßstab relevante Bekleidungssegment wuchs inklusive Währungseffekten um 8%. Sowohl der Männer- als auch der Frauenbereich legten zu. Dabei wurden insbesondere die Umsätze im Männerbereich durch den Trend zu freizeitorientierten Designs unterstützt.



Der Ausblick zur Branchenentwicklung ist im „Nachtrags- und Prognosebericht“ auf Seite 142 aufgeführt.

VERÄNDERUNG IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

Mit Wirkung zum 1. Juli 2010 hat HUGO BOSS mit der Rainbow Gruppe, einem langjährigen Franchisepartner in China, ein Joint Venture gegründet.

Die HUGO BOSS International B.V., Amsterdam, Niederlande, hat 60% der Anteile einer neu gegründeten Holdinggesellschaft, der HUGO BOSS Lotus Hong Kong Ltd., Hong Kong, übernommen, die ihrerseits sämtliche Anteile an der Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd., Macau und der Shenzhen Lotus Trading Co., Ltd., Shenzhen, China, hält.

Ab Erwerb der Anteile an der HUGO BOSS Lotus Hong Kong Ltd. wird die Gesellschaft samt ihrer Tochtergesellschaften in Macau und Shenzhen in den Konzernabschluss der HUGO BOSS Gruppe einbezogen. Mit der Erstkonsolidierung dieser Gesellschaften im dritten Quartal 2010 wurde das Einzelhandelsnetzwerk im wichtigen Wachstumsmarkt China um 28 und in Macau um sechs Standorte erweitert und somit der Umsatzanteil des konzerneigenen Einzelhandels in Asien weiter gesteigert. Darüber hinaus erwartet der Konzern, von der lokalen Marktkenntnis, der logistischen Infrastruktur und den etablierten Geschäftsbeziehungen des Joint-Venture-Partners bei der Auswahl geeigneter Einzelhandelsstandorte profitieren zu können.



Weitere Informationen zum Unternehmenszusammenschluss finden sich auf den Seiten 161 ff.

VERÄNDERUNG IN DER BERICHTERSTATTUNG

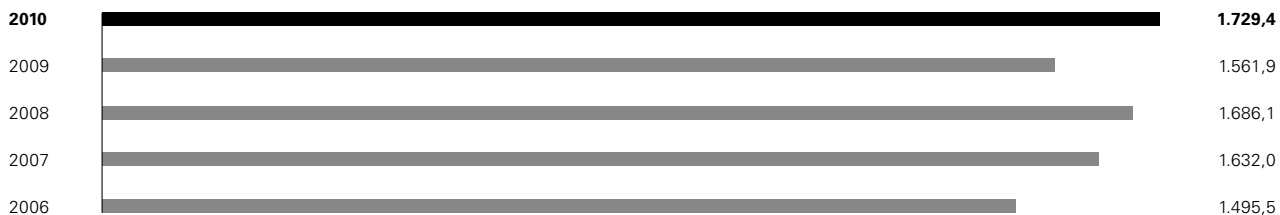
Zur verbesserten Messung der operativen Performance hat sich HUGO BOSS zu Beginn des Geschäftsjahres 2010 entschlossen, sämtliche Wechselkursgewinne und -verluste aus Umsatz- und Einkaufstätigkeit aus dem operativen Ergebnis herauszunehmen (Transaktionsrisiko). Unabhängig von deren Herkunft werden nun alle Auswirkungen von Änderungen der Wechselkurse im Finanzergebnis ausgewiesen. Aus Gründen der Vergleichbarkeit wurden die Umsatzkosten für das Geschäftsjahr 2009 daher entsprechend angepasst und Kursgewinne in Höhe von 3 Mio. EUR in das Finanzergebnis umgliedert.



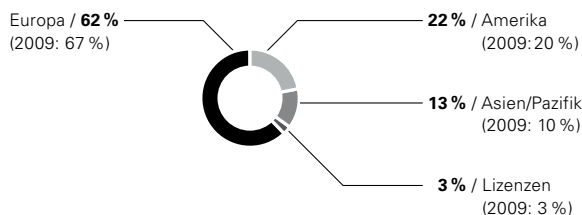
Ein Überblick sämtlicher Darstellungsänderungen findet sich auf S. 181 f.

UMSATZENTWICKLUNG

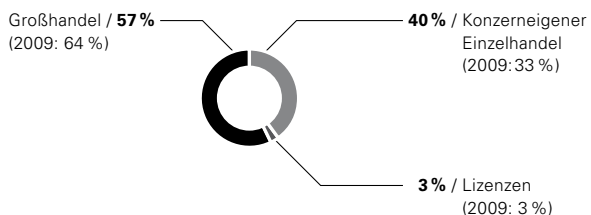
19/1 – UMSATZENTWICKLUNG – 5-JAHRES-ÜBERSICHT (in Mio. EUR)



19/2 – UMSATZ NACH REGIONEN



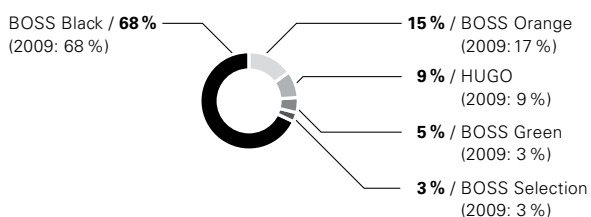
19/3 – UMSATZ NACH VERTRIEBSKANÄLEN



19/4 – UMSATZ NACH REGIONEN (in Mio. EUR)

	2010	2009	Veränderung in %
Europa	1.073,2	1.041,3	3
Amerika	380,7	312,2	22
Asien/Pazifik	230,4	164,7	40
Lizenzen	45,1	43,7	3
Gesamt	1.729,4	1.561,9	11

19/5 – UMSATZ NACH MODELINIEN



19/6 – UMSATZENTWICKLUNG NACH QUARTALEN (in Mio. EUR)



GESAMTAUSSAGE ZUR GESCHÄFTSENTWICKLUNG

2010 war für den HUGO BOSS Konzern ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr. Die verbesserte strategische Ausrichtung des Konzerns zur Sicherstellung profitablen Wachstums führte im abgelaufenen Geschäftsjahr zum bislang besten Resultat der Unternehmensgeschichte bei Umsatz und Konzernergebnis. Diese Entwicklung wurde durch die Erholung der Weltwirtschaft und die damit einhergehende anziehende Nachfrage nach Premium- und Luxusprodukten unterstützt. Das Wachstum des HUGO BOSS Konzerns übertraf jedoch das Wachstum der Gesamtwirtschaft und der Branche.

Umsatzentwicklung

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte HUGO BOSS einen **KONZERNUMSATZ** von 1.729 Mio. EUR. Damit lag die Umsatzentwicklung in Konzernwährung um 11 % über dem Niveau des Vorjahrs (2009: 1.562 Mio. EUR).

Die Effekte aus Wechselkursschwankungen hatten in 2010 einen positiven Einfluss auf die Umsatzentwicklung. Dabei wirkten sich insbesondere die Entwicklung der US-amerikanischen und chinesischen Währung zum Euro positiv auf die Umsatzentwicklung in Berichtswährung aus. In lokalen Währungen wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Umsatzzuwachs von 7 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnet.

Die weltwirtschaftliche Erholung vom rezessiven Einbruch im Jahr 2009 und die positive Entwicklung des Marktes für Luxus- und Premiumprodukte spiegeln sich auch in der unterjährigen Umsatzentwicklung des HUGO BOSS Konzerns wider. So war die rückläufige Entwicklung des Umsatzes im ersten Quartal 2010 noch deutlich geprägt vom extrem vorsichtigen Bestellverhalten der Großhandelspartner in der zweiten Jahreshälfte des Geschäftsjahrs 2009. Mit 444 Mio. EUR lag der Umsatz im ersten Quartal noch 8 % unter dem Vorjahresniveau (Q1 2009: 484 Mio. EUR). Die deutliche Erholung der Nachfrage im Zeitverlauf führte jedoch bereits im zweiten Quartal zu einem Umsatzzuwachs von 7 % auf 325 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahr (Q2 2009: 304 Mio. EUR). Dazu trugen auch die hohen Wachstumsraten des Replenishments und insbesondere des konzerneigenen Einzelhandels bei. Im dritten Quartal konnte der Umsatz dann in allen Regionen sowie in allen Vertriebskanälen und in allen Marken gesteigert werden. Durch die Gründung des Joint Ventures in Asien wurde zudem ein wichtiger Schritt unternommen, um die zukünftigen Wachstumspotenziale auf dem chinesischen Markt zu heben. So lag im dritten Quartal der Konzernumsatz mit 538 Mio. EUR um 19 % über dem Wert der Vergleichsperiode (Q3 2009: 450 Mio. EUR). Im vierten Quartal konnte der Umsatz weiter zulegen, nicht zuletzt aufgrund der besonders starken Entwicklung des konzerneigenen Einzelhandels. Mit 422 Mio. EUR wurde der Umsatz aus dem Vorjahresquartal um 30 % übertroffen (Q4 2009: 324 Mio. EUR).

Umsatz nach Regionen

Der Umsatz in der **REGION EUROPA** inklusive Naher Osten/Afrika konnte im Geschäftsjahr 2010 um 2 % in lokalen Währungen zulegen und lag in Berichtswährung mit 1.073 Mio. EUR 3 % über dem Vorjahresniveau (2009: 1.041 Mio. EUR).

Die **REGION AMERIKA** konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatzzuwachs von 14 % in lokalen Währungen verzeichnen. In Berichtswährung stieg der Umsatz in dieser Region um 22 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf 381 Mio. EUR (2009: 312 Mio. EUR).

Der Umsatz des HUGO BOSS Konzerns in der **REGION ASIEN/PAZIFIK** erhöhte sich in lokalen Währungen um 28 % gegenüber dem Vorjahr. In Berichtswährung lag der Umsatz nach Ablauf des Geschäftsjahrs 2010 aufgrund positiver Wechselkurseffekte mit 230 Mio. EUR 40 % über dem Vorjahresniveau (2009: 165 Mio. EUR). Die Joint-Venture-Vereinbarung für den chinesischen Markt trug dazu mit einem Mehrumsatz von rund 26 Mio. EUR bei.



Ein Überblick der Umsatzentwicklung nach Quartalen ist Grafik 19/6 auf Seite 96 zu entnehmen.



Eine detaillierte Darstellung des Umsatzes nach Regionen findet sich im Kapitel „Ergebnisentwicklung der Geschäftssegmente“ auf Seite 107 ff.

Insgesamt zeigten Regionen mit einem hohen Anteil des konzerneigenen Einzelhandels im Geschäftsjahr 2010 eine bessere Umsatzentwicklung als Regionen mit hoher Abhängigkeit vom Großhandelsgeschäft.

Umsatz nach Vertriebskanälen

in Mio. EUR	2010	2009	2008	2007	2006
Großhandel	993,2	1.007,9	1.183,3	1.167,0	1.094,3
Konzerneigener Einzelhandel	691,1	510,3	455,8	416,1	358,2
Lizenzen	45,1	43,7	47,0	48,9	43,0
Gesamt	1.729,4	1.561,9	1.686,1	1.632,0	1.495,5

Im **GROSSHANDELSKANAL** war im Geschäftsjahr 2010 ein Umsatzrückgang von 1 % (währungsbereinigt –5 %) auf 993 Mio. EUR zu verzeichnen (2009: 1.008 Mio. EUR). Aufgrund der Saisonalität im Geschäftsverlauf machte sich die Erholung der Weltwirtschaft erst zeitverzögert in der Umsatzentwicklung dieses Vertriebskanals bemerkbar. Die im Spätsommer des Jahres 2009 geschriebene Order für die Frühjahr-/Sommerkollektion 2010 war geprägt durch ein extrem vorsichtiges Bestellverhalten der Großhandelskunden und belastete daher die Umsatzentwicklung in den ersten zwei Quartalen des Geschäftsjahrs 2010. Dies zeigte sich insbesondere in den süd- und osteuropäischen Märkten, die verstärkt von den Auswirkungen der Immobilien- und Finanzkrise betroffen waren. In der zweiten Jahreshälfte des Geschäftsjahrs 2010 war hingegen bereits wieder eine deutliche Belebung des Großhandelsgeschäfts spürbar. Die Übernahme von bisher durch Franchisenehmer geführten Einzelhandelsgeschäften in China und Australien verursachte zudem eine Umsatzverschiebung vom Großhandels- hin zum Retailkanal.

Daneben konnte die Entwicklung des Replenishments, mit dem HUGO BOSS auf kurzfristige Nachfragesteigerungen der Handelspartner reagieren kann, im abgelaufenen Geschäftsjahr weiter zulegen und weist im Vergleich zum Vorjahr eine zweistellige Wachstumsrate auf. Der Anteil des Großhandelskanals am Konzernumsatz verminderte sich von 65 % im Vorjahr auf 57 %.

WWW —
www.hugoboss.com /
Store Locator

Die Entwicklung der **UMSÄTZE IM KONZERNEIGENEN EINZELHANDEL (RETAIL)** war weiterhin positiv und profitierte dabei in besonderem Maße von der konsequent fortgesetzten Professionalisierung des bestehenden Netzwerks. Bei fortgeführter Expansion im laufenden Jahr konnte der Umsatz im Geschäftsjahr 2010 um 35 % auf 691 Mio. EUR gesteigert (2009: 510 Mio. EUR) und somit ein positiver Beitrag zur Gesamtgeschäftsentwicklung erreicht werden. Dies entspricht einem währungsbereinigten Umsatzanstieg in Höhe von 30 %. Der Anteil des Umsatzes über konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte inklusive Outlets und Online am Gesamtumsatz lag damit bei 40 % (2009: 33 %).

Umsatz nach Einzelhandelsformaten

Der **UMSATZ ÜBER KONZERNEIGENE EINZELHANDELSFLÄCHEN (DOS)** konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr um 48 % (währungsbereinigt 41 %) auf 448 Mio. EUR (2009: 303 Mio. EUR) gesteigert werden. Auf vergleichbarer Fläche stiegen die Umsätze in Konzernwährung gegenüber dem Vorjahr um 14 % (währungsbereinigt um 9 %). Dabei trugen insbesondere das dritte und vierte Quartal mit 23 % bzw. 14 % (währungsbereinigt 15 % bzw. 8 %) überproportional zu dieser positiven Entwicklung bei.

Als Ergänzung des eigenen Einzelhandels stellt das **OUTLETGESCHÄFT** einen wichtigen Vertriebskanal dar. Am Ende einer Saison ist es möglich, die eigenen Flächen mit neuer saisonaler Ware zu bestücken und Restmengen kontrolliert über Outlets abzuverkaufen. Gleichwohl werden an diesen Kanal auch sehr hohe Anforderungen in Bezug auf die Flächengestaltung wie auch die Präsentation der Ware gestellt. Somit konnten auch die Outletgeschäfte neben den konzerneigenen Einzelhandelsgeschäften

mit einem Umsatzwachstum von 13 % (währungsbereinigt 9 %) auf 224 Mio. EUR zur positiven Umsatzentwicklung dieses Vertriebskanals im Geschäftsjahr 2010 beitragen (2009: 199 Mio. EUR).

Von wachsender Bedeutung sind die internationalen **ONLINE-EINZELHANDELSAKTIVITÄTEN**. Nach mehr als einem Jahr operativer Geschäftstätigkeit in den europäischen Schlüsselmärkten begann durch die Eröffnung des US-amerikanischen Online Stores im zweiten Quartal 2010 für HUGO BOSS die Erschließung dieses bedeutsamen Online-Marktes. Seit dem vierten Quartal ist darüber hinaus ein Online Store in Österreich verfügbar. Die über die bestehenden Online Stores in Deutschland, den Niederlanden, Frankreich, Großbritannien, Österreich und den USA erzielten Umsätze stiegen im Geschäftsjahr 2010 auf 20 Mio. EUR (2009: 8 Mio. EUR).

Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte

Im Geschäftsjahr 2010 stieg die Gesamtzahl der eigenen **EINZELHANDELSGESCHÄFTE** seit Jahresbeginn um netto 99 auf 537 (31. Dezember 2009: 438).

Die weltweite Präsenz wurde seit Jahresbeginn durch Neueröffnungen, Franchise-Übernahmen und die Joint-Venture-Vereinbarung in China um 116 Standorte erweitert. Demgegenüber steht die Schließung von 17 Einzelhandelsgeschäften und temporären Outletflächen. Die Anzahl bestehender **SHOP-IN-SHOP-EINHEITEN** wurde dabei im Geschäftsjahr 2010 um weitere 26 auf nunmehr 261 erhöht. Die Zahl der **FREI STEHENDEN EIGENEN GESCHÄFTE INKLUSIVE OUTLETS** stieg im gleichen Zeitraum um 73 auf 276. Dabei konnte HUGO BOSS im Rahmen des im Juli 2010 geschlossenen Joint Ventures mit der Rainbow Gruppe zunächst 34 frei stehende eigene Geschäfte in China und Macau zum Einzelhandelsnetzwerk hinzufügen. Im vierten Quartal wurden im Rahmen des Joint Ventures vier weitere Einzelhandelsgeschäfte in chinesischen Metropolen eröffnet.

Neben der Ergänzung des Einzelhandelsnetzwerks durch das Joint Venture konnten in der Wachstumsregion **ASIEN/PAZIFIK** 27 weitere attraktive Standorte durch Neueröffnungen und Übernahmen hinzugewonnen werden. Neben elf neuen Standorten in Shanghai und weiteren Regionen wurden in 2010 fünf neue Einzelhandelsgeschäfte in Chengdu, einem der wichtigsten Wirtschaftszentren Westchinas, eröffnet. Diese Eröffnungen betonen die Wichtigkeit Chinas für den Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels und die internationale Präsenz der Marke HUGO BOSS. Zudem konnten auf dem australischen Kontinent durch die Übernahme von Standorten eines Franchisenehmers sowie durch Neueröffnungen die Anzahl der eigenen Verkaufspunkte auf nunmehr 25 gesteigert werden. Insgesamt konnte das konzerneigene Einzelhandelsnetzwerk in der Region Asien/Pazifik im Geschäftsjahr 2010 somit auf 171 Standorte ausgebaut werden (2009: 111).

Auch in der Region **EUROPA** wurde das Einzelhandelsnetzwerk durch 34 neue Geschäfte und fünf Outlets erweitert. Insbesondere durch die Übernahme von sechs Standorten in Portugal, durch Neueröffnungen in Frankreich und den Beneluxstaaten sowie die ersten zwei Standorte in Irland konnte



Die Entwicklung der Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte ist Grafik 20 auf Seite 99 zu entnehmen.

20 – ANZAHL KONZERNEIGENER EINZELHANDELSGESCHÄFTE

2010		537
2009		438
2008		390
2007		333
2006		249

das Filialnetz auf 253 europäische Verkaufspunkte erweitert werden (2009: 219). Mit der Übernahme von zwei Standorten in der Türkei und erstmals fünf Standorten in Polen wurde der Ausbau des konzernerneigenen Einzelhandels auch auf dem osteuropäischen Markt vorangetrieben.

Das Netzwerk eigener Einzelhandelsgeschäfte in der Region **AMERIKA** umfasste zum Jahresende 2010 113 Standorte (2009: 108). Neben gezielten Neueröffnungen in Kanada und den USA wurde die Expansion auch auf dem mittel- und südamerikanischen Kontinent durch Neueröffnungen in Brasilien und Mexiko vorangetrieben.



Weitere Angaben zur weltweiten Marktpräsenz finden sich in Grafik 09 auf Seite 68.

Unter Berücksichtigung der rund 1.000 Franchise Stores und Shops verfügt der HUGO BOSS Konzern damit über insgesamt mehr als 1.500 Monobrand Stores und Shops in über 80 Ländern.

Lizenzumsatz

Das Lizenzgeschäft entwickelte sich im Geschäftsjahr 2010 positiv. In den Lizenzumsätzen sind sowohl Lizenzentnahmen von Dritten als auch gruppeninterne Umsätze enthalten. Die von Partnern hergestellten Produkte umfassen **DÜFTE, BRILLEN, UHREN, KINDERMODE UND MOTORRADHELM**. Der Innenumsatz zeigt dabei die Umsätze der HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG als Inhaber der Markenrechte des Konzerns mit verbundenen Unternehmen. Der Außenumsatz mit externen Lizenznehmern lag leicht über dem Wert des Vorjahrs und stieg um 3 % auf 45 Mio. EUR (2009: 44 Mio. EUR). Im Vorjahr minderten Einnahmen aus Mindestlizenzvereinbarungen die Auswirkungen eines Umsatzrückgangs der Lizenznehmer auf den Konzern.

Der **MARKENUMSATZ**, der mit HUGO BOSS Produkten weltweit erzielt wurde, lag im Berichtsjahr 2010 bei 2.189 Mio. EUR (2009: 1.981 Mio. EUR). Dieser Wert ergibt sich aus dem Konzernumsatz abzüglich der Lizenzerträge und zuzüglich der Umsätze der HUGO BOSS Lizenzpartner.

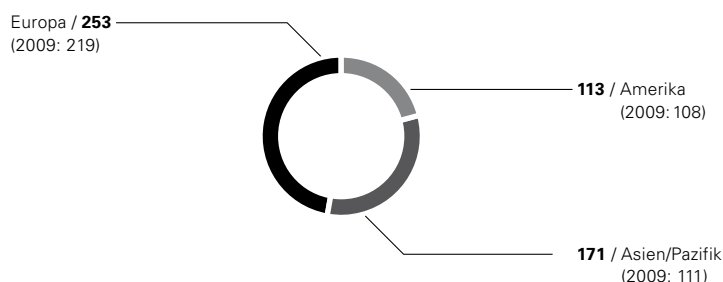
Umsatz nach Marken und Linien

Im Geschäftsjahr 2010 verzeichnete HUGO BOSS sowohl bei der **KERNMARKE BOSS** als auch bei der **TRENDMARKE HUGO** Umsatzzuwächse in Höhe von 11 % beziehungsweise 6 %. Dabei waren bei allen vier Modelinien der Marke BOSS positive Umsatzentwicklungen im Berichtsjahr zu verzeichnen. Der Umsatz der Linie **BOSS BLACK** steigerte sich dabei im Vergleich zum Vorjahr um 10 %. Auch die Umsätze der Linien **BOSS SELECTION** und **BOSS ORANGE** lagen um 8 % beziehungsweise 1 % über dem Vorjahr. Dies unterstreicht auch den Erfolg der durchgeführten Neuausrichtung dieser beiden Linien. Die in 2010 um eine Damenkollektion erweiterte Premium-Sportswearlinie **BOSS GREEN** konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr eine hohe Wachstumsrate von 91 % vorweisen.



Die Umsatzanteile der Modelinien sind Grafik 19/5 auf Seite 96 zu entnehmen.

21 – ANZAHL KONZERNEIGENER EINZELHANDELSGESCHÄFTE NACH REGIONEN



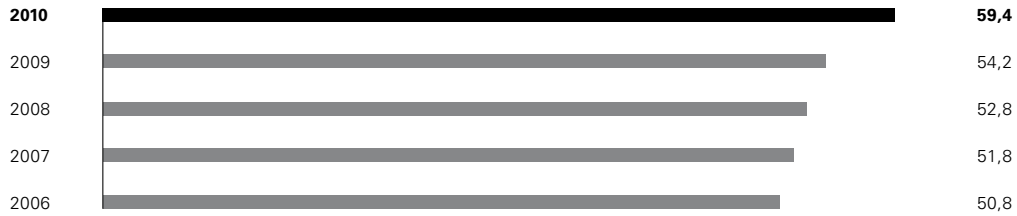
ENTWICKLUNG DER AUFTRAGSLAGE

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 Replenishment erzielt werden. Darüber hinaus wird eine schrittweise Verlagerung der Einkaufsbudgets der Handelspartner vom Ordergeschäft hin zu einer flächenoptimierten Belieferung ersichtlich. Fortschreitende Integrationsprozesse entlang der Wertschöpfungskette, die stufenweise Rückführung der Komplexität sowie die kontinuierliche, absatzmarktbezogene Weiterentwicklung des Marken- und Kollektionsportfolios sind notwendig, um den veränderten Anforderungen der 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 46 % (2009: 54 %) zurückgegangen. Demgegenüber kann vor allem trendunabhängige Ware von HUGO BOSS heute für die Kunden flexibel aus dem Replenishment ausgeliefert werden. Um angesichts dieser veränderten Verkaufssituation auch weiterhin planbare Produktionsbedingungen zu ermöglichen, verlässt sich HUGO BOSS nicht nur auf den Ordereingang, sondern bezieht verstärkt Informationen aus den Vertriebsgesellschaften und konzerneigenen Einzelhandelsgeschäften in die Mengenplanung ein.

ERGEBNISENTWICKLUNG

22/1 – ROHERTRAGSMARGE – 5-JAHRES-VERGLEICH (in %)



22/2 – EBITDA-MARGE VOR SONDEREFFEKTEN – 5-JAHRES-VERGLEICH (in %)



22/3 – EBITDA VOR SONDEREFFEKTEN NACH QUARTALEN (in Mio. EUR)



ERGEBNISENTWICKLUNG

Gewinn- und Verlustrechnung

in Mio. EUR	2010	in % des Umsatzes	2009	in % des Umsatzes	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.729,4	100,0	1.561,9	100,0	11
Umsatzkosten ¹	-661,8	-38,3	-680,9	-43,6	3
Direkte Vertriebskosten	-40,5	-2,3	-33,9	-2,2	-19
Rohertrag	1.027,2	59,4	847,1	54,2	21
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	-574,4	-33,2	-487,9	-31,2	-18
Verwaltungsaufwendungen und sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge	-188,8	-10,9	-203,8	-13,0	7
EBIT	263,9	15,3	155,4	10,0	70
Zinsergebnis	-17,3	-1,0	-22,4	-1,4	23
Übrige Finanzposten ¹	2,5	0,1	3,6	0,2	31
Nettofinanzergebnis	-14,8	-0,9	-18,8	-1,2	21
Ergebnis vor Ertragsteuern	249,2	14,4	136,6	8,7	82
Ertragsteuern	-59,9	-3,5	-32,6	-2,1	-84
Konzernergebnis	189,2	10,9	104,0	6,7	82
Davon entfallen auf:					
Anteilseigner des Mutterunternehmens	185,9	10,7	104,0	6,7	79
Minderheitsanteile	3,3	0,2	0,0	0,0	>100
Konzernergebnis	189,2	10,9	104,0	6,7	82
je Aktie (in EUR)²					
Stammaktie	2,69		1,50		79
Vorzugsaktie	2,70		1,51		79

¹ Die Vorjahreswerte wurden angepasst. Siehe auch die begleitenden Erläuterungen im Konzernanhang unter „Darstellungsänderungen“.

² Vervässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Der **ROHERTRAG** erhöhte sich im Geschäftsjahr 2010 um 21 % auf 1.027 Mio. EUR (2009: 847 Mio. EUR). So konnte die **ROHERTRAGSMARGE** um 520 Basispunkte auf 59,4 % gesteigert werden (2009: 54,2 %). Diese Entwicklung ist insbesondere auf den steigenden Anteil des Umsatzes aus dem konzerneigenen Einzelhandel zurückzuführen. Darüber hinaus trugen eine konsequente Preispolitik, insbesondere im Einzelhandel, sowie die fortgeführte Optimierung der weltweiten Warenproduktion und -beschaffung zur Margenverbesserung bei.

Die **VERTRIEBS- UND MARKETINGAUFWENDUNGEN** lagen am Ende des Geschäftsjahres 2010 mit 574 Mio. EUR rund 18 % über dem Wert des Vorjahres (2009: 488 Mio. EUR). Aufgrund des weltweiten Ausbaus des konzerneigenen Einzelhandels stiegen die Einzelhandelsaufwendungen im abgelaufenen Geschäftsjahr um 75 Mio. EUR. Darin enthalten sind zusätzliche Aufwendungen für netto 99 neue Standorte, die im Rahmen der weltweiten Expansion dieses Geschäftsfeldes im Geschäftsjahr 2010 eröffnet wurden. Nach einer Reduzierung der Marketingaufwendungen im Vorjahr stiegen diese im Geschäftsjahr 2010 wieder auf das Vergleichsniveau der Vorjahre und lagen damit um 17 Mio. EUR über dem Vorjahreswert. Die Intensivierung der Werbeaktivitäten in allen Bereichen diente dabei der

Unterstützung wichtiger Markeninitiativen wie beispielsweise der Neupositionierung der Linie BOSS Orange. Die Konsolidierung und Optimierung der weltweiten Lagerkapazitäten trug dazu bei, dass trotz steigenden Umsatzes die Logistikaufwendungen im Geschäftsjahr 2010 auf Vorjahresniveau lagen. Wertberichtigungen auf Forderungen sowie Forderungsausfälle konnten durch das weiterhin konsequente Forderungsmanagement im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in etwa halbiert werden.

Die **VERWALTUNGS-AUFWENDUNGEN UND DER SALDO AUS SONSTIGEN BETRIEBLICHEN AUFWENDUNGEN UND ERTRÄGEN** des Geschäftsjahres 2010 blieben mit 189 Mio. EUR rund 7 % unter Vorjahresniveau (2009: 204 Mio. EUR). Der Verwaltungsaufwand lag dabei um 15 Mio. EUR über dem Vorjahreswert, hauptsächlich bedingt durch Aufwendungen in Zusammenhang mit Pensionen und Stock Appreciation Rights. Die im Rahmen der Kollektionserstellung anfallenden Forschungs- und Entwicklungskosten lagen im Geschäftsjahr 2010 mit 47 Mio. EUR rund 3 Mio. EUR über dem Niveau des Vorjahres (2009: 44 Mio. EUR). Ein deutlicher Rückgang der Einmalaufwendungen um 34 Mio. EUR konnte die Erhöhung der Verwaltungs-, Forschungs- und Entwicklungskosten jedoch überkompensieren. Sondereffekte in Höhe von 14 Mio. EUR (2009: 48 Mio. EUR) entstanden im Geschäftsjahr 2010 weiterhin im Zusammenhang mit der strukturellen Neuausrichtung und den Veränderungen im Management der letzten Jahre. Schließungen von konzerneigenen Einzelhandelsgeschäften sowie Showrooms spielten im abgelaufenen Geschäftsjahr hingegen nur noch eine untergeordnete Rolle.

Die interne Steuerungsgröße **EBITDA VOR SONDEREFFEKTEN** erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 31 % auf 350 Mio. EUR (2009: 267 Mio. EUR). Die bereinigte EBITDA-Marge stieg im Vergleich zum Vorjahr um 3,1 Prozentpunkte auf 20,2 % (2009: 17,1 %).

Die **ABSCHREIBUNGEN** lagen mit 72 Mio. EUR rund 4 % über dem Niveau des Vorjahres (2009: 69 Mio. EUR).

Das **ERGEBNIS DER BETRIEBLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT (EBIT)** stieg im Geschäftsjahr 2010 um 70 % auf 264 Mio. EUR (2009: 155 Mio. EUR). Höhere operative Aufwendungen im Vertriebs- und Marketingbereich wurden durch die positive Umsatzentwicklung im Einzelhandel sowie die Verbesserung der Rohertragsmarge vollständig kompensiert.

Das **NETTOFINANZERGEBNIS** wies zum Ende des Geschäftsjahres 2010 einen Wert von –15 Mio. EUR (2009: –19 Mio. EUR) aus. Das Nettozinsergebnis aus Zinsaufwendungen und -erträgen veränderte sich dabei im Vergleich zum Vorjahr um 5 Mio. EUR und lag nach Ablauf der Berichtsperiode bei –17 Mio. EUR (2009: –22 Mio. EUR). Ein durchschnittlich niedrigeres Zinsniveau wirkte sich dabei positiv auf den ungesicherten Teil der variabel verzinsten Kreditlinien aus. Darüberhinaus wurden Zinserträge von 2 Mio. EUR (2009: 0 Mio. EUR) durch die Anlage der liquiden Mittel in kurzfristigen Termingeldanlagen generiert. Gewinne aus Wechselkurseffekten aus der operativen Geschäftstätigkeiten beliefen sich auf 7 Mio. EUR (2009: 3 Mio. EUR). Ferner waren die Effekte aus Absicherungsinstrumenten für das „Stock Appreciation Rights Program“ in 2010 ausgeglichen (2009: Ertrag in Höhe von 3 Mio. EUR).

Das **ERGEBNIS VOR STEUERN** erhöhte sich somit um 82 % auf 249 Mio. EUR (2009: 137 Mio. EUR). Mit 24 % lag die Steuerquote auf dem Niveau des Vorjahrs (2009: 24 %). Die aus dem regional unterschiedlichen Wachstum resultierenden Ergebnisanteile der inländischen und ausländischen Gesellschaften des HUGO BOSS Konzerns wirkten sich im Jahr 2010 neutral auf den Konzernsteuersatz aus.

Das **KONZERNERGEBNIS** lag im Geschäftsjahr 2010 mit 189 Mio. EUR rund 82 % über dem Wert des Vorjahres (2009: 104 Mio. EUR). Der auf Anteilseigner entfallende Konzerngewinn lag dabei mit 186 Mio. EUR rund 79 % über dem Vorjahreswert (2009: 104 Mio. EUR). Der Ergebnisanteil anderer Gesellschafter belief sich im entsprechenden Zeitraum auf 3 Mio. EUR (2009: 0 Mio. EUR) und bezieht sich im Wesentlichen auf den 40 %-Anteil der Rainbow Gruppe an den Joint-Venture-Gesellschaften in China. Das **ERGEBNIS JE STAMMAKTIE** erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 79 % auf 2,69 EUR (2009: 1,50 EUR) und das **ERGEBNIS JE VORZUGSAKTIE** um 79% auf 2,70 EUR (2009: 1,51 EUR).

Dividende und Ergebnisverwendung

Das Geschäftsjahr 2010 der HUGO BOSS AG schloss mit einem Jahresüberschuss von 49 Mio. EUR ab (2009: 71 Mio. EUR). Der Bilanzgewinn betrug nach Entnahme aus den Gewinnrücklagen 143 Mio. EUR (2009: 68 Mio. EUR). Vor dem Hintergrund einer **ERTRAGSORIENTIERTEN AUSSCHÜTTUNGSPOLITIK** werden Aufsichtsrat und Vorstand der Hauptversammlung vorschlagen, **EINE DIVIDENDE VON 2,02 EUR JE STAMMAKTIE UND 2,03 EUR JE VORZUGSAKTIE** für das Geschäftsjahr 2010 auszuschütten. Dies entspricht einem Betrag von 140 Mio. EUR (2009: 67 Mio. EUR). Des Weiteren wird der Hauptversammlung vorgeschlagen, den auf eigene Anteile entfallenden Dividendenbetrag in Höhe von 3 Mio. EUR auf neue Rechnung vorzutragen (2009: 1 Mio. EUR).



Die Entwicklung der Dividende je Stammaktie und der Dividende je Vorzugsaktie sind den Grafiken 05/1 und 05/2 auf Seite 59 zu entnehmen.

23/1 – ERGEBNIS JE VORZUGSAKTIE (in EUR)

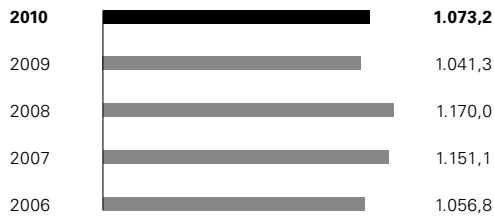


23/2 – ERGEBNIS JE STAMMAKTIE (in EUR)

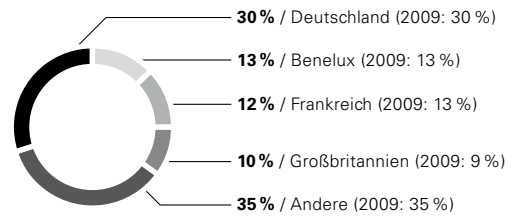


UMSATZENTWICKLUNG NACH REGIONEN

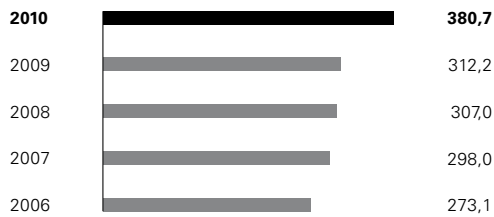
24/1 – EUROPA (in Mio. EUR)



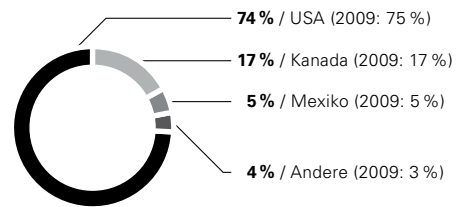
24/2 – EUROPA NACH MÄRKTEN



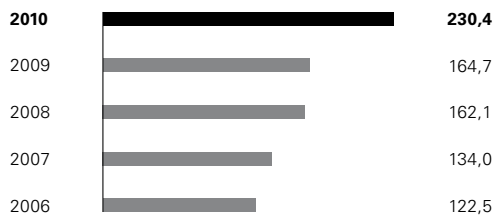
24/3 – AMERIKA (in Mio. EUR)



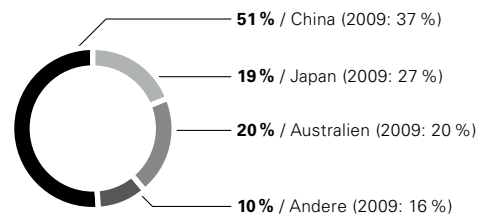
24/4 – AMERIKA NACH MÄRKTEN



24/5 – ASIEN/PAZIFIK (in Mio. EUR)



24/6 – ASIEN/PAZIFIK NACH MÄRKTEN



ERGEBNISENTWICKLUNG DER GESCHÄFTSSEGMENTE

Im Jahr 2010 stieg der Umsatz des HUGO BOSS Konzerns in allen Regionen. Während der Umsatz in Europa währungsbereinigt um 2% zulegen, verzeichneten Amerika und Asien Zuwächse um 14% beziehungsweise 28% in lokalen Währungen. Dabei wurden in allen Regionen Profitabilitätssteigerungen realisiert.

Das Ergebnis nach Regionen entspricht dem Segmentergebnis und damit dem EBITDA vor Sondereffekten der jeweiligen Geschäftseinheiten inklusive 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.

EUROPA

Der Umsatz in der **REGION EUROPA** inklusive Naher Osten/Afrika konnte im Geschäftsjahr 2010 um 2% in lokalen Währungen zulegen und lag in Berichtswährung mit 1.073 Mio. EUR gut 3% über dem Vorjahresniveau (2009: 1.041 Mio. EUR).

Mit Blick auf die wichtigsten **EUROPÄISCHEN MÄRKTE** zeigen sich in der Umsatzentwicklung deutliche regionale Unterschiede. Der Umsatz in **DEUTSCHLAND** lag mit 324 Mio. EUR 5% über dem Niveau des Vorjahres (2009: 309 Mio. EUR). In den **BENELUXSTAATEN** lag der Umsatz mit 136 Mio. EUR 1% über Vorjahresniveau (2009: 135 Mio. EUR), wohingegen der Umsatz in **FRANKREICH** mit 131 Mio. EUR 2% unter dem Vorjahreswert lag (2009: 134 Mio. EUR). In **GROSSBRITANNIEN** konnte der Umsatz währungsbereinigt um 13% gegenüber dem Vorjahreszeitraum zulegen und lag in Berichtswährung mit 112 Mio. EUR 17% über dem Vorjahr (2009: 96 Mio. EUR). In **SPANIEN** führten die Schließung unprofitabler Standorte im Vorjahr sowie das weiterhin angespannte Marktumfeld zu einem Umsatzrückgang im Berichtszeitraum. Auch das Geschäft in **ITALIEN** blieb im abgelaufenen Geschäftsjahr leicht hinter dem Vorjahr zurück. Umsatzanstiege zeigten sich demgegenüber in den Märkten Skandinaviens und Osteuropas. In **SKANDINAVIEN** führten die allgemeine Markterholung sowie gezielte Neueröffnungen zu einer positiven Umsatzentwicklung. Mit der Übernahme von erstmals fünf Einzelhandelsstandorten in **POLEN** wurde die Expansion auf dem osteuropäischen Markt weiter vorangetrieben.

Das **SEGMENTERGEBNIS DER REGION EUROPA** lag mit 143 Mio. EUR um 24 Mio. EUR über dem Niveau des Vorjahres (2009: 119 Mio. EUR). Der steigende Anteil des konzerneigenen Einzelhandels sowie

25/1 – ERGEBNISENTWICKLUNG EUROPA (in Mio. EUR)

2010		142,9
2009		118,8
2008		125,4
2007		137,7

Werte für 2006 sind nicht verfügbar. Die Umstellung auf eine Segmentberichterstattung nach Regionen erfolgte im Geschäftsjahr 2007.

die hohe Kostendisziplin in den sonstigen operativen Aufwendungen trugen wesentlich zur Ergebnissteigerung bei. Aufwendungen für Forderungswertberichtigungen in den Märkten Osteuropas und Frankreichs fielen aufgrund der entspannteren wirtschaftlichen Lage im Geschäftsjahr 2010 deutlich geringer aus als noch in 2009. Die bereinigte EBITDA-Marge stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum somit um 1,9 Prozentpunkte auf 13,3 % (2009: 11,4 %).

AMERIKA

Die **REGION AMERIKA** konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatzzuwachs von 14 % in lokalen Währungen verzeichnen. In Berichtswährung stieg der Umsatz in dieser Region um 22 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf 381 Mio. EUR (2009: 312 Mio. EUR).

Insbesondere in den **USA** konnte ein Umsatzwachstum von 16 % in lokaler Währung verzeichnet werden. In Berichtswährung erhöhte sich der Umsatz dort um 21 % und lag mit 283 Mio. EUR deutlich über dem Wert des Vorjahres (2009: 233 Mio. EUR). Sowohl im Großhandelskanal als auch beim Vertrieb über den konzerneigenen Einzelhandel wurden zweistellige Wachstumsraten erreicht. Neben einer Umsatzsteigerung auf den bestehenden Einzelhandelsflächen konnte zusätzlicher Umsatz zudem durch gezielte Neueröffnungen von Einzelhandelsgeschäften sowie die Eröffnung des US-amerikanischen Online Stores in der ersten Jahreshälfte erzielt werden.

Der währungsbereinigte Umsatz in **KANADA** lag aufgrund von Umsatzsteigerungen im konzerneigenen Einzelhandel 5 % über dem Niveau des Vorjahres. Die Entwicklung des kanadischen Dollars wirkte sich positiv auf den Umsatz in Berichtswährung aus. Nach Ablauf der Berichtsperiode stieg dieser somit um 21 % auf 63 Mio. EUR (2009: 52 Mio. EUR). In **MITTEL- UND SÜDAMERIKA** konnten Umsatzzuwächse von 13 % in lokalen Währungen verzeichnet werden. Dies entspricht einem Anstieg von 28 % in Berichtswährung auf 35 Mio. EUR (2009: 27 Mio. EUR) und ist größtenteils auf die positive Entwicklung der bestehenden Einzelhandelsstandorte sowie gezielte Neueröffnungen im mexikanischen und brasilianischen Markt zurückzuführen.

Das **SEGMENTERGEBNIS DER REGION AMERIKA** lag mit 47 Mio. EUR deutlich über dem Niveau des Vorjahres (2009: 15 Mio. EUR). Neben den steigenden Umsatzerlösen war hauptsächlich die Verbesserung der Rohertragsmarge in allen Märkten durch den steigenden Einzelhandelsanteil für die Ergebnisverbesserung verantwortlich. Eine konsequente Umsetzung der Preispolitik im Groß- und Einzelhandelsbereich insbesondere auf dem US-amerikanischen Markt sorgte für eine zusätzliche Verbesserung des Ergebnisses. Die bereinigte EBITDA-Marge in dieser Region stieg im Geschäftsjahr 2010 um 7,7 Prozentpunkte auf insgesamt 12,4 % (2009: 4,7 %).

25/2 – ERGEBNISENTWICKLUNG AMERIKA (in Mio. EUR)

2010		47,4
2009		14,5
2008		16,1
2007		35,1

Werte für 2006 sind nicht verfügbar. Die Umstellung auf eine Segmentberichterstattung nach Regionen erfolgte im Geschäftsjahr 2007.

ASIEN/PAZIFIK

Der Umsatz des HUGO BOSS Konzerns in der **REGION ASIEN/PAZIFIK** erhöhte sich in lokalen Währungen um 28 % gegenüber dem Vorjahr. In Berichtswährung lag der Umsatz im Geschäftsjahr 2010 mit 230 Mio. EUR 40 % über dem Vorjahresniveau (2009: 165 Mio. EUR). Die Joint-Venture-Vereinbarung für den chinesischen Markt trug dazu mit einem Mehrumsatz von rund 26 Mio. EUR bei. Der Umsatzanteil, der über konzerneigenen Einzelhandel erzielt wurde, stieg in der Region Asien/Pazifik von 46 % im Geschäftsjahr 2009 auf 68 % im Geschäftsjahr 2010. Bedingt durch das Joint Venture sowie weitere gezielte Neueröffnungen von Einzelhandelsstandorten wiesen die Umsätze in **CHINA** ein währungsbereinigtes Wachstum von 84 % auf. Auch in Berichtswährung lagen die Umsätze mit 117 Mio. EUR deutlich über dem Niveau der Vergleichsperiode (Vorjahr: 61 Mio. EUR). Der Umsatz in **AUSTRALIEN** konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr insbesondere durch die Übernahme von Standorten eines Franchisenehmers gesteigert werden, wohingegen sich das Geschäft im **JAPANISCHEN MARKT** weiterhin schwierig gestaltete.

Bei steigenden Umsatzerlösen lag das **SEGMENTERGEBNIS IN DER REGION ASIEN/PAZIFIK** mit 40 Mio. EUR deutlich über dem Vorjahr (2009: 15 Mio. EUR). Der kontinuierliche Ausbau des eigenen Einzelhandels in dieser Region führte bei gleichzeitigem Umsatzanstieg zu einer Steigerung des Segmentergebnisses um 25 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die deutliche Steigerung des Umsatzanteils, der über konzerneigenen Einzelhandel erzielt wurde, trug zu einer Verbesserung der Rohertragsmarge bei. Die im Rahmen des im Juli 2010 geschlossenen Joint Ventures in den Konzern eingebrachten Einzelhandelsgeschäfte hatten dabei einen wesentlichen Einfluss auf diese Entwicklung. Die bereinigte EBITDA-Marge stieg somit in dieser Region um 8,4 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr und erreichte 17,3 % im Geschäftsjahr 2010 (2009: 8,9 %).

25/3 – ERGEBNISENTWICKLUNG ASIEN/PAZIFIK (in Mio. EUR)

2010		39,8
2009		14,6
2008		16,4
2007		15,3

Werte für 2006 sind nicht verfügbar. Die Umstellung auf eine Segmentberichterstattung nach Regionen erfolgte im Geschäftsjahr 2007.

LIZENZEN

Auch das **LIZENZGESCHÄFT** verzeichnete im Geschäftsjahr 2010 einen Umsatzzuwachs. In den Lizenzumsätzen sind sowohl Lizenzeinnahmen von Dritten als auch gruppeninterne Umsätze enthalten. Die von Partnern hergestellten Produkte umfassen Düfte, Brillen, Uhren, Kindermode und Motorradhelme. Der Außenumsatz mit externen Lizenznehmern lag mit 45 Mio. EUR gut 3 % über dem Wert des Vorjahres (2009: 44 Mio. EUR). Im Vorjahr wurde der Umsatzrückgang durch Einnahmen aus Mindestlizenzen kompensiert. Im Geschäftsjahr 2010 konnten insbesondere bei den Umsätzen mit den Lizenznehmern für Brillen, Uhren und Kindermode zweistellige Zuwachsraten verzeichnet werden. Auch der Lizenzumsatz der größten Lizenzproduktgruppe, Düfte, konnte im Jahresvergleich zulegen.

Das **ERGEBNIS DES SEGMENTS LIZENZEN** lag mit 79 Mio. EUR leicht über dem Niveau des Vorjahres (2009: 75 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.

CORPORATE CENTER

Das Ergebnis der unternehmensweiten Zusammenfassung der zentralen Beschaffungs-, Produktions-, Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten sowie sonstiger Zentralfunktionen wird im Segment **CORPORATE CENTER** erfasst. Das Segmentergebnis verbesserte sich im Geschäftsjahr 2010 auf 55 Mio. EUR (2009: 34 Mio. EUR). Die Optimierung der weltweiten Beschaffungs- und Produktionsprozesse sowie der Zentralstrukturen trug zur Ergebnis- und Margenverbesserung dieses Segments bei. Die bereinigte EBITDA-Marge dieses Segments konnte im Berichtszeitraum um 2,0 Prozentpunkte auf 5,6 % gesteigert werden (2009: 3,6 %).

VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

HUGO BOSS hat im Geschäftsjahr 2010 seine Eigenkapitalbasis gestärkt und damit seine Bilanzstruktur weiter verbessert. Insbesondere wurde die Effizienz des Kapitaleinsatzes erhöht. Dies spiegelt sich vor allem in einem Rückgang des kurzfristigen Nettovermögens wider.

BILANZSTRUKTUR UND BILANZKENNZAHLEN

Die **BILANZSUMME** stieg zum Ende des Jahres 2010 um 27 % auf 1.355 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 1.065 Mio. EUR). Die Veränderung ist im Wesentlichen auf den Anstieg der flüssigen Mittel sowie den weltweiten Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels zurückzuführen.

Die **EIGENKAPITALQUOTE** erhöhte sich im Vorjahresvergleich auf 27 % (31. Dezember 2009: 19 %).

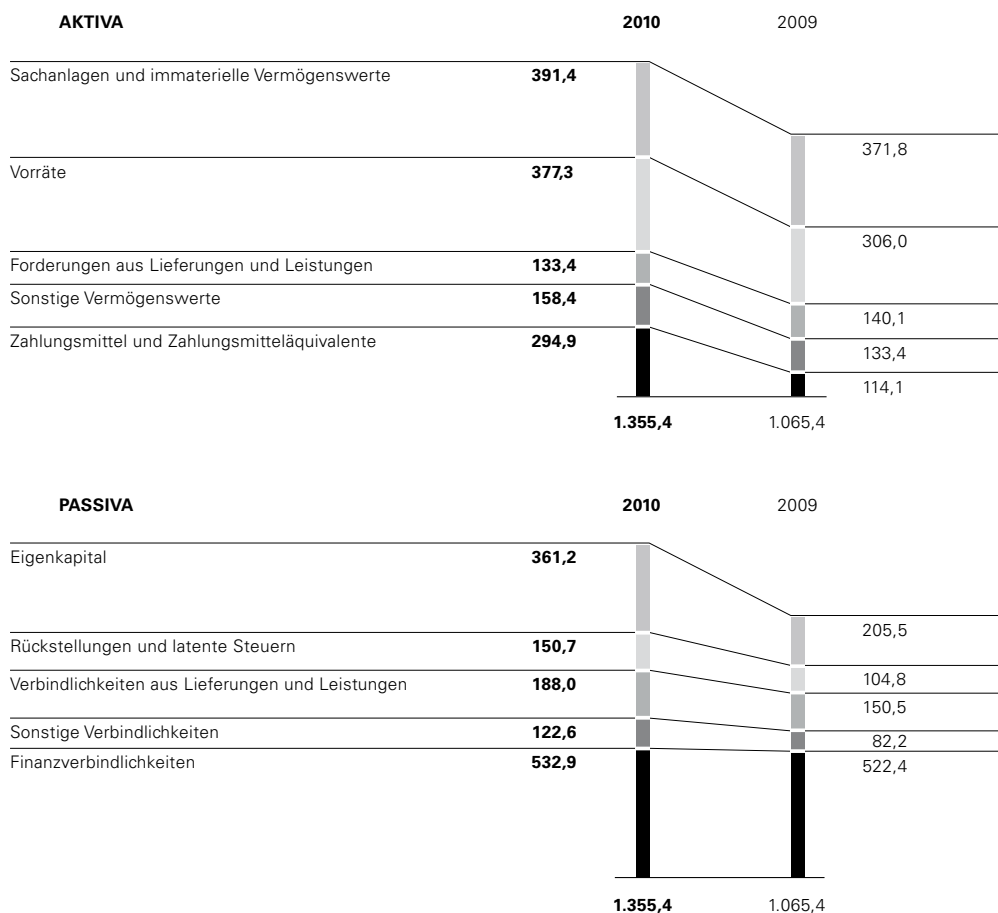
Bilanzstruktur

Aufgrund der Erhöhung der flüssigen Mittel sowie des Vorratsvermögens hat sich der **ANTEIL DER KURZFRISTIGEN VERMÖGENSWERTE** im Vergleich zum Vorjahr auf 66 % erhöht (31. Dezember 2009: 59 %).



Siehe dazu auch die Konzernbilanz auf Seite 152 f. im Anhang.

26 – BILANZSTRUKTUR (in Mio. EUR)



Der **ANTEIL DER LANGFRISTIGEN AKTIVA** verminderte sich entsprechend von 41 % im Vorjahr auf 34 % zum 31. Dezember 2010.

Die **STRUKTUR DER PASSIVSEITE** wird weiterhin durch die in Anspruch genommene feste Tranche des Konsortialkredits in Höhe von 450 Mio. EUR beeinflusst. Der Anteil der Finanzverbindlichkeiten verringerte sich jedoch von 49 % im Vorjahr auf 39 % zum 31. Dezember 2010. Maßgeblich für diese Entwicklung war vor allem der überproportionale Anstieg des Eigenkapitals aufgrund der positiven Gewinnentwicklung.

VERMÖGENSLAGE

Auf der Aktivseite stieg das **ANLAGEVERMÖGEN** zum Ende des Geschäftsjahres leicht auf 391 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 372 Mio. EUR). Ursächlich hierfür sind im Wesentlichen die aus der Erstkonsolidierung des Joint Ventures in China resultierenden Anlagenzugänge. Im Rahmen der Kaufpreisallokation wurden stille Reserven in immateriellen Vermögenswerten in Höhe von 16 Mio. EUR sowie ein Geschäfts- und Firmenwert von 10 Mio. EUR bilanziert. Investitionen in den weiteren Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels sowie die Weiterentwicklung der operativen IT-Systeme wurden durch Abgänge und Abschreibungen ausgeglichen.

Die **VORRÄTE** stiegen zum Ende des Geschäftsjahres 2010 um 23 % auf 377 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 306 Mio. EUR). Währungseffekte, insbesondere im Zusammenhang mit dem US-Dollar und dem Schweizer Franken, hatten dabei einen negativen Einfluss auf die Bestandsentwicklung. Die durch die Joint-Venture-Gesellschaften eingebrachten Fertigwaren erhöhten den Posten ebenfalls. Bereinigt um Wechselkurseffekte und die Erstkonsolidierung des Joint Ventures stieg das Vorratsvermögens im Vorjahresvergleich um 10 %. Dieser Anstieg reflektiert den fortgesetzten Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels. Zudem führte ein erhöhtes Volumen in Wareneinkauf und -produktion aufgrund der erwarteten positiven Geschäftsentwicklung zu einer leichten Erhöhung des Rohwarenbestands.

Die **FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN** konnten im Vergleich zum Vorjahr um 5 % auf 133 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 140 Mio. EUR) reduziert werden. Bereinigt um Wechselkurseffekte entspricht dies einem Rückgang von 10 %, welcher insbesondere auf das konzernweit implementierte Forderungsmanagement zurückzuführen ist. Durch die konsequente Überwachung der Außenstände und den verbesserten Forderungseinzug konnte die durchschnittliche Forderungsreichweite im Vergleich zum Vorjahresniveau deutlich verkürzt werden.

Die **SONSTIGEN VERMÖGENSWERTE** erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 19 % auf 158 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 133 Mio. EUR). Die Erhöhung der positiven Marktwerte von kurz- und mittelfristigen Sicherungsgeschäften sowie von Bonusforderungen aus Lieferbeziehungen führte zu diesem Anstieg.

Die **ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE** belaufen sich zum Bilanzstichtag auf 295 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 114 Mio. EUR). Die Erhöhung der flüssigen Mittel ergibt sich im Wesentlichen aus der Entwicklung des operativen Mittelzuflusses, der sich positiv auf die Liquiditätssituation des Konzerns auswirkte.

Auf der Passivseite erhöhten sich die **RÜCKSTELLUNGEN UND LATENTEN STEUERN** auf 151 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 105 Mio. EUR). Darin enthalten sind Rückstellungen für Pensionen und andere Personalaufwendungen in Höhe von 73 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 50 Mio. EUR). Sonstige Rückstellungen sind mit 53 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 38 Mio. EUR) und passive latente Steuern mit 25 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 16 Mio. EUR) enthalten.

Die **VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN** erhöhten sich im Wesentlichen aufgrund des erhöhten Volumens im Wareneinkauf um 25 % auf 188 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 151 Mio. EUR). Währungsbereinigt entspricht dies einem Anstieg von 20 %. Im Rahmen des „Preferred Supplier“-Konzepts implementierte Zahlungsziele erhöhten die Verbindlichkeitsreichweite und somit den Saldo des Postens.

Die Summe der **KURZ- UND LANGFRISTIGEN FINANZVERBINDLICHKEITEN** veränderte sich im Vorjahresvergleich leicht und beläuft sich zum Bilanzstichtag auf 533 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 522 Mio. EUR). Darin enthalten sind negative Marktwerte von Zins- und Währungssicherungsgeschäften in Höhe von insgesamt 26 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 29 Mio. EUR) sowie die abgegrenzten ausstehenden Kaufpreiszahlungen für den Erwerb der Joint-Venture-Gesellschaften in China.

Die **SONSTIGEN VERBINDLICHKEITEN** erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 50 % auf 123 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 82 Mio. EUR). Neben den Ertragsteuerschulden enthält dieser Posten die Abgrenzungen für die operativen Leasingverträge der konzerneigenen Einzelhandelsgeschäfte.

Das **KURZFRISTIGE NETTOVERMÖGEN (NET WORKING CAPITAL)** stellt die zentrale Steuerungsgröße des HUGO BOSS Konzerns zur Messung eines effizienten Kapitaleinsatzes dar. Als wesentliche Komponenten gehen die operativen Bestandsgrößen Vorräte sowie die Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in die Berechnung dieser Kennzahl ein.

Im Vergleich zum Vorjahr konnte das kurzfristige Nettovermögen um 8 % auf 205 Mio. EUR vermindert werden (31. Dezember 2009: 223 Mio. EUR). Die Veränderungen der Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen kompensierten den Anstieg des Vorratsvermögens teilweise. Die Veränderung der sonstigen Posten des kurzfristigen Nettovermögens hatten ebenfalls einen positiven Einfluss auf die Höhe der Kennzahl zum Bilanzstichtag.

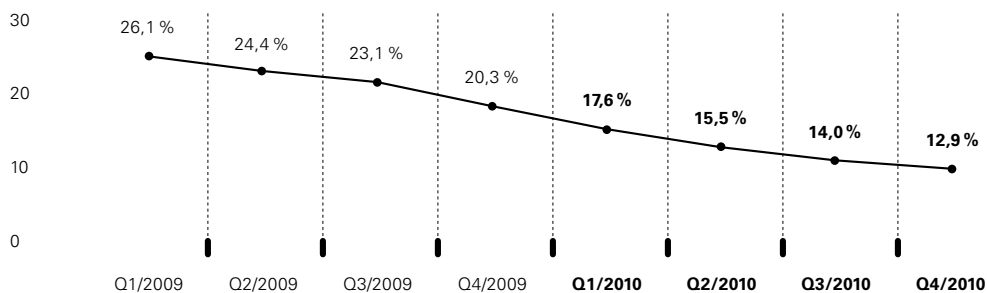
Der gleitende 12-Monats-Durchschnitt des kurzfristigen Nettovermögens im Verhältnis zum Umsatz konnte im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls deutlich reduziert werden und erreichte mit 12,9 % zum Bilanzstichtag einen historischen Tiefstand (2009: 20,3 %). Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf die nachgehaltenen Maßnahmen zur Optimierung des kurzfristigen Nettovermögens zurückzuführen.



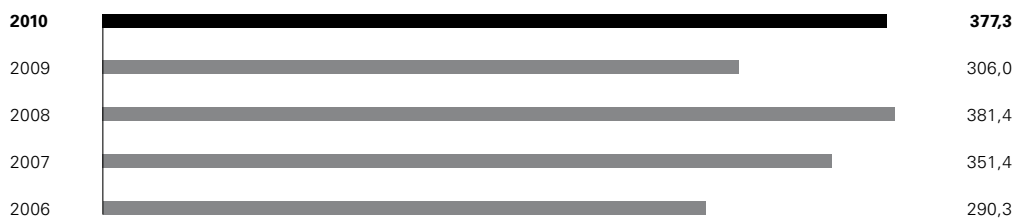
Siehe dazu auch die Übersicht 27/1 zum kurzfristiges Nettovermögen auf Seite 114.

KURZFRISTIGES NETTOVERMÖGEN

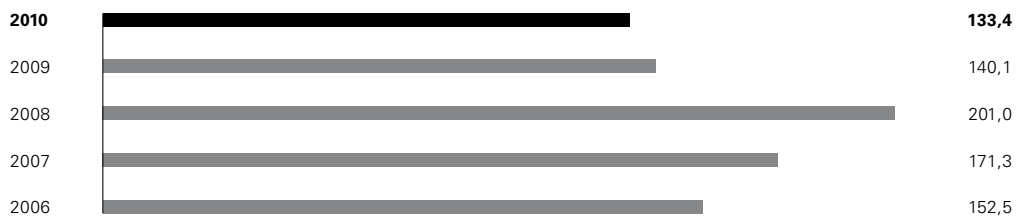
27/1 – KURZFRISTIGES NETTOVERMÖGEN (in % des Umsatzes)



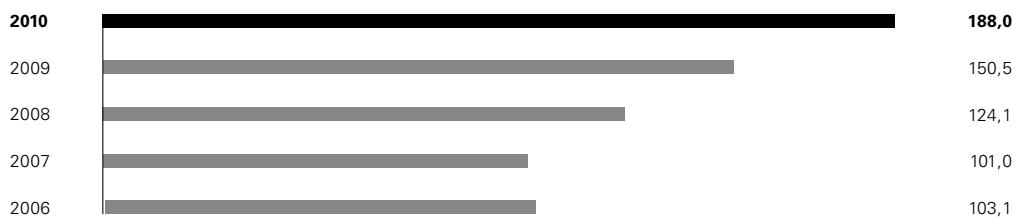
27/2 – VORRÄTE – 5-JAHRES-ÜBERSICHT (in Mio. EUR)



27/3 – FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN – 5-JAHRES-ÜBERSICHT (in Mio. EUR)



27/4 – VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN – 5-JAHRES-ÜBERSICHT (in Mio. EUR)



FINANZLAGE

Finanzmanagement und Finanzierungsgrundsätze

Das wichtigste Ziel des **FINANZMANAGEMENTS** von HUGO BOSS ist es, jederzeit ausreichende Liquiditätsreserven für branchenbedingte saisonale Schwankungen und für das weitere Unternehmenswachstum zur Verfügung stellen zu können.

Die wichtigste Liquiditätsquelle des Konzerns stellen dabei die operative Geschäftstätigkeit der einzelnen Konzerngesellschaften und die daraus resultierenden Zahlungseingänge dar. Ein **DAUERHAFT POSITIVER FREE CASHFLOW** sichert die finanzielle Unabhängigkeit des Konzerns und seine jederzeitige Zahlungsfähigkeit.

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 weiteren Fremdfinanzierungsvolumens des HUGO BOSS Konzerns erreicht. Vorteile dieses Vorgehens sind die Reduktion kostenpflichtiger Bankumsätze sowie ein niedriger Fremdfinanzierungsbedarf, was positive Auswirkungen auf das Zinsergebnis hat.

Treasury-Verantwortlichkeiten und -Funktionen

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. Damit wird der Finanzierungsbedarf der Konzerngesellschaften weitestgehend gedeckt. 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.

Finanzierung

Bei der **AUSWAHL DER FINANZIERUNGSTRUMENTE** werden Marktkapazität, Finanzierungskosten, Investorendiversifikation, Flexibilität, Kreditauflagen und Fälligkeiten berücksichtigt.

Die **LANGFRISTIGE FINANZIELLE 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 revolvingenden Tranche von 300 Mio. EUR. Zum Bilanzstichtag wurde nur die feste Tranche in Höhe von 450 Mio. EUR in Anspruch genommen.



Ausführliche Informationen zu den Liquiditätsrisiken sind im Risikobericht auf Seite 129 unter „Finanzierungs- und Liquiditätsrisiken“ zu finden.



Wesentliche Finanzierungsinstrumente und künftige finanzielle Verpflichtungen werden im Konzernanhang unter „Finanzverbindlichkeiten“, „Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten/Verpflichtungen“ und „Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten“ auf Seite 201 ff. beschrieben.

In ihrer Funktion als „In-House Bank“ hat die HUGO BOSS International B.V. diese Mittel über laufzeitkongruente konzerninterne Darlehen an Konzerngesellschaften mit erhöhtem Finanzierungsbedarf zur Verfügung gestellt. Diese Darlehen mit endfälliger Rückzahlungsverpflichtung wurden in der Regel in der Landeswährung der jeweiligen Vertriebsgesellschaft begeben. Zur Absicherung des dadurch entstehenden Fremdwährungsrisikos bei der HUGO BOSS International B.V. wurden für die wesentlichen Währungen laufzeitadäquate Devisentermingeschäfte kontrahiert.

Zur weiteren Liquiditätssicherung verfügt der Konzern zum Bilanzstichtag über bilaterale Kreditlinien im Gesamtvolumen von 83 Mio. EUR, von denen zum 31. Dezember 2010 46 Mio. EUR beansprucht wurden. Neben den ungenutzten Kreditlinien in Höhe von 337 Mio. EUR verfügt der Konzern zum Bilanzstichtag über 295 Mio. EUR liquide Mittel, davon sind 246 Mio. EUR auf Termingeldkonten mit einer Laufzeit von bis zu 6 Monaten angelegt.

Finanzierungskonditionen

Der **KONSORTIALKREDITVERTRAG** 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 Aufwendungen im Zusammenhang mit dem „Stock Appreciation Rights Program“.

Zum 31. Dezember 2010 lag HUGO BOSS wie in den vorangegangenen Quartalen deutlich über den geforderten Mindestwerten. Durch die positive Entwicklung des operativen Gewinns und die deutlich verbesserte Nettoverschuldung hat sich insbesondere die **FINANZIERUNGSSTÄRKE** im Vergleich zum Vorjahr wesentlich verbessert. Zum Bilanzstichtag konnte die Kennzahl von 1,4 im Vorjahr auf 0,6 reduziert werden.

Die Finanzverbindlichkeiten des HUGO BOSS Konzerns sind größtenteils variabel und marktgerecht verzinslich und unterliegen zum überwiegenden Teil einer kurzfristigen Zinsbindung. Von den variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten sind zum 31. Dezember 2010 rund 313 Mio. EUR durch Payer-Swaps gegen einen Zinsanstieg gesichert. Weitere fest verzinsliche Darlehen unterliegen keinem Zinsänderungsrisiko.

Im gewichteten Mittel blieb der Zinssatz für die Bruttofinanzverbindlichkeiten vor Zinssicherungsgeschäften im Jahr 2010 mit 1,7 % nahezu auf Vorjahresniveau (2009: 1,6 %).

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente

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

→
Zu den Finanzverbindlichkeiten siehe Textziffer 25 im Konzernanhang auf Seite 201 f.

▮
Eine 5-Jahres-Übersicht der Finanzierungsstärke liefert Grafik 28 auf Seite 116.

→
Zu den Operating-Lease-Verpflichtungen siehe Konzernanhang Seite 207.

28 – FINANZIERUNGSSTÄRKE¹



¹ Nettofinanzposition/EBITDA vor Sondereffekten und Aufwendungen für das „Stock Appreciation Rights Program“.

29 – ZINSDECKUNGSGRAD¹



¹ EBITDA vor Sondereffekten und Aufwendungen für das „Stock Appreciation Rights Program“/Nettozinsergebnis.

Grundsätze des Kapitalmanagements

Vorrangige Ziele des Kapitalmanagements des Konzerns sind 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 2010 bzw. 31. Dezember 2009 wurden keine Änderungen der Ziele, Richtlinien und Verfahren vorgenommen.

Der Konzern überwacht sein Kapital mithilfe der oben genannten Kennziffer über die Finanzierungsstärke.

Kapitalflussrechnung

Die Darstellung der Cashflow-Rechnung erfolgt gemäß IAS 7. Der betrachtete Zahlungsmittelfonds entspricht dabei der Bilanzposition „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“.

Sämtliche Investitionen zum Ausbau des konzernerzogenen Einzelhandels sowie die erste Kaufpreiszahlung für den Erwerb der Anteile der Joint-Venture-Gesellschaften wurden aus dem eigenen Cashflow finanziert. Eine Inanspruchnahme der revolving Kreditlinie des Konsortialkredits war somit nicht erforderlich. Zudem hat sich der Stand der Zahlungsmittel im Vergleich zum 31. Dezember 2009 deutlich erhöht.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr ergab sich ein **MITTELZUFLUSS AUS BETRIEBLICHER TÄTIGKEIT** in Höhe von 308 Mio. EUR. Dieser lag rund 10 % unter dem Vorjahreswert (2009: 344 Mio. EUR). Im Vorjahr ergab sich aus der Reduzierung des kurzfristigen Nettovermögens ein nicht wiederholbarer Mittelzufluss. Vor dem Hintergrund der Nachfragebelebung im laufenden Jahr und der prognostizierten Geschäftsentwicklung hat sich dieser Effekt im Geschäftsjahr 2010 erwartungsgemäß stark abgeschwächt. Zum Ende des Geschäftsjahres 2010 ergab sich ein negativer Cashfloweffekt aus der Veränderung des kurzfristigen Nettovermögens von 9 Mio. EUR (2009: positiver Effekt von 184 Mio. EUR). Gegenläufig wirkte sich die starke Erhöhung des Konzernergebnisses um 85 Mio. EUR auf 189 Mio. EUR (2009: 104 Mio. EUR) aus. Aufgrund eines durchschnittlich niedrigeren Zinsniveaus und der aus der kurzfristigen Anlage von Zahlungsmitteln erhaltenen Zinsen verminderte sich der Nettomittelabfluss aus Zinsaufwendungen und -erträgen auf 18 Mio. EUR (2009: 22 Mio. EUR). Durch die währungsberichtigte Darstellung im Cashflow lassen sich diese Werte nicht aus der Bilanz ableiten.

30 – OPERATIVER CASHFLOW – 5-JAHRES-VERGLEICH (in Mio. EUR)

2010		308,3
2009		343,7
2008		164,8
2007		109,7
2006		171,9



Weitere Informationen zu den finanziellen Risiken sind im Risikobericht auf Seite 129 ff. aufgelistet.

Der **MITTELABFLUSS AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT** lag mit 62 Mio. EUR über dem Vorjahresniveau (2009: 44 Mio. EUR). Die Auszahlungen für Investitionen bezogen sich im Wesentlichen auf den Erwerb von Sachanlagen für den weiteren Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels. Darüber hinaus ergaben sich aus der ersten Tranche der vereinbarten Kaufpreiszahlung für den Erwerb des Joint Ventures in China Mittelabflüsse von 10 Mio. EUR (96 Mio. HKD). Diese wurden durch die erworbenen Zahlungsmittel von 3 Mio. EUR teilweise kompensiert.

Im Geschäftsjahr 2010 war der **MITTELABFLUSS AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT** in Höhe von 68 Mio. EUR (2009: 211 Mio. EUR) im Wesentlichen geprägt durch die Auszahlung der Dividende für das Geschäftsjahr 2009.

Der **FINANZMITTELBESTAND** erhöhte sich zum 31. Dezember 2010 auf 295 Mio. EUR (2009: 114 Mio. EUR). Währungseffekte in Höhe von 3 Mio. EUR wirkten sich dabei positiv auf die Liquiditätssituation aus.

Nettofinanzposition

Die Nettofinanzposition enthält die Summe aller Finanzverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten abzüglich der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente.

Die Finanzverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten lagen am Bilanzstichtag mit 496 Mio. EUR leicht über Vorjahresniveau (2009: 493 Mio. EUR). Davon entfallen 450 Mio. EUR auf die durch die HUGO BOSS International B.V. in Anspruch genommene feste Tranche des Konsortialkredits.



Der Posten Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente als Liquiditätsreserve des Konzerns hat sich aufgrund der weiterhin positiven Entwicklung des Mittelzuflusses aus betrieblicher Tätigkeit von 114 Mio. EUR zum Bilanzstichtag des Vorjahrs auf 295 Mio. EUR zum 31. Dezember 2010 erhöht.

Die Nettofinanzposition als Saldo der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten abzüglich der Liquiditätsreserve hat sich somit von 379 Mio. EUR im Vorjahr um 178 Mio. EUR auf 201 Mio. EUR zum Bilanzstichtag verbessert.

31 – NETTOFINANZPOSITION (in Mio. EUR)

2010		201,1
2009		379,1
2008		583,2
2007		173,6
2006		118,0

32 – ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE (in Mio. EUR)

2010		294,9
2009		114,1
2008		24,6
2007		24,5
2006		38,9

INVESTITIONEN

Die Summe der Investitionen in Sachanlagen und immateriellen Vermögensgegenständen des HUGO BOSS Konzerns lag im abgelaufenen Geschäftsjahr 2010 mit 56 Mio. EUR rund 15 % über dem Vorjahresniveau (2009: 48 Mio. EUR).

Mit einem Anteil von 70 % am Gesamtinvestitionsvolumen standen 2010 **DIE WELTWEITE EXPANSION UND DIE MODERNISIERUNG DES UNTERNEHMENSEIGENEN EINZELHANDELSNETZWERKS IM MITTELPUNKT DER NEUINVESTITIONEN**. Für den Ausbau dieses Vertriebskanals durch Neueröffnungen und Übernahmen wurden insgesamt Investitionsausgaben in Höhe von 29 Mio. EUR getätigt (2009: 24 Mio. EUR). Zusätzlich zu den Aufwendungen für neue Geschäfte entfielen 10 Mio. EUR (2009: 2 Mio. EUR) auf die Modernisierung und Renovierung bestehender Standorte.

Daneben wurden 3 Mio. EUR (2009: 3 Mio. EUR) in die Eröffnung bzw. die Erweiterung bestehender Showrooms und Outletflächen sowie in eine Vielzahl von kleineren Projekten investiert.

Den zweitgrößten Posten der Investitionen stellt mit einem Gesamtvolumen von 9 Mio. EUR (2009: 7 Mio. EUR) die **WEITERENTWICKLUNG DER HUGO BOSS LOGISTIK- UND VERTRIEBSSYSTEME** dar. Dazu zählten unter anderem die Anbindung zusätzlicher unternehmenseigener Einzelhandelsgeschäfte an die konzernweit eingesetzte Software SAP Retail sowie die Entwicklung des US-amerikanischen Online-stores. Diverse sonstige Investitionsvorhaben im Verwaltungsbereich, wie zum Beispiel die Einrichtung von Bürogebäuden oder die Erneuerung von Geschäftsausstattungen, summierten sich auf etwa 2 Mio. EUR (2009: 3 Mio. EUR).

Darüber hinaus wurden 3 Mio. EUR (2009: 9 Mio. EUR) in den **AUSBAU DER PRODUKTIONS-, LOGISTIK- UND LAGERKAPAZITÄTEN** investiert. Dabei fielen insbesondere für die Modernisierung und Erweiterung des größten eigenen Produktionsstandorts in Izmir (Türkei) Investitionsausgaben von 1 Mio. EUR an.

Investitionen in den konzerneigenen Einzelhandel nach Regionen

Durch die strategische Neuausrichtung des Konzerns und die klare Entscheidung für den Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels in der Region **ASIEN/PAZIFIK** belief sich das Investitionsvolumen im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 15 Mio. EUR (2009: 5 Mio. EUR). In dieser Region konnten zusätzlich zu den im Rahmen des Joint Ventures übernommenen Stores 27 weitere Standorte hinzugewonnen werden. Somit verfügt das HUGO BOSS Einzelhandelsnetzwerk nach Ablauf des Geschäftsjahres 2010 insgesamt über 171 eigene Geschäfte (31. Dezember 2009: 111) im asiatisch-pazifischen Raum.

Auch in den **EUROPÄISCHEN LÄNDERN** wurde im Geschäftsjahr 2010 weiterhin in gezielte Neueröffnungen und die konsequente Erweiterung und Modernisierung des Einzelhandelsnetzwerks investiert.



Grafik 33 auf Seite 119 zeigt einen 5-Jahres-Überblick der Investitionen.

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

2010		55,6
2009		48,3
2008		118,8
2007		84,7
2006		98,5

Die Investitionsausgaben in Höhe von rund 16 Mio. EUR (2009: 11 Mio. EUR) entfielen auf 39 Eröffnungen von mehrheitlich Store-Einheiten sowie die Modernisierung und Renovierung bestehender Standorte. Zum 31. Dezember belief sich die Anzahl der konzerneigenen Shops und Stores in Europa insgesamt auf 253 (31. Dezember 2009: 219).

Auch der Ausbau des konzerneigenen Einzelhandels in der **REGION AMERIKA** wurde in 2010 durch zwölf Neueröffnungen sowie die Modernisierung bestehender Standorte forciert. Dies entspricht Investitionsausgaben in Höhe von 8 Mio. EUR (2009: 10 Mio. EUR). Die Präsenz auf dem amerikanischen Kontinent wurde in 2010 auf 113 Geschäfte (31. Dezember 2009: 108) ausgebaut.

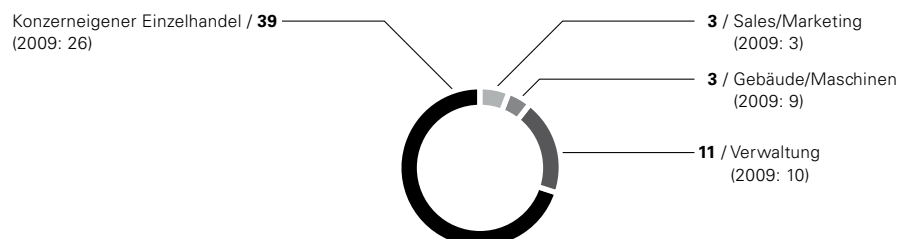
Die kumulierten Abschreibungen auf das Anlagevermögen unter Berücksichtigung von aktivierten Eigenleistungen betrugen 450 Mio. EUR (2009: 387 Mio. EUR).



Für die sonstigen finanziellen Verpflichtungen siehe Konzernanhang Seite 208.

Die bestehenden Verpflichtungen aus begonnenen Investitionsvorhaben beliefen sich zum 31. Dezember 2010 auf 3 Mio. EUR (31. Dezember 2009: 3 Mio. EUR).

34 – INVESTITIONSVOLUMEN NACH INVESTITIONSFELDERN (in Mio. EUR)



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	2010	2009	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.729,4	1.561,9	11
Rohertrag	1.027,2	847,1	21
in % vom Umsatz	59,4	54,2	
EBITDA	336,1	224,5	50
in % vom Umsatz	19,4	14,4	
EBITDA vor Sondereffekten	349,8	267,2	31
in % vom Umsatz	20,2	17,1	
EBIT	263,9	155,4	70
in % vom Umsatz	15,3	10,0	
Ergebnis vor Ertragsteuern	249,2	136,6	82
in % vom Umsatz	14,4	8,7	
Konzernergebnis	189,2	104,0	82
in % vom Umsatz	10,9	6,7	

FINANZKENNZAHLEN

		2010	2009
Eigenkapitalquote in %	= $\frac{\text{Eigenkapital}}{\text{Gesamtkapital}}$	26,6	19,3
Eigenkapitalrentabilität in %	= $\frac{\text{Jahresüberschuss}}{\text{Ø Eigenkapital}^1}$	66,9	50,5
Nettofinanzposition (in Mio. EUR)		201,1	379,1
Finanzierungsstärke	= $\frac{\text{Nettofinanzposition}}{\text{EBITDA vor SE}^2 \text{ und SAR}^3}$	0,6	1,4
Kurzfristiges Nettovermögen (in Mio. EUR)		204,8	223,0
Kurzfristiges Nettovermögen (in % des Umsatzes) ⁴		12,9	20,3
Free Cashflow (in Mio. EUR)		246,3	299,5

1 Durchschnittliches Eigenkapital der Einzelmonate.

2 SE = Sondereffekte.

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

4 Gleitender Durchschnitt des kurzfristigen Nettovermögens im Verhältnis zum Umsatz.

VERGÜTUNGSBERICHT

Der Vergütungsbericht erläutert Struktur und Höhe der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat. Im Geschäftsjahr 2010 wurde die Struktur der Vorstandsvergütung verändert. Anstelle jährlich variabler Bestandteile enthält die Gesamtvergütung des Vorstands nun variable Vergütungsbestandteile mit nachhaltiger Anreizwirkung.

VERGÜTUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Vergütung für den Vorstand

Die Gesamtbezüge des Vorstands beliefen sich im Geschäftsjahr 2010 auf 3.248 TEUR (2009: 4.927 TEUR). Davon sind 3.248 TEUR (2009: 2.642 TEUR) fixe Bestandteile. Die jährlich variablen Bestandteile wurden in 2010 abgeschafft und belaufen sich aufgrund der Umstellung auf variable Vergütungsbestandteile mit mittelfristiger Anreizwirkung im Jahr 2010 auf 0 TEUR (2009: 2.285 TEUR). Die fixen Gehaltsbestandteile umfassen, neben dem Gehalt, dem Vorstand gewährte Leistungen wie Dienstwagen und sonstige zum Gehalt gehörende Sachleistungen sowie weitere zur Erfüllung der Vorstandsaufgaben notwendige Ausstattungen und Leistungen.

Die variablen Vergütungsbestandteile mit nachhaltiger Anreizwirkung bestehen in einer mehrjährigen Bonusvereinbarung, die entsprechend der Zielerreichung der mit dem Aufsichtsrat vereinbarten persönlichen Ziele sowie der Erfüllung der im Vorfeld definierten Unternehmenskennzahlen EBITDA vor Sondereffekten und Trade Net Working Capital gewährt werden. Dieser mehrjährige Bonus wird nach Ablauf des Geschäftsjahres 2012 final ermittelt und ausgezahlt. Abschlagszahlungen auf den in 2013 erwarteten Bonus erfolgen bereits ab dem Jahr 2011. Sofern der Betrag der Restzahlung in 2013 negativ ist, ist dieser vom Vorstandsmitglied an die HUGO BOSS AG zurückzuzahlen. Die Zuführung zur Rückstellung für den Mehrjahresbonus erfolgt ratierlich. Für das Geschäftsjahr 2010 wurde eine Rückstellung in Höhe von 3.025 TEUR (2009: 0 TEUR) gebildet.

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.

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 1.964 TEUR (2009: 1.015 TEUR).

Vergütung für den Aufsichtsrat

Gemäß den Forderungen des Corporate Governance Kodex ist die Vergütung der Aufsichtsräte aufgeteilt in einen fixen und einen variablen Bestandteil. Der variable Bestandteil bemisst sich nach der Höhe des Ergebnisses je Aktie im Konzernabschluss. Die Position des Aufsichtsratsvorsitzenden und die seines Stellvertreters werden bei der Berechnung der Vergütung berücksichtigt. Der Aufsichtsrat erhielt für seine Tätigkeit im Jahr 2009 Gesamtbezüge in Höhe von 1.224 TEUR. Für das Jahr 2010 betragen die Gesamtbezüge voraussichtlich 1.461 TEUR, darin enthalten ist eine Rückstellung für den variablen Anteil in Höhe von 738 TEUR (2009: 695 TEUR), der sich nach der Höhe des Ergebnisses je Aktie im Konzernabschluss bemisst.

SPEZIALGESETZLICHE ANGABEN

Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

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

Angaben nach den §§ 289 Abs. 4, 315 Abs. 4 HGB

Nachfolgend sind die nach §§ 289 Abs. 4, 315 Abs. 4 HGB erforderlichen Angaben aufgeführt und erläutert. Aus Sicht des Vorstands besteht darüber hinaus kein 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 **VORZUGSAKTIE 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 2010 erhielt die HUGO BOSS AG eine Stimmrechtsmitteilung gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG.

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 Stimmrechtsmitteilung ist im Anhang auf Seite 222 ff. unter „Angaben zum Mehrheitsaktionär“ angegeben.

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

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

Einzelheiten zum Thema internes Kontroll-, Risikomanagement- und Revisionsystem können Sie dem Kapitel „Risikobericht“ auf den Seiten 126 ff. entnehmen.

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

Der Vorstand ist gemäß dem Beschluss der Hauptversammlung vom 14. Mai 2009 ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 13. Mai 2014 mit Zustimmung des Aufsichtsrats durch Ausgabe neuer Inhaberstamm- und/oder Inhabervorzugsaktien ohne Stimmrecht, die den bereits ausgegebenen Inhabervorzugsaktien ohne Stimmrecht gleichstehen, gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrfach, insgesamt jedoch höchstens um einen Betrag von 35.200.000 EUR zu erhöhen. Die Erhöhungen des Grundkapitals gegen Bareinlagen erfolgen unter Wahrung des Verhältnisses beider 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.

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

Die Befugnisse des Vorstands zum Aktienrückkauf wurden in der Hauptversammlung vom 21. Juni 2010 erneuert. Danach ist der Vorstand ermächtigt, bis zum 20. Juni 2015 Inhaberstamm- und/oder Inhabervorzugsaktien ohne Stimmrecht der Gesellschaft bis zu einem Anteil von insgesamt höchstens 10 % des am 21. Juni 2010 ausstehenden Grundkapitals zu erwerben. Die HUGO BOSS AG kann von der Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien ganz oder in Teilbeträgen, allein für Inhaberstamm- und/oder Inhabervorzugsaktien und damit unter teilweiseem 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 Angebots an alle Aktionäre unter Ausschluss des Bezugsrecht der Aktionäre wieder veräußert werden. Sie können aber auch eingezogen, als Gegenleistung für einen eventuellen Erwerb von Unternehmen und Beteiligungen an Unternehmen, für eine Veräußerung zu einem Preis, der den aktuellen Börsenpreis nicht wesentlich unterschreitet, und für die Zulassung der Aktie an ausländischen Börsenplätzen verwendet werden.

Der durch die HUGO BOSS International B.V. aufgenommene und durch die HUGO BOSS AG garantierte syndizierte Kredit sowie bilaterale Linien enthalten marktübliche **VEREINBARUNGEN, DIE UNTER DEN BEDINGUNGEN EINES KONTROLLWECHSELS INFOLGE EINES ÜBERNAHMEANGEBOTS** – sogenannte „Change of Control“-Klauseln – den Vertragspartnern zusätzliche Kündigungsrechte einräumen.

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

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Die Risiko- und Chancenpolitik des HUGO BOSS Konzerns verfolgt neben der Bestandssicherung des Unternehmens 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 ihnen entsprechende Chancen gegenüberstehen. Mögliche negative Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg werden dadurch so gering wie möglich gehalten. Die Entscheidung zur Verfolgung identifizierter Chancen orientiert sich an der mittel- und langfristigen Unternehmensstrategie. Mit ihnen verbundene Risiken werden dabei berücksichtigt.

RISIKOBERICHT

Die Basis eines erfolgreichen Risikomanagements stellen konzerneinheitliche Standards sowie Risikolimits dar. Diese werden für den HUGO BOSS Konzern durch den Vorstand festgelegt und in einem konzernweit gültigen Risikohandbuch dokumentiert, das den Mitarbeitern online zur Verfügung steht. Durch eine regelmäßige Berichterstattung werden Risiken rechtzeitig identifiziert, analysiert und überwacht und somit eine umfangreiche Transparenz der Risikosituation geschaffen. Darüber hinaus sind alle Mitarbeiter des HUGO BOSS Konzerns zu risikobewusstem Handeln und zur Vermeidung existenzgefährdender Risiken verpflichtet.

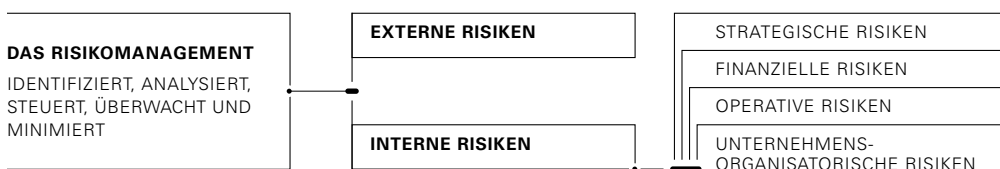
Risikomanagement

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 entwickelt die Instrumente des Risikomanagement-Systems kontinuierlich weiter und stellt sicher, dass Risiken und Chancen unternehmensweit systematisch nach einer einheitlichen Methode und regelmäßig innerhalb der festgelegten Intervalle erfasst werden. Die Verantwortung für den adäquaten Umgang mit Risiken und die Umsetzung wirksamer risikoreduzierender Maßnahmen liegt dezentral in den jeweiligen Unternehmensbereichen, in denen die Risiken auftreten können. Hierzu sind je Bereich Risikoverantwortliche (Risk Owner) definiert. Ergänzend zum Risikomanagementprozess werden 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



Risikomanagement
Einen Überblick über das Risikomanagement gibt Grafik 35 auf Seite 126.

35 – DAS RISIKOMANAGEMENT



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 Risiken werden mindestens einmal im Jahr, in Abhängigkeit ihres Ausmaßes jedoch auch in halb-, vierteljährlichen bzw. monatlichen Intervallen auf ihre Aktualität überprüft, gegebenenfalls überarbeitet sowie um neue Risikoaspekte erweitert. Die Risikoquantifizierung erfolgt durch Einschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeiten der Risiken einerseits sowie der potenziellen Auswirkungen andererseits auf das Unternehmensergebnis. Um ein möglichst differenziertes Bild der Risiken zu erhalten, werden **UNTERSCHIEDLICHE RISIKOSZENARIOEN** für den besten, mittleren und schlechtesten Fall betrachtet. Damit wird dem potenziell starken Einfluss von Extremszenarien mit zwar geringer Eintrittswahrscheinlichkeit, aber großer Auswirkung Rechnung getragen.

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

Durch die kontinuierliche Überwachung von Frühwarnindikatoren können Planabweichungen rechtzeitig erkannt werden. Meldketten 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 gegenübersteht, sind im Zusammenhang mit der weltweiten Konjunkturlage zu beurteilen, aus der sich ein reduziertes Nachfrageverhalten bei Textilgütern und Accessoires des Premium- und Luxusmarktes ergeben kann. Zeitlich vorgelagerte Ordereingänge sind ein wichtiger Frühwarnindikator für eine rechtzeitige Prognose der Auswirkungen möglicher gesamtwirtschaftlicher Risiken. HUGO BOSS verfolgt durch ein klares Markenprofil die Strategie, sich weitere Marktanteile in einem wettbewerbsintensiven Umfeld zu sichern. Ein auf internationales Wachstum angelegtes Geschäftsmodell erschließt zudem neue Konsumentenpotenziale und trägt zur Kompensation von möglichen Nachfragerückgängen in einzelnen Märkten bei. Weiterhin wird eine ausgeglichene Verteilung des Umsatzes auf verschiedene Regionen angestrebt, um eine zu starke Abhängigkeit von Einzelmärkten zu vermeiden. Daher wird HUGO BOSS auch weiterhin den Ausbau in profitablen Wachstumsregionen, insbesondere Asien/Pazifik, vorantreiben. Die positive Umsatzentwicklung des HUGO BOSS Konzerns im Geschäftsjahr 2010 zeigt, dass diese Maßnahmen erfolgreich waren und HUGO BOSS von einer starken Marktposition profitiert. 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 implementiert, die auf eine Verkürzung der Produktentwicklungszyklen zur schnelleren Reaktion auf Markttrends abzielen. 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



Nähere Informationen zu der zu erwartenden wirtschaftlichen Situation sind dem Prognosebericht auf Seite 141 f. zu entnehmen.

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 haben Schutz und Erhalt des Markenimages bei HUGO BOSS eine entsprechend hohe Priorität. Dies erfolgt durch strategische Maßnahmen wie eine klar differenzierte Markenpositionierung, die durch gezielte 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.

Das **CORPORATE IMAGE** des HUGO BOSS Konzerns reflektiert sich in der Wahrnehmung der Stakeholder, wie z.B. Kunden, Aktionäre, Lieferanten und Mitarbeiter. Um mögliche negative Auswirkungen auf das Corporate Image aufgrund von Nichteinhaltung von Gesetzen, Standards und Richtlinien zu vermeiden, werden Lieferanten zur Einhaltung von Sozialstandards verpflichtet. Ein unternehmensweiter Verhaltenskodex, ergänzt durch spezifische Richtlinien, stellt ein regelkonformes Verhalten der Mitarbeiter sicher. Die Unternehmenskommunikation mit Externen wird zentral über die Bereiche Communications sowie Investor Relations gesteuert.

Eines der zentralen strategischen Ziele von HUGO BOSS ist 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 Absprache mit den zuständigen Regionaldirektoren, getroffen. Der Eröffnung neuer Standorte gehen stets umfassende Standortprüfungen und Potenzialanalysen sowie eine intensive Umsatz- und Entwicklungsplanung voraus.

Die Konzerngesellschaften sind verpflichtet, monatlich die Performance ihrer Retailaktivitäten zu berichten. Durch ein kontinuierliches Monitoring der Performance wird gewährleistet, dass frühzeitig eine negative Entwicklung einzelner Stores erkannt werden kann, um rechtzeitig Gegenmaßnahmen, wie etwaige Umstrukturierungen, ergreifen zu können. Gemindert wird das Investitionsrisiko zusätzlich durch ein weltweit einheitliches Store-Konzept der Verkaufspunkte, so dass im Falle einer Geschäftsaufgabe die Einrichtung teilweise andernorts weiter genutzt werden kann.



Mehr Informationen zu strategischen Maßnahmen sind im Kapitel „Konzernstrategie“ auf Seite 73 ff. zu finden.



Ergänzende Informationen zum Investitionscontrolling sind dem Kapitel „Unternehmenssteuerung“ auf Seite 72 zu entnehmen.

Finanzielle Risiken

Zu den zentralen Aufgaben des HUGO BOSS Konzerns gehört es, den Finanzbedarf innerhalb des Konzerns zu koordinieren, zu lenken, die finanzielle Unabhängigkeit des Gesamtunternehmens sicherzustellen sowie die finanziellen Risiken auch unter Einsatz von Finanzinstrumenten zu reduzieren. Finanzielle Risiken werden ständig beobachtet, quantifiziert und – sofern notwendig – abgesichert, um somit bilanzielle Effekte zu vermindern. Der HUGO BOSS Konzern unterliegt im Wesentlichen Zinsänderungs-, Liquiditäts- und Währungsrisiken sowie Kontrahentenrisiken, die einen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben können.

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.

Dem Finanzierungsrisiko beugt HUGO BOSS durch ausreichende Verfügbarkeiten von Kreditlinien vor. Die finanzielle Flexibilität ist durch eine mittelfristige syndizierte Kreditlinie in Höhe von 750 Mio. EUR sichergestellt. Neben der Konsortialfinanzierung verfügt HUGO BOSS über kurzfristige bilaterale Kreditlinien in Höhe von 83 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 2010 in Höhe von 833 Mio. EUR verfügte der Konzern zum Bilanzstichtag über 295 Mio. EUR liquide Mittel. Daher schätzt HUGO BOSS die Eintrittswahrscheinlichkeit von Finanzierungs- und Liquiditätsrisiken als sehr niedrig ein. Risiken, die sich aus Verstößen gegen Financial Covenants ergeben könnten, sieht HUGO BOSS selbst im Falle sich wieder verschlechternder wirtschaftlicher Rahmenbedingungen nicht.

Zinsänderungsrisiko

Das Zinsänderungsrisiko tritt durch marktbedingte Schwankungen der Zinssätze auf. Sie wirken sich zum einen auf die Höhe der Zinsaufwendungen im HUGO BOSS Konzern aus, zum anderen beeinflussen sie den Marktwert von Finanzinstrumenten. Wesentliche Zinssatzänderungen können daher Rentabilität, Liquidität und die Finanzlage des Konzerns beeinflussen.

Die Finanzverbindlichkeiten des HUGO BOSS Konzerns sind größtenteils variabel verzinslich und unterliegen einer kurzfristigen Zinsbindung. Daher sind sie einem Zinsänderungsrisiko verstärkt ausgesetzt und stellen ein Cashflow-Risiko dar. Um die Auswirkungen von künftigen Zinsvolatilitäten auf die Finanzierungskosten der Kredite zu minimieren, werden fallweise derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps eingesetzt. Derivate, die in eine wirksame Sicherungsbeziehung eingebunden sind, haben dabei bei Zinsänderungen Auswirkungen auf das Eigenkapital, Derivate ohne Sicherungsbeziehung werden ergebniswirksam erfasst.

Darüber hinaus können Opportunitätseffekte entstehen. Diese ergeben sich aufgrund der bilanziellen Erfassung von nicht derivativen Finanzinstrumenten, die nicht zum beizulegenden Zeitwert, sondern zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden. Das Opportunitätsrisiko stellt dabei den Unterschiedsbetrag beider Werte dar, welcher jedoch weder in der Bilanz noch in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst wird.

Von den variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten waren zum 31. Dezember 2010 rund 313 Mio. EUR durch Payer-Swaps gegen einen Zinsanstieg gesichert. Weitere fest verzinsliche Darlehen unterliegen keinem Zinsänderungsrisiko.

Während in den Vorjahren die Sensitivitätsanalyse auf einer Parallelverschiebung der Zinsstrukturkurven um +100 / –100 Basispunkte basierte, wurde für die Sensitivitätsanalyse 2010 aufgrund des aktuell niedrigen Zinsniveaus die Verschiebung der Zinsstrukturkurven zur Vermeidung negativer Zinsen und zur Darstellung realistischer Szenarien auf +100 / –30 Basispunkte geändert. Unter Berücksichtigung des zugrunde liegenden Exposures in EUR, USD, CHF und JPY erachtet HUGO BOSS die +100 / –30 Basispunkte-Veränderung als angemessen.

in Mio. EUR	+100 bp	–30 bp
Cashflow Risiken	–1,1	0,3
Ergebniswirksame Risiken aus Zinsderivaten	0,8	–0,3
Auswirkungen auf das Konzernergebnis	–0,3	0,0
Bilanzwirksame Risiken aus Zinsderivaten	5,3	–1,6
Auswirkungen auf das Konzerneigenkapital	5,0	–1,6

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 313 Mio. EUR und variabel verzinsliche Finanzschulden von 463 Mio. EUR (31. Dezember 2010) einbezogen. Die Auswirkung von Zinssatzänderungen auf künftige Cashflows ist von dieser Analyse ausgeschlossen.

Bei einem Anstieg des Zinssatzes um 100 Basispunkte am 31. Dezember 2010 wäre das Eigenkapital im Wesentlichen durch Fair-Value-Änderungen von Zinsderivaten um 5 Mio. EUR gestiegen. Das Ergebnis wäre durch Zinskompensationen nur unwesentlich gesunken. Eine Verringerung des Zinssatzes um 30 Basispunkte am 31. Dezember 2010 hätte einen Rückgang des Eigenkapitals um ca. 2 Mio. EUR zur Folge gehabt. Das Ergebnis wäre in diesem Fall unverändert geblieben.

Aufgrund der in der Sensitivitätsanalyse veranschaulichten Auswirkungen von Zinsänderungen um +100 / –30 Basispunkte auf die Finanzinstrumente, wird das Zinsänderungsrisiko des HUGO BOSS Konzerns als gering eingestuft.

Währungsrisiko

Die Währungskursrisiken des HUGO BOSS Konzerns resultieren im Wesentlichen aus der operativen Geschäftstätigkeit sowie aus Finanzierungstätigkeiten.

Im operativen Geschäft entstehen Währungsrisiken primär dann, wenn die Umsatzerlöse in einer anderen als der funktionalen Währung der Gesellschaft anfallen (Transaktionsrisiko) sowie durch konzerninterne Finanzierungstätigkeiten in Nicht-Euro-Gesellschaften.

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.

→
Details zur Währungsumrechnung sind im Konzernanhang auf S. 170 f. erläutert.

Die Währungsrisiken des HUGO BOSS Konzerns aus dem operativen Geschäft entstehen dabei hauptsächlich aus der Geschäftstätigkeit in den USA, Großbritannien, Australien, Kanada, der Schweiz, Japan, Hongkong und China.

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

Das **WÄHRUNGSMANAGEMENT FÜR TRANSAKTIONSRIKEN** 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.

Zur etwaigen Absicherung des verbleibenden Exposures können Devisentermin- und Swapgeschäfte sowie Plain-Vanilla-Devisenoptionen herangezogen werden. Ziel der Hedging-Strategie ist es primär, die bilanziellen Auswirkungen von Währungsschwankungen zu begrenzen. Die Laufzeit der abgeschlossenen Derivate beträgt bei Abschluss in der Regel bis zu zwölf Monate. 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.

Fremdwährungsrisiken im Finanzierungsbereich resultieren aus finanziellen Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährung sowie aus Darlehen in Fremdwährung, die zur Finanzierung an Konzerngesellschaften ausgereicht werden. Bei der Ausreichung von Darlehen an Konzerngesellschaften wird dabei zwischen kurzfristigen und langfristigen Verträgen unterschieden. Kurzfristige Darlehen können entsprechend dem Charakter eines Kontokorrentkredits innerhalb eines vorgegebenen Rahmens flexibel gezogen werden. Zum Bilanzstichtag waren die wesentlichen langfristigen Darlehen mit endfälliger Rückzahlungsverpflichtung über Devisentermingeschäfte gesichert. Die Restlaufzeit betrug hier bis zu 28 Monate.

Durch konzerneinheitliche Richtlinien ist eine strikte Funktionstrennung von Handel, Abwicklung und Kontrolle sichergestellt. Ebenso bilden diese die Grundlage für die Vorgabe der Absicherung. Zielsetzung der Währungsabsicherung ist dabei, die Minimierung von Währungseffekten auf die Entwicklung von Konzernergebnis und Konzerneigenkapital.

Im Gegensatz zum Vorjahr basiert die Ermittlung des Währungsrisikos nicht auf dem geplanten, sondern auf dem zum 31.12. bilanzierten Fremdwährungsexposure. Dies ist mit der Änderung der Hedging-Strategie begründet, die auf eine Begrenzung der bilanziellen Risiken und nicht länger auf eine Absicherung der zukünftigen Zahlungsströme abzielt.

Bestandteile des Exposures sind Zahlungsmittel, Forderungen und Verbindlichkeiten sowie konzerninterne Darlehen, die in Währungen gehalten werden, die nicht der funktionalen Währung der jeweiligen Tochtergesellschaft entsprechen. Effekte aus der Umrechnung der Abschlüsse von ausländischen Tochtergesellschaften außerhalb der Eurozone werden nicht berücksichtigt.

Der HUGO BOSS Konzern hat auf Basis der Anforderungen des IFRS 7 die Auswirkungen von Veränderungen der wichtigsten Wechselkurse auf Gewinn und Eigenkapital ermittelt. Die folgenden Sensitivitätsanalysen zeigen, wie Ergebnis und Eigenkapital sich verändern würden, wenn die Preisrisikovariablen aus Sicht des Bilanzstichtags anders ausgefallen wären.

Dabei wird unterstellt, dass der Bestand zum Abschlusstag repräsentativ für das Gesamtjahr ist.

EXPOSURE ZUM BILANZSTICHTAG 31.12.2010

in Mio. EUR	USD	GBP	AUD	CAD	CHF	JPY	HKD
Stichtagskurs	1,3362	0,8608	1,3136	1,3322	1,2504	108,65	10,3856
Brutto-Währungsexposure	37,6	-0,9	26,2	9,3	-29,0	32,4	-7,2
Hedging	44,9	0,0	0,0	7,3	0,0	19,0	-5,9
Netto-Währungsexposure	-7,3	-0,9	26,2	2,0	-29,0	13,4	-1,3
zugrunde gelegte Volatilität	12,3	9,8	12,2	12,0	9,2	15,4	12,3
Aufwertung des Euros um Standardabweichung							
Konzernergebnis	0,6	0,1	-2,2	-0,2	1,9	-1,4	0,1
Abwertung des Euros um Standardabweichung							
Konzernergebnis	-0,6	-0,1	2,2	0,2	-1,9	1,4	-0,1

Um den unterschiedlichen Schwankungen der für den HUGO BOSS Konzern relevanten Fremdwährungen gegenüber dem Euro und den Anforderungen des IFRS 7 einer für „möglich gehaltenen Änderung“ der Wechselkurse Rechnung zu tragen, wurden historische Volatilitäten der einzelnen Fremdwährungen herangezogen. Diese wurden auf Basis der täglichen Schwankungen der vergangenen zwölf Monate errechnet. Auf das Konzerneigenkapital ergeben sich keine Auswirkungen, da zum Bilanzstichtag keine Währungssicherungsbeziehungen gemäß IAS 39 bestanden, die erfolgsneutral im Eigenkapital abzubilden sind.

Kreditrisiken

Das Kreditrisiko gegenüber Finanzinstituten entsteht vor allem durch die Anlage liquider Mittel im Rahmen des Liquiditätsmanagements, durch gegebenenfalls kurzfristig hinterlegte Bankguthaben 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. Zur Minimierung der Ausfallrisiken werden im HUGO BOSS Konzern Finanzinstrumente im Finanzierungsbereich grundsätzlich nur mit Kontrahenten sehr guter Bonität unter Einhaltung vorgegebener Risikolimits abgeschlossen. Nur in Ausnahmefällen und durch Genehmigung des Vorstands dürfen auch mit Banken niedrigerer Bonität innerhalb enger Limits und Laufzeiten Anlagen getätigt oder Derivategeschäfte abgeschlossen werden. HUGO BOSS geht davon aus, dass die Risikokonzentration gering ist, und betrachtet die Ausfallwahrscheinlichkeit von Kontrahenten als sehr gering.



Weitere Informationen zum Kreditrisiko sind unter Textziffer 25 im Konzernanhang auf Seite 201 aufgeführt.

Im operativen Bereich ergeben sich Kreditrisiken hauptsächlich aufgrund von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Neue Kunden werden vor Aufnahme einer Geschäftsbeziehung auf ihre Bonität geprüft. Für diese Prüfung werden Bewertungen externer Kreditauskunfteien herangezogen. Kunden, deren Bonität den Mindestanforderungen des Konzerns nicht genügt, dürfen Produkte entweder nur gegen Vorauszahlung erwerben oder es werden Kreditsicherheiten angefordert. Dies können beispielsweise erstklassige Bankgarantien 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. Die derivativen Absicherungsinstrumente wurden in dem Umfang verändert, soweit wertmäßig keine Verpflichtungen aus dem „Stock Appreciation Rights Program“ entgegenstanden. Daher ist das Risiko einer negativen Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage aus Sicht des HUGO BOSS Konzerns als gering einzuschätzen.



Details zum „Stock Appreciation Rights Program“ sind im Konzernanhang unter Textziffer 36 auf Seite 214 ff. zu finden.

Operative Risiken

Die hohen Anforderungen an die Qualität der HUGO BOSS Produkte und damit an die Beschaffungs- und Produktionsprozesse bedingen enge Partnerschaften mit Lieferanten. Die intensive Zusammenarbeit mit Partnern kann **BESCHAFFUNGS-, PRODUKTIONS- UND LOGISTIKRISIKEN** 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 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.

Lohnerhöhungen in aufstrebenden Regionen und steigende Rohstoffpreise beinhalten das Risiko steigender Produktionskosten beziehungsweise geringerer Margen. Der HUGO BOSS Konzern reagiert hierauf mit einer margenbasierten Kollektionsplanung, um eine frühzeitige Reaktion auf steigende Produktionskosten sicherzustellen. Mögliche negative Auswirkungen auf die Rohertragsmarge werden durch den Ausbau und die fortgesetzte Professionalisierung des Retailgeschäfts, unternehmensweite Maßnahmen zur Effizienzsteigerung bei Produktions- und Beschaffungsprozessen, Verbesserung des Materialeinsatzes sowie eine konsequente Umsetzung der Preispolitik verringert. Aufgrund zeitlich vorgelagerter Bestellungen und Preisverhandlungen bei Rohwaren und Produktionskapazitäten kann auf kritische Frühwarnindikatoren frühzeitig reagiert werden.

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 strategisch wichtige Lager selbst betrieben sowie umfangreiche technische und organisatorische Maßnahmen zum Brandschutz und zur Sicherheit umgesetzt und deren Einhaltung kontinuierlich überprüft. Zudem hat HUGO BOSS das unmittelbare finanzielle Risiko eines Warenverlusts in Lagern sowie des Ausfalls eigener Produktionsstätten über Versicherungen abgedeckt.

Forderungsausfallrisiko

Das Risiko von Forderungsausfällen ist sowohl abhängig von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung als auch von der individuellen finanziellen Situation der Kunden. Der HUGO BOSS Konzern ist somit negativen Auswirkungen durch Zahlungsunfähigkeit oder Insolvenzen von Handelspartnern sowie kumulierten Ausfällen durch eventuelle konjunkturelle Verschlechterung in einzelnen Märkten und Regionen ausgesetzt. Im Gegenzug relativiert jedoch der überproportional steigende Anteil des eigenen Retailgeschäfts am Gesamtumsatz dieses Risiko. Das bereits in der Vergangenheit erfolgreich implementierte, konzernweite Debitorenmanagement, welches nach einheitlichen Regelungen funktioniert, wurde durch zentral koordinierte Maßnahmen weiter intensiviert. Diese konzentrieren sich auf die Bonitätsprüfung sowie Vergabe und Einhaltung von Kundenkreditlimits, die Überwachung der Altersstruktur der Forderungen und die Handhabung zweifelhafter Forderungen. In Einzelfällen führte dies auch zum Verzicht auf Geschäfte mit Kunden, welche als nicht kreditwürdig eingestuft wurden. Die Interne Revision überprüft regelmäßig die Einhaltung dieser Konzernrichtlinien. Eine Konzentration von Ausfallrisiken durch wesentliche Außenstände bei einzelnen Kunden lag zum Bilanzstichtag nicht vor. Für alle bis zum 31. Dezember bilanzierten Forderungen erfolgte eine konzernweite Absicherung durch eine Kreditversicherung. Bei versicherten Forderungen ist das Ausfallrisiko auf den Selbstbehalt begrenzt. Aufgrund des rückläufigen Versicherungsschutzes wurde die Kreditversicherung mit Wirkung zum 1.1.2011 gekündigt.

Vorratsrisiken

Das Vorratsmanagement wird auch künftig von großer Bedeutung sein. Die Herausforderung besteht darin, bei optimierten Beständen dennoch auf kurzfristige Eingänge von Kundenorders reagieren zu können. Zur Minderung der Vorratsrisiken und zur generellen Optimierung der Bestände wird das Replenishment 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.



Die Erläuterungen zur Bilanz unter Textziffer 15 auf Seite 195 im Konzernanhang zeigen weitere Einzelheiten zu den Forderungen und deren Fälligkeiten auf.



Ergänzende Erläuterungen zum kurzfristigen Nettovermögen finden sich im Kapitel „Vermögens- und Finanzlage“ auf Seite 113.

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 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 des Missbrauchs. Im Sinne guter Corporate Governance hat HUGO BOSS daher entsprechende Regelungen in die Arbeitsverträge aller Mitarbeiter aufgenommen. Personen, die im Sinne des Aktienrechts über Insiderkenntnisse verfügen, werden in einem Insiderverzeichnis geführt und verpflichten sich zur Einhaltung der damit verbundenen Vorschriften. Darüber hinaus werden die bestehenden Autorisierungsregelungen regelmäßig überprüft und weiterentwickelt.

BEURTEILUNG DER RISIKOSITUATION DURCH DIE UNTERNEHMENSLEITUNG

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.



Weitere Informationen finden sich im Kapitel „Mitarbeiter“ auf Seite 79 ff.



Der Corporate Governance Bericht ist auf S. 47 ff zu finden.

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

Das Interne Kontroll- und Risikomanagementsystem in Bezug auf den Rechnungslegungsprozess und die Abschlusserstellung des HUGO BOSS Konzerns 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.

Rechnungslegungsrelevante IT-Systeme

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

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

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

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

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

Organisation der Rechnungslegung und rechnungslegungsrelevante Richtlinien

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

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

Die Finance Manager und die Managing Directors der HUGO BOSS Gesellschaften bestätigen zudem quartalsweise in einem sogenannten „CFO Certificate“ die Einhaltung definierter Grundsätze und die Durchführung von Managementkontrollen. Diese Kontrollen sind teilweise über den „SAP Schedule Manager“ auch systemseitig integriert. Darüber hinaus ist auch 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 Internen Kontrollsystems.

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

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

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

CHANCENBERICHT

Die systematische Identifikation und Realisierung unternehmerischer Chancen ist ein wichtiges Element zur Sicherstellung profitablen Wachstums. Aus diesem Grund hat HUGO BOSS organisatorische Maßnahmen getroffen, um die sich aus dem externen Umfeld und der strategischen Ausrichtung ergebenden Chancen zu identifizieren und zu nutzen.

Dezentrale Organisation des Chancenmanagements

HUGO BOSS betrachtet Chancen immer auch im Zusammenhang mit verbundenen Risiken. Chancen werden nur verfolgt, wenn das mit ihnen verbundene Risiko in einem ausgewogenen Verhältnis zur Chance steht und als beherrschbar eingeschätzt wird. Die Verantwortung für die Identifikation, Bewertung und Realisierung von Chancen obliegt dem operativen Management in den Regionen und Zentralfunktionen. Auf Basis des Potenzials der identifizierten Chancen zur Steigerung des Unternehmenswerts teilt dabei der Vorstand den Geschäftseinheiten im Rahmen der langfristigen strategischen Planung und der jahresbezogenen Budgetplanung die zur Chancenrealisierung notwendigen Ressourcen zu.

HUGO BOSS hat verschiedene Chancen identifiziert, die ihren Ursprung teilweise im Unternehmensumfeld, teilweise aber auch in der Unternehmensstrategie selbst haben.

Zunehmender Wohlstand in Schwellenländern

In vielen Schwellenländern werden in den kommenden Jahren erhebliche Steigerungen des Pro-Kopf-Einkommens erwartet. Insbesondere in China rechnen Experten mit einem deutlichen Wachstum der Mittelschicht, die einen hohen Anteil ihres verfügbaren Einkommens für Konsum- und Luxusgüter ausgibt. Der Konzern sieht sich aufgrund seiner strategischen Ausrichtung und Markenstärke in einer guten Position, um von dieser Entwicklung zu profitieren. Durch länderspezifisch zugeschnittene Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien arbeitet er an der Realisierung des identifizierten Wachstumspotenzials.



Weitere Informationen über das interne Kontrollsystem und das Risikomanagement von HUGO BOSS sind auf der Seite 126 ff. zu finden.

Internationalisierung der Geschäftsaktivitäten

HUGO BOSS hat die internationale Expansion seiner Geschäftsaktivitäten in den letzten Jahren stark vorangetrieben. Der Konzern hat damit neue Kundenpotenziale erschlossen und die Bekanntheit seiner Marken in Zukunftsmärkten gesteigert. In den nächsten Jahren wird sich der in weitgehend gesättigten Märkten erwirtschaftete Umsatzanteil durch überproportionales Wachstum in anderen Weltregionen weiter verringern. Durch die verbesserte regionale Balance seiner Geschäftstätigkeit macht sich der Konzern unabhängiger von den konjunkturellen Schwankungen einzelner Wirtschaftsräume. Er profitiert zudem von der oftmals überdurchschnittlichen Profitabilität sich entwickelnder Märkte.

Attraktive Positionierung im Wettbewerb

HUGO BOSS sieht sich im globalen Bekleidungsmarkt gut positioniert. Alle Konzernmarken stehen für exzellente Qualität, herausragende Verarbeitung und modernes Design. Die Marken geben dabei dem Kunden die Gewissheit, sich stilsicher und jeder Gelegenheit angemessen zu kleiden. Der Konzern spricht damit ein breites Publikum über das gesamte Spektrum des Modemarkts hinweg an. Durch ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis gewann HUGO BOSS dabei insbesondere in den vergangenen beiden Jahren neue Kundengruppen aus dem Luxussegment des Marktes. Der Konzern sieht auch zukünftig gute Chancen, auf Basis seiner Positionierung im Premium- und Luxussegment Kunden aus benachbarten Preissegmenten anzuziehen.

Ausbau des eigenen Einzelhandels

Der Ausbau des eigenen Einzelhandels ermöglicht es dem Konzern, wertvolle Einblicke in das Kaufverhalten seiner Kunden zu gewinnen und somit seine Kollektionsentwicklung stärker an den Kundenbedürfnissen auszurichten. Die umfassende Kontrolle der Markenpräsentation am Verkaufspunkt unterstützt die Stärkung des Markenimages und fördert damit die Begehrlichkeit der Marken auch in anderen Vertriebskanälen. Der Aufbau von Einzelhandelskompetenz eröffnet dem Konzern darüber hinaus zunehmend die Möglichkeit, Franchiseaktivitäten zu übernehmen sowie Handelsflächen von Großhandelskunden eigenverantwortlich zu bewirtschaften. HUGO BOSS ist somit überzeugt, dass der Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten die Erreichung der mittelfristigen Unternehmensziele unterstützt.

Verbesserung der Marktposition bei Damenbekleidung

HUGO BOSS hält insbesondere im Bekleidungssegment des Premium-Männermodemarktes in vielen Regionen hohe Marktanteile. Im Damenmodemarkt ist die Penetration in den meisten Märkten jedoch deutlich geringer. HUGO BOSS ist auf Basis seiner Produktkompetenz und der über die letzten zehn Jahre etablierten Wahrnehmung und Glaubwürdigkeit im Damenmodemarkt zuversichtlich, die Attraktivität seiner Marken in diesem Kundensegment steigern zu können und Marktanteile hinzugewinnen. Auf dem Weg zu diesem Ziel sieht HUGO BOSS erhebliches Potenzial in den Produktbereichen Schuhe und Lederaccessoires. In Ergänzung des Bekleidungsassortiments bietet HUGO BOSS damit komplette Outfits an, die im Bereich der Damenbekleidung eine wichtige Rolle für die Kaufentscheidung spielen.



Weiterführende Informationen zur Internationalisierung der Geschäftstätigkeit finden Sie im Kapitel „Konzernstrategie“ auf Seite 77 f.



Details zum Ausbau des eigenen Einzelhandels sind im Kapitel „Konzernstrategie“ auf Seite 76 f. dargestellt.

Zunehmende Erschließung des Markts für Freizeitbekleidung

HUGO BOSS hat durch den systematischen Ausbau seines Markenportfolios in den vergangenen 15 Jahren mehr und mehr Segmente des globalen Premium- und Luxusmarkts für Bekleidung erschlossen. Ausgehend von seinen historischen Wurzeln im Herrenkonfektionsbereich hat sich der Konzern damit auch im Freizeit- und Sportbekleidungs-Markt als Anbieter qualitativ führender Mode mit hohem Designanspruch etabliert. Verbunden mit der zunehmenden Akzeptanz hochwertiger Freizeitmode im geschäftlichen Kontext lässt sich damit erhebliches weiteres Wachstumspotenzial ableiten. Durch die differenzierte Ansprache der verschiedenen lifestyleorientierten Kundensegmente im Rahmen seiner Mehrmarkenstrategie traut sich HUGO BOSS überdurchschnittliches Wachstum in diesem Marktsegment zu.

Steigende Bedeutung des Internets für Absatz und Markenwahrnehmung

Das Internet wird sowohl als Vertriebskanal wie auch als Kommunikationsmedium für das Premium- und Luxusgütersegment der globalen Bekleidungsindustrie immer wichtiger. Eine steigende Zahl von Konsumenten schätzt die Vorzüge des Onlinehandels im Bezug auf Produktauswahl, Schnelligkeit und Komfort. HUGO BOSS hat diese Entwicklung erkannt und seinen Onlinevertrieb deutlich ausgebaut. Auch durch die Verbesserung des Online Stores im Bezug auf Nutzerfreundlichkeit und Servicequalität konnte so im Jahr 2010 ein deutlicher Umsatzanstieg gegenüber dem Vorjahr erzielt werden. Darüber hinaus nutzt der Konzern digitale Medien, um seine Marken unmittelbar erlebbar zu machen. Insbesondere durch seine Aktivitäten in sozialen Netzwerken interagiert HUGO BOSS mit seinen Kunden und bindet sie damit an seine Marken. Der Konzern sieht in der intelligenten Nutzung digitaler Kommunikationskanäle gute Chancen, bestehende Kundenbeziehungen zu stärken und neue Kunden zu gewinnen. Außerdem bietet die zunehmende Integration der Onlineaktivitäten mit dem stationären Einzelhandel durch eine kanalübergreifende Kundenansprache und innovative Serviceangebote gute Wachstumschancen.

Effizienzverbesserungen in Unternehmensprozessen

Der Konzern hat im Jahr 2010 ein weitreichendes Projekt zur effizienteren Gestaltung zentraler Unternehmensprozesse aufgelegt. Insbesondere zielt das Projekt D.R.I.V.E. auf die Verkürzung der Entwicklungszeiten. HUGO BOSS strebt dazu eine Harmonisierung und Standardisierung der Entwicklungs-, Beschaffungs-, Produktions- und Vertriebsprozesse zwischen den verschiedenen Marken und Unternehmensfunktionen an. Verbunden mit der Optimierung der Kollektionsbreite ergeben sich damit Potenziale für Effizienzverbesserungen entlang der Wertschöpfungskette.



Weiterführende Informationen zum Projekt D.R.I.V.E. sind im Kapitel „Konzernstrategie“ auf Seite 74 f. dargestellt.

NACHTRAGS- UND PROGNOSEBERICHT

Aufgrund der Stärke seiner Marken und der Umsetzung seiner Wachstumsstrategie erwartet der HUGO BOSS Konzern, im Jahr 2011 die Vorjahresergebnisse bei Umsatz und Ergebnis deutlich zu übertreffen. Die erwartete Beschleunigung des währungsbereinigten Umsatzwachstums gegenüber dem vergangenen Jahr wird von Zuwächsen in allen Regionen und in allen Vertriebskanälen unterstützt werden. Entsprechend den für das Jahr 2015 gesetzten Ziele wird dabei ein überproportionales Wachstum insbesondere in der Region Asien/Pazifik sowie im eigenen Einzelhandel erwartet. Das EBITDA vor Sondereffekten soll aufgrund des erwarteten Umsatzanstiegs und einer höheren Rohertragsmarge stärker als der Umsatz steigen.

NACHTRAGSBERICHT

Übernahme von Franchise Stores in Großbritannien

HUGO BOSS hat am 7. Februar 2011 seine Absicht bekannt gegeben, 15 HUGO BOSS Monobrand Stores und die damit verbundenen Anlagewerte von Moss Bros, dem wichtigsten Franchisepartner in Großbritannien, zu übernehmen. Die Übernahme beinhaltet neben acht Standorten in London und zwei Geschäften in Manchester jeweils einen Standort in fünf weiteren englischen Städten. In Abhängigkeit von bestimmten Bedingungen wird die Transaktion zum 1. April 2011 wirksam werden. Durch die Übernahme der Standorte wird die Anzahl der konzerneigenen Einzelhandelsgeschäfte und somit der Umsatzanteil des konzerneigenen Einzelhandels in Großbritannien weiter gesteigert. Die vereinbarte Kaufpreiszahlung für den Erwerb der Standorte und der damit verbundenen Anlagewerte beträgt ca. 19,5 Mio. EUR (16,5 Mio. GBP). Der Konzern erwartet, dass sich die Integration der Standorte positiv auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Zeitraum April bis Dezember 2011 auswirken wird.

Keine weiteren berichtspflichtigen Ereignisse

Zwischen dem Ende des Geschäftsjahres 2010 und der Freigabe der Veröffentlichung dieses Berichts am 8. März 2011 gab es keine weiteren nennenswerten gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, branchenbezogenen oder unternehmensspezifischen Veränderungen, die sich nach den Erwartungen des Managements maßgeblich auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Unternehmens auswirken könnten.

PROGNOSEBERICHT

Gesamtwirtschaftlicher Ausblick

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

Die Erholung der Weltwirtschaft dürfte sich im kommenden Jahr in abgeschwächter Form fortsetzen. Der Internationale Währungsfonds (IWF) erwartet für das Gesamtjahr 2011 ein Wachstum der Weltwirtschaft von circa 4–5 %. Das Ausmaß des Wirtschaftswachstums wird dabei voraussichtlich regional uneinheitlich ausfallen. Die ungewissen Auswirkungen fiskalpolitischer Sparmaßnahmen zur Verringerung der Staatsverschuldung, Wechselkursschwankungen und das Auslaufen geldpolitischer Unterstützungsmaßnahmen stellen wesentliche Risiken für die Konjunktorentwicklung im Jahr 2011 dar.

Das Wachstum in der **EUROZONE** wird voraussichtlich durch eine restriktive Fiskalpolitik zur Eindämmung der Staatsverschuldung gebremst werden. Dementsprechend dürfte die Inlandsnachfrage nur verhalten steigen. Die Exporttätigkeit in der Region könnte sich aufgrund der Verlangsamung des Aufschwungs in wichtigen Exportmärkten wie den USA eintrüben. Insgesamt rechnen Wirtschaftsforscher für die Eurozone im Durchschnitt mit einem Wachstum von rund 1–2%. Deutschland wird ein im Vergleich zur Gesamtregion überdurchschnittliches Wachstum zugetraut. Eine niedrige Arbeitslosigkeit und das Anspringen der Binnenwirtschaft sollten dazu beitragen.

In den **USA** wird die anhaltend hohe Arbeitslosigkeit den Privatkonsum weiterhin belasten. Aufgrund eines moderaten Anziehens der Investitionen sowie einer fortgesetzt expansiven Geld- und Fiskalpolitik rechnen Wirtschaftsforscher jedoch mit einem Wachstum in etwa auf Vorjahreshöhe, also circa 3%. Für **LATEINAMERIKA** wird infolge einer weniger stark steigenden globalen Rohstoffnachfrage, eines langsameren Wachstums in den USA und einer restriktiveren Wirtschaftspolitik mit einer moderaten Abschwächung des Wirtschaftswachstums auf gut 4% gerechnet.

In **ASIEN** deuten sinkende Geschäftsklimaindikatoren auf eine Verlangsamung des Wirtschaftswachstums hin. Infrastrukturinvestitionen und die zunehmende Exportorientierung in den Schwellenländern der Region sollten jedoch für ein Wachstum der Gesamtregion (außer Japan) von gut 8% sorgen. Dabei wird für den chinesischen Markt eine erneut starke Expansion von annähernd 10% erwartet. Hohe Kapitalzuflüsse aufgrund von Währungsturbulenzen in anderen Weltregionen verstärken in China aber die Gefahr von Inflation und einer Überhitzung des Immobilienmarkts. Japan wird den Prognosen zufolge wiederum nur schwach wachsen.

Branchenausblick

Nach der ausgeprägten Erholung der Luxusgüterbranche im Jahr 2010 wird für das Jahr 2011 mit einem fortgesetzten Wachstum in allerdings leicht abgeschwächter Form gerechnet. Branchenexperten erwarten ein Branchenwachstum zwischen 3% und 5% unter der Annahme konstanter Wechselkurse.

In den Industrienationen Westeuropas und Nordamerikas wird nur ein moderates Wachstum erwartet, das insbesondere von der fortgesetzten Expansion eigener Einzelhandelsaktivitäten getrieben sein wird. In diesen Märkten wird über die nächsten Jahre ein Verdrängungswettbewerb erwartet, dem vor allem kleinere Wettbewerber durch Marktkonsolidierung zum Opfer fallen könnten. In Asien wird voraussichtlich weiterhin der chinesische Markt ein wesentlicher Wachstumstreiber bleiben. Aufgrund der stetig größer werdenden Mittelschicht, die über ein immer höheres Einkommen verfügt, vergrößert sich das für die Luxusgüterbranche relevante Konsumentensegment in diesem Markt sehr schnell. Es wird erwartet, dass von dieser Entwicklung insbesondere solche europäischen Marken profitieren werden, deren Produkte vom Konsumenten als besonders qualitativ hochwertig und werthaltig wahrgenommen werden. Neben China wird auch für andere Schwellenländer der Region ein überdurchschnittliches Wachstum erwartet. In Japan gehen Branchenexperten hingegen von einer fortgesetzt schwachen Marktentwicklung aus.

Beschleunigter Anstieg des währungsbereinigten Konzernumsatzes im Jahr 2011 erwartet

HUGO BOSS erwartet im Jahr 2011 ein beschleunigtes währungsbereinigtes Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr. Das währungsbereinigte Wachstum des Konzernumsatzes wird damit die Steigerungsraten der Weltwirtschaft und der Luxusgüterbranche übertreffen. Aufgrund der schwächeren Vergleichsbasis aus dem Vorjahr wird das Wachstum in der ersten Jahreshälfte voraussichtlich über dem der zweiten Jahreshälfte liegen.

Wachstum in allen Regionen

Der HUGO BOSS Konzern erwartet, dass alle Regionen im Jahr 2011 zur prognostizierten Umsatzsteigerung des Gesamtkonzerns beitragen werden. Dabei wird das Wachstum in Asien/Pazifik und Amerika voraussichtlich stärker ausfallen als in Europa. In der Region Asien/Pazifik wird aufgrund eines starken Wachstums in China mit einem zweistelligen Umsatzzanstieg gerechnet. Auch der Umsatz im Segment Lizenzen sollte sich positiv entwickeln.

Eigener Einzelhandel bleibt Motor der Umsatzentwicklung

Der eigene Einzelhandel wird auch im Jahr 2011 der Hauptumsatztreiber für den Gesamtkonzern sein. Es wird erwartet, dass die Umsätze im eigenen Einzelhandel vor allem aufgrund starken Wachstums in eigenen Einzelhandelsgeschäften und dem Online Geschäft zweistellig steigen werden. Neben den positiven Effekten fortgesetzter Flächenexpansion wird auch auf vergleichbarer Fläche ein Umsatzzanstieg erwartet. Der Konzern profitiert dabei von einer weiteren Professionalisierung seiner Einzelhandelsaktivitäten. Auch der Umsatz im Großhandelsbereich wird voraussichtlich zulegen. Diese Prognose basiert auf der positiven Entwicklung der Auftragseingänge. Die im Geschäftsjahr 2010 erfolgte Übernahme von Franchisepartnern vor allem in China, Australien und Polen wird die Umsatzentwicklung im eigenen Einzelhandel positiv und im Großhandelsbereich negativ beeinflussen. Für den Gesamtumsatz des Konzerns wird in der Summe ein positiver Effekt erwartet.

Fortgesetzte Flächenexpansion im eigenen Einzelhandel

Auch im Jahr 2011 wird der HUGO BOSS Konzern seine eigenen Einzelhandelsaktivitäten ausbauen. Es wird davon ausgegangen, dass die Zahl der eigenen Einzelhandelsgeschäfte steigen wird. China wird ein wichtiger Schwerpunkt von Neueröffnungen sein. Der Großteil der neuen Stores und Shops in diesem Markt wird im Rahmen des Joint Ventures mit der Rainbow Gruppe eröffnet werden.

Anstieg der Rohertragsmarge

Die Rohertragsmarge des HUGO BOSS Konzerns wird im Jahr 2011 voraussichtlich steigen. Dies wird hauptsächlich eine Folge des steigenden Umsatzanteils des eigenen Einzelhandels sein. Der Konzern plant, den Effekt steigender Herstellungskosten vor allem durch Effizienzverbesserungen in Produktion und Beschaffung sowie selektive Preiserhöhungen zu kompensieren.

Überproportionales Wachstum des EBITDA vor Sondereffekten im Vergleich zum Umsatz erwartet

HUGO BOSS erwartet im Jahr 2011 einen überproportionalen Anstieg des EBITDA vor Sondereffekten im Vergleich zum Umsatz. Für diese Entwicklung werden der erwartete Umsatzzanstieg und eine verbesserte Rohertragsmarge verantwortlich sein. Die operativen Aufwendungen werden hauptsächlich aufgrund des weiteren Ausbaus der eigenen Einzelhandelsaktivitäten und höherer Marketingaufwendungen zur Schärfung der Markendifferenzierung steigen. Infolge des verbesserten EBITDA vor Sondereffekten wird auch für das Konzernergebnis eine Steigerung erwartet.



Weiterführende Informationen zum Thema D.R.I.V.E. finden Sie im Kapitel „Konzernstrategie“ auf Seite 74 f.

Striktes Management des kurzfristigen Nettovermögens

Das strikte Management des kurzfristigen Nettovermögens (Net Working Capital) genießt weiterhin hohe Priorität, um Verbesserungen des operativen Cashflows zu erzielen. Besonderes Augenmerk gilt dabei der Verringerung der Kapitalbindungsdauer. Verbesserungspotenzial wird insbesondere bei der Erhöhung des Vorratsumschlags gesehen. So wird durch das D.R.I.V.E. Projekt mittelfristig eine Verbesserung der Umschlagshäufigkeit vor allem im eigenen Einzelhandel angestrebt. Insgesamt geht der Konzern für das Jahr 2011 davon aus, dass die Steigerung des kurzfristigen Nettovermögens das Umsatzwachstum nicht übertrifft.

Ausbau des eigenen Einzelhandels bildet Schwerpunkt der Investitionstätigkeit

Der Ausbau der eigenen Einzelhandelsaktivitäten und die Renovierung bestehender Stores und Shops werden den Schwerpunkt der Investitionstätigkeit des Konzerns bilden. Andere Investitionsbereiche beinhalten die Weiterentwicklung der IT-Infrastruktur des Konzerns und Optimierungen in den Bereichen Produktion und Logistik. Der Konzern geht davon aus, die geplanten Investitionen vollständig aus vorhandener Liquidität bzw. dem operativen Cashflow zu finanzieren.

Fortgesetzt starke Cashflow Entwicklung

Im Jahr 2011 erwartet der Konzern vor allem aufgrund der verbesserten Gewinnentwicklung, eines strikten Managements des kurzfristigen Nettovermögens und disziplinierter Investitionstätigkeit eine unverändert starke Entwicklung des Cashflows. Überschüssige Mittel sollen neben der Dividendenzahlung zur weiteren Verringerung der Verschuldung eingesetzt werden. Der Konzern geht dementsprechend davon aus, dass die Nettoverschuldung am Jahresende den Wert des Vorjahres unterschreiten wird. Aufgrund der langfristig, zu vorteilhaften Konditionen abgeschlossenen Finanzierung durch einen Konsortialkredit sowie der starken Innenfinanzierungskraft plant der Konzern keine wesentlichen Finanzierungsaktivitäten im Jahr 2011.

Management beabsichtigt, Dividende von 2,03 EUR je Vorzugsaktie vorzuschlagen

HUGO BOSS verfolgt eine ertragsorientierte Ausschüttungspolitik, die die Aktionäre angemessen an der Gewinnentwicklung des Konzerns beteiligt. Vorstand und Aufsichtsrat beabsichtigen aufgrund der deutlichen Gewinnsteigerung im abgelaufenen Geschäftsjahr und der positiven Erwartungen für das Jahr 2011, der Hauptversammlung am 10. Mai 2011 eine Dividende von 2,03 EUR je Vorzugsaktie (2009: 0,97 EUR) und 2,02 EUR je Stammaktie (2009: 0,96 EUR) vorzuschlagen. Der Vorschlag entspricht einer Ausschüttungsquote von 75 % des auf die Anteilseigner entfallenden Konzernergebnisses im Jahr 2010 (2009: 64 %). Sofern die Aktionäre dem Vorschlag zustimmen, wird die Dividende am Folgetag der Hauptversammlung, dem 11. Mai 2011, ausgezahlt. Basierend auf der Anzahl der am Jahresende ausstehenden Aktien wird die Ausschüttungssumme 140 Mio. EUR betragen (2009: 67 Mio. EUR).

Fortgesetztes Wachstum im Jahr 2012

Unter der Annahme eines fortgesetzten Wirtschaftswachstums in den Kernmärkten des Konzerns plant das Management, im Jahr 2012 weitere Steigerungen von Umsatz und Ergebnis zu erzielen. Insbesondere eine merkliche Abschwächung der Konsumneigung, Kosteninflation in den Beschaffungsprozessen und Wechselkursschwankungen könnten allerdings die Erreichung dieses Ziel gefährden. Der Konzern hat Gegenmaßnahmen ergriffen, um die Auswirkungen eines Eintritts dieser und weiterer Risiken zu begrenzen. Einzelheiten sind dem Risikobericht zu entnehmen.



Den Risikobericht finden Sie auf Seite 126 ff.

Konzern erwartet deutliche Steigerung von Umsatz und EBITDA bis 2015

Der HUGO BOSS Konzern geht davon aus, aufgrund der erfolgreichen Umsetzung der Konzernstrategie bis zum Jahr 2015 eine deutliche Steigerung von Umsatz und EBITDA zu erzielen. Die Konzernstrategie ist dabei auf **ORGANISCHES WACHSTUM** des **BESTEHENDEN MARKENPORTFOLIOS** ausgerichtet. Der Konzernumsatz soll im Jahr 2015 2,5 Mrd. EUR betragen. Die Umsatzsteigerung wird maßgeblich vom **EIGENEN EINZELHANDEL** getrieben, der im Jahr 2015 infolge von Flächenexpansion und Produktivitätssteigerungen einen Anteil am Konzernumsatz von annähernd 50 % erzielen soll. Der relative Anteil des **GROSSHANDELSUMSATZES** wird sich trotz eines erwarteten absoluten Umsatzanstiegs entsprechend auf annähernd 50 % verringern. Das **LIZENZGESCHÄFT** wird voraussichtlich einen im Vergleich zum Jahr 2010 etwa gleich hohen Anteil am Gesamtkonzern ausmachen. Die wachsende Bedeutung des eigenen Einzelhandels wird einhergehen mit einer regionalen Verschiebung der Geschäftsaktivitäten. Während sich die Umsatzanteile der Regionen Amerika und Asien/Pazifik auf 25 % bzw. mindestens 20 % erhöhen werden, wird der Anteil, den die Region Europa am Konzerngesamtumsatz ausmacht, auf knapp 55 % abnehmen.

Der Konzern geht außerdem davon aus, das operative Ergebnis im gleichen Zeitraum mindestens ebenso stark wie den Umsatz steigern zu können. Im Jahr 2015 soll das EBITDA 500 Mio. EUR erreichen. Zu den wesentlichen Elementen der weiteren Ergebnisverbesserung gehören:

- Verbesserung der Kundennähe und der Reaktionsfähigkeit auf Marktveränderungen durch Verkürzung der Entwicklungszeiten und Entwicklung von vier Kollektionen pro Jahr
- Eindeutige Differenzierung der Konzernmarken zur individuellen Ansprache des jeweiligen Zielkonsumenten
- Profitabler Ausbau und Erzielung von Effizienzverbesserungen im eigenen Einzelhandel
- Stärkere Internationalisierung der Geschäftsaktivitäten unter Nutzung von Wachstumspotenzialen in überdurchschnittlich profitablen Schwellenländern wie China
- Fortgesetzte Kostendisziplin in Zentralfunktionen
- Effizienzverbesserungen in Produktion und Beschaffung
- Strikte Kontrolle des kurzfristigen Nettovermögens (Net Working Capital)

Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns

Das Management des HUGO BOSS Konzerns erwartet im Jahr 2011 deutliche Steigerungen von Konzernumsatz und -ergebnis. Auch über das Jahr hinaus bietet die langfristige strategische Ausrichtung des Konzerns seiner Meinung nach weiteres Potenzial zur Erzielung profitablen Wachstums und zur Erreichung der für das 2015 prognostizierten Umsatz- und Ergebnisziele.

Metzingen, den 8. März 2011

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

CLAUS-DIETRICH LAHRS
CHRISTOPH AUHAGEN
MARK LANGER



Weiterführende Informationen zur strategischen Ausrichtung finden Sie im Kapitel „Konzernstrategie“ auf Seite 73 ff.



05

KONZERN- ABSCHLUSS



05 — INHALT **KONZERNABSCHLUSS**

150	Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung
151	Konzerngesamtergebnisrechnung
152	Konzernbilanz
154	Eigenkapitalveränderungsrechnung
156	Kapitalflussrechnung
157	Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2010
183	Erläuterungen zur Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung
190	Erläuterungen zur Konzernbilanz
207	Sonstige Erläuterungen
222	Angaben zum Mehrheitsaktionär
235	Vorstand
236	Aufsichtsrat
238	Weitere Angaben zu den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern
240	Versicherung der gesetzlichen Vertreter
241	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

des HUGO BOSS Konzerns für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010

in TEUR	Anhang – Nr.	2010	2009
Umsatzerlöse	(1)	1.729.446	1.561.863
Umsatzkosten ¹	(2)	-661.798	-680.865
Direkte Vertriebskosten	(2)	-40.470	-33.882
Rohhertrag		1.027.178	847.116
in % vom Umsatz		59,4	54,2
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	(3)	-574.430	-487.883
Verwaltungsaufwendungen und sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge	(4)	-188.805	-203.807
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit		263.943	155.426
Zinsergebnis		-17.285	-22.373
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		3.283	1.680
Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-20.568	-24.053
Übrige Finanzposten¹		2.497	3.595
Finanzergebnis	(5)	-14.788	-18.778
Ergebnis vor Ertragsteuern		249.155	136.648
Ertragsteuern	(6)	-59.927	-32.659
Konzernergebnis		189.228	103.989
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens		185.895	104.003
Minderheitsanteile	(7)	3.333	-14
Konzernergebnis		189.228	103.989
Ergebnis je Aktie (EUR)²	(8)		
Stammaktien		2,69	1,50
Vorzugsaktien		2,70	1,51
Dividende je Aktie (EUR)	(22)		
Stammaktien		2,02 ³	0,96
Vorzugsaktien		2,03 ³	0,97

1 Die Vorjahreswerte wurden angepasst. Siehe auch die begleitenden Erläuterungen im Konzernanhang unter „Darstellungsänderungen“.

2 Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

3 2010: Dividendenvorschlag.

KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG

des HUGO BOSS Konzerns für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010

in TEUR	2010	2009
Konzernergebnis	189.228	103.989
Marktbewertung Sicherungsgeschäfte	2.670	-11.620
Währungsdifferenzen	15.263	5.285
Direkt im Eigenkapital erfasste Erträge und Aufwendungen	17.933	-6.335
Vollständiges Einkommen	207.161	97.654
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	204.403	97.668
Minderheitsanteile	2.758	-14
Vollständiges Einkommen	207.161	97.654

KONZERNBILANZ

des HUGO BOSS Konzerns zum 31. Dezember 2010

AKTIVA

in TEUR

	Anhang – Nr.	2010	2009
Immaterielle Vermögenswerte	(10)	126.937	101.387
Sachanlagen	(11)	264.415	270.440
Aktive latente Steuern	(6)	48.970	45.085
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	(13) (28)	20.843	10.421
Langfristige Ertragsteuerforderungen		3.141	3.325
Sonstige langfristige Vermögenswerte	(13)	2.878	4.364
Langfristige Vermögenswerte		467.184	435.022
Vorräte	(14)	377.330	305.978
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(15)	133.365	140.074
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	(6)	8.847	14.583
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	(13) (28)	10.621	5.725
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	(13)	61.921	49.921
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	(16)	294.884	114.082
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	(12)	1.290	0
Kurzfristige Vermögenswerte		888.258	630.363
Aktiva, gesamt		1.355.442	1.065.385

PASSIVA

in TEUR

	Anhang – Nr.	2010	2009
Gezeichnetes Kapital	(17)	70.400	70.400
Eigene Aktien	(18)	–42.363	–42.363
Kapitalrücklage	(19)	399	399
Gewinnrücklagen ¹	(20)	161.194	123.783
Kumuliertes übriges Eigenkapital	(21)	–31.720	–50.228
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis		185.895	104.003
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		343.805	205.994
Minderheitsanteile am Eigenkapital	(7)	17.416	–519
Konzern Eigenkapital		361.221	205.475
Langfristige Rückstellungen	(23) (24)	39.047	32.568
Langfristige Finanzverbindlichkeiten ¹	(25) (28)	514.122	494.218
Passive latente Steuern	(6)	24.878	16.449
Sonstige langfristige Schulden ¹	(26)	27.107	24.437
Langfristige Schulden		605.154	567.672
Kurzfristige Rückstellungen	(23)	86.807	55.763
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten ¹	(25) (28)	18.814	28.214
Ertragsteuerschulden	(6)	37.615	16.709
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(27)	187.991	150.454
Sonstige kurzfristige Schulden	(26)	57.840	41.098
Kurzfristige Schulden		389.067	292.238
Passiva, gesamt		1.355.442	1.065.385

¹ Die Vorjahreswerte wurden angepasst. Siehe auch die begleitenden Erläuterungen im Konzernanhang unter „Darstellungsänderungen“.

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

des HUGO BOSS Konzerns für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010

in TEUR	Gewinnrücklagen				
	Gezeichnetes Kapital	Eigene Aktien	Kapital- rücklage	Gesetzliche Rücklage	Sonstige Gewinn- rücklagen
Anhang Nr.	(17)	(18)	(19)	(20)	(20)
1. Januar 2009	70.400	-42.363	399	6.641	99.912¹
Vollständiges Einkommen					
Veränderung Konsolidierungskreis					
Einstellung in Gewinnrücklagen					112.119
Dividendenzahlung					-94.889
Aktienrückkauf					
31. Dezember 2009	70.400	-42.363	399	6.641	117.142
Vollständiges Einkommen					
Veränderung Konsolidierungskreis					
Einstellung in Gewinnrücklagen					104.003
Dividendenzahlung					-66.592
Aktienrückkauf					
31. Dezember 2010	70.400	-42.363	399	6.641	154.553

¹ Die Vorjahreswerte wurden angepasst. Siehe auch die begleitenden Erläuterungen im Konzernanhang unter „Änderung der Rechnungslegungsmethode“.

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	
(21)	(21)			(7)		
-35.976	-7.917	112.119	203.215	-505	202.710	
5.285	-11.620	104.003	97.668	-14	97.654	
		-112.119				
			-94.889		-94.889	
-30.691	-19.537	104.003	205.994	-519	205.475	
15.838	2.670	185.895	204.403	2.758	207.161	
				15.177	15.177	
		-104.003				
			-66.592		-66.592	
-14.853	-16.867	185.895	343.805	17.416	361.221	

KAPITALFLUSSRECHNUNG

des HUGO BOSS Konzerns für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010

in TEUR	Anhang-Nr.	2010	2009
	(32)		
Konzernergebnis		189.228	103.989
Abschreibungen/Zuschreibungen	(10) (11) (12)	70.920	69.135
Unrealisierte Währungsgewinne/-verluste, netto ¹		-7.908	-5.416
Sonstige zahlungsunwirksame Vorgänge ¹		2.065	1.617
Ertragsteueraufwand/-erstattungen	(6)	59.927	32.659
Zinserträge und -aufwendungen	(5)	17.285	22.373
Veränderung der Vorräte ¹		-39.661	81.781
Veränderung der Forderungen sowie anderer Aktiva ¹		-870	75.789
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva ¹		31.291	26.610
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen		1.590	4.054
Veränderung Pensionsrückstellungen	(24)	6.886	-255
Veränderung übrige Rückstellungen ¹		22.778	1.189
Gezahlte Ertragsteuern		-27.690	-47.426
Operativer Mittelzufluss		325.841	366.099
Gezahlte Zinsen ¹	(5)	-20.398	-24.053
Erhaltene Zinsen	(5)	2.891	1.680
Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit		308.334	343.726
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	(10) (11)	-55.584	-48.337
Anteilswerb an Tochterunternehmen abzgl. erworbener Zahlungsmittel		-7.206	0
Erlöse aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten		766	4.138
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit		-62.024	-44.199
Dividende Vorjahr	(22)	-66.592	-94.889
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten ¹		-597	-5.855
Rückzahlung von langfristigen Finanzverbindlichkeiten ¹		-1.047	-109.981
Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit		-68.236	-210.725
Wechselkursbedingte Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		2.728	668
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		180.802	89.470
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode		114.082	24.612
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	(16)	294.884	114.082

¹ Die Vorjahreswerte wurden angepasst. Siehe auch die begleitenden Erläuterungen im Konzernanhang unter „Darstellungsänderungen“.

KONZERNANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2010

ALLGEMEINE ANGABEN

Der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht der HUGO BOSS AG, Metzingen, wurden durch Beschluss vom 8. März 2011 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.

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

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. Der Vorperiodenausweis wurde an den Ausweis der Berichtsperiode angepasst. Alle Anpassungen sind unter „Darstellungsänderungen“ weiter 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.

Der Konzern klassifiziert in der Regel Vermögenswerte und Verbindlichkeiten als kurzfristig, wenn diese voraussichtlich innerhalb von zwölf Monaten nach dem Bilanzstichtag realisiert oder ausgeglichen werden.

RECHNUNGSLEGUNG

Der Konzernabschluss der HUGO BOSS AG zum 31. Dezember 2010 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 2010 alle gültigen International Financial Reporting Standards (IFRS) und International Accounting Standards (IAS) sowie die Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) berücksichtigt.

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 wesentlichen Auswirkungen auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns. Sie führten jedoch zum Teil zu zusätzlichen Angaben.

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.

Änderungen von IFRS 2 Aktienbasierte Vergütung – anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich

Das 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.

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 Währungsbetrag 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.

IFRIC 16 Absicherung einer Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb

Diese Interpretation befasst sich mit der Währungskurssicherung („hedge accounting“) von Nettoinvestitionen in einem ausländischen Geschäftsbetrieb.

VERBESSERUNGEN ZU IFRS („IMPROVEMENTS TO IFRS“)

Im Rahmen des fortlaufenden Projekts zur jährlichen Verbesserung der IFRS hat das IASB im April 2009 erneut Änderungsstandards veröffentlicht, welche eine Reihe von bereits bestehenden Standards ändert. Die Änderungen wurden am 23. März 2010 durch das Europäische Parlament übernommen und sind für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2010 beginnen, verpflichtend anzuwenden. Im Folgenden werden die einzelnen Änderungen näher erläutert.

IFRS 8 Geschäftssegmente

Im Rahmen der Segmentberichterstattung haben die Betragsangaben zu den Segmentvermögen und Segment-schulden nur dann zu erfolgen, wenn diese Angabe regelmäßig Gegenstand der Berichterstattung an den Hauptentscheidungsträger („chief operating decision maker“) des Unternehmens sind.

IFRS 5 Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufzugebene Geschäftsbereiche

Im Rahmen dieser Neuerung hat sich das IASB mit der Frage beschäftigt, ob für „als zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte (oder Veräußerungsgruppen)“ sowie aufzugebene Geschäftsbereiche neben denen in IFRS 5 geforderten Angaben aus den IFRS nötig sind, wenn deren Anwendungsbereich nicht bereits derartige Vermögenswerte ausdrücklich ausschließt. Um dies klarzustellen, wurde ein zusätzlicher Paragraph eingeführt.

IFRS 2 Anteilsbasierte Vergütung

Das IASB hat klargestellt, dass neben Unternehmenszusammenschlüssen, die unter den Anwendungsbereich von IFRS 3 fallen, auch die Bildung von Joint Ventures oder Transaktionen unter gemeinsamer Beherrschung nicht unter den Anwendungsbereich des IFRS 2 fallen.

IAS 39 Finanzinstrumente Ansatz und Bewertung

Die Klarstellungen im Rahmen des jährlichen Verbesserungsprojekts betreffen die Behandlung von Vorfälligkeitsentscheidungen als eng mit dem Basisvertrag verbundene eingebettete Derivate, die Ausnahme von Derivaten aus dem Anwendungsbereich des IAS 39 sowie das „Cash Flow Hedge Accounting“.

IAS 38 Immaterielle Vermögenswerte

Mit IAS 38.36 hat das IASB nun klargestellt, dass ein bei einem Unternehmenszusammenschluss erworbener immaterieller Vermögenswert nur in Verbindung mit einem zugehörigen Vertrag, in einen identifizierbaren Vermögenswert oder Verbindlichkeit separierbar ist. In diesem Fall ist der immaterielle Vermögenswert getrennt von dem Geschäfts- oder Firmenwert und in Verbindung mit dem zugehörigen Vermögenswert bzw. der zugehörigen Verbindlichkeit anzusetzen.

IAS 36 Wertminderung von Vermögenswerten

Im Zuge der Änderungen an IFRS 8 Geschäftssegmente, wurde auch IAS 36 Wertminderungen von Vermögenswerten geändert. Ein entstandener Geschäfts- oder Firmenwert, im Rahmen eines Unternehmenszusammenschluss, ist einer zahlungsmittelgenerierenden Einheit („cash generating unit“) oder einer Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten zuzuordnen. Hier wurde nun durch das IASB klargestellt, dass die Zuordnung auf der niedrigsten Ebene gemäß der Definition des IFRS 8.5 abzustellen ist. Eine nach IFRS 8.12 ggf. zulässige Zusammenfassung einzelner Geschäftssegmente zu einem berichtspflichtigen Segment wäre somit keine zulässige Ebene, auf der der Geschäfts- oder Firmenwert auf Wertminderungen getestet werden dürfte.

IAS 17 Leasingverhältnisse

Obwohl die Bilanzierung von Leasingverhältnissen mittelfristig grundlegend neu geregelt werden soll, hat sich das IASB entschlossen, die existierenden Vorschriften zu ändern. Die Änderungen umfassen dabei die Klassifizierung von Leasingverhältnisse betreffenden Immobilien. Hierbei kommt der unbegrenzten wirtschaftlichen Nutzungsdauer des Grundstücks besondere Bedeutung zu.

IAS 7 Kapitalflussrechnung

Gemäß IAS 7 hat die Kapitalflussrechnung Cashflows der Periode zu enthalten, die nach betrieblichen Tätigkeiten, Investitionen und Finanzierungstätigkeiten gegliedert werden. Der IASB hat nun in IAS 7.16 klargestellt, dass nur solche Ausgaben im Cashflow für Investitionstätigkeiten enthalten sein dürfen, welche in der Bilanz zu einem erfassten Vermögenswert führen.

IAS 1 Darstellung des Abschlusses

In IAS 1.69 wurde aufgenommen, dass die Einstufung einer Schuld als kurz- oder langfristig nicht von bestehenden Bedingungen, nach denen diese Schuld aufgrund einer Option der Gegenpartei durch die Ausgabe von Eigenkapitalinstrumenten erfüllt werden kann, beeinflusst wird.

IFRIC 16 Absicherung einer Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb

Nach bisherigen Regelungen in IFRIC 16 konnte ein Sicherungsinstrument nicht vom abzusichernden ausländischen Geschäftsbetrieb selbst gehalten werden. Diese Einschränkung wurde durch die Änderung in IFRIC 16 aufgehoben.

IFRIC 12 Dienstleistungskonzessionsvereinbarung

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

IFRIC 9 Neubeurteilung eingebetteter Derivate

Das IASB stellt nunmehr klar, dass neben Verträgen, die im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erworben wurden, auch Verträge, die im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen von Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung bzw. bei Gründung eines Gemeinschaftsunternehmens im Sinne des IAS 31 erworben werden, aus der Anwendung des IFRIC 9 ausgenommen sind.

FOLGENDE RECHNUNGSLEGUNGSVORSCHRIFTEN WURDEN HERAUSGEGEBEN, WAREN ABER FÜR DAS JAHR 2010 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.

Änderungen von IFRS 7 Finanzinstrumente: Angaben

Mit Wirkungen zum 1. Januar 2009 wurde bereits Angaben zur Fair-Value-Ermittlung dahin gehend spezifiziert, dass eine dreistufige Fair-Value-Hierarchie eingeführt wurde. Die Änderungen sehen erweiterte Angaben für das Liquiditätsrisiko, über die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert auf Grundlage einer dreistufigen Hierarchie, vor. Die Änderungen sind erstmals auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2013 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.

Änderungen IFRIC 14 Die Begrenzung eines leistungsorientierten Vermögenswertes, Mindestfinanzierungsvorschriften und ihre Wechselwirkung

Die Änderung gilt der Interpretation IFRIC 14, die ihrerseits eine Auslegung von IAS 19 Leistungen an Arbeitnehmer darstellt. Die Änderung gilt unter den begrenzten Umständen, unter denen ein Unternehmen Mindestfinanzierungsvorschriften unterliegt und eine Vorauszahlung der Beiträge leistet, die diesen Anforderungen genügen. Nach der Änderung wird nun gestattet, dass ein Unternehmen den Nutzen aus einer solchen Vorauszahlung als Vermögenswert darstellt. Die Änderungen sind erstmals auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2011 beginnen.

Diese neuen Rechnungslegungsvorschriften sind im Konzernabschluss 2010 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.

UNTERNEHMENSZUSAMMENSCHLUSS

Mit Wirkung zum 1. Juli 2010 hat HUGO BOSS mit der Rainbow-Gruppe, einem langjährigen Franchisepartner in China, ein Joint Venture gegründet. Die HUGO BOSS International B.V., Amsterdam, Niederlande, hat 60 % der Anteile und Stimmrechte einer neu gegründeten Holdinggesellschaft, der HUGO BOSS Lotus Hong Kong Ltd., Hongkong, erworben, die ihrerseits sämtliche Anteile an der Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd., Macau und der Shenzhen Lotus Trading Co., Ltd., Shenzhen, China, hält. Die vereinbarte Kaufpreiszahlung für den Erwerb der Anteile beträgt 217,5 Mio. HKD (22,8 Mio. EUR), welche in drei Teilzahlungen zu leisten ist. Die erste Teilzahlung in Höhe von 96 Mio. HKD (10,0 Mio. EUR) wurde bereits im dritten Quartal 2010 bezahlt. Die beiden verbleibenden Teilzahlungen betragen jeweils 60,75 Mio. HKD und sind zum 1. Juli 2011 bzw. 1. Juli 2012 fällig.

Mit Abschluss des Kaufvertrags zum 1. Juli 2010 hat die HUGO BOSS International B.V., Amsterdam, Niederlande, die Beherrschung über die HUGO BOSS Lotus Hong Kong Ltd., Hongkong und somit über deren Tochtergesellschaften in Macau und China erlangt.

Erlangt ein Unternehmen die Beherrschung über ein anderes Unternehmen, liegt ein Unternehmenszusammenschluss im Sinne des IFRS 3 vor. Gemäß IFRS 3 sind Unternehmenszusammenschlüsse unter der Anwendung der Erwerbsmethode („acquisition method“) zu bilanzieren.

Die Anwendung der Erwerbsmethode umfasst vier Schritte:

- Identifizierung des Erwerbers,
- Festlegung des Erwerbszeitpunkts,
- Erfassung und Bewertung der erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte, der übernommenen Schulden sowie der Minderheitsanteile,
- Erfassung und Bewertung des Geschäfts- oder Firmenwerts.

Der Erwerber der Anteile ist die HUGO BOSS International B.V., Amsterdam, Niederlande. Die Erstkonsolidierung dieser Gesellschaften erfolgte zum Erwerbszeitpunkt, mit Wirkung zum 1. Juli 2010.

Die Vermögenswerte und Schulden der übernommenen Gesellschaften wurden jeweils zu den beizulegenden Zeitwerten bewertet und basierten auf den jeweils anzuwendenden IFRS Standards und den konzerneinheitlichen Richtlinien des HUGO BOSS Konzerns.

SHENZHEN LOTUS TRADING CO., LTD.

in TEUR	Buchwert zum 1. Juli 2010	Kaufpreis- allokation	Zeitwert zum 1. Juli 2010
AKTIVA			
Immaterielle Vermögenswerte	4,3	15.023,6	15.027,9
davon Business Licences		10.074,9	
davon Franchisevereinbarungen		4.948,7	
Sachanlagen	2.062,1	522,5	2.584,6
davon Mietereinbauten		522,5	
Finanzanlagen			
Aktive latente Steuern	985,3		985,3
Langfristige Vermögenswerte	3.051,7	15.546,1	18.597,8
Vorräte	8.276,6		8.276,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4.946,4		4.946,4
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	543,8		543,8
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	2.043,3		2.043,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.755,3		1.755,3
Kurzfristige Vermögenswerte	17.565,4		17.565,4
Aktiva, gesamt	20.617,1	15.546,1	36.163,2
PASSIVA			
Passive latente Steuern	0,0	3.886,5	3.886,5
Langfristige Schulden	0,0	3.886,5	3.886,5
Kurzfristige Rückstellungen	4,4		4,4
Ertragsteuerschulden	1.061,0		1.061,0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.535,3		2.535,3
Sonstige kurzfristige Schulden	5.302,6		5.302,6
Kurzfristige Schulden	8.903,3		8.903,3
Eigenkapital	11.713,8	11.659,6	23.373,3
Passiva, gesamt	20.617,1	15.546,1	36.163,2

LOTUS CONCEPT TRADING (MACAU) CO., LTD.

in TEUR	Buchwert zum 1. Juli 2010	Kaufpreis- allokation	Zeitwert zum 1. Juli 2010
AKTIVA			
Immaterielle Vermögenswerte	0,0	1.357,3	1.357,3
davon Business Licences			
davon Franchisevereinbarungen		1.357,3	1.357,3
Sachanlagen	1.664,3		1.664,3
davon Mietereinbauten			
Finanzanlagen			
Aktive latente Steuern			
Langfristige Vermögenswerte	1.664,3	1.357,3	3.021,6
Vorräte	1.544,0		1.544,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13,0		13,0
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	295,3		295,3
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	22,7		22,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.082,4		1.082,4
Kurzfristige Vermögenswerte	2.957,4		2.957,4
Aktiva, gesamt	4.621,7	1.357,3	5.979,0
PASSIVA			
Passive latente Steuern	0,0	162,9	162,9
Langfristige Schulden	0,0	162,9	162,9
Kurzfristige Rückstellungen			
Ertragsteuerschulden	780,9		780,9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	796,9		796,9
Sonstige kurzfristige Schulden	609,2		609,2
Kurzfristige Schulden	2.187,0		2.187,0
Eigenkapital	2.434,7	1.194,4	3.629,1
Passiva, gesamt	4.621,7	1.357,3	5.979,0

HUGO BOSS LOTUS HONG KONG LTD.

in TEUR	Buchwert zum 1. Juli 2010	Kaufpreis- allokation	Zeitwert zum 1. Juli 2010
AKTIVA			
Immaterielle Vermögenswerte			
davon Business Licences			
davon Franchisevereinbarungen			
Sachanlagen			
davon Mietereinbauten			
Finanzanlagen	37.938,6		37.938,6
Aktive latente Steuern			
Langfristige Vermögenswerte	37.938,6		37.938,6
Vorräte			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen			
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte			
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	3,6		3,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente			
Kurzfristige Vermögenswerte	3,6		3,6
Aktiva, gesamt	37.942,2		37.942,2
PASSIVA			
Passive latente Steuern			
Langfristige Schulden			
Kurzfristige Rückstellungen			
Ertragsteuerschulden			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen			
Sonstige kurzfristige Schulden			
Kurzfristige Schulden			
Eigenkapital	37.942,2		37.942,2
Passiva, gesamt	37.942,2		37.942,2

Im Rahmen der Kaufpreisallokation wurden für die Shenzhen Lotus Trading Co., Ltd., Shenzhen, China, drei Gruppen von Vermögenswerten identifiziert. Für die Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd., Macau, konnte ein Vermögenswert identifiziert werden. Diese Vermögenswerte erfüllen die Kriterien des IFRS 3 sowie die des IAS 16 und IAS 38.

Bewertet wurden die einzelnen Vermögenswerte mit Hilfe des kostenorientierten Verfahrens („cost approach“). Dieses Verfahren umfasst generell zwei Vorgehensweisen, das Reproduktionsverfahren sowie das Wiederbeschaffungsverfahren. Für alle zu bewertenden Vermögenswerte wurde die Wiederbeschaffungsmethode angewendet. Um den Vermögenswert zu bewerten, werden Kosten für die Herstellung bzw. Beschaffung eines nutzenäquivalenten Vermögenswertes herangezogen. Im Folgenden werden die einzelnen Schritte der Bewertung im Detail erläutert:

1) Betriebserlaubnis („Business Licences“)

In China (Shenzhen Lotus Trading Co., Ltd., Shenzhen, China) ist eine sogenannte „Business Licence“ zwingende Voraussetzung für den Betrieb von eigenen Einzelhandelsflächen. Im Rahmen des Anteilerwerbs wurden insgesamt sieben Business Licences übertragen. Gemäß IFRS 3.B32 entspricht eine Lizenz den Voraussetzungen eines immateriellen Vermögenswerts gemäß IAS 38 und kann damit als eigenständiger Vermögenswert angesetzt werden.

Die Bewertung der Business Licences wurde in drei Schritten vorgenommen. Zunächst wurden Kosten für den Erhalt der Business Licences berechnet. Im Anschluss wurden die Opportunitätskosten für diesen Zeitraum ermittelt sowie die Opportunitätskosten im Rahmen der Anlaufphase.

2) Franchisevereinbarungen („reacquired rights“)

Zu den im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erworbenen immateriellen Vermögenswerte gehören auch zurückerworbene Rechte („reacquired rights“). Hierbei handelt es sich um Rechte, die vom erworbenen Unternehmen vor dem Unternehmenszusammenschluss vom Erwerber erlangt wurden und ihm die Möglichkeit einräumen, Vermögenswerte des Erwerbers zu nutzen. Da bereits vor dem Joint Venture eine Geschäftsbeziehung zwischen HUGO BOSS und der Rainbow-Gruppe auf Basis von Franchisevereinbarungen bestand, sind diese nun im Rahmen der Kaufpreisallokation als immaterieller Vermögenswert ansetzbar. Die zurückerworbenen Franchisevereinbarungen wurden unter marktüblichen Bedingungen abgeschlossen. Die Bewertung wurde analog der Bewertung für die Business Licence vorgenommen.

Für die Shenzhen Lotus Trading Co., Ltd., Shenzhen, China, wurden insgesamt 28 Franchisevereinbarungen bewertet und angesetzt, für Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd., Macau, waren es sechs Franchisevereinbarungen.

3) Mietereinbauten

Vor dem Verkauf der Anteile an HUGO BOSS hatte die Rainbow-Gruppe bereits Einzelhandelsflächen von fremden Franchisepartnern übernommen. Im Rahmen dieser Übernahmen wurden die getätigten Mietereinbauten von den Franchisepartnern nicht bilanziell berücksichtigt. In Summe handelt es sich um fünf Shops, für die diese Mietereinbauten im Rahmen der Kaufpreisallokation angesetzt wurden. Dadurch erhöht sich das Anlagevermögen von Shenzhen Lotus Trading Co., Ltd., Shenzhen, China um 0,5 Mio. EUR.

Für alle identifizierten immateriellen Vermögenswerte wurde der „Tax amortization benefit“ berechnet und berücksichtigt. Dieser entsteht durch die steuerliche Abschreibung des aktivierten immateriellen Vermögenswerts. Über alle Gruppen hinweg beträgt dieser 2,9 Mio. EUR. Von einer weiteren steuerlichen Nutzung des Geschäfts- oder Firmenwerts ist nicht auszugehen.

Nach der durchgeführten Kaufpreisallokation verbleibt ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 10,2 Mio. EUR. Dieser ergibt sich als Überschuss der übertragenen Gegenleistung über den Saldo der erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte und übernommenen Schulden der erworbenen Unternehmen. Im Vergleich zum veröffentlichten Neunmonatsbericht 2010 hat sich eine Veränderung im Einzelabschluss der Shenzhen Lotus Trading Co., Ltd., Shenzhen, China in den Positionen Verbindlichkeiten und sonstige Gewinnrücklagen ergeben. Die Erhöhung der sonstigen Gewinnrücklagen erfolgte rückwirkend zum 1. Juli 2010 und wirkte sich somit auch auf den Geschäfts- oder Firmenwert zum Zeitpunkt der Erstkonsolidierung aus.

Diese Veränderung resultiert aus dem teilweisen Verzicht der Rainbow-Gruppe auf den Dividendenanspruch aus dem Geschäftsjahr 2009, welcher nach den Bestimmungen des Kaufvertrags an die Rainbow-Gruppe auszuzahlen ist. Ebenso gibt es zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2010 noch keine finale Berechnung, daher wurde der Geschäfts- oder Firmenwert unter dem vorläufig berechneten Dividendenanspruch erstellt. Zum 31. Dezember 2010 wurde auf Dividenden für das Geschäftsjahr 2009 in Höhe von 4,1 Mio. EUR (33,8 Mio. CNY) verzichtet. Der entstandene Geschäfts- oder Firmenwert wird jeweils den Gesellschaften zugeordnet, in welchen dieser entstanden ist, und in Euro fortgeführt.

Gemäß IAS 36 muss der Geschäfts- oder Firmenwert jährlich einem Werthaltigkeitstest unterzogen werden, daher ist dieser nach den Vorschriften der International Financial Reporting Standards nicht planmäßig abzuschreiben. Da die Joint-Venture-Gesellschaften erst zum 1. Juli 2010 in den Konzernabschluss des HUGO BOSS Konzerns miteinbezogen wurden, wurde für das Geschäftsjahr 2010 kein Werthaltigkeitstest vorgenommen.

ÜBERSICHT GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERT

(in tausend)	in EUR	in lokalen Währungen
Beteiligungen		
HUGO BOSS International B.V. an HUGO BOSS Lotus Hong Kong Limited (60 %) ¹	22.053,0	217.500,0 HKD
HUGO BOSS Lotus Hong Kong Limited an Shenzhen Lotus Trading Co., Ltd. (100 %)	28.486,6	272.186,7 HKD
HUGO BOSS Lotus Hong Kong Limited an Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd. (100 %)	9.452,0	90.313,3 HKD
	59.991,6	
Eigenkapital (vor Kaufpreisalloktion)		
HUGO BOSS Lotus Hong Kong Limited	37.942,2	362.533,8 HKD
Shenzhen Lotus Trading Co., Ltd.	11.713,8	97.476,0 CNY
Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd.	2.434,7	23.986,1 MOP
	52.090,7	
Kaufpreisalloktion		
HUGO BOSS Lotus Hong Kong Limited	0,0	0,0 HKD
Shenzhen Lotus Trading Co., Ltd.	11.659,6	97.025,0 CNY
Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd.	1.194,4	11.767,0 MOP
	12.853,9	
Geschäfts- oder Firmenwert		
HUGO BOSS Lotus Hong Kong Limited	-712,3	
Shenzhen Lotus Trading Co., Ltd.	5.113,3	
Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd.	5.823,0	
	10.224,0	
Minderheiten		
Minderheiten (40 %)	15.176,9	

¹ Minderheiten entstehen auf Ebene der HUGO BOSS Lotus Hong Kong Limited.

Minderheiten werden entsprechend ihrer Anteile an den beizulegenden Zeitwerten der identifizierbaren Vermögenswerte, Verbindlichkeiten und Eventualverbindlichkeiten bewertet.

In Summe entstanden 0,4 Mio. EUR Transaktionskosten, welche sofort erfolgswirksam in der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen wurden.

Weitere Auswirkungen durch die Transaktion entstanden auf Konzernebene auch bei der Position Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente. Diese hat sich durch die Akquisition um -7,2 Mio. EUR verändert. Die Summe setzt sich aus den erworbenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalenten und der bereits abgeflossenen ersten Kaufpreiszahlung in Höhe von 96 Mio. HKD (10,0 Mio. EUR) zusammen.

Wäre der Unternehmenszusammenschluss bereits zum 1. Januar 2010 zustande gekommen, hätte dies für das Gesamtjahr 2010 folgende Auswirkung gehabt:

Konzernumsatz: 1. Januar 2010–30. Juni 2010: +20,4 Mio. EUR

Konzernergebnis: 1. Januar 2010–30. Juni 2010: +6,8 Mio. EUR

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, Metzingen, 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
HUGO BOSS Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande
HUGO BOSS Benelux Retail B.V., Amsterdam, Niederlande
HUGO BOSS Beteiligungsgesellschaft mbH, Metzingen, Deutschland²
HUGO BOSS Canada, Inc., Toronto, Kanada
HUGO BOSS China Retail Co. Ltd., Shanghai, China
HUGO BOSS Cleveland, Inc., Wilmington, DE, USA
HUGO BOSS 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, 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 Ireland Ltd., Dublin, Ireland
HUGO BOSS Italia S.p.A., Mailand, Italien
HUGO BOSS Japan K.K., Tokio, Japan
HUGO BOSS Licensing, Inc., Wilmington, DE, USA
HUGO BOSS Lotus Hong Kong Limited, Hongkong³
HUGO BOSS Magazacilik Ltd. Sti., 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
HUGO BOSS Retail, Inc., Wilmington, DE, USA
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, Deutschland²
HUGO BOSS Trade Mark Management Verwaltungs-GmbH, Metzingen, Deutschland²
HUGO BOSS UK Ltd., London, Großbritannien
HUGO BOSS USA, Inc., Wilmington, DE, USA
HUGO BOSS Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG, Metzingen, Deutschland²
Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd., Macau ³
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
Shenzhen Lotus Trading Co. Ltd., Shenzhen, China ³
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 Gebrauch machen.

³ Beteiligung mit einem direktem und indirektem Kapitalanteil von 60 %.

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 Mobilie herstellen und anschließend an die HUGO BOSS AG im Rahmen eines Operating Leasings vermieten. Durch ein geändertes Vorgehen des HUGO BOSS Konzerns kam es im Geschäftsjahr 2009 sowie 2010 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. Eine Einbeziehung in den Konsolidierungskreis für das Geschäftsjahr 2010 ist weiterhin nicht erforderlich.

Die vollständige Aufstellung des Anteilsbesitzes ist unter Textziffer 40 zu finden.

VERÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

Im Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2010 ist die Anzahl auf 55 konsolidierte Gesellschaften gestiegen. Im Geschäftsjahr 2010 wurden folgende Veränderungen im Konsolidierungskreis vorgenommen:

Zum 1. Juli 2010 wurden drei Gesellschaften, welche im Rahmen des Joint Ventures erworben wurden, in den Konsolidierungskreis aufgenommen. Die HUGO BOSS International B.V., Amsterdam, Niederlande hält 60 % an der HUGO BOSS Lotus Hong Kong Ltd., Hongkong, die beiden operativen Gesellschaften Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd., Macau und Shenzhen Lotus Trading Co., Ltd., Shenzhen, China sind jeweils zu 100 % Tochtergesellschaften der HUGO BOSS Lotus Hong Kong Ltd., Hongkong.

Darüber hinaus wurde eine neue Gesellschaft in Irland gegründet, HUGO BOSS Ireland Limited, Dublin, Irland, welche eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der HUGO BOSS International B.V., Amsterdam, Niederlande ist.

In Italien wurde im Rahmen der Optimierung der Gesellschaftsstruktur die bisher voll konsolidierte Gesellschaft HUGO BOSS S.p.A, Como, Italien mit Verschmelzungsvertrag vom 1. Oktober 2010 auf die ebenfalls vollkonsolidierte HUGO BOSS Italia S.p.A. Mailand, Italien verschmolzen.

Insgesamt stellt sich die Zahl der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen im Geschäftsjahr 2010 wie folgt dar:

ANZAHL DER VOLLKONSOLIDIERTEN GESELLSCHAFTEN

	2010	2009
1. Januar	52	52
Neu gegründete/konsolidierte Unternehmen	4	1
Verschmelzung/Abgang	-1	-1
31. Dezember	55	52

ANGABEN ZUM GRÖSSTEN KONSOLIDIERUNGSKREIS

Die Red & Black Holding GmbH, Oberursel (Taunus), Deutschland, hält die Mehrheit der Stimmrechte an der HUGO BOSS AG. Der Konzernabschluss der HUGO BOSS AG wird in den Konzernabschluss der Red & Black Holding GmbH, Oberursel (Taunus), Deutschland, als größtem Konsolidierungskreis einbezogen.

KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

Tochterunternehmen werden ab dem Erwerbszeitpunkt, das heißt ab dem Zeitpunkt, an dem der Konzern die Beherrschung erlangt, vollkonsolidiert. Die Konsolidierung endet, sobald die Beherrschung durch das Mutterunternehmen nicht mehr besteht. Die Abschlüsse der Tochterunternehmen werden unter Anwendung konzern einheitlicher Rechnungslegungsgrundsätze erstellt.

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.

UNTERNEHMENSZUSAMMENSCHLÜSSE

Alle Unternehmenszusammenschlüsse werden unter Anwendung der Erwerbsmethode bilanziert. Die Anschaffungskosten eines Unternehmenserwerbs bemessen sich als Summe der übertragenen Gegenleistung, bewertet mit dem beizulegenden Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt, und der Anteile ohne beherrschenden Einfluss am erworbenen Unternehmen. Die bei einem Unternehmenszusammenschluss erworbenen, identifizierbaren Vermögenswerte sowie die übernommenen Verbindlichkeiten (einschließlich bedingter Verbindlichkeiten) werden mit ihren beizulegenden Zeitwerten zum Erwerbszeitpunkt bewertet. Anteile anderer Gesellschafter werden entsprechend ihrer Anteile an den beizulegenden Zeitwerten der identifizierbaren Vermögenswerte, Verbindlichkeiten und Eventualverbindlichkeiten bewertet. Im Rahmen des Unternehmenszusammenschlusses angefallene Kosten werden als Aufwand erfasst.

GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERT

Ein aus einem Unternehmenszusammenschluss resultierender Geschäfts- oder Firmenwert stellt den Unterschiedsbetrag zwischen der übertragenen Gegenleistung und dem Betrag der Anteile ohne beherrschenden Einfluss über die erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Schulden dar. Liegt die Gegenleistung unter dem beizulegenden Zeitwert des Reinvermögens des erworbenen Tochterunternehmens, wird der Unterschiedsbetrag sofort erfolgswirksam vereinnahmt.

Der Geschäfts- oder Firmenwert wird nach dem erstmaligen Ansatz zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Wertminderungen angesetzt. Bilanzierte Geschäfts- oder Firmenwerte werden einmal jährlich sowie bei Anzeichen einer potenziellen Wertminderung einem sogenannten Wertminderungstest (Impairment Test) unterzogen.

WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Die Berichtswährung des Konzerns entspricht der funktionalen Währung des Mutterunternehmens, der HUGO BOSS AG. Die funktionale Währung der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen entspricht dabei im Regelfall der jeweiligen Landeswährung. Bei Einheiten, die einen wesentlichen Teil der Absatz- und Beschaffungsaktivitäten sowie Finanzierung in einer anderen als der jeweiligen Landeswährung abwickeln, ist die funktionale Währung die Währung des primären Geschäftsumfelds. Dementsprechend 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.

Fremdwährungstransaktionen und -salden

In den Einzelabschlüssen werden Transaktionen in Fremdwährung zum Zeitpunkt der Transaktion mit dem zu diesem Zeitpunkt gültigen Wechselkurs erfasst. Monetäre Posten (Flüssige Mittel, Forderungen und Verbindlichkeiten) in einer Fremdwährung werden zu jedem Stichtag unter Verwendung des Umrechnungskurses am Stichtag in die funktionale Währung umgerechnet.

Daraus resultierende Währungsgewinne und -verluste werden unmittelbar erfolgswirksam im sonstigen Finanzergebnis erfasst.

Umrechnung der Einzelabschlüsse

Bei allen Konzerngesellschaften handelt es sich um wirtschaftlich selbstständige Einheiten. Die Jahresabschlüsse der ausländischen Konzerngesellschaften, deren funktionale Währung nicht dem Euro entspricht, werden auf Basis der jeweiligen funktionalen Währung in die Konzernwährung Euro umgerechnet. Die Umrechnung erfolgt nach der modifizierten Stichtagskursmethode gemäß IAS 21, nach welcher Vermögenswerte und Schulden jeweils mit den Wechselkursen zum Bilanzstichtag, die Posten der Gewinn- und Verlustrechnungen mit den Durchschnittskursen der Berichtsperiode umgerechnet werden. 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. Im kumulierten übrigen Eigenkapital erfasste Umrechnungsdifferenzen werden bei der Veräußerung des jeweiligen Konzernunternehmens in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert.

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

Land	Währung	Durchschnittskurs		Bilanzstichtagskurs		
		1 EUR =	2010	2009	2010	2009
Australien	AUD		1,4454	1,7766	1,3136	1,6008
Brasilien	BRL		2,3358	2,7721	2,2177	2,5113
China	CNY		8,9797	9,5143	8,8220	9,8350
Dänemark	DKK		7,4472	7,4463	7,4535	7,4418
Großbritannien	GBP		0,8583	0,8911	0,8608	0,8881
Hongkong	HKD		10,3065	10,7937	10,3856	11,1709
Japan	JPY		116,4832	130,1831	108,6500	133,1600
Kanada	CAD		1,3671	1,5858	1,3322	1,5128
Macau ¹	MOP		10,6176	n/a	10,5341	n/a
Mexiko	MXN		16,7641	18,7858	16,5475	18,7908
Norwegen	NOK		8,0105	8,7324	7,8000	8,3000
Schweden	SEK		9,5523	10,6276	8,9655	10,2520
Schweiz	CHF		1,3826	1,5099	1,2504	1,4836
USA	USD		1,3266	1,3925	1,3362	1,4406

¹ Seit 1. Juli 2010: Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd.

BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

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

ERTRAGS- UND AUFWANDSREALISIERUNG

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

Verkauf von Waren und Erzeugnissen

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

Zinserträge

Zinsen werden zeitproportional unter Berücksichtigung der Effektivverzinsung des Vermögenswertes erfasst.

Lizenerträge und sonstige Erträge

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

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

FUNKTIONSKOSTEN

Betriebliche Aufwendungen werden grundsätzlich nach Maßgabe des Funktionsbereichs der jeweiligen Kostenstelle den einzelnen Funktionen zugeordnet. Aufwendungen im Zusammenhang mit funktionsübergreifenden Aktivitäten oder Projekten werden auf Basis eines geeigneten Zuordnungsprinzips auf die betreffenden Funktionskosten aufgeteilt.

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 30 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 15 Jahre, bei anderen Anlagen sowie bei Betriebs- und Geschäftsausstattung zwei bis 15 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.

ZUR VERÄUSSERUNG GEHALTENE LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

Einzelne langfristige Vermögenswerte oder Veräußerungsgruppen sind als „zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte“ einzustufen, wenn eine Veräußerung höchstwahrscheinlich ist und der Vermögenswert oder die Veräußerungsgruppe im gegenwärtigen Zustand sofort veräußerbar ist. Als „zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte“ sind gesondert in der Bilanz auszuweisen und werden mit dem niedrigeren Wert aus Buchwert und dem beizulegenden Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten bewertet. Die planmäßige Abschreibung von Vermögenswerten oder Veräußerungsgruppen endet mit der Einstufung als „zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte“.

LEASINGVERHÄLTNISSSE

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 Vermieter 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 sowie Skandinavien.

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, das heißt 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 finanziellen Vermögenswerten, 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.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente beinhalten neben den flüssigen Mitteln im engeren Sinne, also Schecks, Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten, auch kurzfristige Geldanlagen, die jederzeit in Zahlungsmittelbeträge umgewandelt werden können und nur unwesentlichen Wertschwankungen unterliegen. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sind 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 Zeitertschwankungen nicht zu Auswirkungen auf das Periodenergebnis während der Laufzeit des Derivats. Die Zeitertschwankungen werden erfolgsneutral in der entsprechenden Rücklagenposition erfasst. Der angesammelte Wert im Eigenkapital wird bei Fälligwerden des gesicherten Zahlungsstroms als Gewinn oder Verlust im Periodenergebnis berücksichtigt.

Der beizulegende Zeitwert entspricht im Allgemeinen dem Markt- oder Börsenwert. Wenn kein aktiver Markt existiert, wird der beizulegende Zeitwert durch Anwendung anerkannter Optionspreismodelle sowie durch 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 2011–2013. Für die daran anschließenden sieben 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. Der anhand eines WACC-Modells für den HUGO BOSS Konzern ermittelte Abzinsungssatz (vor Steuern), mit dem sämtliche Cashflow-Prognosen diskontiert werden, beträgt 11 %. Darüber hinaus trägt der HUGO BOSS Konzern dem erhöhten Länderrisiko in Entwicklungs- und Schwellenländern gegebenenfalls mit einem länderspezifischen Risikoaufschlag Rechnung. Dabei werden marktübliche Risikoaufschläge herangezogen. 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 tatsächlichen Steuererstattungsansprüche und Steuerschulden für die laufende Periode werden mit dem Betrag bemessen, in dessen Höhe eine Erstattung von der Steuerbehörde bzw. eine Zahlung an die Steuerbehörde erwartet wird. Der Berechnung des Betrags werden die Steuersätze und Steuergesetze zugrunde gelegt, die zum Abschlussstichtag in den Ländern gelten, in denen der Konzern tätig ist und zu versteuerndes Einkommen erzielt.

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 Steuererminderungsansprüche, die sich aus der erwarteten Nutzung bestehender Verlustvorträge in Folgejahren ergeben und deren Realisierung mit ausreichender Wahrscheinlichkeit gewährleistet ist. Die Bewertung latenter Steueransprüche und Steuerschulden erfolgt anhand der Steuersätze, die für die Perioden erwartet werden, in denen sich die temporären Differenzen voraussichtlich umkehren werden.

VERBINDLICHKEITEN AUS FINANZIERUNGSLEASINGVERTRÄGEN

Zum Zugangszeitpunkt werden Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen in Höhe des beizulegenden Zeitwerts des 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.

EIGENE ANTEILE

Erwirbt der Konzern eigene Anteile, so werden diese zu Anschaffungskosten erfasst und vom Eigenkapital abgezogen. Der Kauf, der Verkauf, die Ausgabe oder die Einziehung von eigenen Anteilen wird erfolgsneutral erfasst. Etwaige Unterschiedsbeträge zwischen dem Buchwert und der Gegenleistung werden im Falle eines Verkaufs oder einer Wiederausgabe als Aktienaufgeld erfasst. Der Konzern kann die mit den eigenen Anteilen verbundenen Stimmrechte nicht ausüben. Darüber hinaus werden ihnen keine Dividenden zugeordnet.

RÜCKSTELLUNGEN

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

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

RESTRUKTURIERUNGS-AUFWENDUNGEN

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

PENSIONS-RÜCKSTELLUNGEN

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

EVENTUALSCHULDEN UND EVENTUALFORDERUNGEN

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

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Segmentberichterstattung des HUGO BOSS Konzerns ist gemäß dem sogenannten „Management Approach“ an der internen Organisations- und Berichtsstruktur ausgerichtet. Die der Ermittlung der internen Steuerungsgrößen zugrunde liegenden Daten werden aus den nach IFRS aufgestellten Abschlüssen abgeleitet.

ERMESSENSAUSÜBUNG BEI DER ANWENDUNG DER BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Bei der Erstellung des Konzernabschlusses werden vom Management Ermessensentscheidungen, Schätzungen und Annahmen getroffen, die sich auf die Höhe der zum Ende der Berichtsperiode ausgewiesenen Erträge, Aufwendungen, Vermögenswerte und Schulden sowie die Angaben von Eventualverbindlichkeiten auswirken. Diese Schätzungen und Annahmen werden getroffen, um ein tatsächliches Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns zu vermitteln. Die zugrunde liegenden Annahmen werden fortlaufend überprüft. Jedoch können die tatsächlichen Beträge von den ursprünglichen Schätzungen abweichen.

Bei der Anwendung der Rechnungslegungsmethoden des Konzerns hat das Management folgende Ermessensentscheidungen getroffen, die die Beträge im Konzernabschluss wesentlich beeinflussen.

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 Werthaltigkeitstests (Impairment Tests) werden aus Budgetplanungen sowie aus mittelfristigen Planungsrechnungen für die einzelnen DOS abgeleitet und abgezinst.

Die zugrunde gelegten Zahlungsströme beinhalten wesentliche Annahmen hinsichtlich der Wachstumsraten der jeweiligen Produkte, Branche und Länder sowie Schätzungen der länder- und CGU-spezifischen zukünftigen Umsatz- und Kostenentwicklungen. Das Management geht davon aus, dass die den diskontierten Zahlungsflüssen zugrunde liegenden Annahmen und Einschätzungen angemessen sind. Durch eine Veränderung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der branchenspezifischen Wachstumsannahmen können sich jedoch Auswirkungen auf die Werthaltigkeitstests ergeben, die in Zukunft zu zusätzlichen Wertminderungen oder Wertaufholungen führen können.

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 konzern eigenen Produktions- und Beschaffungseinheiten. Für die am Bilanzstichtag noch auf Lager befindlichen, konzern intern gelieferten Fertigwaren werden im Rahmen der Konsolidierungsvorgänge Gewinne aus den konzern internen 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 konzern eigenen Absatzkanälen, insbesondere den Lager- und Outletkapazitäten.

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 / Rückstellungen

Da der HUGO BOSS Konzern in zahlreichen Ländern operativ tätig ist, unterliegt er einer Vielzahl von rechtlichen Rahmenbedingungen. Angesichts der Komplexität der internationalen Vorschriften ist es möglich, dass Abweichungen zwischen den tatsächlichen Ereignissen und den getroffenen Annahmen bzw. Änderungen solcher Annahmen in Zukunft Anpassungen der bilanzierten Rückstellungen des Konzerns erforderlich machen. Basierend auf vernünftigen Schätzungen werden Rückstellungen für mögliche Auswirkungen rechtlicher Sachverhalte gebildet. Die Höhe solcher Rückstellungen basiert auf verschiedenen Faktoren, wie beispielsweise der Auslegung der jeweiligen Vorschriften durch lokale Beratungsunternehmen. Etwaige Unterschiede zwischen der ursprünglichen Einschätzung und dem tatsächlichen Ausgang können in der jeweiligen Periode Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns haben.

g / 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.

ÄNDERUNG DER RECHNUNGSLEGUNGSMETHODE

Zum 31. Dezember 2010 beträgt das Grundkapital der HUGO BOSS AG 70.400 TEUR, welches 70.400.000 Stückaktien entspricht. Diese wurden als Stammaktien (35.860.000 Stück) sowie als Vorzugsaktien (34.540.000) ausgegeben. Weitere Erläuterungen zu den Aktien der HUGO BOSS AG befinden sich in Textziffer 18.

Gemäß § 19 Abs. 1 der Satzung der HUGO BOSS AG sind die Vorzugsaktien ohne Stimmrecht mit einem nachzuzahlenden Gewinnvorzug in Höhe von 1 Cent pro Aktie ausgestattet. Hinsichtlich der bilanziellen Würdigung dieser Mehrdividende wurde aufgrund des Fehlens einer spezifischen Aussage in den Internationalen Rechnungslegungsstandards gemäß IAS 8.21 auf Verlautbarungen privatrechtlicher Einrichtungen zurückgegriffen (Institut der Wirtschaftsprüfer). Aufgrund deren herrschender Meinung wurde in den vergangenen Geschäftsjahren eine Rückstellung gemäß IAS 32 für die Mehrdividende gebildet. Im Geschäftsjahr 2010 ergab sich diesbezüglich eine neue Würdigung des Sachverhalts mit der Konsequenz, dass diese Mehrdividende die Kriterien zur Bildung einer Rückstellung nicht länger erfüllt. Ausgegebene Vorzugsaktien gewähren generell kein Recht auf eine Garantiedividende, da diese vom entstandenen Bilanzgewinn sowie vom Gewinnverwendungsbeschluss der Hauptversammlung abhängig ist.

Aufgrund der geänderten Würdigung der Bildung einer Rückstellung für Mehrdividende der Vorzugsaktionäre wurde zum Bilanzstichtag 2010 die Rückstellung in Höhe von 3.665 TEUR ergebnisneutral gegen die sonstigen Gewinnrücklagen aufgelöst. In den vorangegangenen Geschäftsjahren 2009 und 2008 betrug die entsprechende Rückstellung 3.665 TEUR bzw. 3.903 TEUR.

Die Eröffnungsbilanzwerte des Eigenkapitalpostens sonstige Gewinnrücklagen sowie die Rückstellungen wurden so angepasst, als ob diese Rechnungslegungsmethode stets angewandt worden wäre. Zum 31. Dezember 2009 hätte daher der Eigenkapitalposten sonstige Gewinnrücklagen 117.142 TEUR und zum 31. Dezember 2008 99.912 TEUR betragen.

DARSTELLUNGSÄNDERUNGEN

Das Management ist der Auffassung, mit den nachfolgenden Änderungen eine verlässlichere Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns zu erreichen. Um den Abschluss des Konzerns im Zeitablauf vergleichen zu können, wurde die Darstellung der Abschlussposten rückwirkend auch für die Vorperiode an den Ausweis der Berichtsperiode angepasst.

1) Auswirkungen von Änderungen der Wechselkurse

Die HUGO BOSS AG hat sich dazu entschlossen, ab dem Berichtsjahr 2010 sämtliche Fremdwährungsgewinne und -verluste aus der Umrechnung monetärer Posten (Flüssige Mittel, Forderungen und Verbindlichkeiten) dem sonstigen Finanzergebnis zuzuordnen.

Transaktionen in Fremdwährung werden zum Zeitpunkt der Transaktion mit dem zu diesem Zeitpunkt gültigen Wechselkurs erfasst. Zu jedem Stichtag werden sämtliche monetäre Posten in einer Fremdwährung unter Verwendung des Stichtagskurses in die funktionale Währung umgerechnet. Daraus resultierende Fremdwährungsgewinne und -verluste werden unmittelbar erfolgswirksam erfasst. IAS 21 lässt jedoch offen, in welcher Position der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung die Fremdwährungsgewinne und -verluste zu berücksichtigen sind. Bis zum 31. Dezember 2009 wurden entsprechende Fremdwährungsgewinne und -verluste sowohl in den Umsatz- und direkten Vertriebskosten als auch im Finanzergebnis ausgewiesen. Mit dem Zwischenbericht zum ersten Quartal 2010 hat sich die HUGO BOSS AG für einen gebündelten Ausweis sämtlicher Kursgewinne und -verluste entschieden und ordnet diese nun gesamt dem sonstigen Finanzergebnis zu.

Umgegliedert wurden Kursgewinne und -verluste aus der Umrechnung von Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie Fair-Value-Änderungen von Kurssicherungsgeschäften des operativen Geschäfts.

Die Darstellung der Vergleichszahlen in der Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung wurde entsprechend angepasst. Für den Vergleichszeitraum Januar–Dezember 2009 wurden Kursgewinne in Höhe von 3.019 TEUR aus den Umsatz- und direkten Vertriebskosten in das sonstige Finanzergebnis umgegliedert. Siehe auch Textziffer (2) Erläuterungen zu Umsatz- und direkten Vertriebskosten.

2) Klassifizierung von derivativen Finanzinstrumenten

Der rückwirkend im Geschäftsjahr 2010 angewendete, überarbeitete IAS 1 führte zu einer Umgliederung von bestimmten derivativen Finanzinstrumenten von kurzfristig zu langfristig.

Die Umgliederung zum 31. Dezember 2009 von sonstigen kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten zu sonstigen langfristigen Finanzverbindlichkeiten beträgt 15.702 TEUR.

Siehe auch Textziffer (28) Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten.

3) Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Im Geschäftsjahr 2010 wurde die Darstellung der Beiträge der Arbeitnehmer in das Fondsvermögen aus Entgeltumwandlung geändert. Für Zusagen aus einer Entgeltumwandlung fällt nur im Jahr der Umwandlung laufender Dienstzeitaufwand an. Eine weitere Arbeitsleistung führt nicht mehr zu einer Erhöhung der zugesagten Leistungen. Für in Vorjahren zugesagte Leistungen werden die Beiträge der Arbeitnehmer mit dem Dienstzeitaufwand sowie den darauf entfallenden versicherungsmathematischen Gewinnen und Verlusten saldiert ausgewiesen.

Die Überleitung des Anwartschaftsbarwerts, des Fondsvermögens sowie die Pensionsaufwendungen der Vergleichsperiode wurde entsprechend angepasst. Die Pensionsaufwendungen der Vergleichsperiode verminderten sich durch die Anpassung um 2.204 TEUR. Diese Darstellungsänderung hatte keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns für das Geschäftsjahr 2009. Siehe auch Textziffer (24) Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen.

4) Kapitalflussrechnung

In der Kapitalflussrechnung sind nur diejenigen Transaktionen darzustellen, die unmittelbar zu einer Veränderung des Finanzmittelfonds führen. Sämtliche Finanzierungstransaktionen, für die keine Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente eingesetzt werden, sind nicht Bestandteil der Kapitalflussrechnung.

Sämtliche nicht zahlungswirksame Finanzierungstransaktionen betreffen insbesondere unrealisierte Fremdwährungsgewinne/-verluste, ergebniswirksame Änderungen des Fair Values von derivativen Finanzinstrumenten sowie sonstige nicht zahlungswirksame Veränderungen der Finanzschulden.

Als Konsequenz dessen wurde die Darstellung der Kapitalflussrechnung des laufenden Geschäftsjahrs sowie des Vergleichszeitraums angepasst. Im Zeitraum Januar–Dezember 2009 verminderte sich aufgrund der Anpassung der nicht zahlungswirksamen Transaktionen der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit um 5.785 TEUR, der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit verminderte sich um den entsprechenden Betrag. Siehe auch Textziffer (32) Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN- GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

1 // UMSATZERLÖSE

in TEUR	2010	2009
Erlöse aus dem Verkauf von Gütern	1.684.330	1.518.161
Lizenzen	45.116	43.702
	1.729.446	1.561.863

2 // UMSATZ- UND DIREKTE VERTRIEBSKOSTEN

in TEUR	2010	2009
Bezogene Waren und andere aktivierte Eigenleistung	495.164	527.310
Bezogene Leistungen	104.034	94.385
Eigenfertigung	62.600	59.170
Direkte Vertriebskosten	40.470	33.882
	702.268	714.747

Kursgewinne (nach Saldierung von Kursverlusten), welche im Rahmen der Umsatz- und Einkaufstätigkeit entstanden sind, wurden mit Beginn des Geschäftsjahres 2010 von den Umsatz- und direkten Vertriebskosten in das Finanzergebnis umgliedert. Durch diese Darstellungsänderung haben sich die Umsatz- und direkten Vertriebskosten für den Vergleichszeitraum Januar–Dezember 2009 um 3.019 TEUR und für den Vergleichszeitraum Januar–Dezember 2008 um 15.814 TEUR erhöht.

Im Geschäftsjahr 2010 sind Wertminderungen auf das Vorratsvermögen, bezogen auf die Umsatzkosten in Höhe von 24.361 TEUR (2009: 13.732 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	2010	2009
Aufwendungen für konzerneigenen Einzelhandel, indirekte Vertriebs- und Marketingorganisation	373.468	298.236
Marketingaufwendungen	90.884	74.000
Lager- und Beschaffungsaufwendungen	103.377	103.231
Wertberichtigungen auf Forderungen/Forderungsausfall	6.701	12.416
	574.430	487.883

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 107.704 TEUR (2009: 89.257 TEUR) und Erträgen aus der Weiterberechnung von Marketingaufwendungen von 16.820 TEUR (2009: 15.257 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 1.512 TEUR (2009: 1.833 TEUR).

4 // VERWALTUNGSaufWENDUNGEN UND SONSTIGE BETRIEBLICHE aufWENDUNGEN/ERTRÄGE

in TEUR	2010	2009
Verwaltungsaufwand	127.183	112.146
Forschungs- und Entwicklungskosten	47.286	43.739
Sondereffekte	14.336	47.922
	188.805	203.807

Der Verwaltungsaufwand besteht überwiegend aus Raummieten, Instandhaltungskosten, IT-Betriebskosten, 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 47.286 TEUR (2009: 43.739 TEUR) setzen sich wie folgt zusammen: 30.590 TEUR (2009: 27.104 TEUR) Personalaufwand, 1.306 TEUR (2009: 1.145 TEUR) Abschreibungen sowie 15.390 TEUR (2009: 15.490 TEUR) sonstiger betrieblicher Aufwand.

Sondereffekte entstanden im Geschäftsjahr 2010 weiterhin im Zusammenhang mit der strukturellen Neuausrichtung und den Veränderungen im Management der letzten Jahre. Schließungen von konzerneigenen Einzelhandelsgeschäften sowie Showrooms spielten im abgelaufenen Geschäftsjahr hingegen nur noch eine untergeordnete Rolle.

Wesentliche Erträge sind in den Verwaltungsaufwendungen durch die Weiterberechnung von sonstigen Kosten und Leistungen in Höhe von 11.616 TEUR (2009: 17.860 TEUR) entstanden sowie durch die Auflösung von Rückstellungen 7.868 TEUR (2009: 3.430 TEUR), wovon 6.224 TEUR (2009: 2.166 TEUR) den Sondereffekten zuzurechnen sind.

Insgesamt entfallen auf die Verwaltungsaufwendungen sonstige Steuern in Höhe von 2.004 TEUR (2009: 1.286 TEUR).

5 // FINANZERGEBNIS

in TEUR	2010	2009
Zinserträge	3.283	1.680
Zinserträge aus Bankguthaben	2.120	346
Sonstige Zinserträge	1.163	1.334
Zinsaufwendungen	-20.568	-24.053
Zinsaufwendungen aus Finanzschulden	-20.568	-24.053
Zinsergebnis	-17.285	-22.373
Zinsaufwendungen aus Pensionsrückstellungen	743	741
Kursgewinne/-verluste aus Forderungen/Verbindlichkeiten	10.460	2.484
Ergebnis aus Absicherungsgeschäften	-3.430	859
Sonstige Finanzaufwendungen	-5.276	-489
Übrige Finanzposten	2.497	3.595
Finanzergebnis	-14.788	-18.778

In den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind in Höhe von 11.933 TEUR (2009: 10.529 TEUR) Aufwendungen für Zinsbegrenzungsvereinbarungen enthalten.

Die Kursgewinne/-verluste aus Forderungen und Verbindlichkeiten haben sich durch die Darstellungsänderung für den Vergleichszeitraum Januar - Dezember 2009 um 3.019 TEUR und für den Vergleichszeitraum Januar - Dezember 2008 um 15.814 TEUR verringert.

6 // ERTRAGSTEUERN

in TEUR	2010	2009
Laufende Steuern	60.053	31.122
Latente Steuern	-126	1.537
	59.927	32.659

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 unverändert ein inländischer Ertragsteuersatz von 28,0 % (2009: 28,0 %). Die Steuersätze im Ausland liegen wie im Vorjahr zwischen 0 % und 41 %.

Im Geschäftsjahr 2010 enthalten die laufenden Ertragsteuern periodenfremde Aufwendungen in Höhe von 1.913 TEUR (2009: 1.086 TEUR). Dem stehen periodenfremde Erträge in Höhe von 1.112 TEUR (2009: 1.328 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 % (2009: 28,0 %) auf Konzernebene ergeben würde, zum tatsächlich ausgewiesenen Ertragsteueraufwand im Konzern. Der verwendete inländische Ertragsteuersatz berücksichtigt den Körperschaftsteuersatz (inkl. Solidaritätszuschlag) von 15,8 % (2009: 15,8 %) sowie einen Gewerbesteuersatz von 12,2 % (2009: 12,2 %).

in TEUR	2010	2009
Ergebnis vor Ertragsteuern	249.155	136.648
Erwarteter Ertragsteueraufwand	69.763	38.262
Steuereffekte aus permanenten Sachverhalten	-3.326	-8.186
Steuersatzbedingte Abweichungen	-11.875	-12.325
Steuererstattungen/Steuernachzahlungen	737	-242
Wertberichtigung auf aktive latente Steuern	7.600	15.150
Sonstige Abweichungen	-2.972	0
Ausgewiesener Ertragsteueraufwand	59.927	32.659
Ertragsteuerbelastung	24 %	24 %

Die Verminderung der Ertragsteuerbelastung durch steuerfreie Erträge und sonstige permanente Effekte beträgt insgesamt 9.076 TEUR (2009: 16.464 TEUR). Der Steuereffekt der nicht abzugsfähigen Betriebsaufwendungen beläuft sich auf 5.751 TEUR (2009: 8.278 TEUR).

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 67 TEUR (2009: 519 TEUR) enthalten. Erträge aus der Korrektur nicht berücksichtigter temporärer Differenzen des Vorjahres wurden in Höhe von 2.857 TEUR (2009: 0 TEUR) berücksichtigt und sind in den sonstigen Abweichungen enthalten.

Die Steuerabgrenzungen in der Konzernbilanz sind den folgenden Sachverhalten zuzuordnen:

in TEUR	2010		2009	
	Aktivisch	Passivisch	Aktivisch	Passivisch
Rückstellungen	22.639	-6	9.408	-84
Steuerliche Verlustvorräte	23.790	0	23.473	0
Steuerliche Zinsvorräte	0	0	0	0
Vorratsbewertung	18.765	-4.931	12.966	-5.586
Ansatz und Bewertung des Anlagevermögens	10.023	-11.352	3.223	-5.740
Forderungsbewertung	9.615	-174	7.976	-292
Marktbewertung Finanzinstrumente	225	-2.518	4.187	-3
Sonstige Ansatz- und Bewertungsunterschiede	220	-5.897	6.891	-4.744
	85.277	-24.878	68.124	-16.449
Wertminderungen ¹	-36.307	-	-23.039	-
	48.970	-24.878	45.085	-16.449

¹ Einschließlich nicht zu erfassender steuerlicher Verlustvorräte.

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

Von den latenten Steueransprüchen sind 27.868 TEUR (2009: 19.306 TEUR) und von den latenten Steuerschulden 13.526 TEUR (2009: 8.061 TEUR) langfristig. In der Bilanz ist der Gesamtbetrag als langfristig ausgewiesen.

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 auf ein ausreichend hohes zukünftiges Einkommen berücksichtigt.

Die Wertminderungen auf latente Steuern resultieren in Höhe von 12.604 TEUR (2009: 1.145 TEUR) aus temporären Differenzen und in Höhe von 23.703 TEUR (2009: 21.854 TEUR) aus in der Zukunft voraussichtlich nicht nutzbaren Verlustvorträgen. Nicht nutzbare steuerliche Zinsvorträge bestehen im Geschäftsjahr 2010 keine (2009: 3.505 TEUR).

Aktive latente Steuern in Höhe von 5.773 TEUR (2009: 6.712 TEUR), die im Zusammenhang mit der erfolgsneutralen Erfassung von Zeitertschwankungen von Derivaten mit Sicherungsbeziehung stehen, wurden im Jahr 2010 direkt im Eigenkapital erfolgsneutral erfasst.

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

in TEUR	2010	2009
Verfallsdatum innerhalb von		
1 Jahr	0	544
2 Jahren	567	620
3 Jahren	2.084	1.954
4 Jahren	1.690	3.477
5 Jahren	16.036	1.748
mehr als 5 Jahren	47.490	71.626
unbegrenzt vortragsfähig	4.065	4.659
Summe Verlustvorträge	71.932	84.628

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 den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzuordnenden Ergebnis und dem gewichteten Durchschnitt der während des Geschäftsjahres in Umlauf befindlichen Aktienzahl ermittelt.

Durch das Aktienoptionsprogramm ergaben sich in den dargestellten Berichtsperioden keine Verwässerungseffekte. Die Partizipationsrechte aus dem „Stock Appreciation Rights Program“ gewähren ausschließlich einen Anspruch auf Barausgleich, nicht jedoch auf die Aktien der HUGO BOSS AG.

Weder zum 31. Dezember 2010 noch zum 31. Dezember 2009 standen Aktien aus, die den Gewinn pro Aktie verwässern könnten.

in TEUR	2010	2009
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnendes Ergebnis	185.895	104.003
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	2,69	1,50
Ergebnis je Vorzugsaktie in EUR ²	2,70	1,51

1 Ohne Berücksichtigung eigener Anteile.

2 Verwässertes und unverwässertes Ergebnis je Aktie.

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

Personalaufwand

in TEUR	2010	2009
Eigenfertigung	51.354	47.133
Lager- und Beschaffungsaufwendungen	65.443	62.481
Forschungs- und Entwicklungskosten	30.590	27.104
Aufwendungen für konzerneigenen Einzelhandel, indirekte Vertriebs- und Marketingorganisation	141.746	122.561
Verwaltungsaufwand	68.333	57.558
Sondereffekte	10.979	14.561
	368.445	331.398

In den Sondereffekten sind Aufwendungen im Zusammenhang mit der strukturellen Neuausrichtung und den Veränderungen im Management der letzten Jahre in Höhe von 10.979 TEUR (2009: 14.561 TEUR) enthalten.

in TEUR	2010	2009
Löhne und Gehälter	313.923	277.700
Soziale Abgaben	48.095	46.329
Aufwendungen und Erträge für Altersversorgung und für Unterstützung	6.427	7.369
	368.445	331.398

Die Arbeitgeberbeiträge zu beitragsorientierten Pensionsplänen betragen ca. 6 % (2009: ca. 7 %) des Personalaufwands.

Mitarbeiter zum 31. Dezember:

	2010	2009
Gewerbliche Arbeitnehmer	4.269	4.062
Kaufmännische Mitarbeiter	5.675	4.965
	9.944	9.027

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

Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt:

	2010	2009
Gewerbliche Arbeitnehmer	4.115	4.186
Kaufmännische Mitarbeiter	5.203	4.900
	9.318	9.086

Abschreibungen

in TEUR	2010	2009
Eigenfertigung	4.967	5.994
Lager- und Beschaffungsaufwendungen	7.021	6.650
Forschungs- und Entwicklungskosten	1.307	1.146
Aufwendungen für konzerneigenen Einzelhandel, indirekte Vertriebs- und Marketingorganisation	40.679	33.263
Verwaltungsaufwand	17.528	16.761
Sondereffekte	708	5.321
	72.210	69.135

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 72.210 TEUR (2009: 69.135 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 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
Änderung Konsolidierungskreis	6.306	26.612	32.918
Währungsdifferenzen	20.945	1.637	22.582
Zugänge	44.738	10.846	55.584
Abgänge	-27.565	-1.016	-28.581
Umbuchungen	-715	715	0
31. Dezember 2010	638.245	202.744	840.989
Abschreibungen			
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
Änderung Konsolidierungskreis	2.057	3	2.060
Währungsdifferenzen	13.527	1.388	14.915
Zugänge	59.396	12.814	72.210
Abgänge	-25.246	-961	-26.207
31. Dezember 2010	373.830	75.807	449.637
Buchwert 31. Dezember 2010	264.415	126.937	391.352
Buchwert 31. Dezember 2009	270.440	101.387	371.827

Im Zusammenhang mit Grundstücken und Gebäuden existieren Grundschulden in Höhe von 33.661 TEUR (2009: 35.013 TEUR).

10 // IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE

in TEUR	Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte ¹	Selbst erstellte Software	Geschäfts- oder Firmenwerte	Gesamt
Anschaffungskosten				
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
Änderung Konsolidierungskreis	16.388	0	10.224	26.612
Währungsdifferenzen	1.637	0	0	1.637
Zugänge	10.846	0	0	10.846
Abgänge	-1.016	0	0	-1.016
Umbuchungen	715	0	0	715
31. Dezember 2010	159.102	5.603	38.039	202.744
Abschreibungen				
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
Änderung Konsolidierungskreis	3	0	0	3
Währungsdifferenzen	1.388	0	0	1.388
Zugänge	12.814	0	0	12.814
Abgänge	-961	0	0	-961
31. Dezember 2010	67.973	5.603	2.231	75.807
Buchwert 31. Dezember 2010	91.129	0	35.808	126.937
Buchwert 31. Dezember 2009	75.803	0	25.584	101.387

¹ Und ähnliche Rechte sowie Lizenzen.

Der Posten Konzessionen und gewerbliche Schutzrechte enthält neben Markenrechten (14.992 TEUR) und sogenanntem Key Money (12.241 TEUR) auch Software aus dem IT-Projekt „Columbus“ (36.038 TEUR) sowie andere Softwarelizenzen (12.925 TEUR). Die Änderungen aus dem Konsolidierungskreis ergeben sich aus der Kaufpreisallokation der Joint-Venture-Gesellschaften, welche im Rahmen der Erstkonsolidierung durchgeführt wurde. Bei der Shenzhen Lotus Trading Co., Ltd., Shenzhen, China sowie bei Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd., Macau wurden immaterielle Vermögenswerte identifiziert (14.933 TEUR). Hierzu zählen die Business Licences sowie die Franchisevereinbarungen.

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 56.836 TEUR (2009: 53.084 TEUR) aktiviert, wovon zum Bilanzstichtag bereits 20.797 TEUR (2009: 15.597 TEUR) planmäßig abgeschrieben waren.

Insgesamt war zum Bilanzstichtag Key Money in Höhe von 12.241 TEUR (2009: 11.483 TEUR) aktiviert. Davon entfallen 5.537 TEUR (2009: 4.415 TEUR) auf Key Money mit unbegrenzter Nutzungsdauer und 6.704 TEUR (2009: 7.068 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). Durch die Erstkonsolidierung der Joint-Venture-Gesellschaften ergab sich auf Ebene der HUGO BOSS Lotus Hong Kong Ltd, Hongkong ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 10.224 TEUR.

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 2010 und 2009 entstand für den Geschäfts- und Firmenwert sowie die Markenrechte kein Wertminderungsaufwand.

Auf immaterielle Vermögensgegenstände mit unbegrenzter Nutzungsdauer wurden hingegen Wertminderungen in Höhe von 571 TEUR (2009: 2.990 TEUR) vorgenommen. Die Wertminderungen entfallen im Wesentlichen auf die den einzelnen Stores zugeordneten Key-Money-Beträge. Die Wertminderungen wurden im Rahmen von Werthaltigkeitstests 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 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
Änderung Konsolidierungskreis	0	0	6.306	0	6.306
Währungsdifferenzen	839	1.162	18.933	11	20.945
Zugänge	327	1.113	39.525	3.773	44.738
Abgänge	-23	-1.788	-25.754	0	-27.565
Umbuchungen	275	69	2.211	-3.270	-715
31. Dezember 2010	136.266	41.985	458.024	1.970	638.245
Abschreibungen					
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
Änderung Konsolidierungskreis	0	0	2.057	0	2.057
Währungsdifferenzen	417	970	12.138	2	13.527
Zugänge	6.476	3.516	49.404	0	59.396
Abgänge	0	-1.717	-23.529	0	-25.246
31. Dezember 2010	47.810	32.624	292.930	466	373.830
Buchwert 31. Dezember 2010	88.456	9.361	165.094	1.504	264.415
Buchwert 31. Dezember 2009	93.931	11.574	163.943	992	270.440

Auf Sachanlagen wurden Wertminderungen in Höhe von 6.529 TEUR (2009: 4.445 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 Werthaltigkeitstests vorgenommen wurden.

12 // ZUR VERÄUSSERUNG GEHALTENE LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

Im vierten Quartal 2010 wurde das ehemalige Bürogebäude der HUGO BOSS Shoes & Accessories S.p.A., Morrovalle, Italien, aufgrund der Veräußerungsabsicht im Geschäftsjahr 2011 und dem Vorliegen eines Kaufangebots als „zur Veräußerung gehaltener langfristiger Vermögenswert“ eingestuft. Im vorangegangenen Geschäftsjahr wurde das Bürogebäude mangels weiterer Verwendung beziehungsweise Verwertbarkeit bereits vollständig abgeschrieben. Aufgrund eines vorliegenden Kaufangebots erfolgte eine Wertaufholung in Höhe von 1.290 TEUR. Dieser Wert entspricht dem niedrigeren Wert aus den fortgeführten Anschaffungs- und Herstellungskosten und dem beizulegenden Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten.

Der Gewinn aus der Wertaufholung wurde in der Gesamtergebnisrechnung im Posten sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge berücksichtigt. Die HUGO BOSS Shoes & Accessories S.p.A., Morrovalle, Italien ist dem Segment „Corporate Center“ zugeordnet.

13 // SONSTIGE VERMÖGENSWERTE

in TEUR	2010			2009		
		davon kurzfristig	davon langfristig		davon kurzfristig	davon langfristig
Finanzielle Vermögenswerte	31.464	10.621	20.843	16.146	5.725	10.421
Steuererstattungsansprüche und Steuervorauszahlungen	12.933	12.908	25	14.621	14.517	104
Andere Vermögenswerte	51.866	49.013	2.853	39.664	35.404	4.260
	96.263	72.542	23.721	70.431	55.646	14.785

In den finanziellen Vermögenswerten sind positive Marktwerte aus Währungssicherungsgeschäften und der Kaufoption des SAR-Programms in Höhe von 19.000 TEUR (2009: 5.630 TEUR) sowie Mietkautionen für konzern-eigene Einzelhandelsgeschäfte in Höhe von 12.464 TEUR (2009: 10.317 TEUR) enthalten.

Die Wertminderungen auf andere Vermögenswerte betragen im Geschäftsjahr 2010 939 TEUR (2009: 4.585 TEUR).

In den anderen Vermögenswerten sind Forderungen gegenüber Kreditkartenunternehmen, Bonusforderungen aus Lieferantenbeziehungen sowie Vorauszahlungen für Dienstleistungsverträge und Mieten enthalten.

14 // VORRÄTE

in TEUR	2010	2009
Fertige Erzeugnisse und Waren	311.056	252.647
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	62.225	50.562
Unfertige Erzeugnisse	4.049	2.769
	377.330	305.978

Der Buchwert der zum niedrigeren Nettoveräußerungswert angesetzten Vorräte beträgt 124.111 TEUR (2009: 100.991 TEUR). Im Geschäftsjahr 2010 wurden Wertminderungen insbesondere auf Fertig- und Rohwarenbestände in Höhe von 24.361 TEUR (2009: 13.732 TEUR) vorgenommen.

15 // FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in TEUR	2010	2009
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	133.365	140.074

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 2010 waren insgesamt Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 36.760 TEUR (2009: 31.604 TEUR) wertgemindert.

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

in TEUR	2010	2009
Stand Wertminderungen 1. Januar	31.604	29.261
Zuführungen	6.702	8.591
Verbrauch	-2.088	-387
Auflösungen	12	-6.168
Kursdifferenzen	530	307
Stand Wertminderungen 31. Dezember	36.760	31.604

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	2010	2009
Buchwert	133.365	140.074
davon: weder überfällig noch wertgemindert	88.514	91.696
davon: überfällig, aber nicht wertgemindert	44.851	48.378
≤ 30 Tage	25.253	18.352
> 30 bis 60 Tage	10.549	14.078
> 60 bis 90 Tage	5.227	7.803
> 90 bis 120 Tage	1.900	2.762
> 120 bis 180 Tage	614	528
> 180 bis 360 Tage	985	3.579
> 360 Tage	323	1.276

Für den Bestand der weder überfälligen noch wertgeminderten Forderungen wurden zum Abschlussstichtag keine Anzeichen dafür identifiziert, dass die Schuldner ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen werden. Die Summe der überfälligen, aber nicht wertgeminderten Forderungen (44.851 TEUR) entspricht dabei der Differenz aus überfälligen Forderungen (81.611 TEUR) und den darauf vorgenommenen Wertberichtigungen (36.760 TEUR).

Bei versicherten Forderungen ist das Ausfallrisiko auf den Selbstbehalt begrenzt.

16 // ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE

in TEUR	2010	2009
Guthaben bei Kreditinstituten und andere flüssige Mittel	289.228	112.093
Schecks/ec-Cash	3.199	14
Kassenbestand	2.457	1.975
	294.884	114.082

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente beinhalten neben den flüssigen Mitteln im engeren Sinne, also Schecks, Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten, auch kurzfristige Geldanlagen, die jederzeit in Zahlungsmittelbeträge umgewandelt werden können und nur unwesentlichen Wertschwankungen unterliegen.

Zum Bilanzstichtag enthält der Posten Guthaben bei Kreditinstituten insgesamt kurzfristige Geldanlagen in Höhe von 245.600 TEUR (Vorjahr: 0 TEUR).

17 // GEZEICHNETES KAPITAL

Das voll eingezahlte Grundkapital der HUGO BOSS AG beträgt zum 31. Dezember 2010 insgesamt 70.400.000 EUR. Die Aktien lauten auf den Inhaber und sind in 70.400.000 Stückaktien wie folgt eingeteilt:

in TEUR	2010	2009
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.

18 // EIGENE AKTIEN

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

	2010	2009
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 21. Juni 2010 wurde beschlossen, die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien bis zum 20. Juni 2015 zu verlängern.

19 // KAPITALRÜCKLAGE

Die Kapitalrücklage enthält die Aufgelder aus der Ausgabe von Aktien.

20 // 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.

21 // KUMULIERTES ÜBRIGES EIGENKAPITAL

Im kumulierten übrigen Eigenkapital sind die Differenzen aus der erfolgsneutralen Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen in Höhe von –14.853 TEUR (2009: –30.691 TEUR) und die Effekte aus der erfolgsneutralen Bewertung von Finanzinstrumenten nach Steuern ausgewiesen. Die erfolgsneutral verrechneten latenten Steuern betragen 5.773 TEUR (2009: 6.712 TEUR).

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

22 // 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 142.553 TEUR. Der der Hauptversammlung zur Ausschüttung vorgeschlagene Bilanzgewinn des Jahres 2010 der HUGO BOSS AG beträgt 139.749 TEUR. Dies entspricht 2,02 EUR je Stammaktie und 2,03 EUR je Vorzugsaktie. Des Weiteren wird der Hauptversammlung vorgeschlagen, den auf eigene Anteile entfallenden Dividendenbetrag in Höhe von 2.804 TEUR auf neue Rechnung vorzutragen.

Im Jahr 2010 wurde für das Geschäftsjahr 2009 auf die ausstehenden Aktien eine Dividende in Höhe von 66.592 TEUR Mio. EUR ausgezahlt (2009 für das Jahr 2008: 94.889 TEUR). Dies entspricht 0,96 EUR (2008: 1,37 EUR) je Stammaktie und 0,97 EUR (2008: 1,38 EUR) je Vorzugsaktie.

23 // RÜCKSTELLUNGEN

in TEUR	2010	2009
Pensionsrückstellungen	19.319	12.433
Sonstige langfristige Rückstellungen	19.728	20.135
Langfristige Rückstellungen	39.047	32.568
Kurzfristige Rückstellungen	86.807	55.763
	125.854	88.331

Die sonstigen Rückstellungen in Höhe von 106.535 TEUR (2009: 75.898 TEUR) setzen sich aus kurzfristigen Rückstellungen in Höhe von 86.807 TEUR (2009: 55.763 TEUR) und sonstigen langfristigen Rückstellungen in Höhe von 19.728 TEUR (2009: 20.135 TEUR) zusammen.

Im Geschäftsjahr 2010 haben sich die sonstigen Rückstellungen wie folgt entwickelt:

in TEUR	Stand 1. Jan. 2010	Währungs- differenzen	Zuführung	Verbrauch	Auflösung	Stand 31. Dez. 2010
Rückstellungen für Personalaufwendungen	37.945	908	38.513	-22.106	-1.637	53.623
Prozesskosten, schwebende und drohende Rechtsstreite	5.821	54	1.655	-1.523	-557	5.450
Übrige sonstige Rückstellungen	32.132	2.234	31.456	-15.669	-2.691	47.462
	75.898	3.196	71.624	-39.298	-4.885	106.535

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 19.728 TEUR (2009: 20.135 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. Basierend auf vernünftigen Schätzungen wurden zudem Rückstellungen für mögliche Auswirkungen rechtlicher Sachverhalte gebildet.

Die übrigen sonstigen Rückstellungen enthalten insbesondere Rückstellungen für Retouren, deren Abwicklung überwiegend innerhalb von zwölf Monaten erwartet wird, sowie die Rückstellungen für Aufwendungen im Zusammenhang mit einer vorzeitigen Beendigung des Arbeitsverhältnisses aufgrund der Neuorganisation der Konzernstruktur.

24 // 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	2010	2009
Rückstellungen für Pensionen	16.006	9.270
Rückstellungen für ähnliche Verpflichtungen	3.313	3.163
	19.319	12.433

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. Bei der betrieblichen Altersvorsorge wird generell zwischen zwei Arten von Versorgungssystemen unterschieden, dem beitrags- und leistungsorientierten Versorgungsplan. Im HUGO BOSS Konzern handelt es sich im Wesentlichen um leistungsorientierte Pensionspläne. Darüber hinaus bietet der HUGO BOSS Konzern Vorstand und Führungskräften die Möglichkeit an, durch Gehaltsumwandlungen zusätzliche Versorgungsbezüge zu erwerben („Deferred-Compensation-Vereinbarungen“).

Die Finanzierung der betrieblichen Altersversorgung erfolgt überwiegend über Planvermögen, dem die Rückdeckungsversicherungen als qualifizierte Policen gemäß IAS 19.7 in Verbindung mit 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 im Geschäftsjahr 2010:

in TEUR	2010	2009
Veränderung des Anwartschaftsbarwerts		
Anwartschaftsbarwert 1. Januar	49.199	40.126
Währungsdifferenzen	2.586	111
Dienstzeitaufwand	5.382	4.269
Zinsaufwand	2.449	2.113
Versicherungsmathematische Verluste/Gewinne	4.005	2.479
Pensionszahlungen	-3.314	-2.183
Beiträge der Teilnehmer des Plans	5.592	2.200
Nachzuerrechnender Dienstzeitaufwand	0	0
Sonstige Veränderungen des Anwartschaftsbarwerts	0	84
Anwartschaftsbarwert 31. Dezember	65.899	49.199
Veränderung des Fondsvermögens		
Fondsvermögen zum Zeitwert 1. Januar	39.929	31.440
Währungsdifferenzen	1.768	76
Saldierung mit Planvermögen	0	0
Erwartete Erträge des Fondsvermögens	1.707	1.372
Pensionszahlungen	-2.714	-1.684
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-138	795
Beiträge der Teilnehmer des Plans	5.592	2.200
Asset Ceiling gem. IAS 19.58	200	-199
Sonstige Veränderungen des Fondsvermögens	3.549	5.929
Fondsvermögen zum Zeitwert 31. Dezember	49.893	39.929
Finanzierungsstatus der durch Planvermögen finanzierten Pensionen	16.006	9.270
Rückstellungsfinanzierte Pensionen	0	0
Pensionsrückstellungen	16.006	9.270

Die Veränderung der Barwerte gegenüber dem Vorjahr resultierte unter anderem aus der Veränderung des Rechnungszinssatzes in Deutschland von 5,30 % auf 4,65 %. Diese Änderung spiegelt sich in den versicherungsmathematischen Gewinnen und Verlusten wider.

Die Pensionsaufwendungen bestehen aus dem Dienstzeitaufwand der Periode, dem Zinsaufwand, dem erwarteten Ertrag aus dem Planvermögen, aus den versicherungsmathematischen Gewinnen und Verlusten, dem Ergebnis infolge des Asset Ceiling gemäß IAS 19.58 sowie sonstigen Veränderungen des Anwartschaftsbarwerts und des Fondsvermögens.

Im Geschäftsjahr 2010 wurde die Darstellung der Beiträge der Arbeitnehmer in das Fondsvermögen aus Entgeltumwandlung geändert. Für Zusagen aus einer Entgeltumwandlung fällt nur im Jahr der Umwandlung laufender Dienstzeitaufwand an. Eine weitere Arbeitsleistung führt nicht mehr zu einer Erhöhung der zugesagten Leistungen. Für in Vorjahren zugesagte Leistungen werden die Beiträge der Arbeitnehmer mit dem Dienstzeitaufwand sowie den darauf entfallenden versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste saldiert ausgewiesen. Die Überleitung des Anwartschaftsbarwerts, des Fondsvermögens sowie die Pensionsaufwendungen der Vergleichsperiode wurde entsprechend angepasst.

Seit Beginn des Geschäftsjahres 2009 werden die Zinsaufwendungen im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesen.

in TEUR	2010	2009
Dienstzeitaufwand der Periode	5.382	4.269
Zinsaufwand	2.449	2.113
Erwartete Erträge aus Fondsvermögen	-1.707	-1.372
Erfasste versicherungsmathematische Verluste/Gewinne	4.143	1.684
Asset Ceiling	-200	199
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	0	0
Pensionsaufwendungen der Periode	10.067	6.893

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

in TEUR	2010	2009	2008	2007	2006
Anwartschaftsbarwert	65.899	49.199	40.249	33.954	33.955
Fondsvermögen	49.893	39.929	31.441	24.469	21.305
Finanzierungsstatus der durch Planvermögen finanzierten Pensionen	16.006	9.270	8.808	9.485	12.650

Für die Ermittlung des Barwertes der Pensionsverpflichtungen (Defined Benefit Obligation) wurden neben dem geplanten Dienstzeitaufwand sowie erwarteten Erträge des Fondsvermögen auch relevante Einflussgrößen in die versicherungsmathematischen Berechnung mit einbezogen. Dabei wurden neben der Annahme der Lebenserwartung unter Berücksichtigung von landesspezifischen Gegebenheiten die folgenden Prämissen zugrunde gelegt:

Parameter	2010	2009
Rechnungszins		
Deutschland	4,65 %	5,30 %
Mexiko	9,25 %	9,00 %
Schweiz	2,50 %	3,50 %
Rententrend		
Deutschland	1,75 %	1,75 %
Mexiko	0,00 %	0,00 %
Schweiz	0,00 %	0,00 %
Gehaltssteigerungstrend		
Deutschland	2,50 %	0,00 %
Mexiko	4,75 %	4,75 %
Schweiz	4,00 %	4,00 %
Erwartete Rendite auf das Fondsvermögen		
Deutschland	4,50 %	4,50 %
Mexiko	0,00 %	0,00 %
Schweiz	2,50 %	3,50 %

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 2010 auf 7.400 TEUR (2009: 3.671 TEUR). Für das Geschäftsjahr 2011 rechnet der Konzern mit Beiträgen der Arbeitnehmer zu leistungsorientierten Pensionsplänen in Höhe von 1.238 TEUR.

Die Beiträge des Arbeitgebers zum Planvermögen betragen im abgelaufenen Geschäftsjahr 1.742 TEUR (2009: 4.737 TEUR), die Beiträge der Arbeitnehmer 7.400 TEUR (2009: 3.671 TEUR). Für das Geschäftsjahr 2011 rechnet der Konzern mit Beiträgen des Arbeitgebers zum Fondsvermögen in Höhe von 1.334 TEUR und mit Arbeitnehmerbeiträgen in Höhe von 1.238 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.

25 // FINANZVERBINDLICHKEITEN

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

in TEUR	2010	2009
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	514.122	494.218
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	18.814	28.214
	532.936	522.432

in TEUR	2010	davon Restlaufzeit unter einem Jahr	2009	davon Restlaufzeit unter einem Jahr
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	495.961	1.722	493.091	14.584
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	36.975	17.092	29.341	13.630
	532.936	18.814	522.432	28.214

In den sonstigen Finanzverbindlichkeiten sind Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen in Höhe von 15 TEUR (2009: 78 TEUR) sowie negative Marktwerte aus Finanzinstrumenten in Höhe von 25.740 TEUR (2009: 29.263 TEUR) enthalten.

Die nachfolgenden Tabellen enthalten die Laufzeiten und Konditionen der Finanzverbindlichkeiten:

VERBINDLICHKEITEN GEGENÜBER KREDITINSTITUTEN

Restlaufzeit	2010		2009	
	gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert TEUR	gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert TEUR
bis zu 1 Jahr	4,93 %	1.722	1,69 %	14.584
1 bis 5 Jahre	1,48 %	468.665	1,38 %	451.165
mehr als 5 Jahre	5,67 %	25.574	5,67 %	27.342

Im Vergleich zum Vorjahr wurden zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2010 Verbindlichkeiten aus einer bestehenden Kreditvereinbarung in Japan in Höhe von 15.647 TEUR mit einem geringen Durchschnittszinssatz als langfristig (1 – 5 Jahre) klassifiziert, da HUGO BOSS erwartet, dass diese Verpflichtung für mindestens zwölf Monate nach dem Bilanzstichtag refinanziert oder verlängert wird.

SONSTIGE FINANZVERBINDLICHKEITEN

Restlaufzeit	2010		2009	
	gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert TEUR	gewogener Durchschnittszinssatz	Buchwert TEUR
bis zu 1 Jahr	3,12 %	17092	6,70 %	13.630
1 bis 5 Jahre	3,17 %	19.315	6,70 %	15.292
mehr als 5 Jahre	4,41 %	568	–	419

Weitere Informationen zu den Zielen, Methoden und Prozessen des Kapitalmanagements sind im Lagebericht in dem Kapitel „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:

2010 in TEUR	Erwartete Zahlungsflüsse				
	Buchwert	Summe Cashflows	< 1 Jahr	1–5 Jahre	> 5 Jahre
Originäre finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	495.961	514.186	10.171	490.594	13.421
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen	15	15	14	1	0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	3.100	3.315	617	1.979	719
Derivate mit Hedge-Beziehung	22.640	22.914	10.787	12.127	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	11.220	11.220	5.727	5.493	0
Finanzielle Verbindlichkeiten	532.936	551.650	27.316	510.194	14.140

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

Einbezogen wurden alle Finanzinstrumente, die am 31. Dezember 2010 im Bestand waren und für die bereits Zahlungen vertraglich vereinbart waren. Planzahlen für künftige neue Verbindlichkeiten wurden in dieser Darstellung nicht berücksichtigt.

26 // SONSTIGE SCHULDEN

in TEUR	2010		2009			
		davon kurzfristig	davon langfristig	davon kurzfristig	davon langfristig	
Sonstige Schulden	84.947	57.840	27.107	65.535	41.098	24.437
davon aus Steuern	(18.501)	(18.501)	0	(14.981)	(14.981)	0
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	(3.800)	(3.800)	0	(4.296)	(4.296)	0
	84.947	57.840	27.107	65.535	41.098	24.437

Die sonstigen Schulden enthalten neben den Steuerschulden und den Schulden im Rahmen der sozialen Sicherheit im Wesentlichen abgezinste Schulden aus Mietverpflichtungen für den konzerneigenen Einzelhandel sowie für ausstehende Lohn- und Gehaltszahlungen, Überstunden und Urlaubsansprüche.

27 // VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in TEUR	2010	2009
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	187.991	150.454

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

28 // 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	2010		2009	
		Buchwert	beizule- gender Zeitwert	Buchwert	beizule- gender Zeitwert
Aktiva					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	LaR	294.884	294.884	114.082	114.082
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	133.365	133.365	140.074	140.074
Sonstige finanzielle Vermögenswerte		31.464	31.464	16.146	16.146
davon:					
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FAHfT	19.000	19.000	5.398	5.398
Derivate mit Hedge-Beziehung	n.a.	0	0	232	232
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	LaR	12.464	12.464	10.516	10.516
Passiva					
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	FLAC	495.961	497.573	493.091	496.724
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	187.991	187.991	150.454	150.454
Sonstige Finanzverbindlichkeiten		36.975	36.975	29.341	29.341
davon:					
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs- leasingverträgen	n.a.	15	15	78	78
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FLHfT	3.100	3.100	2.782	2.782
Derivate mit Hedge-Beziehung	n.a.	22.640	22.640	26.481	26.481
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	11.220	11.220	0	0
Summe pro Bewertungskategorie nach IAS 39:					
Loans and Receivables	LaR	440.713	440.713	264.672	264.672
Financial Assets Held for Trading	FAHfT	19.000	19.000	5.398	5.398
Financial Liabilities Measured at Amortised Cost	FLAC	695.172	696.784	643.545	647.178
Financial Liabilities Held for Trading	FLHfT	3.100	3.100	2.782	2.782

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.

Der rückwirkend im Geschäftsjahr 2010 angewendete, überarbeitete IAS 1 führte zu einer Umgliederung von bestimmten derivativen Finanzinstrumenten von kurzfristig zu langfristig. Die Umgliederung zum 31. Dezember 2009 von sonstigen kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten zu sonstigen langfristigen Finanzverbindlichkeiten beträgt 15.702 TEUR.

Zum 31. Dezember 2010 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 2010 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	2010	2009
Derivatives (FAHfT und FLHfT)	0	11.198	0	0	-146	11.052	5.642
Loans and Receivables (LaR)	3.283	0	-2.110	-6.701	0	-5.528	-7.909
Financial Liabilities Measured at Amortised Cost (FLAC)	-20.568	0	12.570	0	0	-7.998	-24.397

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 sowie Fair-Value-Änderungen von Kurssicherungsgeschäften werden im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesen.

Die Effekte aus der Fair-Value-Änderung der Kaufoptionen zur Absicherung der SAR-Rückstellungen werden im Personalaufwand bzw. im sonstigen Finanzergebnis erfasst (siehe auch (36) Aktienbasierte Vergütung).

SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

29 // HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

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

in TEUR	2010	2009
Haftungsverhältnisse aus der Bestellung von Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten	933	3.150
Sonstige Eventualverbindlichkeiten	0	0
	933	3.150

30 // SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Operating Leasing

Neben den Finanzierungsleasingverträgen wurden im erheblichen 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 Retailaktivitäten 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 2010 wurden für Operating-Leasing-Verhältnisse Mietaufwendungen in Höhe von 127.659 TEUR (2009: 114.548 TEUR) berücksichtigt. Der bedingte Mietaufwand betrug 14.262 TEUR (2009: 7.546 TEUR).

Aus den Operating-Leasing-Verträge werden in den Folgeperioden folgende Leasingzahlungen fällig:

2010 in TEUR	Fällig 2011	Fällig 2012 – 2015	Fällig nach 2015	Gesamt
Summe der künftigen Miet- und Leasingzahlungen (Operating Leasing)	110.904	301.998	180.492	593.394
Sonstige Verpflichtungen	10.585	8.646	2	19.233
	121.489	310.644	180.494	612.627

2009 in TEUR	Fällig 2010	Fällig 2011 – 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

Aus Untermietverhältnissen hat der Konzern im Geschäftsjahr 2010 (wie im Vorjahr) keine wesentlichen Einnahmen erzielt.

Finanzierungsleasing

In den Sachanlagen sind Grundstücke in Höhe von 9 TEUR (2009: 78 TEUR) enthalten, die dem wirtschaftlichen Eigentum des Konzerns gemäß IAS 17 zugerechnet werden. Betriebs- und Geschäftsausstattung sind im Gegensatz zum Vorjahr in Höhe von 6 TEUR enthalten (2009: 0 TEUR).

Aus den Finanzierungsleasingverträgen werden in den Folgeperioden folgende Leasingzahlungen fällig:

in TEUR	Fällig 2011	Fällig 2012-2015	Fällig nach 2015
Mindestleasingzahlungen	18	1	0
Abzinsungsbeträge	4	0	0
Barwerte	14	1	0

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Der HUGO BOSS Konzern ist Werbe- und Sponsoringverträge eingegangen, aus denen sich sonstige finanzielle Verpflichtungen ergeben. In den Folgejahren resultieren daraus folgende Zahlungen:

2010 in TEUR	Fällig 2011	Fällig 2012 – 2015	Fällig nach 2015	Gesamt
Werbe- und Sponsoringverträge	9.336	24.204	0	33.540
	9.336	24.204	0	33.540

2009 in TEUR	Fällig 2010	Fällig 2011 – 2014	Fällig nach 2014	Gesamt
Werbe- und Sponsoringverträge	6.802	21.352	0	28.154
	6.802	21.352	0	28.154

Darüber hinaus bestehen Bestellobligos bei Investitionen in Höhe von 2.975 TEUR (2009: 3.217 TEUR). Dieses entfällt sowohl auf das Sachanlagevermögen 1.966 TEUR (2009: 2.572 TEUR) sowie auf immaterielle Vermögenswerte 1.009 TEUR (2009: 645 TEUR). Sowohl im Geschäftsjahr 2010 als auch in dem vorangegangenen Geschäftsjahr 2009 waren die Bestellobligos innerhalb eines Jahres fällig. Darüber hinaus bestehen keinen finanziellen Verpflichtungen.

31 // SICHERUNGSPOLITIK UND FINANZDERIVATE

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

in TEUR	2010		2009	
	Nominal- werte	beizulegende Zeitwerte	Nominal- werte	beizulegende Zeitwerte
Aktiva				
Währungssicherungsgeschäfte	56.343	4.008	44.676	722
Zinssicherungsgeschäfte	0	0	0	0
Kaufoptionen (SAR-Hedge)	21.846	14.992	26.611	4.908
Passiva				
Währungssicherungsgeschäfte	24.216	-734	19.504	-1.756
Zinssicherungsgeschäfte	-313.030	-25.006	-313.482	-27.507
Kaufoptionen (SAR-Hedge)	0	0	0	0
	-210.625	-6.740	-222.691	-23.633

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 14.992 TEUR (2009: 4.908 TEUR) enthalten.

In den dargestellten beizulegenden Zeitwerten aus derivativen Finanzinstrumenten resultiert ein Teilbetrag in Höhe von 15.900 TEUR (2009: 2.616 TEUR) aus finanziellen Vermögenswerten und Schulden, die als zu Handelszwecken gehaltene klassifiziert werden.

Zum 31. Dezember 2010 werden nach Abzug latenter Steuern negative Effekte aus der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert von Finanzinstrumenten in Höhe von –16.867 TEUR (2009: –19.537 TEUR) ergebnisneutral im Eigenkapital abgegrenzt. Von den im Eigenkapital erfassten Beträgen wurden im Geschäftsjahr 2010 Aufwendungen von insgesamt –7.835 TEUR (2009: Erträge von 3.350 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. Im Gegensatz zum Vorjahr basiert die Ermittlung des Währungsrisikos nicht auf dem geplanten, sondern auf dem bereits bilanzierten Fremdwährungsexposure. Dies ist mit der Änderung der Hedging-Strategie begründet, die auf eine Begrenzung der bilanziellen Risiken und nicht länger auf eine Absicherung der zukünftigen Zahlungsströme abzielt.

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 36 ausführlich dargestellt.

32 // 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 wechsellkursbedingten Effekte die Veränderung des Finanzmittelfonds im Konzern.

Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds umfasst alle in der Bilanz ausgewiesenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, das heißt, dieser beinhaltet neben den flüssigen Mitteln im engeren Sinne, also Schecks, Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten, auch kurzfristige Geldanlagen, die jederzeit in Zahlungsmittelbeträge umgewandelt werden können und nur unwesentlichen Wertschwankungen unterliegen. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sind mit den fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Sonstige nicht zahlungswirksame Vorgänge

Nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge betreffen insbesondere unrealisierte Fremdwährungsgewinne/-verluste, ergebniswirksame Änderungen des Fair Values von derivativen Finanzinstrumenten sowie sonstige nicht zahlungswirksame Veränderungen der Finanzschulden.

Nicht zahlungswirksame Investitionstätigkeit

Im Geschäftsjahr 2010 ergab sich aus dem Erwerb und der Erstkonsolidierung der Joint-Venture-Gesellschaften ein Zugang von Vermögenswerten in Höhe von 30.858 TEUR.

Nicht zahlungswirksame Finanzierungstätigkeit

Im Geschäftsjahr 2010 erfolgte durch den Erwerb und die Erstkonsolidierung der Joint-Venture-Gesellschaften ein Zugang von Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 11.220 TEUR.

33 // SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Der Vorstand der HUGO BOSS AG führt das Unternehmen nach Regionen. 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 des HUGO BOSS Konzerns zugeordnet, während über die Lizenzsparte das gesamte Lizenzgeschäft von HUGO BOSS, das sowohl das Lizenzgeschäft mit Dritten als auch die konzerninternen Lizenzgeschäfte 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 Sondereffekten). Die Ertragsteuern werden durch konzernweite 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.

2010 in TEUR	Europa ¹	Amerika	Asien/ Pazifik	Lizenzen	Corporate Center	Über- leitung	HUGO BOSS Konzern
Gesamtumsatz	1.074.594	380.947	230.389	120.947	992.911	-1.070.342	1.729.446
Intersegmentumsatz	1.416	199	14	75.802	992.911	-1.070.342	0
Außenumsatz	1.073.178	380.748	230.375	45.145	0	0	1.729.446
Segmentergebnis	142.854	47.361	39.790	79.156	55.352	-14.732	349.781
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.215	123	92	401	14.248	-13.796	3.283
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-5.340	-3.676	-2.843	-652	-21.778	13.721	-20.568
Aktiva	309.257	180.494	154.898	81.469	1.232.164	-663.798	1.294.484
Schuldposten	-173.033	-98.296	-99.844	-52.969	-922.078	414.492	-931.728
Investitionen	17.444	10.323	15.877	6	11.934	0	55.584
Abschreibungen	-22.210	-11.534	-8.490	-228	-22.648	0	-65.110
Wertminderungen	-3.803	-2.615	-86	0	-596	0	-7.100
davon Sachanlagen	-3.287	-2.560	-86	0	-596	0	-6.529
davon immaterielle Vermögenswerte	-516	-55	0	0	0	0	-571
SAR-Aufwendungen und Hedging	-5.359	-484	-17	-342	-1.570	0	-7.772

¹ Inklusiv Naher Osten und Afrika.

Das jeweilige Segmentergebnis entspricht dem EBITDA vor Sondereffekten und enthält somit nicht das Finanzergebnis (-14.788 TEUR), die Ertragsteuern (-59.927 TEUR), die Aufwendungen aus Sondereffekten (-13.628 TEUR) sowie die Abschreibungen und Wertminderungen (-72.210 TEUR).

Das Segmentvermögen beinhaltet keine aktiven latenten Steuern (48.970 TEUR) und Ertragsteuerforderungen (11.988 TEUR), da diese Vermögenswerte auf Gruppenebene gesteuert werden.

Die Segmentschulden sind abzüglich passiver latenter Steuern (-24.878 TEUR) und Ertragsteuerschulden (-37.615 TEUR) ausgewiesen, da diese Schuldposten durch Gruppenentscheidungen beeinflusst werden.

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
Segmentergebnis²	118.761	14.546	14.645	75.390	33.955	9.865	267.162
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	1.033.606	-680.931	1.002.392
Schuldposten	-216.461	-119.471	-68.969	-28.350	-897.943	504.442	-826.752
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.

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 (-18.778 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 (17.908 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.

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. 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.

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

Als nahe stehend werden alle Unternehmen und Personen betrachtet, die die Voraussetzungen von IAS 24.9 in Bezug auf die Permira Holdings Limited, Guernsey, erfüllen.

Im Berichtszeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010 sind folgende berichtspflichtige Geschäfte mit nahe stehenden Personen getätigt worden:

Im Geschäftsjahr 2010 haben die HUGO BOSS AG und die Red & Black Holding GmbH, Oberursel (Taunus), als direktes Mutterunternehmen der HUGO BOSS AG, einen Dienstleistungsvertrag abgeschlossen. Dieser Dienstleistungsvertrag beinhaltet die Erstellung der Quartals- und Jahresabschlüsse der Red & Black Holding GmbH, Oberursel (Taunus). Hierfür erhält die HUGO BOSS AG eine angemessene und marktübliche Jahresvergütung in Höhe von 60 TEUR.

Mit der Permira Holdings Limited, Guernsey, als oberstes Mutterunternehmen des HUGO BOSS Konzerns, bzw. mit Gesellschaften, die mit diesem Unternehmen verbunden sind, wurden im Zeitraum 1. Januar 2010 bis 31. Dezember 2010 Rechtsgeschäfte in Form von Warenlieferungen in Höhe von 22 TEUR getätigt.

Mitglieder des Managements in Schlüsselpositionen kaufen im Rahmen ihrer gewährten sonstigen zum Gehalt gehörenden Sachleistungen sowie 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 Form der aktienbasierten Vergütung eingeführt. Im Rahmen des MPP können sich die Manager indirekt an der Gesellschaft Red & Black TopCo S.à r.l., Luxemburg beteiligen, welche ein nahe stehendes Unternehmen im Sinne des IAS 24.9 darstellt.

Zu weiteren Erläuterungen siehe Textziffer 36.

35 // AUFSICHTSRAT UND VORSTAND

Die Mitglieder des Aufsichtsrats und Vorstands sind auf den Seiten 235 bis 238 angegeben.

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

Der Aufsichtsrat erhielt für seine Tätigkeit im Jahr 2009 Gesamtbezüge in Höhe von 1.224 TEUR. Für das Jahr 2010 betragen die Gesamtbezüge voraussichtlich 1.461 TEUR, darin enthalten ist eine Rückstellung für den variablen Anteil in Höhe von 738 TEUR (2009: 695 TEUR), der sich nach der Höhe des Ergebnisses je Aktie im Konzernabschluss bemisst.

Die Gesamtbezüge des Vorstands beliefen sich im Geschäftsjahr 2010 auf 3.248 TEUR (2009: 4.927 TEUR). Davon sind 3.248 TEUR (2009: 2.642 TEUR) fixe Bestandteile. Die jährlich variablen Bestandteile wurden in 2010 abgeschafft und belaufen sich aufgrund der Umstellung auf variable Vergütungsbestandteile mit mittelfristiger Anreizwirkung im Jahr 2010 auf 0 TEUR (2009: 2.285 TEUR). Die fixen Gehaltsbestandteile umfassen, neben dem Gehalt, dem Vorstand gewährte Leistungen wie Dienstwagen und sonstige zum Gehalt gehörende Sachleistungen sowie weitere zur Erfüllung der Vorstandsaufgaben notwendige Ausstattungen und Leistungen.

Die variablen Vergütungsbestandteile mit nachhaltiger Anreizwirkung bestehen in einer mehrjährigen Bonusvereinbarung, die entsprechend der Zielerreichung der mit dem Aufsichtsrat vereinbarten persönlichen Ziele sowie der Erfüllung der im Vorfeld definierten Unternehmenskennzahlen EBITDA vor Sondereffekten und Trade Net Working Capital gewährt werden. Dieser mehrjährige Bonus wird nach Ablauf des Geschäftsjahres 2012 final ermittelt und ausbezahlt. Abschlagszahlungen auf den in 2013 erwarteten Bonus erfolgen bereits ab dem Jahr 2011. Sofern der Betrag der Restzahlung in 2013 negativ ist, ist dieser vom Vorstandsmitglied an die HUGO BOSS AG zurückzuzahlen. Die Zuführung zur Rückstellung für den Mehrjahresbonus erfolgt ratierlich. Für das Geschäftsjahr 2010 wurde eine Rückstellung in Höhe von 3.025 TEUR (2009: 0 TEUR) gebildet.

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 2.934 TEUR (2009: 66 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 2010 1.964 TEUR (2009: 1.015 TEUR). Für aktive Mitglieder des Vorstands werden Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen in Höhe von 2.849 TEUR (2009: 1.358 TEUR) ausgewiesen. Das entsprechende Planvermögen in Form der Rückdeckungsversicherung beläuft sich auf 2.457 TEUR (2009: 1.845 TEUR).

Die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und deren Hinterbliebenen betragen 2.694 TEUR (2009: 835 TEUR), nach Saldierung der als Planvermögen zu qualifizierenden Rückdeckungsversicherung. An diesen Personenkreis sind im Jahr 2010 Gesamtbezüge in Höhe von 192 TEUR (2009: 191 TEUR) geleistet worden.

Die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats halten insgesamt weniger als 1 % (2009: weniger als 1 %) der von der HUGO BOSS AG ausgegebenen Aktien.

36 // 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.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Die zu gewährende Vergütung orientiert sich an der Differenz zwischen der rechnerisch auf eine Vorzugsaktie der HUGO BOSS AG entfallenden Marktkapitalisierung unter Berücksichtigung der Durchschnittskurse während der fünf Börsenhandelstage, die dem Tag der Ausübung vorangehen, und dem Basispreis der Vorzugsaktie nach Maßgabe der Bedingungen. Der Basispreis entspricht dem Durchschnittskurs der Vorzugsaktien der HUGO BOSS AG während der 20 Börsenhandelstage, die dem Ausgabebetrag vorausgehen.

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

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

Sowohl die für die HUGO BOSS AG aus den SAR 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.

Die erfolgswirksame Veränderung der SAR, die sich bereits im Ausübungszeitraum befinden, sowie die Veränderung des entsprechenden Absicherungsgeschäfts sind im Personalaufwand saldiert.

Zum 31. Dezember 2010 belaufen sich der im Personalaufwand berücksichtigte Ergebniseffekt aus der Neubewertung der SAR-Rückstellung sowie der Aufwand aus der Bewertung der entsprechenden Absicherungsgeschäfte auf 7.626 TEUR (2009: 4.565 TEUR).

Der im Finanzergebnis erfasste Aufwand aus der Bewertung und dem Abgang von Absicherungsgeschäften, denen noch keine bzw. keine SAR-Rückstellungen mehr gegenüberstehen, beläuft sich auf 146 TEUR (2009: Ertrag 3.267 TEUR).

Für das Geschäftsjahr 2010 ergaben sich im Zusammenhang mit Stock Appreciation Rights insgesamt Aufwendungen in Höhe von 7.772 TEUR (2009: 1.298 TEUR). Die Rückstellung aus den Partizipationsrechten beläuft sich zum 31. Dezember 2010 auf 2.647 TEUR (2009: 4.322 TEUR). Der Rückstellungsbetrag der ausübaren Optionsrechte beträgt zum 31. Dezember 2010 2.647 TEUR (2009: 1.655 TEUR). Die der Absicherung dienenden Derivate weisen zum Stichtag einen beizulegenden Zeitwert in Höhe von 2.512 TEUR (2009: 4.908 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 2010 und 2009 wie folgt entwickelt:

	2010	GDBP 2010¹ (EUR)	2009	GDBP 2009¹ (EUR)
Anzahl der Optionsrechte am 1. Januar	1.169.665	27,31	2.602.910	32,80
Neu gewährte Optionsrechte	0	0,00	490.900	11,80
Verwirkte Optionsrechte	0	0,00	0	0,00
Ausgeübte Optionsrechte	-738.000	32,49	-42.173	17,02
Verfallene Optionsrechte	-48.076	12,93	-808.244	30,32
Abgelöste Optionsrechte	-265.496	11,80	-1.073.728	31,67
Anzahl der Optionsrechte am 31. Dezember	118.093	35,63	1.169.665	27,31
Ausübbarer Optionsrechte am 31. Dezember	118.093	35,63	552.945	31,12

¹ GDBP = Gewichtete durchschnittliche Basispreise.

Der gewichtete durchschnittliche Aktienkurs zum Zeitpunkt der Optionsausübungen betrug 46,30 EUR (2009: 21,76 EUR).

Die gewichtete durchschnittliche Vertragslaufzeit für die am 31. Dezember 2010 ausstehenden Aktienoptionen beträgt 2,59 Jahre (2009: 3,33 Jahre).

Die Basispreise für die zum Ende der Berichtsperiode ausstehenden Stock Appreciation Rights liegen in der Bandbreite zwischen 34,09 EUR und 36,74 EUR (2009: 11,80 EUR und 36,74 EUR).

Im laufenden Geschäftsjahr wurden im Zusammenhang mit dem „Stock Appreciation Rights Program“ Auszahlungen an berechnete Führungskräfte in Höhe von 18.999 TEUR getätigt (2009: 4.509 TEUR). Davon entfallen 8.814 TEUR auf die finale Ablösung der Stückzahlen der Tranche 9 zum maximal möglichen Ausübungsgewinn von 33,20 EUR.

Management Beteiligungsprogramm

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

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

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

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

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

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

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

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

Das MPP hat im Geschäftsjahr 2010 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 2010 nicht anzusetzen.

37 // EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

HUGO BOSS hat am 7. Februar 2011 seine Absicht bekannt gegeben, 15 HUGO BOSS Monobrand Stores und die damit verbundenen Anlagewerte von Moss Bros, dem wichtigsten Franchisepartner in Großbritannien, zu übernehmen. Die Übernahme beinhaltet neben acht Standorten in London und zwei Geschäften in Manchester jeweils einen Standort in fünf weiteren englischen Städten. In Abhängigkeit von bestimmten Bedingungen wird die Transaktion zum 1. April 2011 wirksam werden. Durch die Übernahme der Standorte wird die Anzahl der konzerneigenen Einzelhandelsgeschäfte und somit der Umsatzanteil des konzerneigenen Einzelhandels in Großbritannien weiter gesteigert. Die vereinbarte Kaufpreiszahlung für den Erwerb der Standorte und der damit verbundenen Anlagewerte beträgt ca. 19,5 Mio. EUR (16,5 Mio. GBP). Der Konzern erwartet, dass sich die Integration der Standorte positiv auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Zeitraum April bis Dezember 2011 auswirken wird.

Zwischen dem Ende des Geschäftsjahres 2010 und der Freigabe der Veröffentlichung dieses Berichts am 8. März 2011 gab es keine weiteren nennenswerten gesamtwirtschaftlichen, sozialpolitischen, branchenbezogenen oder unternehmensspezifischen Veränderungen, die sich nach den Erwartungen des Managements maßgeblich auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Unternehmens auswirken könnten.

38 // CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Vorstand und Aufsichtsrat der HUGO BOSS AG haben im Dezember 2010 die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben. Diese ist auf der Internetseite der Gesellschaft den Aktionären dauerhaft zugänglich.

39 // HONORAR DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Das im Aufwand des Geschäftsjahres 2010 enthaltene Honorar des Abschlussprüfers beträgt 723 TEUR (2009: 636 TEUR), davon entfielen 588 TEUR (2009: 512 TEUR) auf Prüfungsleistungen, 79 TEUR (2009: 37 TEUR) auf Steuerberatungsleistungen und 56 TEUR (2009: 87 TEUR) auf andere Bestätigungsleistungen.

Diese Honorarangaben betreffen den Konzernabschlussprüfer und die mit ihm über die KPMG Europe LLP verbundenen in- und ausländischen KPMG-Gesellschaften.

40 // BETEILIGUNGSBESITZ

in TEUR Gesellschaft	Sitz	Ergebnis		Eigenkapital	
		2010	2009	2010	2009
HUGO BOSS Holding Netherlands B.V.	Amsterdam, Niederlande	475	50	652.185	651.709
HUGO BOSS Internationale Beteiligungs-GmbH ²	Metzingen, Deutschland	0	0	524.800	524.800
HUGO BOSS AG	Metzingen, Deutschland	54.903	56.875	486.209	494.417
HUGO BOSS International B.V.	Amsterdam, Niederlande	102.845	75.261	279.604	174.622
HUGO BOSS Trade Mark Management GmbH & Co. KG ²	Metzingen, Deutschland	74.002	74.162	25.230	24.120
HUGO BOSS Ticino S.A.	Coldrerio, Schweiz	42.826	33.791	74.034	60.894
HUGO BOSS USA, Inc. ⁴	Wilmington, DE, USA	14.483	-5.365	56.970	39.504
HUGO BOSS Hong Kong Ltd.	Hongkong	16.134	7.676	38.018	21.852
HUGO BOSS Lotus Hong Kong Ltd. ³	Hongkong	-142	0	37.801	0
HUGO BOSS Benelux B.V.	Amsterdam, Niederlande	15.239	16.452	37.702	38.463
Shenzhen Lotus Trading Co., Ltd. ³	Shenzhen, China	5.426	0	27.570	0
HUGO BOSS Italia S.p.A.	Mailand, Italien	535	-5.488	22.233	8.144
HUGO BOSS International Markets AG	Zug, Schweiz	14.757	12.760	18.443	17.586
HUGO BOSS Canada, Inc.	Toronto, Kanada	2.263	-2.277	16.471	12.459
HUGO BOSS UK Ltd.	London, Großbritannien	10.791	8.998	14.622	12.751
HUGO BOSS Textile Industry Ltd.	Izmir, Türkei	1.200	-453	14.197	12.997
HUGO BOSS Holdings Pty. Ltd.	Preston, Australien	0	0	12.363	12.363
HUGO BOSS Australia Pty. Ltd.	Preston, Australien	1.279	1.385	11.870	10.022
HUGO BOSS China Retail Co. Ltd.	Shanghai, China	4.119	-212	8.068	1.261
Lotus Concept Trading (Macau) Co., Ltd. ³	Macau	3.111	0	6.530	0
HUGO BOSS Shoes & Accessories Italia S.p.A.	Morrovalle, Italien	237	-3.252	5.202	4.965
HUGO BOSS Mexico S.A. de C.V.	Mexiko-Stadt, Mexiko	2.822	427	5.190	2.053
HUGO BOSS (Schweiz) AG	Zug, Schweiz	3.840	4.118	4.324	4.328
HUGO BOSS Nordic ApS	Kopenhagen, Dänemark	3.224	1.648	4.236	1.016
HUGO BOSS do Brasil Ltda.	São Paulo, Brasilien	348	102	4.149	3.340
HUGO BOSS France SAS	Paris, Frankreich	-8.929	-120	3.505	12.435
HUGO BOSS Belgium Retail BVBA	Diegem, Belgien	664	732	2.627	1.962
HUGO BOSS Switzerland Retail AG	Zürich, Schweiz	561	129	2.359	1.466
HUGO BOSS Belgium BVBA	Diegem, Belgien	750	870	2.343	2.292
HUGO BOSS Guangdong Trading Co. Ltd.	Guangzhou, China	96	268	1.937	1.650
HUGO BOSS Benelux Retail B.V.	Amsterdam, Niederlande	220	790	1.893	1.674
HUGO BOSS Dienstleistungs GmbH ²	Metzingen, Deutschland	-164	-44	1.458	1.382
HUGO BOSS Holding Sourcing S.A.	Coldrerio, Schweiz	-9	-10	1.250	1.219

in TEUR Gesellschaft	Sitz	Ergebnis		Eigenkapital	
		2010	2009	2010	2009
MSC Poland Sp.z.o.o.	Radom, Polen	-54	-192	1.216	1.231
HUGO BOSS Scandinavia AB	Stockholm, Schweden	-1.921	305	1.117	2.896
HUGO BOSS Magazacilik Ltd. Sti.	Izmir, Türkei	-563	-176	979	345
HUGO BOSS Mexico Management Services S.A. de C.V.	Mexiko-Stadt, Mexiko	144	123	551	357
HUGO BOSS Trade Mark Management Verwaltungs-GmbH ²	Metzingen, Deutschland	1	1	32	31
HUGO BOSS Merchandise Management GmbH	Metzingen, Deutschland	0	0	24	24
HUGO BOSS Vermögensverwaltungs GmbH & Co. KG ²	Metzingen, Deutschland	-2	-2	2	4
HUGO BOSS Ireland Ltd.	Dublin, Irland	-215	0	-115	0
HUGO BOSS Beteiligungsgesellschaft mbH ²	Metzingen, Deutschland	0	0	-116	-116
ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Dieselstraße KG ¹	Grünwald, Deutschland	47	33	-191	-238
GRAMOLERA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft Objekt Ticino mbH ²	Metzingen, Deutschland	-1.117	-769	-1.861	-744
ROSATA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Metzingen KG ¹	Grünwald, Deutschland	84	24	-2.739	-2.823
HUGO BOSS Portugal & Companhia	Lissabon, Portugal	-2.419	-5.619	-2.952	-4.833
HUGO BOSS Benelux B.V. CIA S.C	Madrid, Spanien	2.720	-12.705	-5.457	-33.177
BIL Leasing Verwaltungs-GmbH & Co. 869 KG ¹	Pullach, Deutschland	-537	-276	-6.015	-5.479
HUGO BOSS Japan K.K.	Tokio, Japan	-3.843	-11.671	-31.108	-22.021

1 Beteiligungen mit einem Kapitalanteil von 94%.

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

3 Beteiligungen mit einem direkten und indirektem Kapitalanteil von 60%.

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.P.1

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

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

10. Permira IV L.P.1

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

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

11. Permira IV Managers L.P.

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

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

12. Permira IV Managers Limited

Die Permira IV Managers Limited hat uns mitgeteilt:

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

13. Permira IV L.P.2

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

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

14. P4 Co-Investments L.P.

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

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

15. Permira Investments Limited

Die Permira Investments Limited hat uns mitgeteilt:

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

16. Permira IV GP L.P.

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

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

17. Permira IV GP Limited

Die Permira IV GP Limited hat uns mitgeteilt:

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

18. Permira Nominees Limited

Die Permira Nominees Limited hat uns mitgeteilt:

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

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

„Am 11. März 2008 ist die Red & Black 2 S.r.l., Mailand (Anschrift: via San Paolo 10, 20121 Mailand, Italien) auf die Red & Black S.r.l., Mailand (Anschrift: via San Paolo 10, 20121 Mailand, Italien) verschmolzen worden. Dadurch ist die Red & Black 2 S.r.l. erloschen. Rechtsnachfolger ist die Red & Black S.r.l.

Vor dem Hintergrund des vorgenannten Verschmelzungsvorganges teilen wir Ihnen namens und im Auftrag der Red & Black S.r.l., Mailand (Anschrift: via San Paolo 10, 20121 Mailand, Italien) nach §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG Folgendes mit:

Als Rechtsnachfolger der Red & Black S.r.l. 2, Mailand (Anschrift: via San Paolo 10, 20121 Mailand, Italien): Der Stimmrechtsanteil der Red & Black S.r.l. 2, Mailand (Anschrift: via San Paolo 10, 20121 Mailand, Italien), an der HUGO BOSS AG, Dieselstraße 12, 72555 Metzingen, Deutschland, hat am 11. März 2008 die Schwellen von 75 %, 50 %, 30 %, 25 %, 20 %, 15 %, 10 %, 5 % und 3 % unterschritten und beträgt seit diesem Tage 0,00 % (keinerlei Stimmrechte).

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

Metzingen, den 14. März 2008

Der Vorstand

- Die HUGO BOSS AG erhielt am 25. März 2008 folgende Stimmrechtsmitteilung gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG der Red & Black S.p.A.:

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

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

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

1. V.F.G. International N.V., Amersfoort, Niederlande:

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

2. Red & Black Holding GmbH (ehemals Blitz F09-vier-sechs GmbH), München, Deutschland:

Der Stimmrechtsanteil der Red & Black Holding GmbH (ehemals Blitz F09-vier-sechs GmbH), München, Deutschland an der HUGO BOSS AG, Metzingen, Deutschland, beträgt zum 23. März 2010 weiterhin mehr als 75 % der Stimmrechte, nämlich 89,49 % der Stimmrechte (32.092.026 Stimmrechte). Davon wird nunmehr ein Stimmrechtsanteil von 88,02 % (31.563.471 Stimmrechte) von der Red & Black Holding GmbH gemäß § 21 Abs. 1 WpHG direkt gehalten.

Ein weiterer Stimmrechtsanteil von 1,47 % (528.555 Stimmrechte) wird der Red & Black Holding GmbH aus von der HUGO BOSS AG gehaltenen eigenen Aktien nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 i.V.m. Satz 3 WpHG zugerechnet.

Zur Klarstellung wird darauf hingewiesen, dass die Stimmrechtsanteile sämtlicher anderer Gesellschaften, denen bislang von der V.F.G. International N.V. Stimmrechte aus Aktien der HUGO BOSS AG zugerechnet wurden, von den oben gemeldeten Schwellenunterschreitungen durch die V.F.G. International N.V. unberührt bleiben. Obergesellschaft in der bestehenden Struktur bleibt die Permira Holdings Limited.

Metzingen, den 26. März 2010

Der Vorstand

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

VORSTAND

CLAUS-DIETRICH LAHRS

Stuttgart, Deutschland

Vorsitzender des Vorstands

Vorstand für die Bereiche Vertrieb, Retail,
Lizenzen, Kommunikation und Global Replenishment

CHRISTOPH AUHAGEN

Ratingen, Deutschland

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

MARK LANGER

Stuttgart, Deutschland

Vorstand für die Bereiche Controlling,
Investor Relations, Finanzen, Recht, Personal,
Logistik 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 bis 6. August 2010

NORBERT UNTERHARNSCHIEDT

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

Managementberater

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

Direktor 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

bis 21. Juni 2010

BERND SIMBECK
Metzingen, Deutschland

Kaufmännischer Angestellter
HUGO BOSS AG,
Metzingen, Deutschland
Arbeitnehmersvertreter
seit 21. Juni 2010

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
Arbeitnehmersvertreterin

DAMON MARCUS BUFFINI
Surrey, Großbritannien

Geschäftsführer
Permira Advisers LLP,
London, Großbritannien
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.,
Fossalta di Portogruaro, Italien
seit 21. Februar 2010

DR. KLAUS MAIER
Stuttgart, Deutschland

Managementberater
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 Pro-Beam AG & Co. KGaA ²	München, Deutschland Planegg, Deutschland
Gianluca Andena	CMA S.à.r.l. Dinosol Supermercados SL Permira Asesores SL ² Permira SGR S.p.A. Valentino Fashion Group S.p.A.	Luxemburg, Luxemburg Madrid, Spanien Madrid, Spanien Mailand, Italien Mailand, Italien
Gert Bauer	ElringKlinger AG	Dettingen/Erms, Deutschland
Fabrizio Carretti	Valentino Fashion Group S.p.A. Valentino S.p.A.	Mailand, Italien Mailand, Italien
Olaf Koch	Metro Finance B.V. Metro Reinsurance N.V. Metro Euro Finance B.V. Assevermag ² MGP (Metro Group Account Processing International AG) ² MIAG (Metro International AG) ²	Venlo, Niederlande Diemen, Niederlande Venlo, Niederlande Baar, Schweiz Baar, Schweiz Baar, Schweiz
Monika Lersmacher	Berthold Leibinger GmbH	Ditzingen, Deutschland
Dr. Klaus Maier	Diehl Stiftung & Co. KG Titan X Holding AB Valeo SA	Nürnberg, Deutschland Mjällby, Schweden Paris, Frankreich
Gaetano Marzotto	Zignago Holding S.p.A. Santa Margherita S.p.A. ² Zignago Vetro S.p.A. Valentino Fashion Group S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien Fossalta di Portogruaro, Italien Fossalta di Portogruaro, Italien Mailand, Italien
Luca Marzotto	Zignago Holding S.p.A. Santa Margherita S.p.A. New High Glass Inc. Federvini - Sindacato A ² Verti Speciali S.p.A. Zignago Vetro S.p.A. Banca Popolare Friuladria S.p.A.	Fossalta di Portogruaro, Italien Fossalta di Portogruaro, Italien Miami, FL, USA Rom, Italien Trento, Italien Fossalta di Portogruaro, Italien Pordenone, Italien
Dr. Martin Weckwerth	Valentino Fashion Group S.p.A.	Mailand, Italien

¹ Nicht genannte Mitglieder haben keine Mandate in anderen Gesellschaften.

² Tätigkeit als Vorsitzender.

Offenlegung

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

Metzingen, 8. März 2011

HUGO BOSS AG

Der Vorstand

CLAUS-DIETRICH LAHRS

CHRISTOPH AUHAGEN

MARK LANGER

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der 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 2011

HUGO BOSS AG
Der Vorstand

CLAUS-DIETRICH LAHRS
CHRISTOPH AUHAGEN
MARK LANGER

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 2010 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.

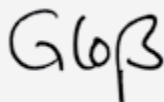
Nach unserer Beurteilung auf Grund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den 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 8. März 2011

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



GÖTTGENS
Wirtschaftsprüfer



GLOSS
Wirtschaftsprüferin



06

**WEITERE
ANGABEN**

06 — INHALT **WEITERE ANGABEN**

246	Allgemeine Anmerkungen
246	Zukunftsgerichtete Aussagen
247	Finanzkalender und Kontakte
248	Glossar
252	Stichwortverzeichnis
254	Grafikverzeichnis
256	Impressum

ALLGEMEINE ANMERKUNGEN

Die Entwicklung unseres Unternehmens kommt im Konzernabschluss am deutlichsten zum Ausdruck. Wie viele andere Unternehmen haben wir uns im Interesse der Übersichtlichkeit entschieden, die Zahlen des Jahresabschlusses der HUGO BOSS AG nicht in den Geschäftsbericht aufzunehmen. Selbstverständlich sind wir gerne 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

29. MÄRZ 2011	BILANZPRESSE- UND ANALYSTENKONFERENZ
28. APRIL 2011	VERÖFFENTLICHUNG DES BERICHTS ZUM ERSTEN QUARTAL 2011
10. MAI 2011	HAUPTVERSAMMLUNG
28. JULI 2011	VERÖFFENTLICHUNG DES HALBJAHRESFINANZBERICHTS 2011
02. NOVEMBER 2011	VERÖFFENTLICHUNG DES NEUNMONATSBERICHTS 2011

INVESTOR RELATIONS	TELEFON +49 (0) 7123 94 - 1326 E-MAIL INVESTOR-RELATIONS@HUGOBOSS.COM
DENNIS WEBER	LEITER INVESTOR RELATIONS TELEFON +49 (0) 7123 94 - 86267 FAX +49 (0) 7123 94 - 886267
DR. HJÖRDIS KETTENBACH	LEITERIN UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION TELEFON +49 (0) 7123 94 - 2375 FAX +49 (0) 7123 94 - 2051
ANFORDERUNG GESCHÄFTS- UND ZWISCHENBERICHTE	WWW.HUGOBOSS.COM / DAS UNTERNEHMEN / BESTELLSERVICE

GLOSSAR

C – F

C

COMPLIANCE

Maßnahme zur Einhaltung gesetzlicher und behördlicher Vorschriften, unternehmensinterner Richtlinien sowie Kodizes, zu deren Einhaltung sich der Konzern verpflichtet hat.

CORPORATE CENTER

Unternehmensweite Zusammenfassung der zentralen Beschaffungs-, Produktions-, Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten sowie sonstiger Zentralfunktionen. Corporate Center ist neben Europa, Amerika, Asien/Pazifik und den Lizenzen eines der von HUGO BOSS definierten Segmente.

CORPORATE GOVERNANCE

Mit Corporate Governance werden die Grundsätze und der rechtliche Ordnungsrahmen für die Leitung und Überwachung im Unternehmen definiert. In Deutschland werden diese Grundsätze im sogenannten Corporate Governance Kodex festgehalten.

COVENANTS

Covenants sind Kreditklauseln oder vertragliche Verpflichtungen 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 einhalten.

D

DERIVATE

Ein Derivat ist ein Finanzinstrument, dessen Wertentwicklung an einen bestimmten Vermögenswert (zum Beispiel Aktien, Anleihen, Währungen oder Waren) oder an marktbezogene Indizes gekoppelt ist und welches zu einem späteren Zeitpunkt beglichen wird. Dabei ist keine oder nur eine vergleichsweise geringe Anfangsinvestition erforderlich.

E

EBIT

Operatives Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Earnings before interest and taxes). Das EBIT ist eine betriebswirtschaftliche Kennzahl, die den Betriebsgewinn eines Unternehmens in einem bestimmten Zeitraum unabhängig von Steuern und Zinsen angibt.

EBITDA-MARGE

Die EBITDA-Marge beschreibt das Verhältnis von EBITDA (vgl. EBITDA vor Sondereffekten) zu den Umsatzerlösen.

EBITDA VOR SONDEREFFEKTEN

Operatives Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization). Sondereffekte werden hierbei ausgeschlossen (vgl. Sondereffekte). Beim EBITDA vor Sondereffekten handelt es sich um die wichtigste Steuerungsgröße des HUGO BOSS Konzerns.

F

FLÄCHENBEREINIGTE UMSATZENTWICKLUNG

Umsatzentwicklung im konzerneigenen Einzelhandel (vgl. konzerneigener Einzelhandel) auf vergleichbarer Fläche, das heißt unter Herausrechnung neu eröffneter oder kürzlich geschlossener Verkaufsflächen.

FRANCHISE

Franchise ist eine Form der Kooperation mit dem Handel. Der Franchisegeber (HUGO BOSS) überlässt dem Franchisenehmer Ware, die dieser rechtlich selbstständig und mit eigenem Kapitaleinsatz vertreibt, aber nach den Vorgaben des Franchisegebers in Monomarken HUGO BOSS-Stores (vgl. Monomarken-Vertriebsformat) vertreibt.

FREE CASHFLOW

Der Free Cashflow errechnet sich als Summe des operativen Cashflows und des Cashflows aus Investitionstätigkeit. Zur Steigerung des Unternehmenswerts konzentriert sich HUGO BOSS auf die Maximierung des Free Cashflows.

G**GESCHÄFTS- UND FIRMENWERT**

Ein aus einem Unternehmenszusammenschluss resultierender Geschäfts- und Firmenwert stellt den Unterschiedsbetrag zwischen der übertragenen Gegenleistung und dem Betrags der Anteile ohne beherrschenden Einfluss über die erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Schulden dar.

GROSSHANDEL (WHOLESALE)

Im Gegensatz zum direkten Verkauf der Ware über den konzerneigenen Einzelhandel (vgl. konzerneigener Einzelhandel), erfolgt der Verkauf über den Großhandel indirekt über die Verkaufsflächen der Handelspartner. Der Großhandel bezieht die HUGO BOSS Ware entweder über das klassische Vorordergeschäft (vgl. Vororder) oder über das Replenishment (vgl. Replenishment) und verkauft diese ihrerseits an den Endkunden.

I**IFRS (INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS)**

IFRS sind internationale Rechnungslegungsvorschriften für Unternehmen, die vom International Accounting Standards Board (IASB) herausgegeben werden. Diese ermöglichen so eine weltweite transparente und vergleichbare Bilanzierung von Konzernabschlüssen und erleichtern den Vergleich von kapitalmarktorientierten Unternehmen.

K**KAPITALFLUSSRECHNUNG**

Die Kapitalflussrechnung hat das Ziel, Transparenz über die Veränderung der liquiden Mittel eines Unternehmens herzustellen. Diese erläutert detailliert die Art, die Höhe und die Quellen der Zahlungsströme.

KONZERNEIGENER EINZELHANDEL

Im konzerneigenen Einzelhandel erfolgt der Verkauf von HUGO BOSS Produkten über konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte (vgl. konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte), Outletgeschäfte sowie den HUGO BOSS Online Store direkt an den Endkunden, im Gegensatz zum Vertrieb über den Großhandel (vgl. Großhandel).

KONZERNEIGENE EINZELHANDELSGESCHÄFTE (DIRECTLY OPERATED STORES/ DOS)

Konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte sind Monomarken-Stores und -Shops, die direkt durch HUGO BOSS betrieben werden. HUGO BOSS agiert dabei als Pächter, Eigentümer, Arbeitgeber und Einzelhändler von HUGO BOSS Produkten.

KURZFRISTIGES NETTOVERMÖGEN (NET WORKING CAPITAL)

Das kurzfristige Nettovermögen errechnet sich aus der Summe der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen kurzfristigen Vermögenswerten, abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, kurzfristigen Rückstellungen und sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten.

GLOSSAR

L – R

L

LIZENZ

Eine Lizenz ist die Erlaubnis, das Markenrecht eines anderen gegen Bezahlung einer Summe (Lizenzgebühr) gewerblich zu nutzen. Die Lizenzvergabe ermöglicht HUGO BOSS, vom Know-how und von der gegebenenfalls anders gearteten Distributionsstruktur des Lizenznehmers zu profitieren. Die für HUGO BOSS von Lizenznehmern hergestellten Produkte umfassen Düfte, Brillen, Uhren, Kindermode und Motorradhelme.

M

MARKE

Mit seiner Markenwelt unter der Kernmarke BOSS (BOSS Black, BOSS Selection, BOSS Green, BOSS Orange) und der Trendmarke HUGO spricht HUGO BOSS unterschiedliche, klar voneinander getrennte Zielgruppen an.

MELDEPFLICHTIGE WERTPAPIERGESCHÄFTE (DIRECTORS' DEALINGS)

Meldepflichtige Wertpapiergeschäfte sind Eigengeschäfte, die von Mitgliedern des Managements mit den Wertpapieren der HUGO BOSS AG getätigt werden. Gemäß §15a Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) sind die Mitglieder des Managements verpflichtet, diese Wertpapiergeschäfte offenzulegen.

MONOMARKEN-VERTRIEBSFORMAT

Im Unterschied zu Mehrmarken-Vertriebsformaten werden in Monomarken-Vertriebsformaten in einem einzelnen Verkaufspunkt nur die Produkte einer einzelnen Marke vertrieben.

N

NETTOFINANZPOSITION

Die Nettofinanzposition umfasst die Summe aller Finanzverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten abzüglich der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente.

O

OUT-OF-HOME-MEDIEN

Als Out-of-Home-Medien werden solche Werbeformen bezeichnet, die den Konsumenten außerhalb seiner Wohnung oder seines Arbeitsplatzes erreichen. Dazu zählen zum Beispiel traditionell Plakatwände und Litfaßsäulen, aber auch Reklame auf Bussen, Telefonzellen oder auf Flughäfen.

P

PARTIZIPATIONSRECHT MIT ANSPRUCH AUF BARAUSLEICH (SAR-PROGRAMM)

Das SAR-Programm wurde von HUGO BOSS für Vorstände und Führungskräfte angelegt. Im Rahmen dieses Programms erhalten die Führungskräfte der HUGO BOSS AG sowie deren 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.

R

REPLENISHMENT

Nachschub von Waren, mit der HUGO BOSS auf kurzfristige Nachfragesteigerungen der Handelspartner reagieren kann.

S**SAISON**

Eine Kollektion wird während eines bestimmten Zeitraums (Saison) ausgeliefert und verkauft.

SEGMENTE

Ein Segment ist gemäß IFRS 8 (vgl. IFRS) ein Unternehmensbestandteil, welcher die originäre Geschäftstätigkeit betreibt und damit Umsatzerlöse erwirtschaftet. Das operative Segmentergebnis (vgl. EBITDA vor Sondereffekten) wird regelmäßig von den verantwortlichen Unternehmensinstanzen überprüft. Der HUGO BOSS Konzern hat folgende Segmente definiert: Europa, Amerika, Asien/Pazifik, Lizenzen (vgl. Lizenzen) und Corporate Center (vgl. Corporate Center).

SHOWROOM

Im Showroom wird die Kollektion den Großhandelskunden (vgl. Großhandel) präsentiert, welche daraufhin ihre Order platzieren können.

SONDEREFFEKTE

Als Sondereffekte definiert HUGO BOSS Aufwendungen, die in keinem direkten Zusammenhang mit der Geschäftstätigkeit stehen. Darunter fallen zum Beispiel Aufwendungen im Zusammenhang mit strategischen Neuausrichtungen oder Reorganisationen einzelner Unternehmensteile.

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 Einzelhandelsgeschäfte (vgl. konzerneigene Einzelhandelsgeschäfte) oder Franchise Stores betrieben werden (vgl. Franchise).

S**STREUBESITZ (FREEFLOAT)**

Die im Streubesitz befindlichen Aktien der HUGO BOSS AG stehen dem Aktienmarkt ständig zum Handel zur Verfügung. Sie befinden sich nicht im Festbesitz, das heißt, sie werden nicht langfristig zur Verfolgung strategischer Ziele gehalten.

V**VERKAUFSFLÄCHENPRODUKTIVITÄT**

Unter der Verkaufsflächenproduktivität versteht man den Umsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche pro Jahr. Die Kennzahl dient der Messung der Verkaufserfolge im konzerneigenen Einzelhandel (vgl. konzerneigener Einzelhandel).

VERKAUFSPUNKTE (POINTS OF SALE/POS)

Als Verkaufspunkt zählen alle Geschäfte, in denen HUGO BOSS Produkte vertrieben werden, also in Stores, Shops und im Online Store (vgl. Stores). Diese können über den konzerneigenen Einzelhandel (vgl. konzerneigener Einzelhandel) oder den Großhandel (vgl. Großhandel) betrieben werden.

VIELFALT (DIVERSITY)

Mit Diversity wird die Heterogenität und Verschiedenartigkeit der Mitarbeiter, Führungskräfte und Mitglieder des Aufsichtsrats der HUGO BOSS AG umschrieben. Vielfalt bezieht sich hierbei unter anderem auf die Nationalität, das Geschlecht oder das Alter der genannten Personengruppen.

VORLAUFZEIT

Zeitspanne zwischen Beginn der Produktentwicklung und Auslieferung des fertigen Produkts.

VORORDER (PREORDER)

Vororder sind erhaltene Aufträge für zukünftige Lieferungen. Die Großhandelspartner bestellen saisonweise in den HUGO BOSS Showrooms (vgl. Showroom) die dort präsentierte Ware (Kollektion). In Ergänzung hierzu können über das HUGO BOSS Replenishment (vgl. Replenishment) saisonunabhängige Nachbestellungen erfolgen.

STICHWORTVERZEICHNIS A–K

A		F	
Abschlussprüfung	050, 219, 241	Finanzergebnis	104, 185
Abschreibungen	104, 120, 189	Finanzielle Risiken	129–133
Aktie	054–059	Finanzielle Vermögenswerte	174–175
Aktionärsstruktur	058	Finanzinstrumente	174, 176, 204–206
Anlagevermögen	190	Finanzkalender	247
Aufsichtsrat	040–046, 122, 236–238	Finanzkennzahlen	121
Ausbildung	080–081	Finanzmanagement	115
		Finanzverbindlichkeiten	201–202
		Forderungen	112–114, 179, 195
B		G	
Beschaffung	086–089, 133	Gesamtergebnisrechnung	151
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers	241	Geschäftstätigkeit	064–065
Bilanz	151–153, 190–206	Gewinn- und Verlustrechnung	103–105, 150, 183–189
Bilanzierungs- und Bewertungs- methoden	171–180	Gewinnrücklagen	197
Bilanzstruktur	111–112	Gezeichnetes Kapital	196
Branchenentwicklung	095, 142	Glossar	248–251
		Großhandel	096–098, 101
C		H	
Cashflow	069–070, 117–118, 156, 210	Haftungsverhältnisse	207
Chancenbericht	138–140	Hauptversammlung	051, 057
Compliance	050–051		
Corporate Governance	044, 047–053		
Covenants	116, 129		
D		I	
Darstellungsänderungen	181–182	Immaterielle Vermögenswerte	112, 173, 191–192
Directly Operated Stores (DOS)	098–100	Innovation	084–085
Diversity	047–049, 080	Internes Kontrollsystem	136–138
Dividende	054, 059, 105, 144, 197	Investitionen	069–072, 119–120
D.R.I.V.E.	074–075, 087, 140, 144	Investor Relations	051, 059
E		K	
EBIT	104	Kapitalflussrechnung	156, 182, 210
EBITDA	069–071, 102, 104, 107–110, 143, 145	Kapitalrücklagen	153, 197
Eigenkapital	111–112, 129–132, 154–155, 220–221	Kapitalstruktur	117
Eigenkapitalveränderungsrechnung	154–155	Konsolidierungskreis	167–169
Entsprechenserklärung	052–053	Kontakte	247
Entwicklung	084–085	Konzerneigener Einzelhandel	068, 071, 076–077, 096–100, 119–120, 143–145
Ergebnisverwendung	105	Konzernstrategie	073–078
Ertragslage	094–105	Kurzfristiges Nettovermögen (Net Working Capital)	069–071, 112–114, 144–145
Ertragsteuer	104, 177, 185–187		

L – Z **STICHWORTVERZEICHNIS****L**

Leasing	173, 177, 207–209
Lieferanten	086–089, 133
Lizenzen	064–065, 100, 110

M

Management Beteiligungsprogramm (MPP)	218–219
Marken	064–065, 073, 075–076, 100
Markenpositionierung	075–076
Marketingaufwendungen	103–104, 183–184
Marktpräsenz	068
Mehrheitsaktionäre	058, 222–234
Minderheitsanteile	187
Mitarbeiter	079–083, 188–189

N

Nachtragsbericht	141
------------------	------------

O

Online Store	077, 099
Organisationsstruktur	066–067

P

Pensionsrückstellungen	198–201
Personalaufwand	188–189
Produktentwicklung	084–085, 087–088
Produktion	086–089, 133
Prognosebericht	141–145

Q

Qualitätssicherung	085
--------------------	------------

R

Risikobericht	126–138
Risikomanagement	126–127
Risikomanagementsystem	136–138
Rückstellungen	197–198

S

Sachanlagen	172–173, 193
Segmentberichterstattung	107–110, 210–212
Sonstige betriebliche Aufwendungen/ Erträge	104, 184
Sonstige finanzielle Verpflichtungen	207–208
Sonstige Vermögenswerte	194
Sponsoring	065, 208
Steuerquote	104
Stock Appreciation Rights (SAR)	214–217
Strategie	073–078

T

Tochtergesellschaften	066, 167–169
-----------------------	---------------------

U

Umsatz	094–101, 106–110, 183
Umsatz- und direkte Vertriebskosten	183
Unternehmenssteuerung	069–072

V

Verbindlichkeiten	113–114, 201–203
Vergütungsbericht	122
Vermögenslage	111–114
Vertriebsaufwendungen	103–104, 183–184
Verwaltungsaufwendungen	104, 184
Vorräte	112–114, 172, 194
Vorstand	036–039, 043, 047–053, 122, 235

W

Währungsrisiko	130–132, 209
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	094–095, 141–142

Z

Zahlungsmittel und Zahlungsmittel- äquivalente	112, 118, 196
---	----------------------

GRAFIKVERZEICHNIS

01 – 22

01	Kursentwicklung	055	13	Entwicklung wesentlicher Steuerungsgrößen	071
02	Marktkapitalisierung zum Jahresende	056	14	Kernelemente Wachstumsstrategie	074
03	Regionaler Split der Investorenbasis bezogen auf den Streubesitz	057	15	Markenpositionierung	076
04/01	Eigentümerstruktur zum 31.12.2010 – HUGO BOSS Stammaktien	058	16	Mitarbeiter zum Jahresende	079
04/02	Eigentümerstruktur zum 31.12.2010 – HUGO BOSS Vorzugsaktien	058	17	Mitarbeiter nach Regionen zum Jahresende	080
05/01	Dividende je Stammaktie	059	18	Regionale Verteilung des Produktions- und Beschaffungsvolumens	087
05/02	Dividende je Vorzugsaktie	059	19/01	Umsatzentwicklung	096
06	Markenübersicht	065	19/02	Umsatz nach Regionen (in %)	096
07	HUGO BOSS Organisationsstruktur	066	19/03	Umsatz nach Vertriebskanälen	096
08	Hauptstandorte	067	19/04	Umsatz nach Regionen (in Mio. EUR)	096
09	Weltweite Marktpräsenz	068	19/05	Umsatz nach Modelinien	096
10	Zentrale Steuerungsgrößen des HUGO BOSS Konzerns	069	19/06	Umsatzentwicklung nach Quartalen	096
11	Definition Free Cashflow	070	20	Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte	099
12	Definition Kurzfristiges Nettovermögen	070	21	Anzahl konzerneigener Einzelhandelsgeschäfte nach Regionen	100
			22/01	Rohertragsmarge	102
			22/02	EBITDA-Marge vor Sondereffekten	102
			22/03	EBITDA vor Sondereffekten nach Quartalen	102

GRAFIKVERZEICHNIS

23/01	Ergebnis je Vorzugsaktie	105	31	Nettofinanzposition	118
23/02	Ergebnis je Stammaktie	105			
24/01	Umsatzentwicklung Europa	106	32	Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	118
24/02	Umsatzentwicklung Europa nach Märkten	106			
24/03	Umsatzentwicklung Amerika	106	33	Investitionen	119
24/04	Umsatzentwicklung Amerika nach Märkten	106			
24/05	Umsatzentwicklung Asien/Pazifik	106	34	Investitionsvolumen nach Investitionsfeldern	120
24/06	Umsatzentwicklung Asien/Pazifik nach Märkten	106			
25/01	Ergebnisentwicklung Europa	107	35	Das Risikomanagement	126
25/02	Ergebnisentwicklung Amerika	108			
25/03	Ergebnisentwicklung Asien/Pazifik	109			
26	Bilanzstruktur	111			
27/01	Kurzfristiges Nettovermögen	114			
27/02	Vorräte	114			
27/03	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	114			
27/04	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	114			
28	Finanzierungsstärke	116			
29	Zinsdeckungsgrad	116			
30	Operativer Cashflow	117			

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

STEFAN ARMBRUSTER	TOM MALONE
CEDRIC BUCHET	NACASA & PARTNERS INC.
PATRICK DEMBSKI	ANDREAS POHLMANN
ALEXEI HAY	MARIO SORRENTI
RAINER HOFMANN	ROBERTO TECCHIO
MATT JONES	MARCUS ZUMBANSEN
KLAARTJE LAMBRECHTS	HUGO BOSS AG
CHRISTIAN MADER	

DRUCK

COLORDRUCK, LEIMEN

PRODUKTION



← **HUGO BOSS 5-JAHRES-ÜBERSICHT**
/ BITTE HIER AUFKLAPPEN

HUGO BOSS 5-JAHRES-ÜBERSICHT

in Mio. EUR

Ertragslage

Umsatz

Rohertrag¹

EBITDA¹

EBITDA vor Sondereffekten¹

EBIT¹

Konzernergebnis

Finanzlage und Dividende

Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit

Nettofinanzposition

Investitionen

Abschreibungen

Dividende

Sonderausschüttung

Vermögens- und Kapitalstruktur

Bilanzsumme

Eigenkapital

Kurzfristiges Nettovermögen

Langfristige Vermögenswerte

Kennzahlen

Rohertragsmarge in %¹

bereinigte EBITDA Marge in %^{1,3}

EBIT-Marge in %

Umsatzrendite nach Steuern in %

Finanzierungsstärke⁴

Eigenkapitalquote in %

Eigenkapitalrentabilität in %⁵

Mitarbeiter

Mitarbeiter⁶

Personalaufwand

Aktien

Ergebnis je Aktie (in EUR)

Stammaktien

Vorzugsaktien

Dividende je Aktie (in EUR)

Stammaktien

Vorzugsaktien

Sonderausschüttung je Aktie (in EUR)

Stammaktien

Vorzugsaktien

Stammaktie (in EUR)⁷

Schlusskurs

Höchstkurs

Tiefstkurs

Vorzugsaktie (in EUR)⁷

Schlusskurs

Höchstkurs

Tiefstkurs

Anzahl ausstehender Aktien (in Mio.)⁸

Stammaktien

Vorzugsaktien

1 Vorjahreswerte wurden angepasst. Siehe auch die begleitenden Erläuterungen zum Konzernabschluss.

2 2010: Dividendenvorschlag.

3 EBITDA vor Sondereffekten/Umsatz.

4 Nettofinanzposition/EBITDA vor Sondereffekten und Aufwendungen für das „Stock Appreciation Rights Program“.

5 Konzernergebnis, bezogen auf das durchschnittliche Eigenkapital.

6 Mitarbeiter zum Jahresende. 7 Xetra. 8 Anzahl ausstehender Aktien zum Jahresende, inklusive eigener Aktien.

2010	2009	2008	2007	2006
1.729,4	1.561,9	1.686,1	1.632,0	1.495,5
1.027,2	847,1	891,0	845,0	759,8
336,1	224,5	236,0	287,1	233,0
349,8	267,2	272,4	274,7	233,0
263,9	155,4	175,0	219,7	184,0
189,2	104,0	112,0	154,1	128,7
308,3	343,7	164,8	109,7	171,9
201,1	379,1	583,2	173,6	118,0
55,6	48,3	118,8	84,7	98,5
72,2	69,1	61,0	67,4	49,0
139,7 ²	66,6	94,9	100,4	82,5
-	-	-	345,1	-
1.355,4	1.065,4	1.161,6	1.039,3	943,1
361,2	205,5	202,9	550,7	499,9
204,8	223,0	391,9	397,4	298,7
467,2	435,0	463,0	400,5	397,9
59,4	54,2	52,8	51,8	50,8
20,2	17,1	16,2	16,8	15,6
15,3	10,0	10,4	13,5	12,3
10,9	6,7	6,6	9,4	8,6
0,6	1,4	2,1	0,6	0,5
26,6	19,3	17,5	53,0	53,0
66,9	50,5	33,7	29,2	26,2
9.944	9.027	9.593	9.123	8.441
368,4	331,4	352,8	299,7	277,8
2,69	1,50	1,62	2,22	1,84
2,70	1,51	1,63	2,24	1,86
2,02 ²	0,96	1,37	1,45	1,19
2,03 ²	0,97	1,38	1,46	1,20
-	-	-	5,00	-
-	-	-	5,00	-
49,23	20,22	17,30	39,60	41,00
49,52	23,15	38,81	53,39	41,00
17,78	8,82	11,24	39,00	30,19
56,50	24,55	14,40	39,00	38,92
56,52	28,60	40,65	48,77	40,03
22,38	9,03	9,33	37,90	29,71
70,40	70,40	70,40	70,40	70,40
35,86	35,86	35,86	35,86	35,86
34,54	34,54	34,54	34,54	34,54

